

# CREATIEF MAASTRICHT

verbeelding en vakmanschap

2019 - 2022



 **BOERENBONT**  
BOERENBONT



*Gemeente Maastricht*

## COLOFON

Plan van aanpak Creatieve maakindustrie (F10) 2019 - 2022

Vormgeving & redactie / gemeente Maastricht

Uitgave gemeente Maastricht 2019

## INHOUDSOPGAVE

Samenvatting	5
1 / Inleiding	7
2 / Balans	11
3 / Het nieuwe programma	19
4 / Vertaling in een actieplan	27
5 / Uitvoering	35
6 / Bronvermelding	39
Bijlage Logboek	40



# SAMENVATTING

*Verbeelding en vakmanschap* zijn in Maastricht onlosmakelijk met elkaar verbonden. Maastricht is van oudsher een industriestad van waaruit maakbedrijven als Sphinx en Mosa de wereld veroverden. Dat vakmanschap is van oudsher ingebed in een rijke cultuurstad, die telkens wist in te spelen op de nieuwe trends en ontwikkelingen. Deze unieke combinatie van verbeelding en vakmanschap heeft ertoe geleid dat er een bloeiende culturele en creatieve maakindustrie is ontstaan van nationale en internationale betekenis met een herkenbare smoel in het Sphinkwartier.

Dit is het plan van aanpak Creatieve Maakindustrie van de gemeente Maastricht voor de jaren 2019 t/m 2022. Het is een uitwerking van de economische visie 2020 'Made in Maastricht' en een vervolg op de Impuls Creatieve Industrie (2014-2018). De creatieve maakindustrie is een verzameling van onderling verweven sectoren waar creativiteit en voortdurende vernieuwing core business zijn en bestaat uit kunst, media en entertainment en creatieve zakelijke dienstverlening.

Dankzij de Impuls Creatieve Industrie (2014-2018) is de basis meer dan op orde. Met dit plan van aanpak willen we doorpakken en de creatieve sector duurzaam verankeren in Maastricht. Door de bewuste combinatie van vier actielijnen - te weten: zichtbaarheid, ondernemerschap, netwerkvorming en ruimte - komen we tot een bredere **creatieve stad die ruimte voor talentontwikkeling combineert met innovatie en werkgelegenheid.**





# 1/INLEIDING

## Verbeelding en vakmanschap

Verbeelding en vakmanschap zijn in Maastricht onlosmakelijk met elkaar verbonden:

- Maastricht is van oudsher een industriestad van waaruit maakbedrijven als Sphinx en Mosa de wereld veroverden. Maastricht telt anno 2019 nog steeds enkele honderden maakbedrijven waar ruim 7.000 mensen werken. En dan is de indirecte werkgelegenheid nog niet meegeteld. Vakmanschap heeft de stad meer dan twee eeuwen welvaart gebracht.
- Dat vakmanschap is van oudsher ingebed in een rijke cultuurstad, die telkens wist in te spelen op de nieuwe trends en ontwikkelingen. Zo ontstond bijvoorbeeld eind jaren '50 een 'cultuurkwartier' in de stad door de nabijheid van instellingen voor hoger en middelbaar kunstonderwijs. Hierop groeiden vele culturele ondernemingen, gezelschappen en gerenommeerde ontwerpers en makers: van Holten tot Rieu, van Hadewych Minis tot Sally. Anno 2019 is Maastricht een van de negen culturele brandpunten van Nederland met een nagenoeg volledige culturele infrastructuur.

Deze unieke combinatie van verbeelding en vakmanschap heeft ertoe geleid dat er een bloeiende culturele en creatieve maakindustrie is ontstaan in Maastricht.

## Definitie creatieve maakindustrie

De creatieve maakindustrie is een verzameling van onderling verweven sectoren waar creativiteit en voortdurende vernieuwing core business zijn en er sprake is van een kleinschalige serieproductie.

