

Beschouwingen over inclusiviteit, innovatie en interconnectiviteit

Trends in de
Rotterdamse cultuursector

Inhoud

Inleiding	4
Beschouwing: Inclusiviteit in de Rotterdamse cultuursector	5
Samenvatting.....	6
1. Inleiding	7
2. Verkenning kunst- en cultuuropvattingen en -voorkeuren MBO-studenten	8
2.1 Opzet en vragen.....	11
2.2 Leeswijzer.....	11
3. Samenvatting van de groepsgesprekken	12
3.1 Studenten Economie en Ondernemen	12
3.2 StudentenTheater.....	13
3.2.1 Acteurs.....	13
3.2.2 Vormgevers en Technici.....	12
3.2.3 Jonge Theatermakers.....	15
3.3 Studenten Muzikanten en Producer.....	15
3.4 Studenten Dans.....	18
3.5 Dialoogsessie PLAY! Festival	20
3.6 Culturele aanbieders voor het MBO.....	22
4. Conclusies en aanbevelingen.....	25
Beschouwing: Innovatie in de Rotterdamse cultuursector	28
Samenvatting.....	29
1. Inleiding	31
Leeswijzer.....	31
2. Gelaagdheid van innovatie	32
2.1 Betekenis Innovatie.....	32
2.2 Innovatiekader	32
2.3 Innovatiematrix	34
3. Innovatiekracht creatieve industrie.....	35
3.1 Culturele sector = deelverzameling creatieve industrie	35
3.2 Creatieve sector als topsector.....	35
3.3 Kennis- en innovatieagenda topsector creatieve industrie	36
3.4 Creatieve industrie Rotterdam	37
4. Innovatie in de Rotterdamse creatieve sector	38
4.1 Innovatie op de werkvloer	38
4.2 Kansen en knelpunten voor de innovatie kunstenaars en makers	40
4.3 Innovatie en waarde-creatie.....	40
4.4 Nieuwe genres en businessmodellen	43
4.5 Innovatie in de creatieve industrie en rol van de gemeente.....	45

5. Aanbevelingen	48
5.1 Innovatiekader	48
5.2 Innovatiekalender creatieve industrie	48
5.3 Randvoorwaarden en faciliteiten	48
Bijlage a - Samenstelling reflectiegroep	50
Bijlage b - Bronnen	51
Bijlage c - Innovatie als thema in het cultuurbeleid	52
Beschouwing: Interconnectiviteit in de Rotterdamse cultuursector.....	55
Samenvatting.....	56
1. Inleiding	57
Werkwijze en leeswijzer	59
2. Interconnectiviteit: wat is het?	60
3. Interconnectiviteit in Rotterdam	64
3.1 Samenwerking binnen de culturele sector	64
3.2 Samenwerking cultuur met andere domeinen	64
3.2.1 Ad 1: Instellingen die vanuit hun kerntaak en opvattingen interconnectief werken ..	65
3.2.2 Ad 2: Vormen van coöperatie die interconnectief werken	66
3.2.3 Ad 3: Platforms voor onderzoek en ontwikkeling	67
3.3 Raad voor Cultuur sectoradviezen en internconnectiviteit	68
4. Conclusie en aanbevelingen	69
Bijlage.....	70

Inleiding

Vooraf

Elke vier jaar brengt de RRKC voorafgaand aan het Cultuurplanadvies de sectoranalyse uit. De vorige sectoranalyse uit 2015 kwam tot stand na uitgebreide consultatie van het culturele veld en beschreef de dynamiek en diversiteit in de culturele sector.

De RRKC kiest voor de sectoranalyse 2019, die nu voor u ligt, een andere vorm. In drie 'beschouwingen' gaat de Raad in op de thema's inclusiviteit, innovatie en interconnectiviteit. Dit zijn centrale thema's die in de komende periode een plek zullen krijgen in het stedelijk cultuurbeleid voor de periode 2021 / 2024.

Inclusiviteit

Voor het onderwerp **inclusiviteit** is de Raad in gesprek gegaan met studenten en alumni van de opleidingen theater, dans, muziek en economie en ondernemen van het Albeda college. Wat is de cultuurbeleving van deze grote groep MBO-ers? Hoe denken zij over hun mogelijkheden om zich in de stad te kunnen ontplooiën; en wat is daarvoor nodig, bijvoorbeeld in gemeentelijk beleid? In onze eerste beschouwing leest u wat de resultaten van de gesprekken zijn en tot welke aanbevelingen aan de gemeente de Raad is gekomen. Separaat zal de RRKC over inclusiviteit een advies uitbrengen aan het college in maart 2019.

Innovatie

Hoe kan het begrip innovatie worden ingevuld en hoe kan de gemeente innovatie in de creatieve sector richting geven en bevorderen? Welke trends en goede voorbeelden van innovatie zijn te noemen in de huidige Rotterdamse praktijk van kunst en cultuur; en wat is daarbij de betekenis van de creatieve sector? Hoe kan de innovatieve kracht van de cultuursector optimaal de ruimte krijgen? Wat is daarvoor nodig?

Dit zijn de vragen die de Raad verkende in een groepsgesprek met experts uit het culturele veld en in websearch en documentonderzoek.

Interconnectiviteit

Dit is een centraal thema uit het advies dat de International Advisory Board extra (IABx) in 2017 uitbracht over de potentie en zichtbaarheid van het Rotterdamse culturele veld. De IABx wees erop dat Rotterdam de potentie van de culturele instellingen en grassroot initiatieven in de stad beter kan benutten. In groepsgesprekken en interviews met 'bruggenbouwers' heeft de Raad antwoorden op vragen gevonden.

Hoe kan het begrip interconnectiviteit concreet worden ingevuld? Hoe zien meer structurele vormen van samenwerking er uit? Welke (succesvolle) voorbeelden zie je in Rotterdam van crossovers van de culturele naar andere sectoren?

Interconnectiviteit was tevens een centraal thema in de werkconferentie navolging IABx advies van 7 februari 2019. De Raad heeft met interesse de discussie daar gevolgd en de resultaten meegenomen in deze beschouwing.

Tot slot

Waar het gaat om een brede analyse van trends in de culturele sector heeft de RRKC het advies 'Durf te kiezen' uitgebracht (maart 2018) en verschijnt in deze periode ook het advies over inclusiviteit 'De stad is meervoud'.

Andere documenten die overzicht bieden zijn het rapport IABx 'Rotterdam stay close to what you are' (oktober 2017), 'Cultuur draagt de stad in transitie' (directeuren overleg cultuur, maart 2018), de Cultuurverkenning 2017 (gemeente Rotterdam), het inventariserend onderzoek van bureau LAgroun naar het Rotterdamse culturele veld, dat is benut voor het Cultuurprofiel Rotterdam en Regio (2018) en de Verkenning en analyse werk- en presentatieruimte in Rotterdam (RRKC, juli 2018).

Beschouwing:

Inclusiviteit
in de Rotterdamse
cultuursector

Samenvatting

De gesprekken met de studenten van de Albeda-opleidingen Economie & Ondernemen, Theater, Muzikant/Producer en Dans tonen vooral de verscheidenheid van deze groep. Te stellen is dat 'de MBO-student of jongere' niet in een hokje te stoppen is, maar die vooral graag doorbreekt. Toch waren er wel duidelijk terugkerende thema's die als rode draad door de verschillende gesprekken liepen en daarmee basis boden voor aanvullende gesprekken met alumni, de opleidingen en culturele aanbieders in Rotterdam om tot een advies te komen.

Allereerst denken de jongeren op een holistische manier over kunst, cultuur en Rotterdam. De termen en disciplines die gewoon zijn in het indelen van de kunst- en cultuursector, zitten niet in de manier hoe jongeren denken en praten over deze onderwerpen. Van de manier hoe je je kleedt en je haar doet, je afkomst, een moskeebezoek, voetbalcultuur, het schrijven van teksten, *social media* cultuur, gamen en naar de bioscoop gaan, tot de wat meer 'geijkte' vormen als museumbezoeken en theatervoorstellingen, dans en het maken van muziek. Kunst en cultuur worden sterk verweven met identiteit. Gepaard daarmee gaan mechanismen van in- en uitsluiting. De jongeren kijken met een sociale blik naar kunst en cultuur en zien deze als 'vereist' voor bijvoorbeeld scholen, en daarbuiten als middelen van ontmoeting en ontplooiing, die voor iedereen toegankelijk moeten zijn. Ook het weerspiegelen van de bevolkingssamenstelling van Rotterdam vinden zij hierbij belangrijk.

Opvallend is dat ook de architectuur en geschiedenis van Rotterdam voor de jongeren belangrijk en onderscheidend zijn aan de stad. Rotterdam voelt open en nieuw, alsof er van alles mogelijk is. Tegelijk kan deze grauw zijn; de jongeren vinden dat er niet genoeg kunst en artistiek leven op straat is. Er mag best wat meer geëxperimenteerd worden. Berlijn kwam vaak voorbij als voorbeeld. Tegelijk is er veel aanbod dat nog aan het zicht ontspringt en bijvoorbeeld meer underground is. Het bruist wel, maar niet perse in het gezichtsveld van deze groep. De jongeren zien daarbij de grotere gevestigde instanties niet als weerspiegeling van henzelf en sommigen vinden deze zelfs uitsluitend vergeleken met kleinere instanties die jongeren wel bereiken.

Wat specifiek de jonge of aankomende makers betreft, bestaat er nog een kloof tussen de opleiding en de praktijk. Deels zijn er wat punten die wellicht op de opleidingen wat versterkt kunnen worden, maar de kloof heeft vooral te maken met de (bekendheid van) voorzieningen in Rotterdam. De jongeren ervaren een grote drempel om de wereld van subsidies en fondsen te betreden voor steun. Ze hebben het gevoel de taal niet te spreken en zien oneerlijke concurrentie in de grote ervaren instellingen die een beroep doen op dezelfde potjes. Een groot deel van de bevraagde jongeren ziet nog niet echt een duidelijk carrière-pad voor zich in Rotterdam. Het samenvattende advies is dat de gemeente investeert in een aantal faciliteiten die de verbinding tussen deze groep en de stad versterken.

Dit zijn:

1. Meer laagdrempelige, goed bereikbare, interdisciplinaire voorzieningen en ruimtes om te maken en actief talent een podium te bieden – ook op straat – waar jongeren en verschillende disciplines elkaar kunnen ontmoeten. Zoals broedplaatsen, workshops, coaching, open podia.
2. Een verbinding tussen de praktijk van de jongeren door de bestaande voorzieningen, fondsen en netwerken onder de aandacht te brengen op een manier die deze doelgroep bereikt, het doen van een aanvraag toegankelijker maakt en jongeren bewust maakt hoe zij zelf invloed kunnen uitoefenen op beleid. Bijvoorbeeld door cultuurscouts, -ambassadeurs en voorlichting op school en op bijeenkomsten, een online platform als We Are Public.
3. Ten slotte meer geld naar kleine makers en organisaties die cultureel aanbod (toegankelijk) maken voor en met jongeren.

1. Inleiding

In deze beschouwing gaat de RRKC nader in op het thema inclusiviteit. Onder inclusiviteit verstaat de Raad het gegeven dat ieder mens er als vanzelfsprekend bij hoort.

Het maatschappelijk bewustzijn van de noodzaak van inclusiviteit is groot. In tal van sectoren wordt op dit gebied actie ondernomen. Zo vindt het als thema haar beslag in het beleid van onder andere het bankwezen, het Ministerie van Defensie, de landelijke politiekorpsen, het Openbaar Ministerie en de Nederlandse Spoorwegen. Ook binnen het terrein van kunst en cultuur heeft het thema de aandacht. Grote landelijke spelers zoals de Rijksfondsen en de landelijke Raad voor Cultuur zetten inclusiviteit hoog op de agenda.

Sectoradviezen landelijke Raad voor Cultuur

Als beleidsthema laat de Raad voor Cultuur inclusiviteit terugkomen in alle tot nu toe verschenen sectoradviezen¹. Uit 'Zichtbaar van waarde', het sectoradvies Beeldende Kunst: "Diversiteit is de huidige uitdaging voor de sector en een uitgelezen kans voor vernieuwing en avontuur".

Binnen de verschillende adviezen worden zowel de termen **diversiteit**, **culturele diversiteit** als **inclusiviteit** gebruikt, zonder een duidelijke definiëring. Met - het meest gebruikte - *diversiteit* wordt over het algemeen variatie op basis van gender, leeftijd, klasse, seksuele oriëntatie, culturele achtergrond enzovoorts bedoeld. Maar ook **inclusiviteit** is in diezelfde brede zin in de adviezen terug te vinden. Met **culturele diversiteit** doelt men gezien de context op diversiteit in etnisch-culturele zin, alhoewel die laatste term nooit wordt gebruikt. Het advies over Beeldende Kunst benoemt expliciet de verwarring die de term **culturele diversiteit** kan oproepen en concludeert - als enige - dat **culturele diversiteit** zich ook moet richten op "andere achtergestelde groepen, de lagere inkomens, mensen met een beperking of op verschillen tussen stad en regio".

De adviezen tonen parallellen als het gaat om de constatering dat de verschillende sectoren nog niet genoeg een **afspiegeling** zijn van de samenleving (Beeldende Kunst, Dans, Letteren, Theater, Muziektheater) en dat inspanningen om dat te veranderen tot nu toe geen blijvende effecten hebben opgeleverd (Beeldende Kunst, Letteren, Ontwerpsector). Het publiek blijft over het algemeen hoogopgeleid, traditioneel en westers (Dans, Theater), de sector: monocultureel en denkend vanuit een westers canon (Beeldende Kunst, Muziek, Theater). Het sectoradvies Theater belicht als enige in positieve zin hoe een sterkere verbinding tussen de sector en de samenleving de afgelopen jaren heeft geleid tot een groeiende groep jonge makers met verschillende achtergronden.

Vijf van de negen sectoradviezen (Audiovisueel, Beeldende Kunst, Dans, Muziek, Ontwerpsector) beschrijven de matige mogelijkheid tot **toegang en doorstroming** van nieuwe makers binnen de infrastructuur en noemen in dit verband de onbekendheid met het bestel of een gebrek aan ondernemerschapsvaardigheden (Dans). Er wordt gepleit voor een diversifiëring van staf, docenten en programma binnen de kunstopleidingen (Beeldende Kunst) en een grotere instroom van makers met een migratie-achtergrond (Audiovisueel).

1. Sectoradviezen Raad voor Cultuur, gepubliceerd in 2018: Muziek: "De balans, de behoefte", Musea: "In wankel evenwicht", Letteren en bibliotheken: "De daad bij het woord", Audiovisuele sector: "Zicht op zoveel meer", Theater: "Over grenzen", Dans: "Alles beweegt", Beeldende Kunst: "Zichtbaar van waarde", Ontwerpsector: "Ontwerp voor de toekomst", Opera en muziektheater: "Later is al lang begonnen".

De **Code Culturele Diversiteit** wordt in de meeste adviezen aangehaald als instrument om inclusiviteit in de sector te bevorderen. De manier waarop varieert per advies. Door het gebruik ervan “aan te moedigen” (Audiovisueel), er “een beroep op te doen” (Letteren), te “onderschrijven en toe te passen” (Muziek), “scherper na te leven” (Muziektheater), “stringenter te hanteren” (Ontwerpsector) of sterker: door het als subsidievoorwaarde op te nemen (Beeldende Kunst, Theater).

In verschillende adviezen wordt gepleit voor **aangepast beleid** op het thema inclusiviteit. Bijvoorbeeld door best practices financieel te belonen (Beeldende Kunst), beoordelingscommissies te diversifiëren (Letteren, Theater) of bias-trainingen te faciliteren voor gesubsidieerde instellingen, commissies, raden en overheden (Muziek, Muziektheater). In de adviezen Muziektheater en Theater wordt een oproep gedaan voor (onderzoek naar) de effectiviteit van een quotum om culturele diversiteit binnen de sector te stimuleren.

Het sectoradvies Dans legt een verband tussen Inclusiviteit en **MBO** waarbinnen “makers en dansers vaak met twee benen in de maatschappij staan en sterk kunnen bijdragen aan de pluriformiteit en diversiteit van het dansaanbod”. Het verband tussen Inclusiviteit en MBO legt ook de RRKC, verderop in deze beschouwing.

Rotterdam

Rotterdam is met haar 638.000 inwoners inmiddels een ‘majority-minority city’: een stad waarvan meer dan de helft een eerste generatie of tweede generatie migratieachtergrond heeft. Als de derde generatie Rotterdammers met een migratieachtergrond ook wordt meegenomen, is dat zelfs nog veel meer dan de helft. Daarnaast is en blijft Rotterdam de komende jaren een jonge stad, met als belangrijk aandeel die derde generatie; gemengd in allerlei opzichten en volgens het CBS vrijwel volledig onder de 25 jaar oud.

Groepen die **over**vertegenwoordigd zijn in de stad, zijn echter juist **onder**vertegenwoordigd in de culturele sector die er tot nu toe niet in slaagt een goede afspiegeling te zijn van haar bevolking. Met name gezien de demografie van Rotterdam onderstreept de Raad een urgente noodzaak voor de stad zich binnen het terrein van inclusiviteit te concentreren op **culturele diversiteit**. De Raad ziet **inclusiviteit** als randvoorwaarde voor het omarmen van **culturele diversiteit**, die maatschappelijk gezien en zeker in Rotterdam een gegeven is. Representatie en (h)erkenning spelen hierin een belangrijke rol. **Inclusiviteit** en **culturele diversiteit** ziet de Raad dan ook als zijden van dezelfde medaille. Begin 2019 adviseert de RRKC het college over dit onderwerp.

MBO

In Rotterdam zijn circa 58.000 leerlingen die een MBO opleiding volgen, waarvan er ruim 20.000 in Rotterdam wonen². Binnen de kunstopleidingen van het MBO voor theater, dans en muziek bereiden toekomstige bezoekers, beleids- en kunstmakers hun entree in de Rotterdamse culturele sector voor. De netwerken in de stad zijn hun inspiratiebron, de culturele diversiteit van Rotterdam een gegeven. Studenten herkennen zichzelf in de Rotterdamse culturele ‘underground’; het informele netwerk van niet-gesubsidieerde makers en grassroots-organisaties en voelen zich daar gesterkt in relatie tot de oppervlakkigheid en eenvormigheid van alledag.

Die bloeiende en levendige underground is tekenend voor Rotterdam en toont diens gezicht in al haar veelkleurigheid. Parallel hieraan opereert de ‘upperground’ van de culturele sector: het gesubsidieerde en formele deel. Voor veel MBO’ers geldt dat zij geen weet hebben van de infrastructuur en in de cultuursector werkende krachten. Studenten zijn onbekend met hoe en waar

2. *Staat van het onderwijs*, gemeente Rotterdam 2017

kunst bezocht kan worden of waar subsidie kan worden aangevraagd. Ze missen coaching en oefenruimtes en worden geconfronteerd met voor hen onbekende regels als het gaat over 'kunst' en 'kwaliteit'. De kloof tussen praktijk en beleid is kortom groot. Er is behoefte aan het dichtten daarvan middels faciliteiten op het gebied van bezoek en maken.

Makers en bezoekers van de toekomst

De RRKC acht het van belang dat de toekomstige cultuurbezoekers en -professionals binnen het MBO na hun studie terechtkomen in een werkveld waarin ze zich thuis voelen en herkennen. In dit licht sprak de RRKC met studenten van het Albeda College over hun culturele smaakvoorkeuren en behoeftes en aanvullend met alumni, groepsleiders en betrokken culturele professionals uit Rotterdam. De bevindingen van deze gesprekken hebben geleid tot deze beschouwing.

De beschouwing sluit af met drie concrete aanbevelingen aan het gemeentebestuur van Rotterdam, over toegankelijkheid van ruimte, aansluiting bij het subsidiestelsel en zichtbaarheid en vindbaarheid van het cultureel aanbod in de stad.

2. Verkenning kunst- en cultuuropvattingen en -voorkeuren MBO-studenten

2.1 Opzet en vragen

Ter voorbereiding op deze beschouwing zijn als basis gesprekken gevoerd op het Albeda College³ in oktober en november 2018. Het betreft vier opleidingsrichtingen: Economie & Ondernemen, Theater (acteurs en vormgevers/technici), Muziek (muzikanten en producers) en Dans. Elke groep was anders van omvang (van 20 in het ene gesprek, tot 70 in een ander) en had een andere opzet. Van een klassikaal groepsgesprek en duo-interviews, tot een debat. Ook waren er bij sommige gesprekken alumni aanwezig en verschilde het studiejaar van de studenten. Alle gesprekken waren ingevuld op basis van de volgende vragen, die her en der door de groepsleiders werd aangepast, waarbij vooral de deelvragen in de gesprekken werden gebruikt:

1. Hoe is de cultuur van 'nieuwe generaties Rotterdammers' te definiëren?
2. Op welke elementen uit de jongerencultuur van nu moet het cultuurbeleid van de toekomst zich richten?

Aparte deelvragen van de RRKC zijn hierbij als volgt geformuleerd:

- > Wat verstaan deze jongeren onder cultuur en kunst?
- > Welke cultuur- of kunstvormen spreekt hen aan?
- > Welke cultuur- of kunstvormen beoefenen zij zelf?
- > Wat vinden zij vernieuwende vormen van kunst en cultuur?
- > Op welke manier zijn zij in aanraking gekomen met kunst en cultuur?
- > Door investeringen van de gemeente Rotterdam kan een variëteit van cultureel aanbod blijven bestaan. Waarin zou de gemeente Rotterdam meer moeten investeren en waarom?

Aanvullend zijn op basis van de bevindingen verdiepende gesprekken gevoerd met verschillende groepsleiders van Albeda en een aantal betrokken culturele professionals uit Rotterdam. Deze gesprekken waren vooral gericht op het spiegelen van de bevindingen aan de bestaande onderwijspraktijk en de kunst- en culturele praktijk.

2.2 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 beschrijft de antwoorden op de gestelde vragen per groep. Hoofdstuk 3 geeft een analyse op basis van de bevindingen uit de groepsgesprekken met de studenten en alumni, de Albeda-brede dialoogsessie tijdens het Play! Festival en aanvullende gesprekken met professionals van het Albeda College en een aantal Rotterdamse cultuurinstellingen en -organisaties. Hoofdstuk 4 sluit af met een samenvatting en adviezen.

3. Hoewel Rotterdam uiteraard meer MBO-opleidingen kent, is deze verkenning vanwege beperkte tijd en middelen afgebakend. Vanuit de reeds bestaande contacten en gesprekken met het Albeda College was dit samen met het enthousiasme en de inzet vanuit het Albeda College een logische en haalbare stap om dit project gezamenlijk op deze relatief korte termijn op te pakken.

3. Samenvatting van de groepsgesprekken

In dit hoofdstuk worden de bevindingen uit de verschillende groepsgesprekken samengevat.

3.1 Studenten Economie & Ondernemen

Wat verstaan de jongeren onder kunst en cultuur?

In tegenstelling tot de studenten van de drie andere groepen, zijn de studenten van Economie en Ondernemen voor hun opleiding niet bezig met een kunstdiscipline. Als je hen vraagt naar hun ideeën bij het woord 'cultuur' lijken zij vooral te denken aan iemands achtergrond en afkomst en de uitingen en gewoontes die daarbij horen. Naast verschil in afkomst, wordt ook leeftijd genoemd. Verder komen ook een paar concrete vormen naar voren, rap en anime, die tevens de twee vormen blijken die in deze groep leven. Cultuurbeleid zegt hen eigenlijk niets.

Wat doen de jongeren aan kunst en cultuur?

Bij de vraag welke cultuurvormen de studenten zelf doen en aanspreken, zijn het als beoefenaar of bezoeker, hebben ze behoefte aan houvast. Het is ze niet direct duidelijk hoe zij kunst en cultuur mogen/moeten opvatten in dezen. Ze lijken te denken in/beïnvloed door de termen die door de RRKC-introductie werden genoemd, zoals dans, theater, muziek. Soms vragen ze of iets als voetbal of gamen ook als cultuur mag worden gezien – wat zich gelijk vertaalt naar de antwoorden.

De vormen van cultuur die deze groep aanspreekt, zijn bovenal muziek en film. Qua muziek overheersen rap en hiphop, die door de jongeren wordt ingedeeld in Nederlandstalige (populairst), Engelse, Amerikaanse, Franse en Antilliaanse rap. Muziek luisteren zij vooral via Spotify. Populaire artiesten zijn in deze groep nu o.a. Kodak Black, Sevn Alias, Boef, SBMG, Broederliefde, Josylvio, Ronnie Flex en 21 Savage. Ook zijn er enkele jongeren die religie, games, autocultuur, anime, theater en voetbal onder hun cultuurvoorkeuren scharen.

Welke vormen beoefenen zij zelf?

Als cultuurbezoeker gaan de jongeren het liefst naar de bioscoop Pathé. Een wat kleinere groep bezoekt ook festivals (zoals Kralingse Bos festival en Kwaku in Amsterdam) en concerten, de moskee, carnaval en animeconventies. De meeste studenten van deze groep zeggen echter zelf geen kunst of cultuur te beoefenen. Een enkeling doet iets met muziek (zingen, rappen, piano spelen), schrijven, dichten, theater, ocarina en muziekvideo's maken. Opvallend is dat bijvoorbeeld het dichten en theater beide gekoppeld werden aan afkomst; het dichten past voor de betreffende student bij zijn Marokkaanse identiteit, en de andere student zei specifiek Antilliaans theater te hebben gedaan. Ook een andere subcultuur waarin Japanse vormen zoals anime en J-Rock worden gewaardeerd, is in deze groep te herkennen.

Het kan zo zijn dat er meer cultuurvormen zijn die de studenten niet direct als zodanig benoemden in dit gesprek en daardoor niet naar boven zijn gekomen. Deze komen bij doorvragen pas naar voren, zoals vechtkunst en voetbal.

Wat vinden zij vernieuwende vormen van kunst en cultuur?

Wat vernieuwende cultuurvormen betreft, zien de studenten vooral een versterking van de vormen die zij al waarderen. Zo zullen muziek en rap groter worden – maar zal ook variatie ontstaan binnen rap en bijvoorbeeld Franse rap aan terrein winnen. Sociale en digitale mediacultuur zijn andere vormen waar de jongeren toekomst in zien, zo wordt de rol van vloggers en YouTube nog groter. Verder zien ze ook nog steeds een plek voor voetbal, gamecultuur en meer festivals.

Waarın zou de gemeente Rotterdam meer moeten investeren en waarom?

Deze groep jongeren wil dat de gemeente vooral meer investeert in festivals, muziek en plekken om talenten te ontwikkelen en een podium te bieden. Ook geeft een aantal studenten aan het belangrijk te vinden dat er in de lokale omgeving van hun buurt en wijk meer voorzieningen zijn, waar je muziek/rap kunt beoefenen en je talent verder kunt ontwikkelen. Een student merkt bijvoorbeeld op dat er meer kansen geboden moeten worden aan straatrappers die volgens hem veel beter zijn dan de artiesten die bekend zijn, maar die geen podium krijgen en niet gehoord worden. Ook voor hun geliefde film zien ze graag meer investering: meer bioscopen (in Zuid) en betaalbare bioscoopkaartjes voor jongeren. Ook denken ze aan combinaties: sport die samengaat met andere cultuurvormen, gamecultuur, of het naar een hoger plan tillen van bijvoorbeeld voetbalcultuur – door een soort museum te hebben waar op de geschiedenis van voetbal wordt ingegaan en door meer clinics en speelplekken te hebben. Vanuit de jongeren in dit gesprek kwam er geen respons omtrent bijvoorbeeld musea, dans of vormen van beeldende kunst (anders dan film).

3.2 Studenten Theater

3.2.1 Acteurs

Wat verstaan de jongeren onder cultuur en kunst?

Bij de vraag over wat kunst en cultuur en specifiek theater betekenen voor deze jongeren, zijn er vele antwoorden. Kunst en cultuur gaan bijvoorbeeld over het vertellen van een verhaal. In de antwoorden is onderscheid te maken tussen kunst en cultuur volgens de studenten als makers, of als deelnemers of publiek. In het eerste geval spreken de studenten over wat kunst en cultuur mensen te bieden hebben en wat hun functie is of zou moeten zijn. Zo gaat het over het 'opleggen' van andere ideeën en manieren van denken, een spiegel voorhouden en oogkleppen weghalen.

Anders dan entertainment, dat leuk moet zijn, mogen kunst en cultuur ook ontwrichten en moeilijk zijn. Kunst mag ook iets losmaken in de maatschappij. Theater wordt in die zin geplaatst tegenover musicals en blockbusters. Maar het gaat ook over overeenkomsten en mensen samenbrengen; over emotie en ontdekken wat je gemeen hebt met andere mensen.

Middels theater kun je een eigen wereld creëren, naar mensen kijken en je in hen verplaatsen, kritisch zijn op het alledaagse maar dit ook juist aandacht geven en bijzonder maken. Theater gaat over verbinding met andere mensen, over sociaal gedrag. Maar het is ook een uitlaatklep om emoties te uiten. Als acteur ben je daarnaast ook onderzoeker, onderzoeker van jezelf en anderen en je bent voortdurend bezig met verandering.

Op welke manieren kwamen de jongeren in aanraking met kunst en cultuur?

Er zijn grofweg drie manieren waarop de theaterstudenten in aanraking zijn gekomen met kunst en cultuur, specifiek theater. Allereerst via de eigen interesse (bijvoorbeeld het zien van een film), via vrienden of familie – iemand inspireerde hen, nam hen mee of beval aan om iets met theater te gaan doen en ten slotte via school; door theaterlessen of -stukken die op school werden aangeboden, of door het bezoeken van een voorstelling met eventueel een rondleiding achter de schermen. Deze groep benadrukt het belangrijk te vinden dat kunst en cultuur al van jongs af aan op scholen wordt aangeboden via kunst- en cultuurlessen, -projecten en excursies. Het zelf kunnen ervaren en doen blijkt belangrijk om voor het leven geraakt te worden.

Wat vinden de jongeren van het Rotterdamse kunst- en cultuuraanbod?

Ook in het beantwoorden van de vraag wat ze van het Rotterdamse kunst- en cultuuraanbod vinden, wisselen de studenten tussen de rol van bezoeker en maker. Een deel geeft aan geen goed

beeld te hebben van de voorstellingen die er zijn en niet bereikt te worden: ze moeten echt op zoek gaan. Ze blijven vooral op de hoogte via sociale media zoals Instagram en hun docenten.

Volgens de studenten is de drempel voor niet-theaterbezoekers hoog: er is te weinig info over het aanbod voor mensen die zich niet met theater bezighouden en onbekend maakt onbemind. Anderen denken dat de info er wel is, maar dat het te duur is of niet aanspreekt. De jongeren denken dat het goed zou zijn om een soort ambassadeurs te hebben voor het theateraanbod in Rotterdam. Een student denkt dat iets als theater qua bezoek lijdt onder een overschot aan eendimensionaal entertainment, zoals blockbusterfilms. Door dat grote entertainmentaanbod, dat makkelijk verkrijgbaar is en direct in een behoefte voorziet, gaan mensen mogelijk niet naar het theater.

De jongeren vragen zich af waarom er in Rotterdam niet meer op straat gebeurt, zoals in Berlijn, zoiets als de Parade. Ook is er behoefte aan open podia, die er volgens sommigen wel zijn, maar nog niet alle jongeren weten deze dus te vinden. Iets als het Talent Traject van Theater Rotterdam wordt genoemd als voorbeeld.

Verder komt naar voren dat het aanbod als gesegmenteerd wordt ervaren en duidelijk op specifieke doelgroepen wordt toegespitst waardoor bepaald publiek niet met elkaar mengt. Dit betekent dat er dan niet altijd breed wordt gepromoot om een nieuw publiek te bereiken. Een student zegt om deze reden te vinden dat er minder subsidie moet naar theaters zodat er aanbod wordt gemaakt voor een grotere groep mensen.

Het concept We Are Public komt meermaals voorbij als iets wat de jongeren ook graag in Rotterdam zouden zien.

Waarom zou de gemeente Rotterdam meer moeten investeren en waarom?

Omdat het aanbod eigenlijk wel als groot wordt ervaren, is er vooral behoefte aan een soort bemiddeling en overzicht. Wederom worden actieve ambassadeurs genoemd: mensen die helpen om uit het aanbod te filteren en anderen te enthousiasmeren en het saaie imago verhelpen. Maar ook het voorbeeld van We Are Public past in dit straatje. Het magazine van Uitagenda Rotterdam blijkt bij het overgrote deel van deze jongeren onbekend; zij worden hierdoor dus niet bereikt. Hoewel het magazine letterlijk voor het oprapen ligt; lijkt eerder te zijn dat dit papieren medium niet aansluit op de generatie van nu: zij informeren zich via sociale media. De website en de social media kanalen van Uitagenda Rotterdam volgen zij niet. Ook zouden jongeren meer investeren in straatkunst, het vergemakkelijken van straattheater en in jongerentheatergezelschappen, zodat meer jongeren ermee in aanraking komen. De jongeren investeren liever in kleine initiatieven. Momenteel worden er nog wat drempels ervaren, zoals vergunningen. Hoewel erkend wordt dat de gemeente kan helpen hierin tegemoet te komen, klinkt ook een meer DIY-geluid dat de belemmering soms ook ingebeeld is en je het soms ook gewoon maar moet doen.

Een minderheid van de jongeren denkt na hun afstuderen in Rotterdam te gaan werken. Dat de aanwezige alumni voor Rotterdam hebben gekozen, had vooral te maken met de reden dat hun netwerk hier is. Ook is er het gevoel dat er meer kan in Rotterdam, dat er meer ruimte is om uit te proberen en om te doen. Naast meer ruimte, is er volgens alumni in Rotterdam minder competitie en hiërarchie, vergeleken met bijvoorbeeld Amsterdam. De culturele diversiteit van Rotterdam is voor de jonge theatermakers een inspiratiebron. Een risico voor deze kwaliteiten is toenemende regelgeving vanuit de gemeente die wordt ervaren door de makers. Om Rotterdam een kweekvijver te laten zijn, moet er actief gefaciliteerd worden, door debatten, workshops, gesprekken, open podia, ontmoetingen en deze een platform te bieden op laagdrempelige wijze, bijvoorbeeld in buurthuizen. Voor individuen moet het gemakkelijker worden om iets te ondernemen.

Alle jongeren in Rotterdam moeten via school in aanraking komen met kunst en cultuur, maar dan voorbij de traditionele vormen en ook actuele, jonge vormen een plek geven. De opleiding zou ook kunnen nadenken met andere opleidingen en studenten zelf langs scholen kunnen gaan als ambassadeurs. Tot slot lijkt het de groep een goed idee om jongeren een stem te geven in de RRKC zelf, door bijvoorbeeld altijd een raadslid van onder de 25 te hebben.

3.2.2 Vormgevers en technici

Wat zijn de kunst- en cultuuropvattingen van de jongeren?

Het begrip cultuur zien deze studenten als iets waarin mensen verschillen, wat je vanuit huis hebt meegekregen. Het heeft met tijd en plaats te maken en is voor iedereen anders en altijd veranderend.

Bij 'de Rotterdamse cultuur' denken de jongeren aan straatkunst, een mix van culturen, de Maas, hard werken, veel studenten (MBO en internationaal) en lerende mensen, veel kansen om te groeien.

Kunst associëren de jongeren met vrijheid, creativiteit, het uiten van gevoelens en emoties, je mening geven, onderzoek, uniek zijn, een taal en andere mensen aan het denken zetten. Een kunstenaar is een baken waar mensen uit allerlei windrichtingen op af komen.

Hoe omschrijven zij hun generatie (en cultuur)?

Sociale media zijn niet meer weg te denken voor de jongeren, ze groeien ermee op. Dit heeft voor- en nadelen. Ze ervaren keuzestress en druk door de continue bereikbaarheid en beschikbaarheid van informatie en mogelijkheden. De generatie lijdt misschien zelfs aan een dopamineverslaving: een afhankelijkheid van 'likes' en snelle bevrediging. Sociale media geven een vertekend beeld van de werkelijkheid, mensen doen zich vaak perfect voor en dit geeft onzekerheid.

De jongeren ervaren polarisatie in de samenleving, het is zwart of wit. Ze hebben een sterke mening, maar staan ook open voor nieuwe ideeën. Aan de ene kant zijn ze ondernemend, aan de andere kant vertroeteld en laks en denken ze niet echte problemen te hebben zoals generaties voor hen. Er wordt ze al veel kant-en-klaar aangereikt. Ze hoeven niet meer voor zichzelf te denken, dat doet de technologie wel. Maar daarom vinden ze tegelijk kunst ook zo belangrijk: die laat de waarheid zien en kan niet zonder menselijke emotie en imperfectie, je kunt je er als mens toe verhouden.

Welke kunst- en cultuurvormen beoefenen de jongeren zelf?

Deze jongeren praten gemakkelijk over dit onderwerp. Muziek is bij deze groep populair, het luisteren of zelf beoefenen. Qua stijlen gaat het alle kanten op, van rock naar hiphop. Ook wordt 'urban' als verzamelterm genoemd voor o.a. hiphop en dans. Sommige studenten gaan graag naar een museum, zoals Boijmans - maar vooral wanneer het gratis is. Het maken van kostuums en daarover via Instagram met jongeren uit andere landen praten, of cosplay – je verkleden als een personage uit de popcultuur (film, games, series, etc.). Een student uit Aruba geeft aan veel te schrijven en in zijn land veel deel te nemen aan *poetry slams*. In Rotterdam mist hij nog een *outlet* om dit te doen – deze is moeilijk te vinden. Ook andere studenten schrijven verhalen of songteksten, fotograferen hun omgeving, doen (familie)theater, een sport of bekijken kunst (en architectuur) via social media en in de openbare ruimte. Dit laatste is dan ook voor sommige kunstliefhebbers een reden om niet naar een museum te hoeven gaan; die zien het liever op straat. Voor degenen die wel graag naar een museum gaan is de reden sociaal van aard, of juist niet. De een gaat graag voor het gesprek en de gezelligheid, de ander juist om even weg te zijn van de hectiek en sociale druk. Het bezoeken van een museum brengt je wel even iets heel anders, in aanraking met kunstwerken die je

nog niet kent, en biedt “een echter en sterker gevoel” en vooral inspiratie.

Er is even wat discussie over hoe breed je kunst en cultuur nou mag zien. Valt Netflix kijken hier ook onder?

Wat missen de jongeren nog aan kunst en cultuur in Rotterdam?

Deze studenten zien graag meer street art, kunst op straat of in het openbaar vervoer. Dit wordt gevolgd door meer vrijheid en kansen voor beginnend talent en bijvoorbeeld gratis toegankelijke ruimte voor nieuwe makers en ruimtes waar je zelf kunt creëren met anderen. Dit kan een aparte ruimte zijn, bijvoorbeeld in leegstaande panden, maar denk ook aan het concept van de witte muren in Berlijn, waar mensen samen iets op mogen maken. Ingrepen in de openbare ruimte die de stad mooier maken maar ook mensen die zich er niet mee bezig houden in aanraking brengen met kunst. De jongeren denken dat dit meer kleur en creativiteit oplevert, mensen samenbrengt en een goed alternatief biedt voor de grauwheid, stress en zakelijkheid die ook deel zijn van een grote stad. Dit betekent niet dat het perse alleen maar leuk en mooi hoeft te zijn, het mag ook een boodschap hebben. Een student geeft bijvoorbeeld aan dat er wel voor gewaakt moet worden dat het niet weer een soort neppe leukheid biedt, wat ook op social media het geval is. Het is belangrijk dat kunst- en culturaanbod in de stad de diversiteit weerspiegelt en niet iets exclusiefs is: er moet voor iedereen iets zijn. Hoewel de jongeren oudere, gevestigde vormen van kunst ook waarderen, pleiten ze voor meer ruimte voor nieuwe kunst en cultuur en bijvoorbeeld een plek voor popcultuur. Ook gamificatie kan nog kansen bieden.

Wat hebben de jongeren nu en straks nodig als maker?

De voornaamste behoeften liggen in sociale zekerheid, bijvoorbeeld middels een beurs of basisinkomen. Daarnaast is er de wens voor kansen en ruimte om te werken, te experimenteren en je werk zichtbaar te maken. Denk aan open ateliers die je kunt delen na je opleiding, tijdelijke invulling van leegstaande ruimtes of het huren van een soort ‘open source’ ruimtes. Een concreet idee is dat er een jaar lang een ruimte is die voor alumni, aankomende makers en meer gevestigde kunstenaars worden gebruikt, bijvoorbeeld bij de Theaterschool zelf. Als laatste is er behoefte aan een soort opstarttraject na de studie.

3.2.3 Jonge theatermakers

Aanvullend zijn er een paar punten die door alumni werden genoemd die te maken hebben met het werken als jonge maker. Hieruit komt o.a. naar voren dat Rotterdam nog een broedplaats mist (zoals CREA in Amsterdam) en productiehuisen zoals vroeger. Als jonge maker val je tussen wal en schip na de nieuwe makersregeling. Er is behoefte aan duurzaamheid in tegenstelling tot losse, korte subsidies waarin veel tijd gaat zitten om ze aan te vragen. De regelgeving is technisch, belemmert ondernemerschap en stelt oneerlijke eisen. Er lijkt dus een kloof tussen de praktijk en het beleid.

3.3 Studenten Muzikant en Producer

Wat verstaan de jongeren onder kunst en cultuur?

Deze jongeren geven aan dat kunst en cultuur heel breed zijn. Het gaat meer over hoe je iets doet en daar kunst van maakt, dan wat je doet - een tandarts kan zo ook een kunstenaar zijn. Kunst en cultuur zijn heel persoonlijk en tegelijk worden ze bepaald door een wisselwerking tussen mensen. Aan de ene kant gaat het om tastbare uitingen zoals muziek, schilderijen. Aan de andere kant

is het ongrijpbaar en gaat het over wat we als collectief aan cultuur maken door er te zijn en zo de stad maken. In die zin “is” cultuur en heeft iedereen er invloed op - kunst en cultuur weerspiegelen de maatschappij.

Over het kunst- en culturaanbod in Rotterdam lijken de studenten verdeeld. De een vindt het niet bruisen, de ander vindt dat er in elke straat wel iets gebeurt - zij het underground. Het gevoel is wel dat het minder bruisend wordt in de stad, wat wordt gekoppeld aan toerisme en hogere huizenprijzen. Het idee lijkt in die zin samen te vallen met een idee over een cultuur die er echt is voor en door de stadsbewoners. Het moderne, de skyline en architectuur worden als kenmerkend gewaardeerd.

Rotterdam wordt vergeleken met een soort leeg canvas, een stad waar de geschiedenis van is afgenomen, dat nog ingekleurd moet worden.

Net als bij de theaterstudenten, wordt een bepaalde zakelijkheid van de stad aangestipt: “In Rotterdam hollen mensen en moet je je boontjes doppen, mensen zijn individualistisch en dan kom je eigenlijk moeilijk aan kunst en cultuur toe.” (waaruit toch een waardeoordeel over wat cultuur zou zijn blijkt). Elke stad heeft een eigen profiel qua muziek en in Rotterdam zien de jongeren een toekomst in de hiphopscene. Waar de ene student aangeeft mensen heel individualistisch te vinden en vooral bezig met zichzelf omhoog te werken, ziet een ander dat anders: “Rotterdammers komen juist hoger door samen te werken en er komt veel van de grond door eigen initiatieven zonder subsidies. Rotterdam is rauw en direct.”

Welke cultuur- of kunstvormen spreekt hen aan?

Ook hier schommelt het tussen een algemenere ‘staat van zijn’ die in andere gesprekken ook terugkwam. Jongeren ervaren de stad als een geheel van diverse culturen, architectuur, muziek. Alles is min of meer verbonden met elkaar. Ook zijn er studenten die ervan houden als iets mensen shockeert en de boel wat ontregelt; dan ontstaan er nieuwe dingen. Als voorbeeld van wat ze zien als niet-vernieuwend, noemen ze de Witte de Withstraat. Voor sommige jongeren is dit juist een voorbeeld van straatkunst en voor anderen is het juist weer wat braaf en oppervlakkig. De studenten maken een soort onderscheid tussen de cultuur van nu en die van de gevestigde orde.

Verder worden ook concrete muziekstijlen genoemd, die uiteenlopen van hiphop en rapmuziek, naar filmmuziek, punk en rawstyle. Een cultuurvorm die volgens een paar jongeren ook echt Rotterdams wordt genoemd is de eetcultuur: nog tot laat een maaltijd kunnen eten in de stad.

Op welke manier kwamen zij in aanraking met kunst en cultuur?

Net zoals bij de theaterstudenten zijn er weer een paar manieren waarop de jongeren in aanraking zijn gekomen met kunst en cultuur, of specifiek het maken van muziek. Sommigen begonnen vanuit eigen interesse en bijvoorbeeld een passie voor een bepaalde muzieksoort, of kregen dit in de opvoeding mee. Weer bij anderen gebeurde het op de basis- of middelbare school in de muziekles en door uitstapjes. De jongeren vinden het dan ook heel belangrijk dat er goed aanbod aan kunst en cultuur voor scholen is. Anderen werden door vrienden geënthousiasmeerd of kwamen bijvoorbeeld op de skatebaan in aanraking met graffiti, hiphop en punk. De jongeren omschrijven dit als een soort persoonlijk onderzoek en een ontdekkingstocht. Vooral het zelf ervaren en doen is belangrijk om echt ‘geraakt’ te worden. Hoewel sociale media ook wel genoemd worden als manier om in aanraking te komen met kunst en cultuur, haalt het ook een deel weg van het ontdekproces.

Waarom zou de gemeente Rotterdam meer moeten investeren en waarom?

Bekendheid van de voorzieningen

Er wordt wel gewezen op bestaande voorzieningen voor jongeren, zoals het jongerenloket bij de

bibliotheek waar je terecht kunt om een plan op te zetten, alleen blijken deze compleet onbekend bij de studenten. De jongeren pleiten dus allereerst voor betere bekendheid en vindbaarheid van de financieringsmogelijkheden die er al zijn. De dagelijkse realiteit van de studenten is dat ze via sociale media worden bedolven onder advertenties en informatie die niet perse relevant is. Ook na zoeken zijn zij nog niet bij de mogelijkheden terecht gekomen. Een idee kan zijn om gerichte promotie in te zetten via sociale media – maar misschien is directe promotie op de scholen voldoende. Een ander idee is om speciale avonden te organiseren, een soort subsidiebeurzen, met speeddates en andere mogelijkheden om ideeën te pitchen – Zo maakten de speeddates met fondsen tijdens de muziekconferentie New Skool Rules voor een jonge maker echt het verschil.

Kleine makers en organisaties

De jongeren ervaren het als krom dat de 70 miljoen euro voor cultuur vooral gaat naar grote organisaties die jongeren niet bereiken (als voorbeeld worden De Doelen en Boijmans genoemd) en het aanbod en zichtbaarheid domineren. Als antwoord organiseren en maken jongeren (waaronder muzikanten) zelf, maar dit gebeurt dan wel veel uit eigen zak of onderbetaald. De groep vindt dat er meer geld verdeeld moet worden over kleinschalige initiatieven en organisatoren die daadwerkelijk nieuw aanbod creëren en minder naar het in stand houden van 'oud' aanbod, om Rotterdam die bruisende stad te maken. Ook kunnen er (op basis van pitches) meerdere bedragen worden uitgereikt aan bands/artiesten die vervolgens samen op een festival spelen. Op gebied van muziek worden organisaties als Popunie en Music Matters in Rotterdam genoemd en Popradar uit Den Haag.

Cultuurbemiddelaars

Er is discussie over de rol van de artiest als ondernemer. Het liefst richten de muzikanten en producers hun tijd en energie op het maken van muziek en geven ze aan de 'taal' niet te spreken en daarom behoefte te hebben aan iemand die daarbij kan helpen; een soort tussenpersonen / connecties die hen verwijzen naar de relevante 'scene' of netwerk, mogelijkheden qua financiering, fondsen e.d. en kan helpen om de taal te spreken die nodig is om aanvragen te doen en plannen te realiseren. Het bestaan van cultuurscouts is de studenten niet bekend. Een idee is om deze bekender te maken onder de jongeren, bijvoorbeeld door hen of andere partijen (zoals de RRKC) gastlessen te laten geven. Een ander idee is om de samenwerking tussen opleidingen te versterken om uitwisseling tussen studenten mogelijk te maken en studenten van andere opleidingen te laten helpen bij de zakelijke aspecten.

3.4 Studenten Dans

Wat verstaan de jongeren onder kunst en cultuur?

Net zoals bij de andere jongeren, wordt hier erkend dat deze begrippen voor iedereen anders zijn en dat het gaat om verschillende mensen; mensen zijn culturen. Voor de één is dat misschien musea, voor de ander een theatervoorstelling. Voor deze studenten is dans specifiek als vorm natuurlijk sterk vertegenwoordigd. Maar er wordt ook gedacht aan open podia waar nieuwe artiesten te ontdekken zijn. Dans wordt gezien als uiting van emoties, een uitlaatklep, van leren, een manier om sociale connecties aan te gaan. Wederom worden kunst en cultuur omschreven als een weerspiegeling van de stad, maar hoewel er veel gebeurt op gebied van kunst in Rotterdam, denken de studenten dat een groot deel van de sector gericht is op bepaalde doelgroepen en niet perse een breed publiek. Ook is kunst en cultuur het ontsnappen aan de realiteit, of op een bepaalde manier- creatief bezig zijn – dit is voor deze jongeren vooral dans, maar kan in hun ogen ook voetbal of wielrennen zijn.

Welke cultuur- of kunstvormen spreekt hen aan en beoefenen ze zelf?