Onderzoek door onder andere Paul Rutten (2010) leidde voor Nederland tot een onderscheid van drie sectoren:

- **Kunst:** podiumkunsten, beeldende kunsten, theaters, galleries & musea.
- **Media en entertainment:** schrijven & uitgeven, radio & televisie, film & video, games.
- **Creatieve zakelijke dienstverlening:** reclame, fotografie, design, grafisch ontwerp, architectuur & interieur, mode.

### Beleid

De afgelopen coalitieperiode is er bijzondere aandacht geweest voor deze creatieve (maak)industrie waar dit plan van aanpak op voortborduurde. De gemeente heeft in de periode 2014-2018 de rol van aanjager op zich genomen en initiatief in de creatieve sector uitgelokt en ondersteund via de Impuls Creatieve Industrie. De Impuls Creatieve Industrie is een uitwerking van de economische visie 'Made in Maastricht' (2015) waarbinnen de creatieve sector als topsector voor Maastricht wordt gedefinieerd. Naast de Impuls Creatieve Industrie zijn er ook binnen de Innovatieagenda Cultuur (2016-2018), het broedplaatsenbeleid (2017-2018) en het geactualiseerd atelierbeleid (2018-2020) kansen geboden voor de creatieve maakindustrie.

Verbeeldingskracht  
en vakmanschap zijn  
in creatief Maastricht  
onlosmakelijk met  
elkaar verbonden



## 2/BALANS

De basis is op orde en zelfs meer dan dat. Maastricht begon in 2014 met een kleine achterstand op het thema creatieve industrie. Inmiddels heeft Maastricht deze achterstand meer dan ingehaald en doen we landelijk en zelfs ook internationaal mee.

### Onderzoek 'Mapping Maastricht'

Wetenschappelijk onderzoek ondersteunt dit beeld. Het onderzoek 'Mapping Maastricht in de culturele en creatieve industrie' uitgevoerd door de UM (Rachel Pownall) over de periode 2009-2016 laat zien dat:

- er in Maastricht meer dan landelijk gemiddeld ondernemers en ondernemingen in de creatieve industrie werken;
- het aantal ondernemers en ondernemingen in de creatieve industrie sterker groeiden dan landelijk gemiddeld. De mode-industrie zelfs twee keer sterker dan elders in Nederland;
- het bruto product van de creatieve sector in die periode met 12% groeide. De creatieve industrie is een economische factor van betekenis aan het worden in Maastricht en versterkt daarmee het brede economisch portfolio van de stad;
- de creatieve industrie in Maastricht zich - in vergelijking met de steden in Zuid-Limburg en andere grensregio's en Amsterdam - positief onderscheidt: ook hier is de groei relatief sterker dan gemiddeld.



Een causaal verband tussen het gemeentelijk beleid en de groei van de sector is niet aan te tonen. Het is wel aannemelijk dat deze beleidsimpuls samen met de algemene economische groei bijdroeg aan de gemeten groei van ondernemers, ondernemingen en brutowinst in Maastricht. Overigens kenmerkt de creatieve industrie zich landelijk en internationaal door haar dynamische karakter: de creatieve industrie is bij uitstek een voorbeeld van de groeiende netwerkeconomie van mkb'ers, zzp'ers en start ups, naast een kleiner aantal grote bedrijven.

### Onderzoek 'Maastricht aan het werk 2018'

Het rapport van 'Maastricht aan het werk 2018' uitgevoerd door Etil laat eveneens zien dat er in de vestigingsontwikkeling een groei is waar te nemen binnen de culturele en creatieve industrie, al is de werkgelegenheid binnen de sector nagenoeg gelijk gebleven. Het is van belang om nadere informatie te verkrijgen over wat hierbij belangrijk is voor deze doelgroep.