Sommige van de jongeren bezoeken graag musea en daarin spreekt het vooral aan als ze iets kunnen doen of meemaken zoals dans in musea en andere cross-overs. Beeldende kunst biedt inspiratie en een andere vormtaal die toe te passen is in dans. Qua muziek spreken verschillende genres aan en vinden de jongeren het leuk om nieuwe muziek te ontdekken – wederom om door geïnspireerd te raken. Ook schrijven, boeken lezen en spoken word spreken aan en kunnen inspiratie bieden voor dans. Kunst en cultuur bieden de jongeren manieren om in andere werelden te komen. Maar het gaat ook om je uitdrukken; iemands kledingstijl kan ook een vorm van kunst zijn en een kapper een kunstenaar. Ook denken de jongeren aan de sociale media cultuur van vloggers, *influencers* en Instagram. Maar dat is ook een cultuur waar de dansers zelf deel van zijn en wellicht meer aan kunnen toevoegen. Ook het maken van dansvideo's en videoclips is tegenwoordig populair op sociale media.

Op welke manier zijn ze in aanraking gekomen met kunst en cultuur?

Sommige jongeren werden als kind naar musea meegenomen. Familie en vrienden worden als belangrijke manieren genoemd.

Waarom zou de gemeente Rotterdam meer geld moeten besteden en waarom?

Bij deze jongeren klinkt vooral behoefte aan mogelijkheden om zich als danser verder professioneel te ontwikkelen. Bijvoorbeeld door speciale (studie)beurzen aan te bieden aan getalenteerde dansers om in het buitenland lessen te kunnen volgen en ervaring op te doen, om die vervolgens weer terug naar Rotterdam te brengen. Nu moeten de studenten dit zelf betalen. Ook zouden ze graag beter geïnformeerd worden over welke financieringsmogelijkheden er al zijn en hoe bijvoorbeeld een plan te schrijven. Ze hebben wel ideeën, maar weten niet goed hoe deze te realiseren. Er is nog een kloof tussen jonge talenten en coaches. Hiervoor zou een brug moeten komen: ervaren mensen helpen nieuwe makers. Vooral jongeren uit de 'urban' scene weten niet goed hoe ze aansluiting moeten vinden op theaters en de 'juiste taal' te spreken. Er wordt een discrepantie ervaren tussen aanbod en publiek van bijvoorbeeld De Doelen en de Stadsschouwburg en de 'urban' scene – waardoor die laatste zich distantieert. Hoewel een groot deel van Rotterdam bestaat uit een diverse groep MBO-studenten, is het publiek in theaters overwegend 50+ en wit. Dit is een zorg die wordt geuit.

De dansstudenten/-alumni denken dat Rotterdam zich vooral focust op de gevestigde gezelschappen, die al lang subsidie krijgen en dat er weinig ruimte is voor nieuwe makers. Er is sprake van een besloten kring: de "elite", bijv. een Museum Boijmans Van Beuningen en Conny Janssen Danst, draait langer mee, heeft ervaring en meer capaciteit en doet aanvragen bij dezelfde fondsen. Zij nemen een oude achterban/doelgroep mee en sluiten hun aanbod hierop aan. Ook wordt de dans die deze MBO-studenten beoefenen niet erkend als kunst omdat het niet is zoals 'het zou moeten'. Om die reden is er volgens deze jongeren een nieuwe connectie met nieuwe groepen nodig en zou geïnvesteerd moeten worden in een speciaal jongerentraject om de brug te slaan: te leren hoe je 'de taal spreekt' en bepaalde minderheden hun onzekerheid weg te nemen. Hoewel de term 'urban' vaak gebruikt wordt, kan deze ook als belemmerend worden gezien omdat deze ook weer gebruikt kan worden om bepaalde cultuurvormen uit te sluiten. Een andere optie is dat de gevestigde organisaties een bepaald bedrag verplicht moeten besteden aan programmering met/voor jongeren.

Ook zien de jongeren kansen om bestaande evenementen te versterken door er ook dans bij te betrekken, zoals bijvoorbeeld het oud en nieuw spektakel.

De jongeren ervaren grote onzekerheid over hun toekomst. Er is een drang om naar het buitenland te gaan, om daar ervaring op te doen dan wel te werken, omdat ze deels voelen dat daar meer kansen liggen. Net als bij de andere studierichtingen, klinkt hier weer hde roep om een soort coaches die helpen bij het zakelijke aspect. Er is behoefte aan een steuntje in de rug wat betreft netwerkmogelijkheden en begeleiding in de zakelijke kant.

Maar de jongeren hebben ook wensen buiten henzelf om en zien dans ook als sterk middel om het leven van anderen te verbeteren. Zo zijn er een paar alumni/studenten die zich (willen) inzetten om dansactiviteiten aan te bieden voor kinderen en ouderen die geen geld hebben. Een alumna geeft les bij de Talentzskool en weet van de regelingen die er zijn, maar heeft bijvoorbeeld geen budget om stukken met kinderen op te voeren voor hun ouders. Zij zouden graag zien dat het mogelijk wordt voor mensen zonder geld om ook aan dans of een andere kunstvorm te doen, vanuit een welzijnsoogpunt.

Ook de rol van social media komt voorbij: zo kan wat andere dansers laten zien een vertekend beeld geven van het werkveld. Ook volgen de jongeren via social media internationale artiesten en zien dan dat hun workshops niet plaatsvinden in Rotterdam met als gevolg dat ze naar andere steden toegaan. Scholen moeten zelf betalen om artiesten binnen te krijgen, maar omdat daar dan geen geld voor is gebeurt het niet. Daar zou ook meer investering naartoe mogen.

Net als bij de muziekstudenten, denken de dansstudenten ook dat het een meerwaarde zou zijn om meer met andere disciplines samen te werken, zoals studenten van grafische opleidingen om een clip te maken. Via dans, video en social media kunnen nieuwe kanten van Rotterdam belicht worden.

Tips voor de RRKC

Ook zijn er nog tips voor de RRKC om beter bekend te worden, want die kenden de meeste jongeren eigenlijk nog niet. Wederom wordt uitgesproken dat het goed zou zijn als jonge mensen met een sterke link met de praktijk en de materie, die weten wat er leeft en werkt in de stad in een bepaald kunstdiscipline, ook een plek hebben in de RRKC. De RRKC moet een weerspiegeling zijn van het veld en de stad.

3.5 Dialoogsessie PLAY! Festival

Op 16 november kwamen de verschillende opleidingsrichtingen (met uitzondering van Economie en Ondernemen) nog eens samen tijdens het PLAY! Festival in De Doelen. Afgevaardigde studenten en alumni spraken in verschillende panels aan de hand van vragen verder door over de onderwerpen die in de eerdere gesprekken al de revue passeerden. Dit gebeurde aan de hand van vooraf geformuleerde vragen en stellingen en de 'over de streep' methode.

Hoe kwamen de jongeren in aanraking met kunst en cultuur?

Wat betreft het in aanraking komen met kunst en cultuur wordt weer het belang genoemd van wat je in je opvoeding meekrijgt als kind. Later in het leven zijn het vooral de groepen waarmee ze in aanraking komen die hen inspireren. Voor het bezoeken van de voor jongeren 'nieuwe' culturele instellingen vormt de opleiding een belangrijke aanleiding. In het persoonlijke leven is het voor elke student anders.

Hoe kijken de jongeren aan tegen het kunst- en cultuuraanbod in Rotterdam?

Wat betreft het aanbod in Rotterdam wordt de hiphopcultuur als bloeiend ervaren en de bandjescultuur bijvoorbeeld weer niet (in tegenstelling tot Den Haag). Ook achten de jongeren dat er genoeg aanbod is in Rotterdam qua grote namen, maar nog te weinig voor beginnende makers. De jongeren pleiten voor meer plek waar je als jonge maker kan en mag werken.

Weer komt het voorbeeld van CREA in Amsterdam naar voren, daar kun je als student (muzikant, theater etc.) tegen een lage prijs een ruimte huren en mensen ontmoeten. Een dergelijke plek wordt

gemist in Rotterdam. Sommigen denken dat het gebrek aan plekken niet zozeer het probleem is, maar een gebrek aan budget. Er moet meer subsidie naar de kleine makers in plaats van podia.

Hoe kijken de jongeren aan tegen hun toekomst na de opleiding?

Terwijl grofweg de helft van de jongeren onzeker is over het vinden van een (vakgerelateerde) baan na de studie, denkt een deel dat het wel moet lukken. Sommige studenten hebben de mentaliteit dat als ze weten wat ze willen, alle kansen benutten en hard werken, het wel moet lukken. Anderen voorzien dat ze een compromis moeten maken om werk te kunnen doen waarvoor ze zowel zijn opgeleid als wat ze leuk vinden, of voorzien een meer commercieel pad. Sowieso is de passie voor hun vak zo groot dat ze er hoe dan ook in willen blijven werken, maar is het de vraag of ze er ook hun brood mee kunnen verdienen. De groep is het er unaniem over eens dat je jezelf echt moet verkopen en moet laten zien.

Wat hebben de jongeren nodig na hun studie om de stap naar het werkveld te maken?

Er is behoefte aan plekken om jezelf te laten zien en connecties te maken. Wederom is er een roep om meer combinaties van disciplines, zoals samenwerkingen tussen musea en dans, of muzikanten verbinden aan dans. Maar dit vraagt wel weer om laagdrempelige plekken om te experimenteren en iets nieuws te ontwikkelen. Ook is les in netwerken en ondernemerschap van belang – al moeten studenten daar wellicht eerst de noodzaak van inzien voor het zal landen.

De wereld van de subsidies heeft voor de jongeren een hoge drempel. Ook wordt er enigszins argwanend tegenaan gekeken, zoals blijkt uit de uitspraak van een alumnus: “Ik denk dat deze vraag met de intentie is dat wanneer je subsidie aanvraagt of iets dergelijks, je gaat auditeren voor mensen die niet zelf kunstenaar zijn. Dan moet je het nut gaan uitleggen, je vocabulaire veranderen voor je een kans krijgt.” De jongeren denken dat kunst zich niet altijd goed in subsidietaal laat verwoorden en ze pleiten voor een vertaalslag naar de praktijk en bijvoorbeeld kansen om ‘face-to-face’ een project te pitchen. Kortom: er bestaat een kloof tussen kunstenaars en de taal die voor subsidies wordt gehanteerd.

Stelling: de Rotterdamse scene is sterk vertegenwoordigd. Waarom ben je als maker in Rotterdam gebleven?

Er lijkt in Rotterdam voor de doelgroep jonge makers nog een gebrek aan goede vertegenwoordiging en voorzieningen, zoals blijkt uit de woorden van een alumnus: “Als het gaat om bekende culturele instellingen is dat niet waar ik zelf heen ga. Voor deze doelgroep vind ik de scene niet goed vertegenwoordigd, er is weinig buiten het centrum van de stad qua oefenplekken/repetitieruimtes. In het centrum zijn deze er wel meer, maar die zijn duur.” Opvallend is ook dat een artiest, alumnus van de muziekopleiding, naar Amsterdam of Den Haag moet voor oefenruimte.

Kijkend naar het eigen karakter van Rotterdam, maken sommige jongeren zich ook zorgen om de aansluiting van kunst en cultuur op de sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen in Rotterdam en de weerspiegeling van de stad. Wie heeft er baat bij de investeringen? “Ik denk dat Rotterdam nog harder kunst en cultuur nodig heeft. Zeker als je kijkt naar ontwikkelingen in de buitenwijken waarbij oorspronkelijke en armere bewoners worden weggedreven naar buitenaf. Het gezicht van Rotterdam dat wordt vertegenwoordigd in de undergroundscene is nog harder nodig.”

Een ander voorbeeld van wat Rotterdam nodig zou hebben is volgens de jongeren DOX in Utrecht. Voormalig theatergezelschap Rotterdams Lef wordt ook genoemd als goed voorbeeld, wat gefuseerd is in Maas.

Stelling: Ik heb mijn plek in de Rotterdamse cultuursector gevonden.

Een deel van de makers is nog dwalende en heeft nog best geworsteld met de stap van opleiding naar het werkveld. Ook wijst een alumnus op het gevaar elkaar steeds te zeggen dat hard werken vanzelf leidt tot succes, wat bij hem geleid heeft tot een burn-out. Verder wordt aangegeven dat Rotterdam een hokjescultuur heeft en er meer interdisciplinair moet worden gedacht en gewerkt.

Welke oproep doen de jongeren aan de wethouder?

De jongeren zien graag investering in een coaching traject om de kloof tussen de subsidiewereld en makers te dichten. Bijvoorbeeld door inloopuren op scholen of bemiddelaars, of door andere manieren van aanvragen te verkennen die meer praktisch zijn dan schriftelijk. Ook wordt aangegeven dat er in Rotterdam-Zuid nog geen plek is waar alle disciplines bij elkaar komen, er zijn broedplekken nodig.

Ook zien sommigen een gebrek aan poppodia in de stad. De jongeren zien ook meerwaarde in investering in meer alledaagse en relationele verbinding van kunstenaars aan de stad die de zichtbaarheid en belang van kunst en cultuur vergroten voor de inwoners van de stad, in plaats van incidentele evenementen zoals festivals.

Conclusie dialoogsessie

Het is belangrijk dat de gemeente het culturele aanbod laat aansluiten op de diversiteit van de stad en zich bewust is van de uitsluitende werking van bepaalde culturele voorzieningen. Er zijn faciliteiten nodig voor Rotterdamse makers en talenten in de wijken – ook buiten het centrum, bijvoorbeeld door meer culturele broedplaatsen verspreid over de stad. Deze moeten ook interdisciplinair: de jongeren denken niet meer zo in hokjes en willen ook af van die cultuur. Ze willen meer plekken, die laagdrempelig en toegankelijk zijn, om zowel te maken als te laten zien en te ontdekken en te ontmoeten. Er is behoefte aan interdisciplinaire podia en ruimten. Liever investeringen in kleine makers en instellingen dan de grote gevestigde namen. Dicht de kloof die er nu is tussen de kunstpraktijk en de subsidiewereld. De taal en status quo in deze wereld sluit deze jongeren enorm uit. Er is bemiddeling nodig, door voorlichting of educatie, of tussenpersonen die kunnen helpen. Ook wat meer vertrouwen en wellicht ‘face-to-face’ manieren van subsidieaanvragen (bijvoorbeeld pitches) zouden het voor de jonge makers in praktijk wellicht makkelijker maken gebruik te maken van de mogelijkheden. Ook eindigde het wederom met een oproep om de plek van kunst en cultuur in het alledaagse straatbeeld te versterken.

3.6 Culturele aanbieders voor het MBO

Met een groep vertegenwoordigers van enkele Rotterdamse culturele instellingen⁴ is op 20 december gesproken over het huidige aanbod gericht op het MBO en initiatieven die voor de toekomst zijn gepland.

Maas Theater en Dans

Maas Theater en Dans onderscheidt in de programma's voor het MBO publieksontwikkeling en talentontwikkeling. Dit vanuit de constatering dat talenten vaak na de opleiding nog moeten doorgroeien voor zij echt als maker aan de slag kunnen. Maas Theater en Dans heeft een goede samenwerking met scholen en andere instellingen uit de wijk, waardoor de lijntjes heel kort zijn en de relaties goed. Momenteel liggen er meerdere projecten die aansluiten op het MBO of jonge makers.

4. CR, Museum Boijmans Van Beuningen, Maas Theater en Dans

Het project **Campus Coolhaven** richt zich bij uitstek op talentontwikkeling en wordt omschreven als “dé hotspot voor jong divers cultureel talent in Rotterdam”. Het is een vast samenwerkingsverband tussen diverse kunstonderwijs- en kunstinstellingen in Coolhaven: Grounds, Jeugdtheater Hofplein, Albeda College, Codarts, LMC, Maas Theater en Dans. Met het project **In Your Backyard** werkt de instelling aan een gezamenlijke, betrokken en diverse community in de wijk en aan het bieden van kansen aan talent in de omliggende wijken van Coolhaven.

Traject Coolhaven is gericht op en het bieden van speciale trajecten voor talent, via samenwerking, doorverwijzing en kennisdeling binnen het netwerk, dat in dit project ook wordt versterkt. Met *Roots aan de Maas* wordt een interdisciplinair talentenfestival ontwikkeld voor talenten van Rotterdamse bodem, met het oog op ook landelijk en internationaal de aandacht te trekken. Via *Mentoren aan de Maas* worden (inter)nationale residenties ontwikkeld van toonaangevende makers, muzikanten en circusartiesten op Coolhaven. Dit gaat gepaard met masterclasses en de creatie van nieuwe producties.

Een ander project dat wordt ontwikkeld heet **De Wilde Keuken**, waarin MBO-studenten een prominent onderdeel zijn van de doelgroep. Het project wordt omschreven als een gezamenlijke zoektocht rondom voedsel, met de vraag hoe studenten vanuit het theater meegenomen kunnen worden in het creatief dromen en denken over een duurzame toekomst. Het project richt zich op MBO-opleidingen uit verschillende disciplines, dus niet alleen de kunstzinnige of culturele.

Ook kijkt de organisatie naar leegstaande ruimtes om daar tijdelijk gebruik van te maken, de beschikbaarheid van laagdrempelige ‘klooiruimte’ is belangrijk voor talentontwikkeling.

Maas Theater en Dans is verder bezig met het organiseren van een Venture Café speciaal op het gebied van podiumkunsten waar *peers* en fondsen elkaar op een laagdrempelige manier kunnen ontmoeten en ideeën kunnen pitchen. Momenteel onderzoekt het Prins Bernhard Cultuurfonds hoe ze de aanvragen op een andere manier kunnen vormgeven die de kloof met de wereld van de jonge makers verkleint.

Museum Boijmans Van Beuningen

Dit museum kiest voor een bredere MBO-doelgroep dan kunst- en cultuurstudenten en zet zich juist in voor de brede vorming van MBO-studenten uit verschillende studierichtingen. Het biedt het programma Van Kijken Naar Zien aan, dat werd ontwikkeld in samenwerking met Codename Future en veel belangstelling wekt. Dit programma richt zich op de ontwikkeling van kritisch kijk- en denkvermogen en bestaat uit een gespreksvorm met activerende opdrachten die niet gericht zijn op kennisoverdracht over kunst. Het museum zet zich actief in de drempel voor MBO’ers te verlagen, aangezien deze groep niet snel het museum bezoekt. Vanuit de opleidingen is er weinig tot geen budget voor kunst- en cultuureducatie, dus een toegankelijke prijs is van groot belang.

Dankzij Fonds 21 kunnen de lessen nu ver onder de kostprijs aangeboden worden. Het ontwikkeltraject rond dit programma duurt een aantal jaren. Tijdens Transit Boijmans Van Beuningen is een beoogd doel van het museum dat het met Boijmans Op Zuid daar ook meer op wijkniveau te programmeren.

Kenniscentrum Cultuureducatie Rotterdam

Een vraagstuk is volgens het KCR hoe culturele instellingen in Rotterdam zich meer als potentiële werkgever kunnen positioneren ten opzichte van het MBO. Grofweg de helft van de banen in de sector, bijvoorbeeld op gebied van productie en techniek, is prima door MBO’ers te vervullen, maar dit gebeurt nog niet vanzelfsprekend. Culturele instellingen moeten zich meer bewust worden van dit potentieel en zich actiever opstellen.

Er zijn het afgelopen half jaar al gesprekken gevoerd rond dit punt. De volgende stap is om als culturele instellingen en het MBO in Rotterdam tot een gezamenlijke strategie te komen. Deze strategie wordt nog van anderen ingezet, maar moet zich gaan verplaatsen naar bestuursniveau om echt verandering teweeg te brengen.

Daarnaast liggen er nog kansen om gebruik te maken van bestaande netwerken en cultuurscouts en om de verbinding tussen sport en cultuur te maken. KCR lanceert in het voorjaar van 2019 een programma om de verbinding tussen de school en de wijk te versterken, om te laten zien dat de culturele omgeving ook vlakbij is. In dat programma gaat het ook om het koppelen van klassieke instellingen aan nieuwe makers.

Verder geeft KCR aan dat in hun werkgroep het idee speelt om een goede klankbordgroep op te richten met studenten, betrokkenen uit het onderwijs en culturele instellingen. Het doel is om studenten meer te betrekken bij de ontwikkeling van aanbod van de culturele sector. Het onderdeel 'talentontwikkeling' staat momenteel op een laag pitje. Er is nog een openstaande vraag welke trajecten afgestudeerde makers kunnen bewandelen om ergens te komen. Als Rotterdam talenten wil behouden dan betekent dit dat er ook een traject moet worden aangeboden. Er zijn al bestaande initiatieven die goed aansluiten op dergelijke vragen, bijvoorbeeld Roots & Routes, maar deze behoeven zichtbaarheid. Waar dan nog gebrek aan blijkt, moet beleid op worden ontwikkeld.

KCR maakte eerder ook een overzicht van het bestaande aanbod specifiek op het MBO gericht. Hieruit blijkt dat de minderheid van de bekeken instellingen, zo'n zes, specifiek aanbod hebben voor het MBO. De overige achtentwintig hebben deels aanbod voor het MBO (bijvoorbeeld overlappend met het VO) of helemaal niet.

Aanbevelingen

Volgens de verschillende aanbieders is het belangrijk dat er op bestuursniveau in het onderwijs een visie wordt ontwikkeld op kunst en cultuur en deze een vaste plek in het curriculum krijgen. Kwaliteit kost echter geld, maak dit dan ook vrij. Er ligt een kans voor Rotterdam om zich als MBO-stad of zelfs 'icoon' te profileren en hier, als voorbeeld voor andere steden, op in te spelen door nieuwe perspectieven te ontwikkelen om de aansluiting tussen het MBO en de arbeidsmarkt in de stad te versterken. In de gesprekken van de RRKC met het Albeda College ging het vooral over dit laatste en minder over het onderwijs binnen de school. Culturele instellingen moeten als potentiële werkgevers een grotere plek gaan innemen en hier ook visie en trajecten op ontwikkelen, samen met het onderwijs. De diverse MBO-populatie is voor culturele instellingen van grote waarde om beter aan te sluiten op de stad en zijn inwoners. Hoewel er al veel initiatieven zijn, zijn deze lang niet allemaal zichtbaar. Maak deze dus eerst zichtbaar en ontwikkel er dan beleid op om goede voorbeelden te versterken. Dit is een lange-termijn proces en kwestie van lange adem.

4. Conclusie en aanbevelingen

De nieuwe generatie Rotterdammers groeit op met een verscheidenheid aan mensen en culturen. Ook groeien de jongeren op met sociale media als een vast onderdeel van hun leven. Dit biedt verrijking en maakt dat veel kunst en cultuur binnen handbereik liggen en er veel mogelijkheden zijn. Alles ligt voor het oprapen via je smartphone: je kunt kunstwerken bekijken, clips maken, muziek vinden. Tegelijk zorgen sociale media voor keuzestress en een vertekend beeld van de werkelijkheid. Er klinkt een behoefte aan sociale verbinding, niet alleen digitaal maar zeker ook in de stad zelf. Ook denken ze aan verbinding binnen disciplines. Hoewel de studenten in de kunstrichtingen vanzelfsprekend sterk gericht zijn op hun eigen discipline, halen ze veel inspiratie uit andere vormen: uit film, beeldende kunst, verschillende muziekstijlen, maar ook straat- en bijvoorbeeld skatecultuur en andere subculturen. Studenten in kunstrichtingen omschrijven zichzelf als 'open-minded' en verplaatsen zich graag in andere werelden. Er lijkt bij de nieuwe generaties een drang om te breken met het traditionele, dat ze bijvoorbeeld erg hokjesgericht vinden. Tegelijk is er een bepaalde terughoudendheid, misschien zelfs passiviteit en onzekerheid, om zelf actie te ondernemen en de touwtjes in handen te nemen. Wellicht komt dit doordat veel informatie juist altijd beschikbaar is, continu over ze wordt uitgegoten en dit het zelf moeten doen van onderzoek wat kan tegenhouden. Dit kan een reden zijn dat veel van het bestaande aanbod, hen nog niet bereikt of wordt gevonden.

De jongeren vatten cultuur en kunst breed op, waarbij er tussen alles verbindingen worden ervaren. Kunst en cultuur zijn een afspiegeling van de maatschappij; al mag dat van de jongeren sterker. Kunst en cultuur gaan over je afkomst, je eigen beleavingswereld en identiteit, talen waarmee je je kunt uitdrukken op welke manier dan ook; of het nou je kleding is, je dans, theater, je sport, foto's die je maakt, videogames die je speelt, een film die je kijkt of museum dat je bezoekt, muziek die je luistert en maakt, gedichten die je schrijft maar ook hoe je je haar doet en wat je eet.

Ook de omgeving die de stad zelf vormt is voor hen typerend en waardevol: de architectuur die Rotterdam typeert beïnvloedt haar inwoners en andersom. Kunst en cultuur kunnen mooi zijn, de stad vrolijker maken, maar mogen ook moeilijk zijn, ontwrichten, shockeren en de rauwheid van het mens-zijn laten zien. Kunst en cultuur gaan voor de jongeren over wat mensen van elkaar onderscheidt en tegelijk over wat zij overeenkomen. Soms is het vermaak, maar ook een benodigdheid en reden van zijn.