### Beleidsevaluatie Impuls Creatieve Industrie 2014-2018

De afgelopen coalitieperiode is fors geïnvesteerd in de weerbaarheid van deze sector door middel van vier programmaliijnen waarbinnen we kort de oogst en de lessen omschrijven:

## PROGRAMMALIJN 1

### Bevorderen van ondernemerschap

#### OOGST TOT 2018

De gemeente heeft meer bewustwording gecreëerd voor ondernemerschap binnen het kunstvakonderwijs en de sector zelf (met name mode). Dit door projecten als Embracing Exchange (waar ontwerpers - al dan niet in opleiding - zich presenteren op toonaangevende evenementen en beurzen) mogelijk te maken en het Fashion House mede te initiëren en te financieren. Dit laatste is een talentontwikkelingsproject met individuele coaching en workshops voor nieuwe generatie modeontwerpers en startups.

#### LESSEN VOOR 2019 - 2022

- Blijf met kunstvakonderwijs in gesprek om ondernemerschap veel meer én structureel aandacht te geven in het curriculum van het kunstvakonderwijs. De urgentie is hoog. Studenten hebben echt tools nodig om binnen de huidige maatschappij van creativiteit hun beroep te maken.
- Blijf ondernemerschap stimuleren binnen de creatieve maakindustrie, maar dan in de volle breedte (dus géén aanpak van sectoren). Zet daarbij zoveel mogelijk in op zelforganisatie.
- Bied niet alleen ruimte voor ontwikkeling voor starters, maar ook voor mid-careers en zelfs gevestigde talenten.

## PROGRAMMALIJN 2

### Versterken van de fysieke creatieve infrastructuur

#### OOGST TOT 2018

De gemeente heeft tijdelijke werkruimtes ingericht voor modeontwerpers in het LAB-gebouw (gebouwelijk onderdeel Fashion House). De gemeente heeft geleerd dat het ingewikkeld is om als gemeente een broedplaats te initiëren en dat een atelierplek enkel voor de sector mode te eenzijdig is.

#### LESSEN VOOR 2019 - 2022

- Zet vooral in op zelforganisatie. Door het geactualiseerd atelierbeleid is atelierorganisatie SAM beter toegerust om de creatieve sector te faciliteren en de rol van cultureel vastgoedontwikkelaar én beheerder op zich nemen.

## PROGRAMMALIJN 3

### Vergroten zichtbaarheid

#### OOGST TOT 2018

De gemeente heeft onder andere ingezet op repeterende publicaties in belangrijke landelijke en regionale bladen (zoals NRC, Zuiderlucht, Chapeau) en online verhalen over de creatieve maakindustrie. Deze verhalen hebben sterk bijgedragen aan de herkenbaarheid van Maastricht als creatieve stad. De serie in Zuiderlucht is deels bekostigd door het Elisabeth Strouven Fonds. Bovendien heeft het fonds een belangrijke bijdrage aan de zichtbaarheid geleverd door hun gehele pand in te richten met meubels en design van de lokale creatieve maakindustrie. Op die manier bood het fonds de sector een podium en verkoopadres. Ook evenementen zoals Designday hebben een belangrijke bijdrage geleverd aan de zichtbaarheid van de creatieve maakindustrie, inclusief een spin-off op het gebied van ondernemerschap en netwerken.

#### LESSEN VOOR 2019 - 2022

- Zet nog steviger in op de zichtbaarheid van makers en de producten die ze maken. Creatief Maastricht is nog te onbekend. Gebleken is dat de communicatie nog krachtiger is in combinatie met een concrete en fysieke plek zoals het Sphinxkwartier. Maar ook het Werkgebouw op Tapijn is een goed zichtbaar voorbeeld.



## Verbinden van spelers in de sector

### OOGST TOT 2018

De gemeente heeft onder andere geïnvesteerd in het van de grond krijgen van het Creative Hub Euregion (CHE) met Maastricht in een centrale rol.

### LESSEN VOOR 2019 - 2022

- Zet verder in op het onderling verbinden van de sector, maar vooral ook op het verbinden van de sector met de spelers daarbuiten. Interdisciplinair samenwerken is noodzakelijk voor de sector om relevant te zijn en bijdragen en impulsen te leveren aan de oplossing van maatschappelijke problemen.

## ONDERZOEK MAPPING MAASTRICHT

Daarnaast bracht het onderzoek 'Mapping Maastricht' relevante inzichten over de staat en de potentie van de creatieve maakindustrie.

### OOGST TOT 2018

Door deze wetenschappelijk gefundeerde informatie over de creatieve maakindustrie kan het beleid continu worden verbeterd.

### LESSEN VOOR 2019 - 2022

- Verbreed de indicatoren met het succes van innovaties uit de creatieve maakindustrie. Werk dus niet enkel met indicatoren die de effecten voor de werkgelegenheid en de economische groei meten.



## 3/HET NIEUWE PROGRAMMA

### Creatief Maastricht anno 2019:

- Binnen de creatieve maakindustrie in Maastricht (onderzoeksjaar 2016) is de pijler 'Kunsten en cultureel erfgoed' het sterkst vertegenwoordigd met 733 bedrijven. Daarna volgen de creatieve zakelijke dienstverlening met 677 bedrijven en de media- en entertainmentindustrie met 279 bedrijven en tot slot 57 modebedrijven (Pownall et al., 2016, p. 39).
- Een belangrijke factor in de ontwikkeling van de Maastrichtse creatieve industrie is de aanwezigheid van de kunstvakopleidingen en creatieve opleidingen van ZUYD Hogeschool. De stad beschikt namelijk over een toneelacademie, een conservatorium, een kunstacademie, een mediaopleiding (MAMDT) en daarnaast de Jan van Eyck Academie voor postacademische opleidingen. Samen voorzien ze de stad jaarlijks van nieuw creatief talent. Dit levert in het lokale en regionale creatieve veld ook veel zelfstandige kunstenaars en creatieve bedrijven op in het creatieve veld (lokaal en regionaal). En ook de culturele opleidingen van de Faculteit der Cultuur- en Maatschappijwetenschappen van de Universiteit Maastricht leveren culturele professionals af, onder meer aan de lokale creatieve industrie. Hun perspectief op werk en ondernemerschap in de regio groeit.
- Maastricht heeft op het gebied van creativiteit en vakmanschap een achtergrond in de toegepaste kunsten met bedrijven als aardewerk- en porseleinfabriek Sphinx, meubelmaker Artifort, kristalbewerker Kristalunie en tegelmaker Mosa. Het beroepsopleiding van Vista College sluit met de richtingen: Mediavorming & Signmaking (Sittard) en Interieur, Podium- en Evenemententechniek en audiovisuele productie (Heerlen) hier goed op aan.

- In Maastricht is er sprake van een rijke verzameling van diverse (marktgeoriënteerde) culturele sectoren, variërend van mode tot architectuur en van gaming tot dance. De creativiteit en verbeeldingskracht zet de sector in bij het ontwerpen van haar producten en diensten, van jurk tot tv-format en van app tot gebouw.
- De impact van onze creatieve industrie gaat echter verder: ook de stadsontwikkeling kon niet zonder, getuige de recente ontwikkelingen van de Tapijnkazerne en het Spinxkwartier. Ook in de binnenstad zorgt de sector voor kleur en programma dat de aantrekkelijkheid van de stad versterkt.