Hoewel alle jongeren onderling verschillen, zijn er een aantal cultuur- en kunstvormen die vrijwel overal bovenuit springen. Bijna alle jongeren houden zich bezig met muziek, film en sociale media. Ook kunst en cultuur op straat iets waar ze zich sterk door aangesproken voelen. Ze zien graag meer in de buurt en plekken, zoals open podia, om nieuw talent te ontdekken en te ontwikkelen. Ze houden zich ook bezig met een bepaald welzijn van mensen. Ze kijken veel door een sociale bril naar kunst en cultuur, en hoe deze kunnen bijdragen. De architectuur die zo typerend is voor Rotterdam biedt ook inspiratie. Tegelijk mag er meer kleur en kunst in de openbare ruimte die voor 'de menselijke maat' zorgen. Qua muziek zijn hiphop en rap populair bij veel jongeren, in verschillende talen en sub genres. Ook wordt dit gezien als iets wat echt past bij Rotterdam, al krijgt nog niet elk talent de kans. Een deel van de jongeren voelt dat dit soort nieuwe cultuur niet serieus wordt genomen door 'de gevestigde orde'. Ze voelen zich ook buitengesloten door het bestaande subsidiesysteem en is er sprake van ontoereikend of ontoegankelijk aanbod qua ruimtes voor het maken en presenteren van nieuwe kunst en cultuur. Dit vereist een facilitering waar het beleid een belangrijke bijdrage aan kan leveren.

Aanbevelingen

De aanbevelingen die naar voren komen hebben betrekking op de jongeren als kunst- en cultuurpubliek en maker. Terwijl initiatiefnemers in de stad met eigen inspanningen toch vanaf de grond met en voor deze groep veel voor elkaar krijgen, vinden deze initiatieven nog niet hun weg naar duurzame keuzes en beleid; en daarmee erkenning en meer structurele steun. Dit terwijl de waarde van deze groep voor het realiseren van een voor Rotterdam representatieve kunst- en cultuursector niet te negeren zou moeten zijn. Een waarde die overigens door steeds meer partijen wordt gezien. Met betere facilitering kan Rotterdam uitgroeien tot een landelijke voorbeeldstad en een sterke eigen positie innemen. Dit betekent deels het zichtbaar maken, versterken of aanpassen van wat er al is, maar ook het steunen van nieuwe initiatieven die nog missen.

1. Toegankelijkheid van de ruimte

Investeer in interdisciplinaire, **creatieve broedplaatsen**. Er is een grote behoefte aan betaalbare of kosteloze repetitie-, werk- en ontmoetingsruimten voor studenten en alumni van de creatieve MBO-opleidingen (en autodidacten). Specifiek werd ook het belang van voorzieningen en aanbod op niveau van de wijken en scholen genoemd. Zeker in stedelijke deelgebieden waar weinig is voor deze groep, is er behoefte aan faciliteiten. Genoemde voorbeelden zijn het Urban Culture Podium⁵ in Rotterdam dat in het verleden toch werd afgeblazen, de Q-Factory in Amsterdam, standplaats Utrecht (een samenwerkingsverband tussen onder andere DOX en Theater Utrecht), of een plek als Islemunda in IJsselmonde.

Daarnaast sprak deze groep zich uit over het benutten van de straat als podium en plek om te maken, al dan niet met andere bewoners van de stad. De vorm van de bestaande sportclinics leent zich bijvoorbeeld ook voor kunst en cultuur.

De jonge maker heeft zelf de verantwoordelijkheid en autonomie over haar of zijn praktijk en ontwikkeling. Wel is er ruimte te winnen in de mogelijkheden die de gevestigde kunst- en cultuursector kan bieden, zoals kennis, coaching en netwerk. Maak dus inzichtelijk welke **faciliteiten en expertise** de verschillende instellingen te bieden hebben, wat hun doel is, zodat de jonge generatie hier gebruik van kan maken en andersom. Ook zouden instellingen verplicht kunnen worden een bepaald percentage van hun budget te besteden aan nieuw Rotterdams talent en *urban arts*. Zeker jongeren met een achtergrond die nog worden uitgesloten door de gevestigde instellingen, hebben iets nieuws te bieden en openen paden tot ideeën, groepen en leefwerelden waar de instellingen afstand van hebben.

2. Aansluiting van het subsidiestelsel

Er is nog een kloof tussen deze jongeren en de wereld van fondsen en subsidies. De ondersteuningsmogelijkheden die er al wel zijn, blijken nog onvindbaar voor deze groep jongeren of sluiten niet goed aan op de praktijk en wat nodig is. Bied daarom een **speciaal fonds** aan waar ook studenten al een aanvraag kunnen doen voor initiatieven op gebied van kunst en cultuur. In dit opzicht is de bestaande JongerenBijdrageRegeling dus zeer geschikt, alleen helaas nog onbekend bij deze doelgroep. Tijdens verschillende creatieve opleidingen is het belangrijk dat studenten op realistische wijze kunnen oefenen met het aanvragen van subsidies en de projecten ook echt kunnen uitvoeren. Ondernemerschap binnen het onderwijs kan dan in de praktijk toegepast worden en helpen om de vaardigheden van de nieuwe makers op dit gebied te versterken. Het verbeteren van de aansluiting op de doelgroep kan vorm krijgen in een **speciale desk** waar jonge (student-) makers met hun plannen terecht kunnen voor hulp en advies. Als aanvulling hierop zou het mogelijk moeten worden gemaakt om plannen op andere manieren in te dienen bij fondsen, zij het veel beknopter (bijvoorbeeld één A4) of *face-to-face* in **pitches**.⁵

5. Hier wordt door sommige fondsen al mee geëxperimenteerd

De jonge makers spraken zich uit over de grote onzekerheid die zij ervaren in het vinden van financiële zekerheid als maker. Dit is natuurlijk onderdeel van een bredere discussie over de lage lonen waar kunstenaars en andere creatieve maker, voor werken. Erken de waarde van de kunsten en zorg voor een regeling die voorziet in een bepaalde sociale zekerheid van de makers en neem als Rotterdam een voorbeeldrol voor de rest van het land.⁶

3. Zichtbaarheid van het aanbod

Vergroot de zichtbaarheid van en vindbaarheid tussen het bestaande aanbod voor en door deze doelgroep. Investeer in **cultuurambassadeurs** als schakels tussen het aanbod en de MBO-studenten, het liefst per wijk omdat de ambassadeurs dan actief kunnen inspelen op wat er leeft. De bestaande rol van de **cultuurscouts** lijkt in dit opzicht geschikt. Zij spelen nu alleen geen actieve rol voor deze jongeren en zijn grotendeels onbekend bij hen. Op zijn minst zouden zij gratis voorlichting moeten geven op de opleidingen (nu kan dat alleen tegen een hoog tarief). Nog beter is het als de pool aan cultuurscouts wordt uitgebreid met jonge, talentvolle ambassadeurs die ook echt een afspiegeling zijn van deze doelgroep.

Ook is er andere facilitering nodig om dit jonge publiek en het aanbod met elkaar te verbinden. Het magazine van Uitagenda Rotterdam bereikt als papieren medium deze groep niet en neemt daarnaast veel relevant aanbod niet mee. Het past niet goed bij hoe de jongeren informatie tot zich nemen en hoe aanbod soms meer spontaan tot stand komt en gezocht kan worden. Wel is er behoefte aan een **online platform** voor de doelgroep creatieve studenten en jonge makers waar ook het aanbod van kleinere makers op te vinden is. Immers hebben zij niet dezelfde marketingbudgetten als de grotere instellingen, terwijl zij even goed onderdeel uitmaken van het Rotterdamse kunst- en cultuuraanbod. Dit kan op een bestaand medium als Instagram of een soort online culturele kaart van Rotterdam, waar vraag en ál het (ook kleine) aanbod elkaar vinden en gefilterd kunnen worden op basis van de interesse. Dit platform kan ook zicht bieden in vraag en aanbod qua ruimtes. Ook een initiatief als **We Are Public** sluit hier goed op aan. Meermaals werd de vraag gesteld waarom dit in Rotterdam nog niet bestaat en wel in andere grote steden.

6. Zo bood de afgeschafte WIK (Wet inkomensvoorziening kunstenaars) uit het verleden goede steun. Nu biedt de zogenaamde [Fair Practice Code](#) richtlijnen

Beschouwing:

Innovatie
in de Rotterdamse
cultuursector

Samenvatting

De RRKC constateert dat veranderingen in de samenleving elkaar steeds sneller opvolgen. Er is sprake van een langdurige transitiefase waarin een groot beroep wordt gedaan op de innovatieve kracht in alle domeinen van de samenleving. Tegen deze achtergrond organiseerde de Raad in november 2018 een reflectiebijeenkomst met vijf innovatieve denkers uit de creatieve industrie. Er werd ingegaan op innovaties in de Rotterdamse praktijk van de creatieve industrie, trends, waarde creatie van innovaties, en randvoorwaarden om innovaties succesvol te maken. Aanvullend deed de Raad web research en literatuuronderzoek.

Begripsomschrijving en kader voor innovatie

De Raad licht toe dat het begrip innovatie voor meer interpretaties vatbaar is. Innovaties kunnen technologisch of sociaal zijn. Verder zijn te onderscheiden productinnovatie en procesinnovatie. En zo zijn er meer invullingen van de term innovatie. Om het begrip in te kaderen voor de creatieve industrie stelt de Raad een innovatiekader voor met drie lagen: (1) Innovatie op de werkvloer, (2) Waardecreatie van innovatie en (3) Randvoorwaarden voor een innovatieve creatieve sector.

Creatieve industrie

De cultuursector is een deelsector van de creatieve industrie. De creatieve industrie versterkt het innovatievermogen van Nederland. Het is een dynamische sector en een onmisbare schakel in het geven van antwoorden op grote maatschappelijke vraagstukken. In deze tijd van transities verandert de manier waarop de professional werkt en samenwerkt. De rol van de creatieve professional is meer fluïde dan voorheen. De Raad haalt een aantal pregnante ontwikkelingen aan die de Innovatieagenda 2018-2021 van de landelijke topsector Creatieve Industrie benoemt en ook in Rotterdam herkenbaar zijn.

Innovatie in de Rotterdamse creatieve sector

In de innovaties op de werkvloer van de Rotterdamse creatieve sector onderscheidt de raad vier trends.

- > Rotterdam wordt steeds aantrekkelijker voor kunstenaars en makers (1);
- > er is sprake van een *grassroot* mentaliteit die ertoe leidt dat veel sociale en creatieve innovatie op lokaal niveau tot stand komt (2);
- > de betrokkenheid van kunstenaars en ontwerpers bij maatschappelijke opgaven neemt toe (3);
- er is sprake van een rolverschuiving tussen kunstenaars en ontwerpers (4).

De Raad signaleert ook knelpunten. Een daarvan is dat de ruimte om te experimenteren tekort schiet. Om te innoveren moet er ruimte zijn om te falen en daarvan te leren. De huidige regelgeving omtrent subsidies remt dit af. Verder is er een kloof in de doorstroming van talent. In bepaalde disciplines of sectoren kan meer ketengericht worden geïnvesteerd, meent de Raad.

De Raad gaat in op de waarde-creatie van maatschappelijk gedreven innovaties. Innovaties genereren artistiek inhoudelijke, sociale, ecologische en/of economische waarde. De kracht van innovaties wordt bepaald door het effect van die waarden bij gebruikers en publiek. In dit hoofdstuk zoomt de Raad ook in op de reflectie van kunstenaars op innovatieprocessen in de samenleving.

Innovaties gaan gepaard met nieuwe genres en nieuwe businessmodellen. Experimenten zijn soms het vertrekpunt van nieuwe genres. Om effectief te innoveren is nodig dat kunstenaars en makers leren opschalen en dat meer in ketens wordt gedacht. Hierbij ontstaan nieuwe businessmodellen.

De Raad meent dat de gemeente de stad met zijn creatieve industrie sterker kan profileren. Dat kan met de ontwikkeling van een visie, doelstellingen en randvoorwaarden. De gemeente zou een eigen innovatieagenda kunnen maken voor zijn creatieve industrie.

Aanbevelingen aan het college van B&W

1. Hanteer een *innovatiekader* aan de hand waarvan innovatie bij kunstenaars, ontwerpers, makers en culturele instellingen kan worden beschreven en gewogen. De Raad geeft met een model een aanzet.
2. Ontwerp een *innovatieagenda* voor de creatieve industrie.
 - > De gemeente neemt in de agenda de regie met een visie, doelstellingen en randvoorwaarden.
3. Creëer als gemeente een *optimaal speelveld* voor de creatieve industrie waarin sprake is van:
 - > fysieke aspecten (een cultuurkaart voor werk- en presentatieruimte);
 - > economische aspecten (aandacht voor de kunstmarkt, coaching en begeleiding in ondernemerschap);
 - > mentale ruimte (falen niet bestraffen, successen een podium bieden);
 - > inclusiviteit.
4. Herijk het subsidiebeleid.
 - > Verminder de regeldruk waardoor meer ruimte ontstaat voor experiment.
 - > Sluit aan op nieuwe genres, businessmodellen en financieringsvormen.
 - > Creëer een innovatiebudget om innovaties in de cultuursector meer ruimte te bieden.
5. De creatieve sector en de culturele sector worden tot nu elk met een eigen sectorbeleid bediend.
 - > Kies voor een integrale benadering en stimuleer dwarsverbanden en uitwisseling.

1. Inleiding

In deze beschouwing gaat de RRKC in op het thema innovatie. De Raad biedt het college met deze beschouwing bouwstenen voor zijn Uitgangspuntenbrief voor de Cultuurplanperiode 2021-2024.

De Raad constateert dat veranderingen in de samenleving elkaar steeds sneller opvolgen. De socioloog en filosoof Zygmunt Bauman (1925-2017) spreekt van een 'vloeibare moderniteit'. Daarmee bedoelt hij dat alle relaties, instituten, groepen flexibel worden, onderhevig aan voortdurende veranderingen. Er is volgens hem sprake van een langdurige transitiefase waarin een groot beroep wordt gedaan op de innovatieve kracht in alle domeinen van de samenleving. Tegen deze achtergrond organiseerde de Raad in november 2018 een reflectiebijeenkomst met vijf innovatieve denkers uit de creatieve industrie. Zie bijlage a voor de samenstelling van deze groep.

Voor de bijeenkomst had de Raad de volgende vragen geformuleerd:

- > Hoe vinden innovaties plaats op de Rotterdamse werkvloer van de creatieve industrie?
- > Welke trends zijn daarin te onderscheiden?
- > Hoe vindt waarde-creatie plaats?
- > Wat is er qua voorwaarden en faciliteiten nodig om innovaties succesvol te maken?

Voor deze beschouwing heeft de Raad ook web research en literatuuronderzoek gedaan. Zie bijlage b voor bronnen. In bijlage c schetst de Raad beknopt hoe innovatie als thema in het Rotterdamse en landelijke cultuurbeleid aan bod komt, onder meer in de sectoradviezen van de Raad voor Cultuur.

Leeswijzer

In paragraaf 1 gaan we eerst in op de betekenis van innovatie. De Raad licht toe dat innovatie gelaagd is en op verschillende niveaus plaatsvindt. We maken deze gelaagdheid zichtbaar aan de hand van een innovatiekader. In paragraaf 2 wordt beschreven hoe de creatieve industrie opereert, landelijk en plaatselijk, wat belangrijke trends zijn, en welke nieuwe genres en businessmodellen zich aandienen. Hier lichten we ook toe waarin de cultuursector zich onderscheidt van de creatieve sector. Paragraaf 3 beschrijft de bevindingen van de reflectiegroep en vormt het hart van deze beschouwing. Paragraaf 4 sluit deze beschouwing af met een aantal aanbevelingen aan het college van B&W.

2. Gelaagdheid van Innovatie

2.1 Betekenis innovatie

Innovatie stamt van het Latijnse werkwoord *innovare* = vernieuwen. De term innovatie heeft voor velen verschillende betekenissen. Het CBS verstaat onder innovatie alle activiteiten die gericht zijn op vernieuwing in een bedrijf. Innovaties kunnen volgens het CBS zowel *technologisch* als *niet-technologisch* van aard zijn. Bij technologische innovatie gaat het om het vernieuwen dan wel verbeteren van producten of diensten of de processen waarmee producten en diensten worden voortgebracht. Van niet-technologische innovatie is bijvoorbeeld sprake bij vernieuwingen in een organisatie. *Sociale innovatie* is een voorbeeld van niet-technologische innovatie. Hierbij worden ideeën en inbreng van medewerkers ingezet en benut om een organisatie te verbeteren en te vernieuwen.

Veel economen onderscheiden bij innovatie de ontwikkeling en succesvolle invoering van nieuwe of verbeterde goederen en diensten (*productinnovatie*), én productie- of distributieprocessen (*procesinnovatie*). Het succesvol toepassen van nieuwe technische vondsten wordt gezien als een van de drijvende krachten achter productiegroei.

In de sectoradviezen van de landelijke Raad voor Cultuur wordt innovatie met regelmaat genoemd zonder dat duidelijk wordt wat het precies betekent. Innovatie komt hier nergens specifiek aan de orde. De verschillende manieren waarop in het cultuurbeleid innovatie wordt geduid was voor de RRKC aanleiding om het begrip nader te omlijnen aan de hand van een kader. De Raad licht hieronder het kader toe.

2.2 Innovatiekader

In een innovatiehandboek⁷ voor ondernemers lezen we dat het beoogde effect van innovaties is: het vergroten van de toegevoegde waarde van een organisatie of het vergroten van de klantwaarde. Verschillende typen innovatie hebben betrekking op verschillende onderdelen in de keten van de waarde-creatie. Behalve product- en procesinnovatie worden in het innovatiehandboek ook onderscheiden: marktinnovatie, businessmodel-innovatie en duurzame innovatie. In het handboek wordt toegelicht dat innoveren plaatsvindt op drie niveaus:

- > het innovatieproces op de werkvloer: dromen, denken, durven en doen;
- > waarde-creatie; hieraan wordt het wat en waarom van innovaties gerelateerd. Verschillende waarden worden onderscheiden en de stakeholders voor wie deze relevant zijn;
- > randvoorwaarden om structureel succesvol te innoveren.

Deze gelaagdheid heeft de Raad benut voor het opstellen van een denkkader voor innovatie in de Rotterdamse creatieve sector. Zie hieronder. De komende paragrafen worden langs de lijnen van dit kader uitgewerkt.

7. Innovatiehandboek, Paul van der Voort en Frank van Ormondt - 2de druk 2011

Niveau 1 Innovatie op de werkvloer
ondernemen: dromen, denken, durven, experimenteren, beproeven doen!
1. technologische innovatie
• productinnovatie (innovatie van producten en diensten) • procesinnovatie (innovatie van processen waarmee producten en diensten worden voortgebracht)
2. Niet technologische innovatie
• sociale innovatie • marktinnovatie • businessmodel innovatie • duurzame innovatie
Niveau 2 Waardecreatie
Waardecreatie voor alle stakeholders
• Stakeholders 1. publiek/klanten 2. gemeente/opdrachtgevers 3. financiers(publiek en privaat geld) 4. samenwerkingspartners; culturele organisaties, ontwerpers, kunstenaars en makers, maatschappelijke organisaties, bedrijven. 5. medewerkers organisatie (intern)
• Waarden 1. artistieke waarde 2. sociale waarde 3. economische waarde (kosten en baten) 4. ecologische waarde (duurzaamheid/ circulariteit)
Niveau 3 Randvoorwaarden voor een innovatieve cultuursector
1. ruimte om te werken en te presenteren 2. middelen (financiering) 3. begeleiding en coaching

2.3 Innovatiematrix

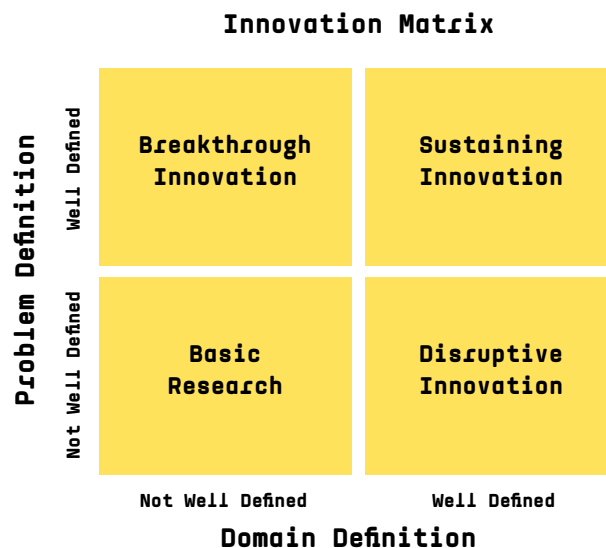
De Amerikaanse innovatie-expert en publicist Greg Satell deed een studie naar beroemde topinnovators en bracht het innovatieproces in kaart.⁸ Zijn stelling is dat er even zoveel innovaties zijn als problemen om op te lossen. Volgens Satell moet altijd een juiste strategie worden gevonden om een probleem op te lossen.

Dat kan op twee manieren:

1. door te onderzoeken of het probleem goed is beschreven (Problem Definition). Staat de innovator een concrete toepassing voor ogen (de uitvinding van de Ipod door Steve Jobs) of niet (bijvoorbeeld de relativiteitstheorie van Albert Einstein)?
2. door te onderzoeken hoe het domein is beschreven (Domain Definition). Welke *skills* zijn nodig en zijn deze te benoemen?

Na dit onderzoek kan een innovatiematrix worden opgesteld. Zie het schema hieronder.

Elke organisatie kan aan de hand van de innovatiematrix zelfonderzoek doen om zijn innovaties goed te doen slagen.



Bron: Mapping innovation - Greg Satell

8. Mapping innovation - A playbook for navigating a disruptive age, Greg Satell - McGraw-Hill Education 2017

3. Innovatiekracht creatieve industrie

3.1 Culturele sector = deelverzameling creatieve industrie

De creatieve industrie bestaat uit drie sectoren: creatieve zakelijke dienstverlening, media en entertainment, en kunsten & cultureel erfgoed⁹. Deze omschrijving wordt gedeeld door TNO, CBS en de ministeries van OCW en Economische Zaken. Kunstenaars, makers en ontwerpers zijn spelers in verschillende deelsectoren. De Raad gaat in paragraaf 4 nader in op de verschillen in werkwijze en aanpak van deze spelers.

3.2 Creatieve industrie als topsector

In 2010 richtte de regering met de introductie van het topsectorenbeleid de schijnwerpers op sectoren die een waardevolle bijdrage aan de economische en innovatieve kracht van Nederland leveren.

Om de maatschappelijke veranderingen en de transities die daarvoor nodig zijn aan te gaan, is door de topsectoren¹⁰ de zogeheten Kennis- en Innovatieagenda opgesteld.

In de agenda voor de periode 2018-2021 lezen we dat er behoefte is aan een inclusieve samenleving die innovatie in samenwerking omarmt en mogelijk maakt; inclusief in de zin dat vernieuwing voor iedereen bereikbaar en beschikbaar is en helpt om deel te nemen aan de maatschappij. De Raad komt hierop terug in zijn beschouwing over inclusiviteit.

De creatieve industrie is een van de negen topsectoren die zich voor de maatschappelijke uitdagingen in de Kennis- en Innovatieagenda gesteld ziet. De opname van de creatieve industrie in het topsectorenbeleid is een erkenning van de waarde die creatieve en culturele organisaties hebben voor de economie. Er wordt mee onderstreept dat creativiteit een belangrijke grondstof is voor innovatie.

In de publicatie 'Kracht van verbeelding' (2014) laat hoogleraar Paul Rutten zien hoe de creatieve industrie zich de afgelopen jaren in Nederland heeft ontwikkeld. De creatieve industrie wordt gewaardeerd vanwege zijn bijdrage aan de stedelijke ontwikkeling. De vier grote steden zijn samen met Hilversum goed voor 36% van alle banen in de Nederlandse creatieve industrie. Volgens Rutten heeft een verschuiving plaatsgevonden in het denken over deze sector. Eerst werd de creatieve industrie vooral gezien als banengenerator en waarde-creator, later zou de creatieve industrie meer als aanjager gelden van innovatie en concurrentiekracht in andere sectoren van de economie en als katalysator van stedelijke ontwikkeling of sociale innovatie in de stad. Rutten signaleert dat de grootstedelijke biotoop veel mogelijkheden biedt voor dwarsverbanden met andere sectoren zoals zorg en energie.

9. Kracht van verbeelding, perspectieven op creatieve industrie - Paul Rutten 2014

10. De negen topsectoren zijn Agri & Food, Chemie, Creatieve Industrie, Energie, Life Sciences & Health, Logistiek, High Tech Systemen en Materialen, Tuinbouw & Uitgangsmaterialen, Water.

3.3 Kennis- en Innovatieagenda topsector Creatieve industrie

De Kennis- en Innovatieagenda Creatieve industrie 2018-2021 stelt centraal dat de creatieve industrie het innovatievermogen van Nederland versterkt. De creatieve industrie is een dynamische sector en een onmisbare schakel in het geven van antwoorden op grote maatschappelijke vraagstukken en het bieden van een zinvolle betekenis aan nieuwe technologische mogelijkheden.

In deze tijd van transitie verandert de manier waarop de professional werkt en samenwerkt. De rol van de creatieve professional is meer fluïde dan voorheen. Tegelijkertijd wordt er meer verwacht van de onderbouwing van ontwikkelde interventies en neemt de complexiteit van vraagstukken en oplossingen toe. Daarom is, aldus de agenda, de samenwerking tussen creatieve industrie en kennisinstellingen cruciaal.

De Kennis- en Innovatieagenda beschrijft een aantal ontwikkelingen die ook voor Rotterdam herkenbaar zijn:

- > Naast een kleiner aantal grote bedrijven bestaat de creatieve industrie vooral uit MKB'ers en ZZP'ers. Zij werken in flexibele, internationale netwerken waardoor de sector in staat is snel op nieuwe ontwikkelingen in te spelen en te vernieuwen. Kennis of vaardigheden die ontbreken, worden gevonden in netwerken met andere bedrijven.
- > Het aantal bedrijven is de afgelopen jaren sterker toegenomen dan het aantal werkzame personen. Deze schaalverkleining gaat gepaard met een verlies aan productiviteit en toegevoegde waarde en zorgt ervoor dat creatieve ondernemers vaak weinig tijd, capaciteit en financiële middelen hebben voor een toekomstbestendige ontwikkeling van hun product, bedrijf of medewerkers. De arbeidsmarktsituatie van veel werkenden in de culturele sector is volgens de Sociaal Economische Raad (SER) en de Raad voor Cultuur (RvC) zorgelijk. Veel banen van werknemers zijn verdwenen en het van oudsher grote aantal ZZP'ers is verder gestegen.
- > De creatieve industrie is een voorloper in het ontwikkelen en benutten van alternatieve financieringsvormen zoals crowdfunding (bijvoorbeeld Kickstarter of Voordekunst) of microkredieten (zoals Qredits). Bestaande instrumenten zoals de Cultuurlening van Cultuur+Ondernemen worden nog te weinig benut.
- > De rol van de creatieve professional in innovatieprojecten verandert. De creatieve professional wordt steeds vaker vroeg in het proces betrokken bij strategische vraagstukken. Hij krijgt tevens de rol van facilitator van het innovatieproces en van verbinder tussen alle stakeholders om in gezamenlijkheid een oplossing te laten ontstaan. Om deze rollen te kunnen vervullen wordt andere en nieuwe kennis, kunde en een andere *mindset* van creatieve professional gevraagd.
- > Er ontstaan nieuwe businessmodellen die een steeds groter deel van het economisch verkeer bepalen. Een businessmodel is de manier waarop twee of meer stakeholders op een bedrijfsmatige manier waarde creëren met of voor elkaar. Businessmodellen zijn cruciaal in waarde-creatie omdat zij de koppeling maken tussen de waarde-creatie en het economisch verkeer. Nieuwe businessmodellen zijn bij uitstek voor de creatieve industrie interessant om waarde toe te voegen, omdat deze sector zich kenmerkt met 'zachte', complexe, *networked*, dynamische systemen.

3.4 Creatieve industrie Rotterdam

In de eerste jaren van het huidige decennium (tot 2014) stagneerde de groei van de creatieve industrie in Rotterdam¹¹. Er was zelfs sprake van een teruggang. Op elk van de drie deelsectoren leverde de stad banen in. In de kunsten en erfgoed was in 2012 sprake van een aanzienlijke teruggang, met name door de bezuinigingen op cultuur door het kabinet Rutte, maar deze sector stabiliseerde zich in de jaren daarna. In de creatief zakelijke dienstverlening leverden de communicatiesector en de architectuur fors in. De architectuur leed onder de malaise in de bouw die samenhang met de economische crisis. Vormgeving en design toonde als relatief kleine sector daarentegen een gestage groei. Na 2014 keerden de ontwikkelingen zich ten goede¹². De bijdrage van de creatieve industrie aan de Rotterdamse en regionale economie groeit sterk. 4,2 procent van de werkgelegenheid in Rotterdam wordt gerealiseerd in de creatieve sector, een groei van dertig procent sinds 2012. In de creatieve industrie werden driemaal zoveel bedrijven gestart als in het maritieme cluster, het belangrijkste cluster in Rotterdam. Deze nieuwe bedrijven creëerden ook meer werkgelegenheid dan het maritieme cluster. De eerste stappen daartoe zijn al gezet in het MerweVierhavensgebied (M4H), waar onder meer geëxperimenteerd wordt met stadslandbouw en circulaire productieprocessen.

11. Kracht van verbeelding, perspectieven op creatieve industrie - Paul Rutten 2014

12. Economische Verkenning Rotterdam 2018

4. Innovatie in de Rotterdamse creatieve sector

In deze paragraaf leest u over de bevindingen van de reflectiegroep. De volgende vragen stonden centraal: Hoe vindt innovatie plaats in de Rotterdamse creatieve sector? Welke trends zijn waarneembaar? Welke kansen doen zich voor en welke knelpunten worden zichtbaar? Welke waarden worden gegenereerd met innovatieve ontwikkelingen? Wat is ervoor nodig om het innovatiesuccesvol te laten zijn?

De Raad geeft hier geen (kwantitatief) overzicht van alle innovatieve ontwikkelingen in de stad; dat zou een veel groter onderzoek vergen. Deze beschouwing is een kwalitatieve benadering die het college bouwstenen biedt voor een beleid over innovatie in de creatieve sector.

4.1 Innovatie op de werkvloer

In de Rotterdamse innovatiepraktijk onderscheidt de RRKC vier trends.

1. Rotterdam steeds aantrekkelijker voor kunstenaars en makers

Rotterdam toont steeds meer een eigen *brand* doordat kunstenaars en makers meer kansen zien om hier te werken en zich te presenteren. Er is een broedplaatsenbeleid en Rotterdam wordt aantrekkelijker voor kunstenaars van buiten de stad. Rotterdam ontwikkelt een nieuwe frisheid waar kunst en ontwerp niet alleen getoond wil worden, maar ook de ruimte krijgt voor experimenten die niet noodzakelijk tot galerie-presentaties of museale tentoonstellingen leiden. De schaduwkant is dat werken en presentatieruimte in de stad onder druk staat omdat de gemeente geneigd is steeds meer cultureel vastgoed te verkopen aan marktpartijen. Dat remt de mogelijkheden af. Wij verwijzen hier naar ons [advies](#) Verkenning en analyse werk- en presentatie ruimte in Rotterdam (juli 2018).

2. Grassroot mentaliteit

Tweede in het oog springende trend is dat het culturele veld in Rotterdam zich steeds meer door een sterke *grassroots* mentaliteit kenmerkt die ertoe leidt dat veel sociale en creatieve innovatie op lokaal niveau tot stand komt vanuit burgerinitiatieven, wijkverbanden of kunstenaars en ontwerpers die zelf vernieuwing aanjagen.

3. Betrokkenheid van kunstenaars en ontwerpers bij maatschappelijke opgaven

In bijna alle disciplines is de trend waarneembaar dat kunstenaars en ontwerpers zich vaker betrokken voelen bij maatschappelijke opgaven, in de zorg, rond duurzaamheid, leefbaarheid in de wijken, armoede, eenzaamheid etc. Vooral bij jonge kunstenaars en ontwerpers is dit het geval. Zij zetten zich bij het begin van innovatieprocessen in met verbeeldingskracht, maar ook in opvolgende fasen door het losmaken van energie en het tot stand brengen van nieuwe verbindingen. Ze leveren vanuit hun maatschappelijke gedrevenheid ideeën, werken die zelfstandig uit of ze betrekken er sociaal ondernemers bij om sociale impact te genereren. Soms ontstaat deze maatschappelijke gerichtheid uit noodzaak, doordat de subsidies minder worden. De uitdaging om te ondernemen neemt toe en daarmee de verkenning over de grens van het autonome kunstenaarschap.

Kunstenaars vervullen bij dit soort innovatieprocessen dankzij hun beeldend vermogen en subversieve karakter een belangrijke rol. Tegendraads denken maakt creatief. Daarnaast benaderen kunstenaars mensen op een gelijkwaardige manier en zijn daardoor vaak goed in staat om hen mee te nemen in nieuwe denkrichtingen voor oplossingen.

Op lokaal (wijk)niveau liggen veel kansen voor kunstenaars en ontwerpers om hun maatschappelijke betrokkenheid te tonen. Ze creëren met bewoners sociale verbindingen in cultureel diverse wijken en reiken op een innovatieve manier bouwstenen aan voor een verbetering van het leefmilieu. Deze aanpak vraagt om een benadering op kleine schaal in een horizontale netwerkvorming, door Jeanne van Heeswijk aangemerkt als *vernetting* (zie verder).

Een interessant voorbeeld is [Change the System](#). Museum Boijmans Van Beuningen pioniert met dit project op een innovatieve manier in Rotterdamse wijken en betreft daarbij ontwerpers en kunstenaars die hun leefomgeving anders willen vormgeven. Op dit moment wordt de grootstedelijke armoede onderwerp gemaakt van een maatschappelijk debat onder cultuurmakers. Met Change the System wil Boijmans een verbindende rol vervullen met kunstenaars in de stad.

In Stadslabs wordt menigmaal de basis gelegd voor dergelijke innovaties. Daarin wordt de diversiteit aan belangen in een bepaald gebied zichtbaar en bespreekbaar gemaakt. Vragen die daarbij opkomen zijn: Wat is de rol van de bewoner in dit proces? Zijn we ons bewust van onze aannames over de context? Gaat het om sociale problematiek of over iets anders? Het [Stadmakerscongres](#) laat dit aan de hand van casuïstiek goed zien.

Kunstenaars en ontwerpers die vanuit maatschappelijke betrokkenheid innoveren, doen dit elk vanuit een zelfstandige keuze als professional. Ze volgen hun hart. Een gemeente die innovaties in de creatieve sector wil stimuleren, zou hun keuzes kunnen respecteren, ruimte beschikbaar stellen en cross-over activiteiten stimuleren. De gemeente kan van kunstenaars geen kant en klare oplossingen verwachten voor stedelijke problemen, maar wel dat ze helpen met het beter doorgronden ervan en ze in een nieuw perspectief te plaatsen.

4. Rolverschuiving kunstenaars en ontwerpers

Grofweg is er sprake van een volgende typologie. Ontwerpers zijn meer dan kunstenaars getraind in het inrichten van (herhaalbare) ontwerpprocessen waarbij verschillende belanghebbende partijen, waaronder toekomstige gebruikers, worden betrokken. Ontwerpers gebruiken onder meer verbeelding en *prototyping* om het resultaat al vanaf het begin tastbaar te maken. Het werken aan een maatschappelijke opgave wordt door hen expliciet als een opdracht gezien.

Kunstenaars werken meer vanuit een artistieke autonomie en hebben vaker de neiging om eenmalige processen te bedenken en toe te passen in een project. Dit zijn uitersten in benadering. Er ontstaan door een toenemende interconnectiviteit steeds meer tussenvormen die het onderscheid tussen ontwerpers en kunstenaars diffuus maken. Tussen de 'autonome' kunstenaars aan de ene kant en industriële ontwerpers aan de andere kant onderscheidt de Raad tussenvormen. Het *ambacht*¹³ is zo'n tussenvorm en keert terug met de opkomst van lokale productie en de circulaire economie: het ontwerp- en maakproces blijft doorgaans in één hand. We spreken hier ook wel van makers.

Voor de nieuwe generatie jonge kunstenaars denkt steeds minder autonoom, omdat ze vanuit een maatschappelijke gedrevenheid graag zien dat hun kunst betekenis krijgt in de samenleving.

De Raad voor Cultuur¹⁴ constateert dat de werkplekken van ontwerpers en de broedplaatsen en ateliers van kunstenaars vaak nog gescheiden werelden zijn. Kunstenaars kunnen volgens de landelijke raad evenwel input geven om technologische vernieuwingen niet alleen mooier te maken, maar ook beter te benutten.

13. Kracht van verbeelding, perspectieven op creatieve industrie - Paul Rutten 2014

14. Sectoradviezen Raad voor Cultuur (2018/2019)

4.2 Kansen en knelpunten voor innovatieve kunstenaars en makers

Ruimte voor experiment schiet tekort

Voor een goed innovatieklimaat is het belangrijk dat de gemeente talent in deze stad de kans geeft zich te ontwikkelen. Er is bij kunstenaars en makers behoefte om uit te groeien naar een hoger niveau. Daarvoor is ruimte nodig om te experimenteren én ruimte waar falen is toegestaan.

De druk op jonge makers om meteen met resultaten te komen is hoog. Diverse sectoradviezen van de Raad voor Cultuur benadrukken dat de focus op productie en het bereiken van publiek weinig ruimte laat voor experiment en voor falen. Er is een klimaat nodig waar falen niet als desastreus wordt gezien maar als een kans om te leren. De vraag is echter hoe het experiment, ‘tinkering’ (uitproberen/ knutselen) en ruimte voor succesvol falen kunnen worden bevorderd zonder dat het leidt tot navelstaren. Hoe is dit te beoordelen? Welke criteria ontwerp je hiervoor? Ontwerpers zijn hier door hun werkwijze als creatieve ondernemer meer mee vertrouwd dan kunstenaars en makers. Voor kunstenaars is innoveren richting een product of dienst (economisch) vaak een stap te ver, omdat ze te weinig marktgericht denken en dat soms ook niet willen. Voor kunstenaars die maatschappelijk innoveren (zonder economisch oogmerk) geldt dat overigens niet.

Kunstenaars worden in hun bewegingsvrijheid beperkt door allerlei regelgeving die met subsidie samenhangt. Minder regeldruk, alternatieve financieringsvormen en mogelijkheden om te experimenteren met nieuw publiek en waarde-creatie kunnen de kunstsector uitdagen om te innoveren. Basisvoorwaarden daarvoor zijn een goed uitgeruste werkruimte, financiële middelen en coaching en begeleiding. Coaching en begeleiding moeten eigenlijk al in de vakopleidingen beginnen.

Kloof in doorstroming van talent

Er is nog een ander knelpunt dat innovatie in de weg staat. Makers worden geconfronteerd met een kloof tussen broedplaatsen en productiehuizen en de gevestigde podia waardoor er weinig kansen zijn om door te groeien. Een soortgelijke kloof is waarneembaar in het geval van kunstenaars bij presentatie-instellingen en musea. Als er al ruimte is om te starten dan is er wel een glazen plafond dat initiatieven belemmert om door te groeien. Doordat productiehuizen en presentatieplekken door het Rijk zijn wegbezuinigd of uit de BIS zijn gehaald, is dit een extra urgent probleem. Als het gaat om startposities kan er veel in Rotterdam, maar we zouden ook kunnen kijken of de stad niet in bepaalde disciplines of sectoren ketengericht kan investeren.

4.3 Innovatie en waarde-creatie

Hieronder gaat de Raad in op de waarde-creatie van maatschappelijk gedreven innovatieve projecten en de zoektocht ernaar van kunstenaars, makers, ontwerpers en bedrijven. Daarna belichten we de artistieke reflectie van kunstenaars en ontwerpers op innovatie.

Waarde-creatie van maatschappelijk gedreven innovaties

Terwijl in de creatieve sector door ontwerpers veel maatschappelijk gedreven innovaties plaatsvinden, is er nog weinig bekend over dit soort innovaties van makers en kunstenaars. Hun rol en de waarden die ontstaan voor de deelnemende partijen en de stad is niet altijd even duidelijk. Er wordt een duidelijke onderzoeksrichting gemist en er ontbreekt een model om de waarden te beschrijven. Hun innovatieve activiteiten vinden vaak versnipperd plaats. De vraag is hier hoe de rol van kunstenaars en makers en hun bijdrage aan innovatie binnen maatschappelijke opgaven beter georganiseerd en

beschreven kan worden.

Uiteindelijk is het belangrijk dat de waarden die ontstaan relevant zijn voor het publiek, of voor bewoners in een wijk. De kracht van innovatie zit niet alleen in vernieuwing, maar ook in het effect ervan bij (toekomstige) gebruikers en publiek. Niet alle makers en kunstenaars zetten zich in voor een bijdrage aan de oplossing van maatschappelijke problemen. Zo werkt innovatie in de kern ook niet; je doet het vanuit een eigen keuze.

Een voorbeeld van een innovatief project dat artistiek inhoudelijke, sociale en economische waarden genereert is de Afrikaander Coöperatie¹⁵. Ontwikkelaar Jeanne van Heeswijk spreekt over *vernetten*: het bij elkaar brengen van kleine groepjes en individuen. De coöperatie is een schoolvoorbeeld van hoe de kracht van een wijk naar boven wordt gehaald.

Afrikaander Coöperatie

De Afrikaanderwijk Coöperatie brengt bestaande werkruimtes, ondernemers, producenten, sociale organisaties en de markt samen. Het is een uniek voorbeeld van waarde-creatie. De corporatie stimuleert duurzame lokale productie, kennisuitwisseling, culturele ontwikkeling en ondernemerschap op basis van een gedeelde verantwoordelijkheid en participatie. Het doel is om van Rotterdam Zuid, en dan specifiek de Afrikaanderwijk, een sterker en kapitaalkrachtiger gebied te maken met betrokken bewoners en ondernemers. Ontwikkelde wijk-economische programma's zijn Wijkkeuken, Wijkatelier, Schoon en Gemaal op Zuid.

Voor dit soort projecten is bij de gemeente geen specifiek budget beschikbaar. Als er al geld is, stromen de richtlijnen om het te verdelen niet met de activiteiten in de wijk. Er zijn langs andere weg geldstromen gevonden bijvoorbeeld bij gemeentelijke diensten of het gemeentelijk loket Right 2 Challenge. De Raad hoopt van harte dat dit wijk-economisch project op lange termijn sociaal en economisch duurzaam blijft met ruimte voor het programmeren van kunst en cultuur. Door kennis en ervaring te delen stimuleert de Afrikaander Coöperatie momenteel al de totstandkoming van coöperaties elders in de stad.

Een andere vraag is hoe de overgang wordt gemaakt van innoveren en experimenteren naar opschaling tot productie en distributie. Daarvoor is in de sector vaak nog weinig belangstelling. Men start liever een nieuw experiment. Een voorbeeld waar dit wel lukt en dat zich richt op een circulaire economie is BlueCity.

BlueCity

Een interessant voorbeeld van een maatschappelijk gedreven innovatief project is BlueCity¹⁶. Het is een privaat initiatief van onderzoekers en bedrijven die zich richten op de verwezenlijking van een circulaire economie. BlueCity is een broedplaats voor innovatieve bedrijven die hun reststromen aan elkaar koppelen. Binnen een ecosysteem van sociale ondernemers en 'radicale disruptanten' is afval een waardevolle bouwsteen; de output van de éne is de input van de andere ondernemer. Het uiteindelijke doel is een economie waarin afval niet meer bestaat. Vanuit de creatieve sector wordt in BlueCity bio- design ingezet. Bio-designer Emma van der Leest is in samenwerking met wetenschappers, onderzoekers, kunstenaars en ontwerpers continu op zoek naar manieren om nieuwe materialen te ontwikkelen; materialen die 100% composteerbaar zijn en minimale negatieve impact op het milieu hebben. Dit doet zij onder andere in het BlueCity Lab, waar zij medeoprichter van is.

15. Bron: [website Afrikaander Coöperatie](#)

16. Bron: [website BlueCity](#)

Ook grote bedrijven zijn op zoek naar nieuwe identiteiten met de verwezenlijking van maatschappelijke doelen. Veel van hun werknemers willen zich hiervoor inzetten. Kunstenaars en ontwerpers kunnen die bedrijven daarin helpen. Unilever zou door creatieve makers in te schakelen bijvoorbeeld een bijdrage kunnen leveren aan de bestrijding van het armoedeprobleem in de stad. Daarmee creëert het bedrijf een sociaal maatschappelijke waarde. Bedrijven weten de aansluiting met de culturele sector echter niet altijd te vinden. Omgekeerd vinden veel kunstenaars en makers het moeilijk om hun potentiële bijdrage aan de maatschappelijke rol van bedrijven duidelijk te maken.

Artistieke reflectie op innovatie

We vinden het allemaal belangrijk dat innovaties ergens toe leiden; innoveren is immers geen doel op zich. Er zijn veel voorbeelden van technologische vernieuwing. Startups bedenken allerlei oplossingen voor problemen waarvan we niet eens weten dat ze er zijn. Het is van belang dat we reflecteren op wat innovaties ons daadwerkelijk brengen. Het debat over de impact van technologische innovaties op de cultuur (bedoeld in brede zin) wordt nauwelijks gevoerd.

De rol van internet is wezenlijk veranderd. Marleen Stikker, directeur van De Waag en oprichter van de website de Digitale Stad (1994), beschrijft de beginjaren van het internet als een *green field*¹⁷. Creatieve en experimentele gemeenschappen wilden toen het internet sociaal benutten door zelf content te creëren en te delen. Anno 2019 is het volgens Stikker geperverteerd. Het is *brown field* geworden: “platgebrand door bedrijven”. De toenmalige decentrale macht van burgers is vervangen door centrale macht van bedrijven, die burgers data ontfutselen.

Steeds meer kunstenaars stellen zich kritisch op over de veranderde rol van internet. Op stedelijk niveau kunnen zij helpen voorwaarden te benoemen voor het gebruik van *artificial intelligence* in de publieke ruimte of te ontleden hoe sommige technologische innovaties ongelijkheid vergroten en vooroordelen bevestigen. Bij V2_ onderzoeken kunstenaars technologische vernieuwingen door kritisch te reflecteren op wat het betekent dat steeds meer van onze bewegingen, gedachten en voorkeuren worden opgeslagen in data.

Welke effecten hebben zulke innovaties voor onze samenleving en de individuele Rotterdammer? Hoe verhoudt dit zich tot de globale discussie over deze ontwikkelingen? De betekenis van nieuwe technologieën houdt veel verschillende groepen mensen bezig en kunst biedt een unieke manier om die met elkaar te verbinden. Zo biedt artistieke reflectie op technologie ook mogelijkheden voor een meer inclusieve samenleving.

De innoverende rol van kunstenaars staat op de agenda van e-cultuurinstellingen als De Waag en V2_. Deze zijn de afgelopen cultuurplanperiode getroffen door bezuinigingen of verloren hun positie in de landelijke BIS. Daardoor hebben ze aan betekenis ingeboet, ook in Europees verband. Dat is een gemis omdat deze instellingen een podium bieden aan kunstenaars die een kritische kijk hebben op een (globale) samenleving die geconfronteerd wordt door een continue stroom van technologische innovaties.

Een voorbeeld van deze innovatie rol is de [Artonaut](#), een door schrijver en socioloog Ruben Jacobs geïntroduceerde kunstenaar, die de nieuwe ecologische werkelijkheid van de wereld verkent. We zouden volgens Jacobs aan het begin van een nieuw geologisch tijdvak staan waarin de mens zóveel impact heeft op de aardse biosfeer dat die invloed nu ‘rivaliseert’ met de grootste krachten van de natuur. Jacobs denkt dat kunstenaars met hun verbeeldingskracht in belangrijke mate kunnen bijdragen aan een grip op dit perspectief.

17. ‘We moeten het internet heroveren’ - interview met Marleen Stikker in NRC, 14 januari 2019

4.4 Nieuwe genres en businessmodellen

Experimenten als vertrekpunt voor nieuwe genres

In het huidige subsidiebeleid wordt van kunstenaars, makers en culturele instellingen verwacht dat ze vooraf weten wat ze als eindproduct gaan maken en voor welk publiek. Veel kunstuitingen in de stad lijken zich naar dit beleid te voegen. Ook kunstenaarsinitiatieven, ateliers, productiehuizen en broedplaatsen zijn hiermee vertrouwd. De verwachtingen over het eindproduct en het publiek frustreert volgens de Raad echter de mate waarin kunstenaars en makers kunnen innoveren. De waarde van experimenten en nieuwe genres kan als uitkomst van even groot belang zijn. Naast de 'insiders' ziet de Raad nieuwe initiatieven opkomen die op een andere manier kijken naar hun positie in de stad en de mogelijkheden om hun werk te tonen en te exploiteren. Deze kunnen leiden tot nieuwe genres en businessmodellen. Ze zorgen bovendien voor een grotere diversiteit in de cultuursector. De afgelopen jaren braken hiphop en spoken word door als nieuwe genres, recente voorbeelden van nieuwe genres zijn *street art* en kunst met hedendaagse mediatechnologie.

Street art (muurkunst) is een kunstvorm die steeds meer belangstelling krijgt bij kunstenaars als het publiek. Voor street art uitingen ontwikkelt de gemeente nieuw beleid door muurruimte aan te bieden op locaties waar veel publiek passeert of verschillende publieksgroepen elkaar kruisen. Een ander voorbeeld is kunstenaars die werken met de nieuwste media-technologie. Zij maken nieuwe kunstvormen mogelijk waar nieuwe publieksgroepen mee worden bereikt. Daarvoor is ruimte nodig om te experimenteren en een netwerk dat cultuur verbindt met onderwijs en industrie.

Opschalen en ketengericht denken - nieuwe businessmodellen

Om effectief te innoveren moeten kunstenaars en makers leren opschalen. Ze kunnen ook zorgen voor een *spill over* naar een andere sector die vervolgens door sociaal ondernemerschap zorgt voor doorontwikkeling of industrialisatie. Aan de hand van een nieuw businessmodel zou de kunstenaar een financiële vergoeding kunnen ontvangen. Maar dat is helaas nog nauwelijks bestaande praktijk. Als een ontwerper hoofdzoekjes ontwerpt voor sporters, welke zakelijke ondersteuning en ondernemende kwaliteiten zijn dan nodig? Contacten met de productie- en financiële sector zijn vaak nog gebrekkig. Dit speelt ook bij het betreden van de markt door kunstenaars. Hoe brengt die zijn/haar werk onder de aandacht van potentiële kopers? Daarvoor kunnen nieuwe businessmodellen voor worden ontwikkeld, maar in de meeste opleidingen is daar nauwelijks aandacht voor.