### De theorie

Zowel gezaghebbend econoom Richard Florida (2002) als stedelijk visionair Charles Landry (2000) stellen dat een stad met een sterk creatief en/of cultureel vermogen weerbaarder is. Dat vermogen uit zich onder andere in de aanwezigheid van een creatieve klasse. Deze creatieve klasse is sectoroverstijgend bestaat uit mensen voor wie creativiteit en innovatie centraal staan in hun werk. Voorwaarde voor de ontwikkeling van de creatieve klasse is de aanwezigheid van de drie T's: Tolerantie, Talent en Technologie (samen de creativiteitsindex). Tolerantie staat voor de openheid en het enthousiasme waarmee anders denken, nieuwkomers en leefstijlen worden ontvangen. Technologie is het innovatieve vermogen en de middelen van creatieve talenten om hun projecten te ontwikkelen. Daar hoort bijvoorbeeld ook fysieke ruimte bij, maar natuurlijk ook kennis, gereedschap en apparatuur.

Florida nuanceert met het boek “The New Urban Crisis” (2017) de kracht van de creatieve klasse. Hij beschrijft dat de overgang naar een creatieve economie ongelijkheid met zich mee kan brengen. In grote steden leidde een sterke focus op de creatieve economie er onder andere toe dat vooral de hoge inkomens profiteren en het voor de lage inkomens lastig is om nog een betaalbare woningen te vinden in de stad. Hij noemt dit het Winner-Take-All-Urbanism.

Op de schaal van Maastricht is dit risico beperkt omdat de steun aan de creatieve maakindustrie in de volle breedte is (verbeelding én vakmanschap) en er geen sprake is van een overgang naar een creatieve economie: de creatieve industrie is één van de sectoren binnen een brede economische structuur van Maastricht.

Door onderdeel te zijn van die brede economische structuur kan de creatieve maakindustrie vernieuwing brengen. Cor Wijn haalt expert Paul Rutten aan in de “Essentie van cultuurbeleid en management” door te stellen dat de creatieve maakindustrie met deze ‘vliegwielfunctie’ afwijkt van andere sectoren die zo’n dynamische rol niet of veel minder hebben. Creatieve professionals leggen veel sterker de verbinding tussen problemen en uitdagingen enerzijds en oplossingen en innovatie benaderingen anderzijds. Het succes van de creatieve maakindustrie moeten we daarom niet zozeer aflezen aan de toe- of afname van banen, maar vooral aan het succes van de innovaties waarin het creatief scheppend vermogen van doorslaggevend belang is.

Bij verschillende incubators, startups en broedplaatsen in Maastricht bloeit nieuwe bedrijvigheid op waarbij ook duurzaamheid en circulariteit een steeds grotere rol spelen. Kleinschalig maken ze daar maatschappelijk relevante producten die een positieve impact hebben. Naast verbeelding en vakmanschap is relevantie van groot belang. Niet alleen in economisch opzicht, maar ook sociaal en cultureel.

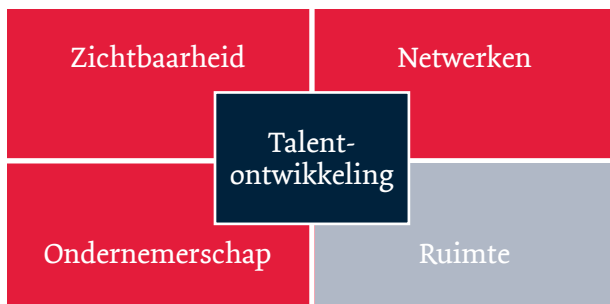


## Onze ambities

Zoals gezegd: de basis is meer dan op orde. Nu willen we doorpakken en de creatieve sector duurzaam verankeren in Maastricht.

Een vruchtbaar (ontwikkel)klimaat creëren voor de creatieve sector staat in onze acties centraal:

- We gaan als regisseur publieke en private organisaties opdracht verstrekken om meer fysieke (werk)plekken te realiseren voor de sector. Dit doen we middels een werkbudget van 75k per jaar.
- We gaan als facilitator actief de sector uitnodigen om initiatieven te bedenken en te realiseren die de zichtbaarheid en het ondernemerschap van de creatieve maakindustrie vergroten alsook de netwerk- en coalitievorming binnen en buiten de sector versterken. Hiervoor werken we met een subsidieregeling van 125k per jaar met een maximum subsidie van 20k per project.