Goed functionerende ketens van ontwerp tot productie en distributie zijn onontbeerlijk voor de innovatieve kracht van de creatieve sector. Daarvoor zijn 'verbinders' nodig tussen makers en industrieën. Een voorbeeld van zo'n keten-initiatief in Rotterdam is De Wasserij.

De Wasserij

De Wasserij is een initiatief dat wordt voorbereid door SKAR, Stipo, Stad2 en Vanschagen Architecten. Het is een mode-broedplaats in Rotterdam, in de voormalige wasserij van het Bergwegziekenhuis in Rotterdam Noord. Doel is om een permanente plek te bieden aan de mode-industrie in Rotterdam, een ketenbroedplaats van partijen met passie voor mode. Van agenten tot ontwerpers, en van wevers tot onderwijs, met de toeleveranciers en flankerende partijen die de mode-industrie versterken. De locatie heeft een belang voor de buurt en voor de stad Rotterdam. Via een place making en co-maker strategie worden verschillende partijen betrokken bij de ontwikkeling van De Wasserij. De makers huren er ruimte tegen schappelijke tarieven; het bieden van een duurzame locatie staat voorop. De Wasserij vervult een voorbeeldfunctie in het gemeentelijk broedplaatsenbeleid. Financieel (waarde- creatie gedreven), organisatorisch (hoe zet je een broedplaats op met functie voor gebouw, wijk en de stad) en inhoudelijk (hoe komen we tot de beste kwaliteit) willen we er lessen uit trekken die breder kunnen worden gebruikt.

Nieuwe businessmodellen zijn het gevolg van nieuwe manieren waarop kunstenaars en ontwerpers willen werken; aansluitend op hun waarden, kleinschaligheid, wederkerigheid, gezamenlijkheid, *fair share* en meer. Losse, tijdelijke en meer vaste samenwerkingen wisselen elkaar af. In de meeste gevallen bedient de jongere generatie zich niet meer van één businessmodel, maar hanteert er meerdere naast en na elkaar. Ze combineren als creatieve duizendpoten (*'slashies'*) hun kunst of ontwerp met activiteiten als organisator, spreker, kok of ober. Aan de andere kant zien we dat de mogelijkheden van digitalisering, zowel in matching via platforms, productie, distributie, het vormen van *communities* met gebruikers/publiek als het verdelen van inkomsten, zich blijven ontwikkelen. Nieuwe genres en businessmodellen gaan gepaard met een stijgende interconnectiviteit in de creatieve sector. Hieronder noemt de Raad drie voorbeelden waarbij dit speelt: Time Window, Kunstblock en Bouwkeet.

Time Window¹⁸ is een initiatief van circa 45 jonge en ervaren (podiumkunst)makers in de Teilingerstraat, dat van onderaf is ontstaan en dat voor een redelijke huur aan de slag kon in een gebouw van een woningcorporatie. Time Window is de eigen oplossing van de makers voor de vraag hoe zij hun praktijk in Rotterdam kunnen inrichten als podiumkunstenaar, die zoekt naar een spannende artistieke en professionele omgeving, en die net van een theateropleiding afkomt (of autodidact is). Hun businessmodel is dat ruimte en kennis worden gedeeld bij het maken van nieuwe voorstellingen voor een nieuw publiek. Bovendien bieden zij zich als collectief van makers actief aan in de stad.

[Kunstblock](#)¹⁹ belichaamt de samenwerking van instellingen rond de Witte de Withstraat: CBK Rotterdam Showroom MAMA, V2_Lab voor instabiele media, Witte de With Centre for Contemporary Art en WORM. Kunstblock is opgericht om gezamenlijk (brede) publieksprogramma's en promotie te realiseren waarvoor de instellingen afzonderlijk te klein of te specifiek zijn. Door programma's slim aan elkaar te koppelen, nieuwe formats te bedenken en activiteiten op elkaar af te stemmen willen de partners van Kunstblock meer publiek aantrekken en een grotere impact en reikwijdte bereiken op het kunst- en stedelijke klimaat. Educatie is een belangrijk onderdeel van het programma. Het businessmodel is dat programma's en marketing worden gedeeld wat een meerwaarde oplevert.

[Bouwkeet](#) in Bospolder Tussendijken²⁰ is een *makerspace*, een openbare werkplaats voor iedereen uit de buurt, vooral voor jongeren van 10 tot 15 jaar. Dit project is voor 7 jaar gefinancierd door De Verre Bergen. Er zijn verschillende ruimtes met verschillende machines. Hypermoderne 3D-printers en digitaal gestuurde lasersnijders, maar ook ambachtelijke, traditionele apparaten om hout en metaal te bewerken. De faciliteiten van Bouwkeet staan tot ieders beschikking. Je neemt wel je eigen materiaal mee naar Bouwkeet en dat wat je gemaakt hebt neem je weer mee naar huis. In Bouwkeet leren de deelnemers van elkaar. Als je in Bouwkeet iets wil maken of deel wil nemen aan een programma kost dat geen geld; je 'betaalt' door iets terug te doen voor de andere deelnemers. Je zet je kennis en/of tijd in.

18. Bron: Stichting Transistor

19. Bron: [website Kunstblock](#)

20. Bron: [website Bouwkeet](#)

Innovatie met het publiek als participant

Innovatie bevindt zich soms op het snijvlak van makers en publiek waardoor het onderscheid lijkt te vervagen. Voorbeelden hiervan zijn te vinden bij V2_ en Dansateliers.

Fraai geproduceerde tentoonstellingen van iconische werken zijn voor het publiek weliswaar interessant om te bezoeken, maar de werkelijke actie vindt volgens V2_ plaats in het creatieve proces zelf. In V2_ bezoekt het publiek niet een standaard cultuuraanbod, maar maakt het deel uit van artistieke experimenten. Vooral in creatieve experimenten rond gedeelde vragen zit verbindingskracht; veel meer dan in de (relatief passieve) consumptie van haar uitkomsten.

Iedereen is bij de Test Labs als het ware kunstenaar. In Test Labs worden kunstenaars nadrukkelijk uitgenodigd om uit te dagen. In de serie 3x3 voeren zij live experimenten uit waarvan niemand de uitkomsten vooraf kan weten, bijvoorbeeld een acteur die live een algoritme dat emoties herkent om de tuin leidt. Dit levert verrassende presentaties op waar het publiek in participeert.

Een productieplatform als Dansateliers kiest voor een vergelijkbare strategie door onderzoek en productie te koppelen aan een publieksprogramma. Ook hier wordt makers een podium geboden om te experimenteren en het publiek is er onderdeel van de (onderzoeks-)gemeenschap.

De tentoonstelling Hot Glue van productontwerper Bertjan Pot in Museum Boijmans Van Bueningen (2018) is door de ontwerper benut als een onderzoeksperiode om nieuwe ideeën te ontwikkelen en die tijdens de tentoonstelling te presenteren in de museale ruimte. De afwezigheid van commerciële druk in het museum leidde ertoe dat hij onderzoek kon doen dat hij anders nooit zou kunnen voltrekken. Uit 3D schetsen ontstonden ideeën voor nieuwe producten, die Pot de komende jaren gaat produceren. De tentoonstelling werkte als een *forward-thinking tool*.

De Raad adviseert de gemeente deze nieuwe ontwikkelingen te onderkennen en te ondersteunen. Het gaat om verantwoordelijkheid nemen en mogelijk maken, waardoor innovatieve makers met nieuwe genres en businessmodellen meer omarmd worden in het beleid. Dit is temeer nodig omdat de budgetten voor nieuwe initiatieven krap zijn.

4.5 Innovatie in de creatieve industrie en rol van de gemeente

Profilering van de stad met creatieve industrie

Er zijn veel ambities bij Rotterdamse makers, ontwerpers en kunstenaars. Hun innovatieve kracht voor de stad is in potentie groot. Een missie en visie van de gemeente om hier sturing aan te geven ontbreekt hier. Het coalitieprogramma²¹ biedt voor het formuleren daarvan tal van aanknopingspunten. Het is positief dat de coalitie in het hoofdstuk Levendige stad aankondigt de creatieve industrie te willen stimuleren en extra aandacht wil geven aan innovatie, talentvolle nieuwe cultuurmakers en creatieve *hubs*. Deze keuzes worden echter niet geschraagd door een visie over de innovatieve kracht van de creatieve industrie. Stakeholders als Kenniscentrum Creating 010 (Hogeschool Rotterdam), de Willem de Kooning Academie en R'damse Nieuwe zouden de visie kunnen helpen ontwikkelen. De vraag is ook hoe het stadsbestuur zich nationaal en internationaal wil profileren met de innovatieve kracht van zijn creatieve sector. De ontwikkeling tot de designstad van Nederland was voor Eindhoven een gemeentelijke ambitie. Wij bevelen het college aan hierin een heldere koers te kiezen. Denk bijvoorbeeld aan de Blauwe Stad of de Social Design Stad.

21. Nieuwe energie voor Rotterdam, 2018

In de visie wordt uitgewerkt hoe de missie aan de hand van doelstellingen wordt verwezenlijkt. Een voorbeeld van deze werkwijze is de *moonshot*.

Moonshot aanpak

Topeconoom en adviseur van de Europese Commissie Mariana Mazzucato²² vindt dat overheden grootse doelen moeten stellen om maatschappelijke problemen als klimaatverandering, vergrijzing en armoede aan te pakken. Ze stelt als voorbeeld de *moonshot*, de missie van president Kennedy om een man op de maan te zetten. Toen gingen twaalf verschillende sectoren aan het werk om te innoveren en dit zorgde voor een langdurige golf van vernieuwing. Volgens Mazzucato zijn er volop collectieve problemen die schreeuwen om een oplossing. Zij zou het toejuichen als overheden de regie nemen in de vorm van *moonshots*. Overheden moeten een missie uitzetten, doelen stellen en voorwaarden bepalen. Vervolgens gaan de verschillende sectoren in de economie aan de slag om de missie uit te laten komen. Mazzucato gelooft daarbij in de innovatie die van onderop komt. Overheden moeten volgens haar vooral niet zelf gaan innoveren.

De topeconoom verdedigt de stelling dat de grootste vernieuwingen niet van bedrijven komen maar van overheden. In de huidige periode kunnen bedrijven die eigenlijk waarde ontnemen aan de samenleving transformeren tot bedrijven die waarde creëren. Daar liggen kansen, waar de overheid een grotere regie moet nemen. In China bijvoorbeeld zijn heldere ambities voor verduurzaming gesteld en worden bedrijven en maatschappelijke sectoren gevraagd hoe ze kunnen bijdragen aan de ambities. Het land zet publieke doelen centraal en kan zo snel vernieuwen.

Momenteel wordt het landelijke Topsectorenbeleid omgevormd naar een *moonshot* aanpak door nieuwe missies te formuleren volgens de Mazzucato-methode.

Innovatieagenda voor Rotterdam

De gemeente Rotterdam kan in overleg met stakeholders in de creatieve industrie in een *moonshot* aanpak een innovatieagenda opstellen waarin een visie, heldere doelen en randvoorwaarden worden vastgesteld. In het coalitieprogramma²³ zijn hiervoor bouwstenen opgenomen.

In voorgaande paragrafen werden al randvoorwaarden genoemd. Daarbij gaat het om verschillende beleidsinstrumenten: het voorzien in goed uitgeruste werk- en presentatieruimte, financiële middelen, het vinden van de weg naar alternatieve financieringsvormen, coaching en begeleiding, maar ook om (mentale) ruimte om te kunnen experimenteren en te falen en het plaatsmaken voor nieuwe genres en businessmodellen.

Verder kan de gemeente bij het versterken van de innovatieve kracht van de creatieve sector breder en gebiedsgericht kijken. In het MerweVierhavensgebied concentreren zich veel makers, maar wat is het concrete effect daarvan en hoe staat het met andere gebieden in de stad? Bovendien gaat het vaak om een combinatie van factoren die voor een innovatief klimaat belangrijk zijn. Zo gaat het in de haven om combinaties van zowel het gebied, sector als een sterke keten.

22. Belangrijke publicaties van Mariane Mazzucato zijn *The Entrepreneurial State* (oktober 2015) en *The value of everything* (2018)

23. Nieuwe energie voor Rotterdam, 2018

De Raad vindt het van belang dat de gemeente creativiteit en cultuur behoudt op plekken in de stad waar waarden zijn gegenereerd. Met cultureel vastgoed investeert de gemeente in die innovatie en waarden. Er is de afgelopen twee jaar echter sprake van een uitholling van de werk- en presentatieruimte van kunstenaars en makers, omdat de gemeente cultureel vastgoed verkoopt aan marktpartijen. Dit vindt de Raad een zorgelijke ontwikkeling. De situatie wordt nijpender door de veranderingen in het woonbeleid door de Woningwet 2015. Daarin is bepaald dat woningcorporaties terugkeren naar hun kerntaak: het bouwen, verhuren en beheren van sociale huurwoningen. Dat betekent dat de gemeente beperkter is in zijn mogelijkheden om innovatie te stimuleren met woningcorporaties als partner.

5. Aanbevelingen

5.1 Innovatiekader

Voor het versterken en stimuleren van de innovatieve kracht van de creatieve sector is een kader nodig aan de hand waarvan innovatie bij culturele instellingen, kunstenaars, makers en ontwerpers kan worden beschreven én gewogen. De RRKC heeft in paragraaf 2 een aanzet gegeven voor een *innovatiekader* voor nadere uitwerking. Het innovatiekader kan ook helpen bij de uitwerking van de visie, de doelstellingen en de randvoorwaarden in een innovatieagenda (zie aanbeveling 2).

In het innovatiekader worden drie niveaus onderscheiden:

- a. concrete innovaties op de werkvloer van de creatieve industrie;
- b. waarde-creatie door innovatie;
- c. randvoorwaarden voor een innovatieve creatieve sector.

Bij de beschrijving en weging kan de *innovatiematrix* (zie paragraaf 2) behulpzaam zijn:

- > Is het probleem goed beschreven? Wat is de urgentie ervan?
- > Wordt een juiste strategie ontwikkeld om het probleem op te lossen?
- > Hoe is de innovatie voor het domein beschreven en wat is er voor nodig?

5.2 Innovatieagenda creatieve industrie

De Raad adviseert het college een Innovatieagenda op te stellen voor de Rotterdamse creatieve industrie. Daarin formuleert het uitdagingen voor de creatieve industrie en neemt het regie door het bepalen van een missie en visie, heldere en meetbare doelen en randvoorwaarden. Het coalitieprogramma 2018 biedt bouwstenen voor deze keuze. Met een innovatieagenda zet de stad zich met zijn creatieve sector op de nationale en internationale kaart.

5.3 Randvoorwaarden en faciliteiten

Creëer een optimaal speelveld

De gemeente heeft een verantwoordelijkheid in het creëren van een goed speelveld waarbinnen innovaties in de creatieve sector plaatsvinden. Daar waar randvoorwaarden en faciliteiten niet door andere partijen kunnen worden ingevuld, kan de gemeente zijn rol claimen. Het speelveld wordt bepaald door fysieke, economische en mentale ruimte voor kunstenaars en ontwerpers.

> Fysiek

Voor kunstenaars en ontwerpers moet voldoende betaalbare werk- en presentatieruimte in de stad beschikbaar zijn. In aanvulling op de [Kaart van de Stad](#), een toekomstverkenning van de gemeente van (nieuwe) ruimtelijke ontwikkelkansen op de lange termijn, zou er een kaart moeten komen voor cultuur waarop per wijk een percentage van de ruimte wordt toegewezen voor respectievelijk goedkope, *midprice* en commerciële (hoge) huurprijzen. De vraag wat het effect is van kunst en cultuur voor een buurt moet leidend zijn. De ruimte kan door marktpartijen of de gemeente worden aangeboden. Een cultuurkaart kan helpen om doelen gebiedsgericht te bereiken.

> **Economisch**

Economische netwerken kunnen in kaart worden gebracht. Daarmee kan worden gesignaleerd waar knelpunten zijn. De kunstmarkt vertoont gaten omdat er behalve galeries weinig andere verkoopkanalen zijn waardoor de drempel om kunst te kopen hoog is. De gemeente zou innovaties in de wijze waarop de Rotterdamse kunstmarkt werkt kunnen stimuleren.

Daarnaast zijn coaching en begeleiding nodig: in ondernemerschap, het vinden van alternatieve financieringsvormen en het scherp stellen van de probleemstelling en de oplossingsrichting bij innovatieprocessen.

> **Mentaal**

De gemeente zou zich meer kunnen committeren aan het experiment en de daaruit voortkomende innovaties, door falen niet te bestraffen en door successen een podium te bieden.

> **Divers**

Werkplaatsen, broedplaatsen, ateliers en productiehuizen kunnen meer inspelen op de diversiteit van initiatieven en culturen in de stad. In zijn advies over inclusiviteit reikt de Raad hiervoor bouwstenen aan.

Herijk het subsidiebeleid

> **Meer ruimte om te experimenteren -> minder regeldruk**

Voor innovatie hebben kunstenaars en makers in hun projecten vrije ruimte nodig om te experimenteren en risico's te nemen. Vanwege de nadruk op te behalen prestaties en resultaten bij het aanvragen en afrekenen van subsidies, ontbreekt die ruimte. Minder regeldruk is nodig.

> **Sluit aan op nieuwe ontwikkelingen in de creatieve sector**

In de creatieve sector worden nieuwe genres, businessmodellen en financieringsvormen ontwikkeld waarop het huidige subsidiebeleid onvoldoende aansluit. De gemeente zou in zijn subsidiebeleid mee kunnen bewegen met nieuwe ontwikkelingen.

> **Innovatiebudget**

Met een innovatiebudget kan ruimte worden gecreëerd om innovaties in de cultuursector mogelijk te maken. De Raad heeft zijn aandachtspunten hiervoor al aan het college kenbaar gemaakt.

Kies voor een integrale benadering en stimuleer uitwisseling

De creatieve sector en de cultuursector worden op dit moment elk bediend door een sectorgericht beleid terwijl de dwarsverbanden juist kunnen prikkelen tot innovatie. De dwarsverbanden kunnen worden gestimuleerd door ondernemerschap, door in te zetten op ketens zodat talent zich verder kan ontwikkelen en door de dialoog over maatschappelijke thema's aan te moedigen.

Bijlage a - Samenstelling reflectiegroep

De Raad organiseerde op 13 november 2018 een bijeenkomst met een reflectiegroep om het thema nader uit te diepen op zijn werking in Rotterdam. Deze bestond uit vijf innovatieve denkers:

- > **Joost Heinsius** is zelfstandig adviseur in de thema's ondernemerschap, financiering en maatschappelijke impact. Hij volgt het onderzoek op de voet, ook internationaal. Was betrokken bij *crowdfunding*-onderzoek van de Europese Commissie.
- > **Olof van der Wal** is directeur van SKAR. SKAR biedt voor de creatieve sector in Rotterdam betaalbare werkruimte, creëert ontmoetingsplekken en legt verbindingen. SKAR zoekt naar aansluiting met de markt en de stad.
- > **Peter Troxler** is lector bij de Hogeschool Rotterdam, kenniscentrum Creating 010. Creating 010 richt zich op ontwerpen en digitalisering, maatschappelijk breed. Hij spreekt over een revolutie in de maakindustrie, waarbij industriële processen veranderen en laagdrempelig beschikbaar komen.
- > **Michel van Dartel** is directeur van V2_. Zijn focus ligt op het duiden van technologie en de impact ervan op de maatschappij. In de activiteiten van V2_ wordt het publiek meegenomen in artistieke experimenten. Hij is lector Mensgericht creëren bij Avans en doet er onderzoek naar creatie vanuit het perspectief van de gebruiker of toeschouwer.
- > **Annemartine van Kesteren** is conservator Design bij Museum Boijmans. Ze heeft veel affiniteit met technische innovatie en organiseerde in Boijmans het project 'Change the system'. 'Change the System' toonde design van ontwerpers, die sociale innovaties ontwerpen en zo het leefsysteem willen veranderen. Annemartine is bezig met een vervolg rondom armoede en inclusiviteit en zoomt in op Bospolder Tussendijken.

Bijlage b - Bronnen

Sectoradviezen Raad voor Cultuur, gepubliceerd in 2018.

- > Muziek “De balans, de behoefte”
 - > Musea “In wankel evenwicht”
 - > Letteren en bibliotheken “De daad bij het woord”
 - > Audiovisuele sector “Zicht op zoveel meer”
 - > Theater “Over grenzen”
 - > Dans “Alles beweegt”
 - > Beeldende kunst “Zichtbaar van waarde”
 - > Ontwerpsector “Ontwerp voor de toekomst”
 - > Opera en muziektheater “Later is al lang begonnen”
-
- [Kenniscentrum Creating 010](#)
 - De corporate startup - Hoe je als een gevestigd bedrijf een succesvol ecosysteem voor innovatie creëert. Tendayi Viki, Dan Toma, Esther Gons, Vakmedianet 2017
 - De Startup methode - Eric Ries. Businesscontact 2017
 - Mapping Innovation - A playbook for navigating a disruptive age, Greg Satell. McGraw Hill Education 2017
 - Het Innovatieboek - gids voor innoveren en innovatiemanagement. Paul van der Voort en Frank van Ormondt, Academic Service 2011
 - Cultuurverkenning 2017, gemeente Rotterdam
 - Economische Verkenning Rotterdam 2018
 - Kracht van verbeelding - Perspectieven op creatieve industrie Paul Rutten, Hogeschool Rotterdam Uitgeverij 2014
 - City Lab 010
 - De waarde van creativiteit - Raad voor Cultuur en Adviesraad voor Wetenschap, technologie en innovatie (Awti), maart 2015
 - The Entrepreneurial State, oktober 2015 en The value of everything (2018) - Marianne Mazzucato

Bijlage c - Innovatie als thema in het cultuurbeleid

Rotterdam

Meer dan tien jaar geleden adviseerden de voormalige Economic Development Board Rotterdam (EDBR) en de Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur hoe Rotterdam de creatieve economie kan versterken en zich kan ontwikkelen tot een creatieve stad²⁴. Een bloeiende culturele infrastructuur was volgens de raden een voorwaarde voor de ontwikkeling van een creatieve economie. De raden adviseerden het college behalve in cultuur te blijven investeren ook creatief ondernemerschap aan te moedigen, onder andere door het wegnemen van belemmerende regelgeving. Verder verdiende vestiging van jonge starters, versterking van (kennis)netwerken en aanwezigheid van creatieve vakopleidingen de aandacht.

De raden constateerden verder dat de gemeente vooral aandacht besteedde aan de sector media (AV, gaming, nieuwe media). Deze aandacht zou kunnen worden uitgebreid naar kansrijke sectoren als architectuur, muziek, vormgeving. Per sector zou een samenhangende en zichtbare keten van kennisontwikkeling, creatieve productie, ondernemerschap, distributie en consumptie ontwikkeld kunnen worden. Om de fysieke zichtbaarheid van de creatieve sector te versterken, pleitten de Raad en EDBR tot slot voor een gebiedsgerichte aanpak en het invoeren van Creatieve Zones.

In maart 2014 publiceerde de RRKC in de aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen op 19 maart Tien aanbevelingen voor een innovatief kunst- en cultuurbeleid van Rotterdam²⁵. Alle aanbevelingen zijn nog onverminderd actueel.

In zijn Sectoranalyse 2015 pleit de RRKC voor een gebiedsgerichte aanpak en noemt als voorbeeld de MerweVierhavensgebied (M4H) waar allerlei particuliere initiatieven uit de creatieve industrie, architectuur, stadscultuur, stadslandbouw, debat en ontmoeting tot ontwikkeling komen. Architectuur blijft een sterke pijler in de creatieve industrie. De Raad constateert dat lokale, landelijke en internationale verbindingen sterker worden en vindt dat de relatie met andere culturele velden en de creatieve industrie meer nadruk kan krijgen. Om Rotterdam landelijk en internationaal sterker te positioneren, kan de gemeente volgens de Raad een integraal beleid ontwikkelen samen met beleid makende instanties.

Vernieuwing en innovatie is één van de vijf speerpunten in gemeentelijk cultuurbeleid 2017-2020. De Uitgangspuntennota voor het Cultuurplan 2017-2020 constateert een nieuw elan in de stad. In de nota wordt innovatie op twee manieren bekeken:

- > innovatie door initiatieven en projecten van jonge creatieve ondernemers, kunstenaars en culturele organisaties;
- > innovatie binnen de bestaande culturele organisaties.

CityLab010 noemt zichzelf een werkplaats voor de stad van morgen²⁶. Het is een regeling waarmee Rotterdammers - bewoners, ondernemers en organisaties - gestimuleerd worden te komen met oplossingen voor maatschappelijke issues. Het sluit daarmee aan op een van de speerpunten van het college om Rotterdammers te laten meedenken en meedoen. Rotterdammers zijn dus aan zet, de gemeente faciliteert (onder andere door een startsubsidie beschikbaar te stellen en kennis te delen) en verbindt.

24. [Rotterdam maakt werk van creativiteit](#)

25. [Aanbevelingen voor een innovatief kunst en cultuurbeleid](#)

26. [CityLab010](#)

De belangrijkste criteria zijn dat een plan maatschappelijk relevant én innovatief is. Het innovatieve aspect zit in een vernieuwende aanpak of vernieuwende vorm van samenwerking, bijvoorbeeld met een ander beleidsterrein.

Landelijk

De waarde van creativiteit

In het advies 'De waarde van creativiteit' van de Raad voor Cultuur en de Adviesraad voor wetenschap, technologie en innovatie (AWTI)²⁷ wordt gesteld dat de creatieve sector het cultuurbeleid raakt. Kunst en cultuur is immers een van de drie pijlers van de creatieve sector. Kunstenaars en culturele instellingen zijn vaak een belangrijke bron van creatie en innovatie. Door de creatieve sector aan te wijzen als een economische topsector wordt onbedoeld de suggestie gewekt dat er een tegenstelling is tussen een deel van de creatieve industrie dat economische waarde heeft en de kunst- en cultuursector, waarin de nadruk doorgaans meer op de intrinsieke waarde ligt.

In de praktijk blijkt echter dat bij het ondernemen op het snijvlak van cultuur en economie deze waarden vaak worden gecombineerd of zelfs samenvallen.

De creatieve sector beschikt volgens de raden over het vermogen om andere sectoren te helpen hun toegevoegde waarde te vergroten. De diensten die zij levert, fungeren vaak als hefboom voor opdrachtgevers uit andere sectoren; die kunnen zich zo vernieuwen en/of beter positioneren. Dit cross sectorale denken en samenwerken is essentieel binnen het topsectorenbeleid. Op die manier wordt de creatieve industrie gezien als een belangrijke motor voor de kennisintensieve economie die Nederland wil zijn.

Naar analogie van de wetenschap wordt de functie van de kunsten binnen de creatieve industrie wel eens vergeleken met de functie van fundamenteel wetenschappelijk onderzoek voor innovatie. Dergelijk onderzoek kan leiden tot innovatie, maar wanneer en hoe is niet altijd te voorzien. Er is tot nu toe nog maar weinig onderzoek gedaan naar de manier waarop die innovatie wel verloopt.

Voorts stellen de raden dat de stedelijke omgeving de habitat is van creatieve organisaties, maar de wereld is hun speelveld. Creatieve, stedelijke hotspots onderhouden om verschillende redenen relaties met vergelijkbare internationale netwerken. De contacten verlopen onder meer via festivals, beurzen en internationale opdrachtgevers, maar ook via grote internationaal opererende bedrijven - met een eigen divers samengesteld reservoir aan creatief talent.

De creatieve sector is een hybride ecosysteem, dat meer omvat dan alleen de topsector zelf. De belangrijkste *driver* van dit ecosysteem is het creatieve talent van de makers, die mobiel zijn en hun talent op verschillende manieren in diverse sectoren en contexten tot uitdrukking brengen. Door creatieve talenten de ruimte te bieden en tot bloei te laten komen, kan hun potentieel voor de samenleving en de economie beter worden ingezet. Daarbij is het van belang aandacht te schenken aan de culturele, maatschappelijke én economische waarde van creatief ondernemerschap.

Sectoradviezen Raad voor Cultuur/ ministerie van OCW

De minister van OCW onderstreept in haar adviesaanvraag aan de Raad voor Cultuur over thema's in het cultuurbeleid en ontwikkelingen op het gebied van kunst, erfgoed en creatieve industrie ook het belang van innovatie. Daarbij wordt innovatie vaak gekoppeld aan talentontwikkeling zonder dat de term nader wordt toegelicht.

27. De Raad voor Cultuur en de Adviesraad voor wetenschap, technologie en innovatie (Awti) hebben gezamenlijk een verkenning uitgevoerd naar de dynamiek in de creatieve industrie. 19-3-2015

In de sectoradviezen van de Raad voor Cultuur wordt innovatie ook met regelmaat genoemd. In de adviezen valt op dat niet duidelijk is wat onder innovatie wordt verstaan. Innovatie komt nergens specifiek aan de orde. Hieronder een greep uit de aandachtspunten die de Raad voor Cultuur met betrekking tot innovatie benoemt.

In het sectoradvies *Musea* stelt de Raad dat ondernemen risico nemen betekent en dat innovatieve commerciële projecten uiteindelijk verliesgevend kunnen zijn. Een museum dat onderneemt vereist andere capaciteiten en een andere inzet van het personeel. Innovatieve commerciële projecten van musea kunnen op gespannen voet staan met de afspraken die zij met hun overheden maken.

In het sectoradvies *Theater* wordt innovatie genoemd waar theatermakers de maatschappelijke context opzoeken, de flexibilisering van de beroepspraktijk speelt, en interdisciplinariteit.

In het sectoradvies *Muziek* wordt innovatie regelmatig gekoppeld aan experiment, en in het sectoradvies over *Muziektheater* constateert de Raad voor cultuur kunstenbreed een perverse maakdwang als gevolg van subsidievoorwaarden. Dat wil zeggen dat vooral voorstellingen en speelbeurten worden gefinancierd, in plaats van onderzoek, experiment en ontwikkeling.

Beschouwing:

Interconnectiviteit in de Rotterdamse cultuursector

De wil om
samen te werken

Samenvatting

Interconnectiviteit: 1+1=3

Eind 2017 adviseert een internationale adviescommissie, de International Advisory Board (IABx) het college van B&W van Rotterdam om kunst en cultuur een prominenter plek te geven in de ontwikkeling van de stad. De internationale positie van Rotterdam kan volgens hen worden versterkt door het belang van kunst en cultuur meer zichtbaar te maken en de 'interconnectiviteit' tussen het culturele veld en economie, stedelijke ontwikkeling en het sociaal domein te versterken. De RRKC onderzocht wat interconnectiviteit betekent, welke soort organisaties in Rotterdam hierbij van belang zijn en wat het college van B&W kan doen om interconnectiviteit te bevorderen.

De meest kernachtige omschrijving van interconnectiviteit is volgens de Raad: toegevoegde waarde maken door samenwerking. Aansprekende voorbeelden van een dergelijke samenwerking trof de RRKC aan in Montreal, waar rond de internationale ondernemingen Cirque du Soleil (circus) en Ubisoft (video-gaming) een levendig circuit is ontstaan van festivals, beurzen, conferenties, platforms en start ups. In dit circuit is er een inspirerende verbinding ontstaan tussen de underground in de stad en de gevestigde grote bedrijven en instellingen. Hiervoor zijn organisaties nodig die men 'middleground' noemt, die helpen connecties te maken. Een rijke middleground bestaat niet alleen uit lokale platforms, maar ook uit plekken voor onderzoek en het ontdekken van nieuw talent. Rotterdamse voorbeelden zijn onder meer Time Window, een collectief van podiumkunstenars, de Stadslabs en coöperaties die zich ook met kunst bezig houden zoals die bij Het Gemaal in Afrikaanderwijk.

De RRKC beveelt het college aan om organisaties die interconnectiviteit bevorderen, de 'bruggenbouwers', actief de ruimte te geven en te steunen. Zij helpen de individuele instellingen en kunstenaars om als collectief beter zichtbaar te zijn en hun bijdrage aan de ontwikkeling van de stad te vergroten.

Interconnectiviteit kan bevorderd worden door inzet van bijvoorbeeld mediators, matchmakers, gebiedsgerichte samenwerking en organisaties die zich bezighouden met onderzoek, ontwikkeling en 'co-creatie' in de stad. De nieuwe generaties kunstenaars zoeken vaak interconnectiviteit op, gedreven door persoonlijke ambities, het vormgeven of uitwerken van een nieuw idee, een zoektocht naar nieuwe vormen van financiering of distributie, confrontatie of reflectie.

1. Inleiding

De International Advisory Board (IABx) over cultuur adviseert eind 2017 om de interconnectiviteit in de Rotterdamse culturele sector en andere domeinen op een hoger plan te brengen. Denk daarbij aan de sectoren stedelijke ontwikkeling, economie en sociaal. De IABx stelt vast dat in het beleid en in de dagelijkse praktijk van de culturele sector interconnectiviteit zich op een te bescheiden niveau bevindt:

‘The city of Rotterdam should develop an integrated cultural plan, that takes into account the city’s entire cultural ecosystem and connects the broad cultural sector with many other sectors’.

Het verbeteren van interconnectiviteit kan de stad helpen om cultuur als pijler onder de stedelijke ontwikkeling meer te benutten, waar het gaat om zowel inhoud als om *city marketing*. Het verbeteren van interconnectiviteit wordt door de IABx als een opgave gezien voor het gemeentebestuur, de culturele instellingen die onderdeel uitmaken van het Cultuurplan en het bredere culturele veld (grassroot). Het gaat hier in het bijzonder om samenwerking tussen de cultuursector en andere sectoren, maar ook samenwerking binnen de cultuursector zelf is belangrijk.

De IABx ziet de oorzaak voor het gebrek aan interconnectiviteit in de grote variatie van organisaties - negatief geformuleerd ‘versnippering’ - die meer structurele samenwerking in de weg staat. De adviseurs constateren ook dat sterke percepties en opinies over ‘anderen’, of het nu de gemeente is of private partijen, samenwerking hinderen.

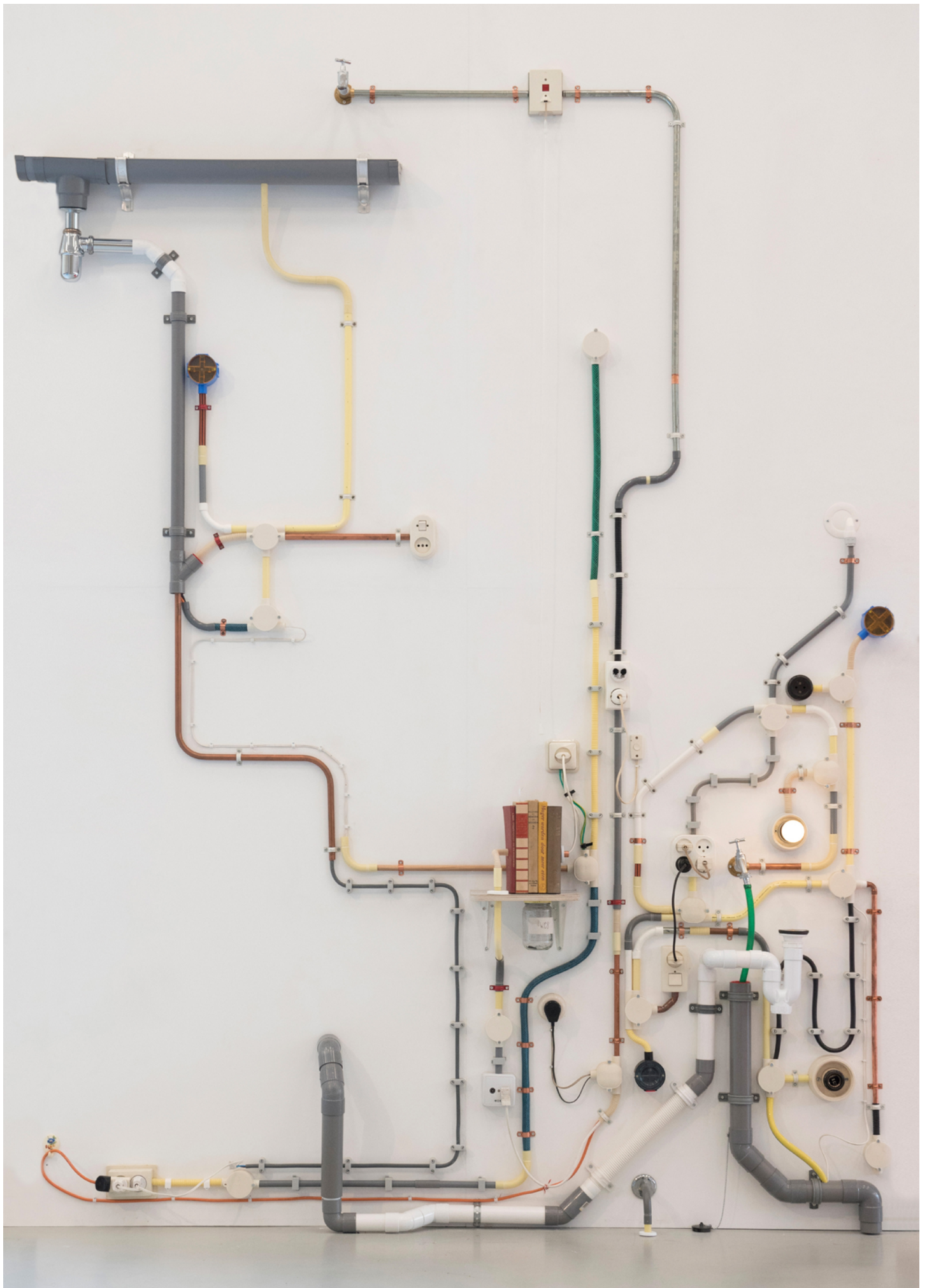
Inmiddels is een aantal initiatieven genomen om interconnectiviteit te verbeteren, zowel binnen de culturele sector zelf als in de connectie met andere domeinen. Het college van B&W heeft de aanbevelingen van de IABx omarmd. Tijdens de werkconferentie van februari 2019 zijn ervaringen in de sector gedeeld en mogelijke acties benoemd.

De RRKC neemt in deze beschouwing het advies van de IABx over interconnectiviteit als vertrekpunt voor een kort verkennend onderzoek, waarin drie vragen centraal staan:

- > Hoe kan interconnectiviteit in de Rotterdamse cultuursector worden ingevuld? Hoe zien meer structurele vormen van samenwerking binnen de culturele sector en tussen de culturele sector en andere maatschappelijke sectoren er uit? De Raad gebruikt hiervoor zowel internationale ervaringen en voorbeelden als kennis en opvattingen over interconnectiviteit in Rotterdam zelf.
- > Wat zijn actuele ontwikkelingen rond interconnectiviteit in het Rotterdamse culturele veld? En wat vindt een aantal betrokkenen in het veld van interconnectiviteit en de opgave die de IABx stelt?
- > Tot slot: Wat is er nodig om interconnectiviteit, zoals de IABx voorstelt in Rotterdam, op een hoger plan te krijgen?

De Raad constateert dat interconnectiviteit een complex begrip is, zowel voor culturele instellingen als voor beleidsmakers. Het kan gezien worden als een middel om de dynamiek in de Rotterdamse cultuursector te bevorderen. Daarbij dient zich direct de vraag aan: ‘Waartoe dan?’ Antwoorden op deze vraag lopen sterk uiteen, zo merkte de Raad in de gesprekken en hangen samen met de positie en belangen van degene die je over interconnectiviteit spreekt.

De IABx ziet een sterkere interconnectiviteit vooral als een kans om de - internationale - zichtbaarheid en het prestige van Rotterdam als cultuurstad te vergroten.



Internconnectiviteit is een complex begrip - 'Installatie9' van Frank Halmans, foto Jeanette Schols

Werkwijze en leeswijzer

De Raad besprak interconnectiviteit en voorstaande vragen in twee groepssessies met enkele deskundigen en in interviews met een aantal directeuren van culturele en andere instellingen die actief zijn in de 'interconnectie' binnen en buiten de sector.

Naar aanleiding van deze gesprekken ontstond een levendige uitwisseling van kennis en opvattingen, in artikelen, onderzoek en andere documenten. Sommige hiervan geven goede aanknopingspunten voor het definiëren en hanteerbaar maken van interconnectiviteit. De RRKC voerde webresearch uit en documentonderzoek. Tot slot was de RRKC aanwezig op de werkconferentie IABx die op 7 februari plaatsvond in De Kroon, waar interconnectiviteit op de agenda stond.

Een lijst van gesprekspartners en bronnen treft u aan in de bijlage bij deze beschouwing. De RRKC dankt allen voor hun inbreng. Zij zijn niet verantwoordelijk voor de beschouwing die hierna volgt, dat is de RRKC zelf.

Hierna volgt eerst een korte beschouwing over het begrip interconnectiviteit en de (mogelijke) betekenis ervan voor Rotterdam (2). Daarna gaan we in op de resultaten van de interviews en voorbeelden uit de Rotterdamse praktijk. Daarbij gaan we tevens in op de kansen die interconnectiviteit kan bieden (3). We eindigen met enkele conclusies en aanbevelingen aan het stadsbestuur (4).

2. Interconnectiviteit: wat is het?

Het onderwerp interconnectiviteit is een containerbegrip. Het leidt tot zeer uiteenlopende invullingen en opvattingen, ook over het 'nut' ervan. In een woordenwolk geven wij impressies uit de gesprekken weer.



De meest kernachtige definitie die wij in de gesprekken oppikten was wel: 'Interconnectiviteit is toegevoegde waarde maken door samenwerking'. Interconnectiviteit gaat in alle definities over het verbonden zijn van heel veel verschillende actoren, vaak via een platform (of provider) waarop zij vanuit meerdere perspectieven connecties tot stand brengen. Het internet is het meest beroemde platform voor interconnectiviteit.

Interconnectiviteit is ook een term die aansluit op het denken over zelforganisatie, wederkerigheid, innoveren met gelijkwaardige partners, synergie, ecosysteem, co-creatie, coworking, co-evolutie, emergence, businessmodellen enzovoort.

Essentieel in deze opvattingen is dat er geen sprake is van (manifeste) macht van de ene partner over de anderen, niet financieel en niet formeel; er is geen dwang. Het gaat om sturing vanuit bepaalde waarden, elkaars drijfveren onderzoeken, samen naar de vraag en behoeften van dezelfde klanten kijken, inspiratie en fascinatie delen, een platform delen.

Binnen een dergelijke opvatting heeft de partij die interconnectiviteit moet bevorderen een bijzondere positie, want deze partij wordt niet geacht een leidende of trekkende rol te spelen. Dat geldt ook voor de manager van zelfsturende teams. Wat doet die? Deze beschouwing eindigt daarom met enkele aanbevelingen aan het gemeentebestuur, dat interconnectiviteit tot onderwerp van beleid wil maken.

In onze andere RRKC beschouwing over innovatie, die tegelijkertijd met deze beschouwing verschijnt, komt interconnectiviteit regelmatig terug in voorbeelden over de wijze waarop processen van innovatie georganiseerd worden. Enkele voorbeelden uit die beschouwing komen hierna terug, nu gezien door de interconnectieve bril.

In onderzoek en literatuur wordt interconnectiviteit beschreven als een belangrijke schakel in de ontwikkeling van creatieve steden. Succesvolle creatieve steden zijn steden met goede netwerken en sterke partnerships, nationaal en internationaal. Deze netwerken beperken zich niet tot economische creativiteit. Een vruchtbaar stedelijk milieu komt tot stand als er ruimte is voor kleinschaligheid en experiment. In onze beschouwing over innovatie treft u voorbeelden hiervan aan.

Jane Jacobs, te zien als historische voorloper van denkers over de creatieve stad zoals Richard Florida en Charles Landry, stellen dat de stedenbouwkundige diversiteit tot stand komt door het mengen van primaire gebruiksfuncties (wonen, werken, winkelen, recreëren), kleine bouwblokken, een mix van oude en nieuwe gebouwen en voldoende concentratie. De creativiteit die nodig is in de creatieve industrie en de kunsten is sterk afhankelijk van face-to-face contact van elkaar inspirerende mensen en organisaties. Dan kunnen 'creatieve milieus' ontstaan. Nabijheid en fysieke clustering van voorzieningen en face-to-face contacten dragen bij aan interconnectiviteit. Een Rotterdams voorbeeld in het Cambridge Innovation Centre (CIC).

De anatomie van de creatieve stad

Interconnectiviteit op drie niveaus

In het artikel *The Anatomy of the Creative City* (2010) beschrijven Cohendet, Grandadam en Simon drie verschillende lagen van de creatieve stad Montreal: de 'upperground, middleground en underground'. Dit artikel biedt interessante aanknopingspunten voor het denken over interconnectiviteit in Rotterdam.

De 'upperground' bestaat uit de formele instituties en de gevestigde creatieve bedrijven en gevestigde kunstinstellingen. De underground omvat creatieve kenniswerkers en kunstenaars die niet gelinkt zijn aan de grotere bedrijven, culturele instituten, universiteiten, hogescholen en onderzoeksinstituten in de upperground en daarmee ook niet aan 'the corporate logic of standardization'.

De 'middleground' speelt een cruciale rol in het verbinden van upper- en underground. De onderzoekers betogen dat een goed begrip van het belang van de 'middleground' cruciaal is voor de ontwikkeling van creatieve steden. Zij stellen dat organisaties in de 'upperground' vaak weinig ruimte hebben voor research en development. Daarom zoeken zij hun inspiratie voor nieuwe ontwikkelingen in de creatieve milieus en communities in de stad.

'Underground culture is considered to be a main driving force towards new trends, as the different individuals (or gatekeepers) acquire a leading position in defining the evolutionary trajectories of art and culture'.

Goede connecties tussen 'upper - en underground' zijn van groot belang voor de creatieve stad en een belangrijke voorwaarde voor

'the existence of a vibrant city forming a fertile ecosystem, where creative ideas emerging from the streets and bars of the city can crystalize and get equipped with validating processes to reach the market'.

De 'middleground' zorgt voor 'intermediaire' structuren tussen under-en upperground. Het gaat daarbij om 'epistemic communities' waarbinnen interessante ontwikkelingen worden gebracht en geduid en om 'communities of practice'. Daarin wordt, vaak door nieuwe makers, geëxperimenteerd met nieuwe interessante culturele vormen. Deze processen in de 'middleground' samen – exploratie en exploitatie – vinden vaak plaats op gemengde platforms, in festivals en binnen opleidingen.

Zij faciliteren 'face-to-face' contact - zie Jacobs hiervoor - en bieden platforms en andere middelen die creatieve ideeën 'laten stromen'.

De onderzoekers illustreren hun analyse aan de hand van de ontwikkeling die de bedrijven Ubisoft en Cirque du Soleil doormaakten in de stad Montreal.

Ubisoft is een Frans video-gaming-bedrijf en een van de marktleiders in deze sector. Het bedrijf vestigde zich in 1997 in Montreal en droeg veel bij aan de stad door niet alleen de internationale top van de video gaming naar de stad te brengen, maar ook door in de stad een internationaal gaming platform te starten. Dit bij elkaar leidde tot een dynamisch cultureel cluster en een grote interesse in video gaming, ook in de underground van Montreal. Ubisoft stimuleert zijn werknemers om deel te nemen in stedelijke communities van de middleground. Zo organiseerden zij een straatfestival en open workshops in het lokale kunstcentrum. Zij huren lokale kunstenaars in voor hun games. Ubisoft profiteert van de creatieve milieus in de stad, maar geeft er zo ook iets voor terug.

Cirque du Soleil is een grote internationale onderneming met meer dan 4.000 werknemers is gevestigd in Montreal en speelde een trekkersrol in de herontwikkeling van het gebied rond Saint Michel. Cirque du Soleil heeft Montreal op de kaart gezet als circusstad. Zo trok de stad een groeiend aantal communities rond circuskunst die samen het Tohu complex vormen. In Tohu - te zien als middleground - komen training, uitvoering, en onderzoek bijeen. Jaarlijks organiseren zij het International Circus Festival. Vanuit deze middleground zijn diverse kleinere circussen met eigen signatuur ontstaan van voormalig Cirque du Soleil leden. Tohu is het gezamenlijk initiatief van Cirque du Soleil, de National Circus School, het International Circus Festival en de culturele vereniging van Saint Michel.

De conclusie van de onderzoekers is dat creatieve steden voor een goede dynamiek afhankelijk zijn van een 'rijke middleground'. De communities en collectieven in deze 'middleground' vormen een essentiële verbinding tussen upper - en underground.

In beide cases speelde stimulerend beleid van de overheid een belangrijke rol. Deze steunde de vestiging en ontwikkeling van beide bedrijven met publiek geld en gunstige fiscale maatregelen. De middleground vraagt dus om specifieke aandacht van beleidsmakers. Het is niet alleen een lokaal platform, maar ook een knooppunt in 'multiple connections', een plek voor onderzoek en ontdekken van nieuw talent. Evenementen zijn een belangrijke stimulans voor een levendige 'middleground', van festivals tot beurzen en conferenties. Deze cases laten zien hoe de 'middleground' een belangrijke rol heeft in het tot stand brengen van interconnectiviteit.

Een Rotterdams voorbeeld van 'middleground' is Time Window.

In Time Window, huren 45 podiumkunstenaars gezamenlijk en uit eigen middelen studioruimte en hebben daar een open platform en samenwerking ingericht. Het motto is *'do it yourself, but not alone'*. Het is een netwerkorganisatie waarin teams van experts in wisselende samenstelling werken aan complexe culturele producties. Het gaat om podiumkunstenaars die individueel of in kleine groepjes als freelancers werken. Deze jonge, maar ook ervaren podiumkunstenaars ontwikkelen zich niet lineair, dus niet van de kleine zaal naar de grote zaal en van werk op projectbasis doorgroeien

naar een positie bij een gezelschap of productie. Ze zijn hoogstens een deel van hun tijd aan een instelling verbonden. Hun praktijk speelt zich af in uiteenlopende presentatie circuits en formats, van schouwburg tot medisch congres.