## Doelstelling

Door de bewuste combinatie van deze vier actielijnen komen we tot een bredere **creatieve stad die ruimte voor talentontwikkeling combineert met innovatie en werkgelegenheid**. Die verbeeldingskracht weet te verbinden met vakmanschap en van conceptontwikkeling tot en met productie ook meer innovatieve oplossingen, duurzaam werk en welvaart genereert voor alle lagen van de bevolking.

## Talentontwikkeling in de breedte

We bevorderen talentontwikkeling in combinatie met innovatie en werkgelegenheid door de verdere artistieke en professionele ontwikkeling van individuele talenten werkzaam binnen de creatieve maakindustrie te stimuleren. Waarbij we benadrukken dat deze verdere ontwikkeling ook gepaard gaat met het versterken van het eigen cultureel ondernemerschap. Dit doen we door het 'gildeprincipe' te herintroduceren waarbij de oude generatie de jonge generatie onder de hoede neemt in zogeheten gildes. Ze wisselen hier kennis en ervaring uit en de jonge generatie wordt door de sector zelf opgeleid en leert een vak. Denk aan initiatieven zoals het lesprogramma voor meubelmakers in de Sint-Andrieskapel, de activiteiten voor jonge automonteurs in het Werkgebouw, maar ook stages die op de werkplaats zelf plaatsvinden.

Ook hebben we aandacht voor leer-werkroutes waarbij we mensen met én zonder afstand tot de arbeidsmarkt kunnen leiden naar werk binnen de creatieve maakindustrie. Bovendien betrekken we in dit beleid ook de avondscholen vlak over de grens in België waar mensen een ambacht leren en hierin actief zijn. Op deze manier bevorderen we middels creatieve maakindustrie meer duurzaam werk en welvaart voor alle lagen van de bevolking.

Zoals Max Siedentopf (Creative Director van KesselsKramer) het treffend bracht “Everyone is a designer today! Even my mom!” Elk mens is van nature creatief. Alleen was vroeger smaak iets van de elite. Nu is iedereen curator van zijn eigen omgeving en maken we moodboards voordat we de badkamer verbouwen, een maaltijd serveren of make-up aanbrengen. Met dank aan Pinterest en tutorials op YouTube.







## 4/VERTALING IN EEN ACTIEPLAN

Op basis van bovenstaande ambitie gaan we met de volgende actielijnen aan de slag. Na een korte beschrijving van actielijnen benoemen we concrete acties.

### Actielijn 1: **Vergroten zichtbaarheid**

De creatieve industrie van de stad kan zich beter ontwikkelen wanneer deze meer zichtbaar is. Zowel in de primaire afzetmarkt de Euregio Maas-Rijn als op grotere schaal. Hierbij is het ook van belang dat we inzichtelijk maken wat de betekenis is van de creatieve industrie voor de stad en de Euregio.

Zichtbaarheid zit enerzijds in Maastricht positioneren als creatieve (culturele) stad, anderzijds in het zichtbaar maken van de maker en zijn of haar producten. Vaak genoeg komt het voor dat bezoekers van een evenement of festival een mooi design zien en dit vervolgens achteraf willen bestellen, maar het product nergens online kunnen vinden. De potentiële kopers kunnen zich de naam van de designer niet meer herinneren en de zoekterm 'Maastricht design' levert onvoldoende resultaten op.