Time Window is hiermee in het model uit Montreal dat we hiervoor presenteerden een typische 'middleground' instelling te noemen: een vorm van coöperatie die de link tussen underground en de markt tot stand brengt.

Dergelijke organisaties zijn waardevol voor de stad en verdienen ondersteuning. Het is naar de mening van de Raad daarom ongelukkig dat zij in 2020 mogelijk hun ruimte moeten verlaten.

Kritiek op het model

Kritiek op dit anatomisch model is er ook. Volgens critici is de ontwikkeling van een creatieve stad te complex om te vatten in een verticaal model als dit. Zij betogen dat de stad eerder een 'collage' is of een mozaïek. Interconnectiviteit is hun ogen een horizontaal fenomeen en geen verticaal.

Sommigen vinden interconnectiviteit inhoudsloos: 'alles gaat over interconnectiviteit'. De wens tot interconnectiviteit leidt volgens hen tot impasses: veel praten maar weinig doen, 'window dressing'.

Beleid zonder uitvoering.

Een van de geïnterviewden plaatste het in veel positiever licht: 'interconnectiviteit is samen verantwoordelijkheid nemen voor een brede cultuur in de stad, je niet alleen verantwoordelijk voelen voor jezelf maar ook voor anderen'. Die lijn van denken sluit goed aan bij het IABx advies dat interconnectiviteit bepleit om het verhaal van de stad beter te vertellen. De IABx bepleit zowel betere samenwerking tussen de culturele organisaties zelf als tussen de cultuursector en andere sectoren.

De Raad vindt het model waardevol voor Rotterdam, omdat het nieuw licht kan werpen op al bestaand onderzoek naar de culturele infrastructuur in de stad (zie onder meer de inventarisatie van LAGroup en de Cultuurverkenning van de gemeente Rotterdam).

Kunstenaars zijn hyperconnected

Kunstenaars van nu zijn bijna zonder uitzondering internationaal actief. De kunstenaars die zich in 2018 inschreven bij het Centrum Beeldende Kunst spreken merendeels geen Nederlands. De community van kunstenaars is interconnectief: 'het zoekt in de stad van individuele kunstenaars en hun netwerken'. Kunstenaars maken deel uit van meerdere netwerken en maken hun werk in, voor en met deze netwerken. Ook kunstinstellingen als het CBK zijn hiermee 'interconnected' geworden, ze zijn een - belangrijke - knoop in het netwerk van de kunstenaars.

The Art of Impact

Vanuit het perspectief van kunstenaars ziet interconnectiviteit er weer anders uit dan vanuit het hiervoor geschetste perspectief van de creatieve stad.

Er zijn vele voorbeelden van kunstenaars die in hun werk samenwerking zoeken met maatschappelijke partijen en zo de 'crossover' maken naar andere domeinen. Deze samenwerking komt tot stand uit verschillende motieven: waarde creatie, persoonlijke ambitie, een zoektocht naar nieuwe vormen van financiering of distributie, vormgeven of uitwerken van een idee, vinden van een nieuw perspectief, confrontatie of reflectie. In 2015 en 2016 namen zo'n 120 kunstenaars en andere partners deel in het landelijk programma The Art of Impact, dat zich ten doel stelde kunstprojecten met een duidelijke impact op een maatschappelijk vraagstuk of thema te stimuleren. In het evaluatierapport wordt geconcludeerd men dat samenwerken draait om begrip voor elkaars doelen en vertrouwen en dat dit tijd kost. Veel van de ingediende projecten bouwden voort op een samenwerking die al voor de aanvraag was ontstaan, soms tussen veel partijen. Het vinden van een gemeenschappelijke taal was een uitdaging.

De Raad vindt dergelijke projecten tussen kunstenaars en maatschappelijke partners waardevol en adviseert belemmeringen zo veel mogelijk weg te nemen en te bezien op welke wijze dit ondersteuning kan krijgen.

3. Interconnectiviteit in Rotterdam

Uit het advies van de IABx maakt de Raad op dat de uitdaging vooral bij de culturele sector en het gemeentebestuur ligt om de interconnectie tussen kunst en cultuur en andere stedelijke domeinen tot stand te brengen. Dan gaat het om 'crossovers' naar stedelijke ontwikkeling, economie en het sociaal domein. In onze beschouwing over innovatie bepleiten wij een agenda voor de creatieve industrie. Doelstellingen aangaande interconnectiviteit kunnen hierin worden opgenomen.

Hierna gaan wij in op interconnectiviteit in de Rotterdamse cultuursector. De Raad maakt daarbij onderscheid tussen samenwerking binnen de culturele sector en samenwerking van de culturele sector met andere domeinen.

3.1 Samenwerking binnen de culturele sector

Over samenwerking binnen de culturele sector adviseerde de Raad eerder in 2014 (Samenwerkingsvormen tussen culturele instellingen in Rotterdam). Ook in het Cultuurplanadvies 2017-2020 werd apart aandacht besteed aan voorstellen voor samenwerking tussen culturele instellingen.

De Raad heeft samenwerking in het advies uit 2014 opgevat als 'die handelingen die een inhoudelijke, praktische, financiële of kwalitatieve meerwaarde bewerkstelligen voor culturele instellingen en/of het publiek'. De conclusie was toen dat samenwerking binnen de cultuursector meestal op eigen initiatief ontstaat en tot stand komt op die terreinen waar de afzonderlijke instellingen weinig risico lopen hun 'eigenheid' te verliezen. Er was toen maar weinig sprake van inhoudelijke samenwerking, die op de terreinen communicatie of cultuureducatie liep wel voorspoedig. Over het algemeen verloopt samenwerking stroef, was de conclusie.

In het Cultuurplanadvies 2017-2020 is te lezen dat samenwerking op inhoud of publieksbereik niet goed van de grond komt: 'De Raad heeft nog te weinig plannen gezien waarin instellingen hun verantwoordelijkheid nemen door programma's en activiteiten op elkaar af te stemmen. Terwijl afstemming juist van een grote meerwaarde kan zijn, bijvoorbeeld voor de spreiding van het aanbod voor cultuureducatie en specifiek kunst- en cultuuraanbod om een zo breed mogelijk publiek te bereiken, waaronder van nieuwe doelgroepen'. Niet alle geïnterviewden delen dit beeld. Zo wordt ook betoogd dat culturele instellingen in Rotterdam veel doen, maar dat het te weinig zichtbaar is.

3.2 Samenwerking cultuur met andere domeinen.

Een conclusie uit de hiervoor genoemde adviezen is dat samenwerking tussen de cultuursector en andere domeinen - enkele uitzonderingen daargelaten - nog in de kinderschoenen staat. Dit blijkt ook uit onze beschouwing over innovatie.

Uit de interviews die de Raad in de afgelopen periode uitvoerde voor deze beschouwing komen over samenwerking binnen en buiten de sector verschillende geluiden naar voren:

- > Er is veel samenwerking in de Rotterdamse cultuursector: 'elke instelling doet wel wat'. De voorbeelden zijn vooral individueel of territoriaal, bijvoorbeeld in de Stadlabs.
- > De culturele sector is onbeweeglijk: feitelijk onbeweeglijk omdat mensen er al lang werken en 'doen wat ze gewend zijn' en in de communicatie onbeweeglijk, waarmee bedoeld wordt dat ze onvoldoende naar buiten laten zien wat ze doen met actuele maatschappelijke ontwikkelingen.

- > Voor instellingen ligt er een opgave om niet alleen connecties te onderhouden met partners die werkzaam zijn in hetzelfde veld, maar ook met andere partijen dan degenen die direct in eigen kring aanwezig zijn.

Welke organisaties zijn er in Rotterdam waarvan je kunt zeggen dat die interconnectiviteit bevorderen? En welke vormen zien we ontstaan in de Rotterdams middleground?

Naar aanleiding van de gesprekken voor deze beschouwing onderscheidt de Raad in de Rotterdamse cultuursector drie vormen van interconnectiviteit:

1. Instellingen die zelf vanuit hun kerntaak en opvatting interconnectief werken
2. Vormen van coöperatie die interconnectief werken
3. Platforms voor onderzoek en ontwikkeling

De Raad kiest ervoor om enkele voorbeelden van interconnectiviteit in Rotterdam er uit te lichten. Om een vollediger en sector breed beeld te schetsen is meer onderzoek nodig.

3.2.1 Ad 1 Instellingen die vanuit hun kerntaak en opvatting interconnectief werken.

Voorbeeld: IABR

De Internationale Architectuur Biënnale Rotterdam onderschrijft niet de stelling van IABx dat interconnectiviteit zou ontbreken. 'Wij zijn zo interconnectief als het maar kan, want dat is de enige manier om onze aanpak, die gekenmerkt wordt door uitgangspunten als het omarmen van complexiteit, integrale opgave, uitwisselen van kennis en ervaringen, en interdisciplinaire werkwijze, toe te passen. Onze projecten drijven op kennisallianties van stakeholders: ontwerpers, kunstenaars, experts, academici, bestuurders, financiers, bewoners enzovoort' (bron: mailwisseling RRKC met IABR). Interconnectiviteit is voor hen: met wie werken we in een specifieke lokale situatie concreet en oplossingsgericht samen om Sustainable Development Goals en de doelen van het klimaatakkoord van Parijs dichterbij te brengen? De IABR is verbonden met allerlei netwerken. In het project in Bospolder Tussendijken werkt men samen met scholen, bewonersorganisaties, corporaties, ontwikkelaars, de gemeente en vele anderen. IABR werkt structureel samen met het Rijk, bijvoorbeeld in de Actieagenda Ruimtelijk Ontwerp 2017 – 2020, het ministerie van Binnenlandse Zaken en - met als basis een Memorandum of Understanding - de Watergezant en het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat. In 'The Missing Link' wordt tevens samengewerkt met het Atelier Rijksbouwmeester en de Vlaams Bouwmeester. Daarnaast met vele partners in onderzoek, programma's en praktijken als ateliers en pilotprojecten.

Ruimtelijk ontwerpers kunnen als geen ander 'toekomst verbeelden' zodat we het 'kunnen willen'. De IABR ateliers en Stadslabs zijn goede vormen die samenwerking bevordert.

Voorbeeld: Stadslabs

'De stadmakerspraktijk in Rotterdam is levendig en divers maar nog onvoldoende verankerd in de werkprocessen in de stad. Burgerlijke macht verdient een volwaardige positie op het speelveld van het stadmaken, naast markt en overheid, zodat zij betekenisvolle invloed op de leefomgeving heeft' (bron: Een pamflet voor stadmaken in Rotterdam, Bongers, november 2018). Stadslabs ontwikkelen een fijn vertakt netwerk in buurt/wijk van burgers, professionals en instellingen. Ze brengen relevante partijen uit het gebied met verschillende belangen bij elkaar en ontwikkelen een verbindende kracht. Binnen het Stadslab wordt een brede dialoog gevoerd tussen uiteenlopende personen en instellingen over (urgente) kwesties in de buurt/wijk. Het platform dat een stadslab creëert en waarin verschillende stemmen worden gehoord doorbreekt het ouder bipolaire model van burger versus overheid. De stadmakersbeweging draagt bij aan een cultuur van coöperatie. Het netwerk is dynamisch en vraagt telkens weer om onderhoud. Voorgaande tekst over de Stadslabs is geput uit het hiervoor genoemde pamflet dat werd gepresenteerd op het Stadmakerscongres van november 2018.

Voorbeeld: WORM

Interconnectiviteit kun je bevorderen door een 'collectieve uitdaging te creëren' en te zorgen voor een passende organisatievorm.

De cultuursector is volgens WORM sterk in programmeren en het zoeken en vinden van alternatieven voor het bestaande. Zij kan van daaruit de connectie zoeken met andere sectoren. De 'middleground' is de schakel in de infrastructuur tussen 'underground' (grassroots) en 'upperground' (grote instellingen/mainstream). Hiertoe horen in de opvatting van WORM instellingen als WORM zelf, Showroom Mama en het HipHophuis. Allen voortgekomen uit en nog altijd geworteld in de 'underground' dragen ze bij aan het zichtbaar maken van initiatieven in de 'underground'. Die kweken weer nieuwe grassroot organisaties. WORM is educatie, kunst en cultuur en buurt bijeen, in een holistische benadering. Wat kun je vanuit de kunst aan waarde toevoegen aan bewegingen die je in de buurt ziet? WORM heeft een zeer gevarieerde programmering, waarin kunst samengaat met bijvoorbeeld 'silent disco' voor ouderen en een functie voor de buurt. WORM ontwikkelt zich zo tot een 'Cultuurhuis'. Een deel van de cultuursector vervult nu een soort 'opbouwwerkrol' door kunstenaars in te brengen in het proces van stedelijke ontwikkeling. Zij zijn bijvoorbeeld ook actief in het Stadslab Cool.

Voorbeeld: Witte de With Centre for Contemporary Art

Witte de With wijst op de noodzaak om een nieuw gedeeld vocabulaire te ontwikkelen om te praten over de publieke waarde van cultuur. Hoe werk je met jonge mensen aan het domein van cultuur overstijgende plannen? En hoe realiseer je daarbij publiek private samenwerking? De weg naar de realisatie van dit soort projecten is meestal lang en ingewikkeld. Witte de With heeft een dergelijke samenwerking onder meer in Kunstblock, met Thuis op Straat voor jeugd en jongeren en werkt samen met het Rotterdam Arts and Sciences Lab (RASL, met Codarts, Willem de Kooning en Erasmus Universiteit). In 2016 en 2017 organiseerde Witte de With het programma *Across the Board*, een platform voor jonge professionals dat uitwisseling bevordert over de grenzen van de disciplines. Onder leiding van gastdocenten uit de kunsten, bedrijfsleven en politiek werden tegenstrijdige denkwijzen onderzocht en gedeelde culturele waarden tussen hun verschillende werkvelden geïdentificeerd.

Voorbeeld Operadagen Rotterdam

Operadagen Rotterdam is een interessant voorbeeld van interconnectiviteit in de theater- en muzieksector. Het festival werkt zowel samen met de internationale top als met amateur Operazangers in Crooswijk. De organisatie belichaamt de samenwerking van grote muziek, theater- en festival organisaties.

3.2.2 Ad 2 Vormen van coöperatie die interconnectief werken

Hierna gaan wij kort in op de collectieven Afrikaanderwijk Coöperatie en Time Window. Het recente initiatief om tot Campus Coolhaven te komen zou ook onder deze noemer geschaard kunnen worden. De Raad beschikte ten tijde van het schrijven van deze beschouwing over onvoldoende informatie om Campus Coolhaven hier op te nemen.

Voorbeeld: Afrikaanderwijk Coöperatie / Het Gemaal

De Afrikaanderwijk Coöperatie is opgericht in 2013 en is gevestigd in Het Gemaal op Rotterdam Zuid. In Het Gemaal wordt een hoogwaardig aanbod op het terrein van kunst en cultuur gecombineerd met een laagdrempelige functie voor de buurt.

De basis voor Het Gemaal ligt in kunst- en cultuur, met oorspronkelijk Jeanne van Heeswijk als drijvende kracht. De coöperatie groeide in de loop der jaren uit tot een zelfstandige organisatie waarin vele betrokkenen uit de wijk zich verenigden. Doel is om een geluid te laten horen tegen

tijdelijke investeringen en impulsen in het gebied en in een meer continue beweging innovatie, duurzaamheid en het ontwikkelen van talent uit de buurt te bevorderen. Het Gemaal werkt nu o.a. met curator Alexandre Furtado Melville. Het gaat steeds om een mix van hoog en laag, van lokaal en internationaal. Kunstenaars en instellingen die willen samenwerken met de coöperatie wordt gevraagd de verbinding met de omgeving te maken. Vaste partners zijn bijvoorbeeld de Willem de Kooning Academie en de Erasmus Universiteit. In gesprekken met culturele instellingen die met het Gemaal willen werken zijn gelijkwaardigheid en wederkerigheid belangrijke thema's. Het Gemaal wil geen lokaal publiek of makers 'aanleveren', alleen in het belang van de bezoekende instelling. Belangrijk is om het belang van de bewoners voorop te stellen. Een voorwaarde voor interconnectiviteit is dus dat deze plaatsvindt op basis van gelijkwaardigheid en wederkerigheid.

De kracht van de organisatie zit in het 'web', het netwerk en is niet afhankelijk van één of enkele partners. Het gemeentebestuur kan de coöperatie helpen door aanspreekbaar te zijn, verantwoordelijkheid te durven nemen en door bereid te zijn in het systeem ruimte te maken wanneer er 'organisch' samenwerking ontstaat. Er moet een flexibeler systeem worden ontwikkeld: het is geen 'one size fits all'.

Voorbeeld: Time Window

Time Window is een groep van 45 jonge en ervaren, professionele (podiumkunsten-) makers die gezamenlijk en uit eigen middelen in het ZOHO-kwartier 1000m2 studioruimte huren om hun individuele artistieke praktijk vorm te geven. De samenstelling van de groep is veranderlijk en er zijn verschillende niveaus van ervaring, van net afgestudeerd tot zeer ervaren en autodidact. Time Window voorziet makers van een basis van waaruit zij uiteenlopende samenwerkingen aangaan en initiatieven nemen. Time Window opereert ook 'op de markt' en formeert combinaties die opdrachten doen voor onder meer Theater Rotterdam en Route du Nord. Time Window stimuleert om tot nieuwe contexten en opdrachtgevers te komen. Voor de ontwikkeling van talent is een peer to peer platform met een grote mate van zelforganisatie van grote waarde. Time Window kan in de visie van de RRKC beschouwd worden als een 'vehikel' om tot meer interconnectiviteit te komen, de samenwerking tussen podiumkunstenaars, kunstinstituten en andere partners in de stad.

3.2.3 Ad 3 Platforms voor onderzoek en ontwikkeling

In Rotterdam is een aantal organisaties actief als platforms voor onderzoek en ontwikkeling en vanuit die rol als vanzelf de interconnectiviteit opzoeken. Voorbeelden zijn de Stichting Kunst Accommodaties Rotterdam (SKAR), het Kenniscentrum Cultuureducatie Rotterdam (KCR) en Architectuur International Rotterdam (AIR).

Aan de universiteit en hogeschool zijn ook organisaties verbonden die als zo'n platform beschouwd kunnen worden. Het Expertisecentrum Maatschappelijke Innovatie van de Hogeschool Rotterdam (EMI) is zo'n zes jaar geleden ontstaan. Het is een langdurig samenwerkingsverband dat innovatie inzet om de leefomstandigheden van burgers te verbeteren, onder meer via het kunstvakonderwijs. EMI houdt zich tevens bezig met vernieuwing en verbetering van het onderwijs door wisselwerking met andere terreinen, zoals het versterken van ondernemerschap. De hedendaagse generaties studenten zoeken vanzelf al verbindingen met andere terreinen, net als cultureel ondernemers en grassroot initiatieven in de stad. Vooral kleinere initiatieven brengen volgens EMI vaak de interconnectiviteit tot stand, netwerkers zijn nodig om deze te versterken.

3.3 Raad voor Cultuur sectoradviezen en interconnectiviteit

De landelijke Raad voor Cultuur bracht in de afgelopen periode sectoradviezen uit. De adviezen zijn gericht op de ontwikkeling in de verschillende disciplines, sectoroverstijgende samenwerking komt slechts mondjesmaat aan bod. Uitzonderingen zijn het advies over de ontwerpsector 'Ontwerp voor de toekomst' en het advies over beeldende kunst.

In 'Ontwerp voor de toekomst' schetst de Raad voor Cultuur hoe ontwerpers in opdracht werken en ontwerpend onderzoek doen. Ze veranderen zo ketens en systemen. Ze verbinden hun creativiteit aan vele domeinen, van kunst en cultuur tot gezondheidszorg, van defensie tot stedelijke vernieuwing en van mobiliteit tot duurzame leefomgeving. Ze werken met en over disciplines heen. De Raad voor Cultuur merkt op dat de sector een overheid nodig heeft die de 'bottom up' dynamiek versterkt rondom de artistieke – culturele, economische en maatschappelijke waarden die de sector produceert. De Raad adviseert om de infrastructuur te versterken: broedplaatsen, initiatieven, regionale netwerken. Zij signaleren veelbelovende ontwikkelingen in regio's waar ontwerpers betrokken zijn bij sociale, digitale en ruimtelijke vraagstukken.

In het advies beeldende kunst merkt de Raad voor Cultuur op dat kunstenaars en instellingen het publieke domein steeds meer opzoeken. Zij trekken de wijken in, ontwikkelen op maat educatieve programma's en nodigen het publiek uit om mee te doen.

4. Conclusies en aanbevelingen

- > Interconnectiviteit is een complex begrip met verschillende betekenissen. Belangrijker is misschien nog wel dat interconnectiviteit geen op zichzelf staand doel is, maar dat het kan bijdragen aan de realisatie van andere doelen. De Raad ziet in het spoor van de IABR in dit verband de volgende doelen voor zich:
 - grotere zichtbaarheid van de cultuursector en cultuurproductie doordat in de samenwerking grotere entiteiten ontstaan;
 - vergroten van de bijdrage van de cultuursector aan sociale, culturele, economische en ruimtelijke ontwikkeling van Rotterdam.

Het drijft op 'bruggenbouwers', op personen die interconnectiviteit bevorderen met het oog op door hun gekoesterde ideële doelen in de stad. De Raad ziet in de ontwikkeling van de 'middleground' en de actuele praktijk van kunstenaars aanknopingspunten om interconnectiviteit te bevorderen.

- > In deze beschouwing hebben we instellingen genoemd die vanuit overtuiging 'interconnected' werken: dat zou vanuit het kunstbeleid ondersteund en beloond kunnen worden.
- > Ruimte voor experiment en onderzoek, al dan niet gekoppeld aan events, is een bevorderende factor voor interconnectiviteit.
- > De internationale voorbeelden uit Montreal laten zien dat creatieve bedrijven iets te bieden hebben aan de ontwikkeling van hun stad en hun burgers. Specifiek door organisaties en plekken op te richten die de verbinding leggen tussen de directe bedrijfsvoering van het bedrijf en de creatieve, sociale stedelijke omgeving. De overheid speelt daarin een faciliterende rol.
- > Bevorder interconnectiviteit met daarop gerichte instrumenten als mediators, matchmakers, gebiedsgerichte samenwerking, netwerkorganisaties die onderzoek, ontwikkeling en co-creatie als kerntaak hebben en evenementen waarin wordt samengewerkt.
- > De Raad constateert dat interconnectiviteit van *kunstenaars* met maatschappelijke partners voortkomt uit persoonlijke ambitie, een zoektocht naar nieuwe vormen van financiering of distributie, vormgeven of uitwerken van een idee, vinden van een nieuw perspectief, confrontatie of reflectie.
- > Nodig het culturele veld uit om aansluiting te maken met de speerpunten uit het gemeentelijk coalitieprogramma.

Bijlage

Interviews, klankbordgroep en bronnen beschouwing interconnectiviteit

Interviews

- > Carolien Dieleman, Expertisecentrum Maatschappelijke Innovatie Hogeschool Rotterdam
- > Yoei Meessen, Witte de With Centre for Contemporary Art
- > Janpier Brands, WORM
- > Siebe Thissen, Centrum voor Beeldende Kunst Rotterdam
- > Jeannne van Heeswijk, Annet van Otterloo en Ramon Mosterd, Afrikaanderwijk Coöperatie / Het Gemaal
- > Bas van der Pol en Barbara Luns, Architectuur Instituut Rotterdam (AIR)
- > George Brugmans, Internationale Architectuur Biënnale Rotterdam

Klankbordgroep

- > Maarten König (Holland Branding Group)
- > Hugo Bongers
- > Jan Oosterman (lid Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur)

Bronnen

- De volgende stap voor het Rotterdamse stadmaken, Boonstra in opdracht van AIR, 2018
- Campus Coolhaven, concept plan initiatiefgroep Campus Coolhaven (Maas Theater en Dans, Codarts, Jeugdtheater Hofplein, Grounds)
- MIRT Rotterdam Vooruit, een stad in beweging, beweging in de stad, Holland Branding Group.
- The Art of Impact, inzicht in samenwerken en impact, Kwink Groep, december 2016
- Rapportage Samenwerking in de Rotterdamse Culturele Sector, Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur, september 2014
- The Autonomous Fabric of Rotterdam, self organisation as contemporary art, Kentgens/Cramer en anderen, 2018
- Een pamflet voor het stadmaken in Rotterdam, Bonger/Boonstra/De Vries, november 2018
- Puntkomma 14, een special over stadmaken, december 2018.
- The Anatomy of the Creative City, Cohendet, Patrick, Granddad en Simon, 2010.

rotterdamse
raad voor
kunst en
cultuur

postbus 2800
3000 CV ROTTERDAM

kantooradres
korte hoogstraat 31
3011 GK ROTTERDAM

telefoon 010 433 58 33
e-mail rrkc@rrkc.nl
www.rrkc.nl