## Acties

- Tonen van zoveel mogelijk werk van de lokale creatieve maakindustrie op gemeentelijke locaties en andere organisaties (zoals Loods5) hiertoe stimuleren. Loods5 is bereid om aan de kop van de winkel een deel van de winkelruimte in te richten voor lokale designers en daar tevens workshops te laten plaatsvinden. De gemeente neemt als aanjager de taak op zich om designers bij elkaar te brengen en een plan te laten ontwikkelen voor deze winkelruimte.
- Ruimte bieden voor uitingen van creativiteit in de stad waaronder het toestaan en stimuleren van 'designer markets' of pop-up shops op strategische publieke plekken, bewegwijzering van en naar hotspots binnen de creatieve industrie en het creëren van een designroute langs makers.
- Stimuleren dat Maastrichts talent zich presenteert. Tijdelijk in de vorm van evenementen op vooruitstrevende podia zoals Dutch Design Week in Eindhoven en de Passagen in Keulen. Maar ook in onze eigen stad met de volgende highlights: Dutch Design Exchange in juni 2019 in het Sphinxkwartier, de Artifort tentoonstelling in 2020 in het Sphinxkwartier en in 2020/2021 de Crafts Capital door gehele stad. Structureel door plekken te realiseren en te behouden waar je de Maastrichtse creatieve maakindustrie dagelijks kunt beleven. Denk aan de Cokesfabriek die een atelier- en presentatiefunctie krijgt in het Sphinxkwartier.
- Trots zijn op de Maastrichtse talenten en dit ook veel meer uitdragen door bijvoorbeeld prijzen uit te reiken, activiteiten te organiseren en communicatiemogelijkheden te benutten. Maastricht heeft zoveel talenten: van de populaire klassieke muziek van André Rieu tot de dance scene met Lucas & Steve. Van de alom bekende tv-serie Flikken Maastricht tot het platform Videopower dat recentelijk weer in de prijzen viel. Van modeautoriteit Cécile Narinx tot aan Fashionclash en Ebby Port en van ontwerpers als Valentin Loellman tot opkomend talent zoals Ricardo Belli. En ga zo maar door.

## Actielijn 2: Ondernemerschap bevorderen

We weten dat de creatieve maakindustrie moeite heeft met het 'binnenhalen van opdrachten'. De creatieve industrie heeft in vergelijking tot de reguliere industrie een achterstand op het gebied van commerciële expertise, een ondernemende mentaliteit en de ondernemersvaardigheden. Velen die werkzaam zijn binnen de creatieve maakindustrie hebben niet zo veel op met de economische waarden en zijn veel meer geïnteresseerd in de artistieke en de maatschappelijke waarden. Ook is er tijdens de opleidingen onvoldoende aandacht voor ondernemerschap. Het is zowel voor starters, maar ook voor mid-careers en gevestigde talenten op dit vlak telkens de vraag: hoe kan ik van mijn kunst leven? Hoe maak ik een product waar anderen behoefte aan hebben en hoe breng ik dit vervolgens op de markt? Bij al deze groepen is er een kennis- en coachingsbehoefte.

## Acties

- Zoveel mogelijk optreden als eerste grote klant, de zogenaamde launching customer, en daarmee startende creatieve ondernemers rugwind bieden bij marktintroductie. Dit heeft een nauwe relatie met interne bewustwording over de creatieve sector en ons inkoopbeleid. Recente voorbeelden hiervan zijn: de aanschaf van de DenimX-stoelen van Marc Meijers voor het Eiffelgebouw en de karaf van de studenten van de kunstacademie voor in het stadhuis.
- Vergroten van kennis over creatief ondernemerschap en ondernemersvaardigheden door te investeren in lokale ondernemerschapsprogramma's die voldoende renderen, een voucher-aanpak (MKB-aanpak Zuid-Limburg), een samenwerking met het kunstvakonderwijs op dit vlak of het verbreden van bestaande ondernemerschapsprogramma in samenwerking met het LIOF. Het is belangrijk om het aanbod af te stemmen op de specifieke doelgroep: starter, mid-career en gevestigd, maar ook om in te spelen op de ontwikkelbehoefte van het individu.

- Verkennen van de mogelijkheden met betrekking tot samenwerking met de Triodosbank. Het verkrijgen van financiering vergt van alle ondernemingen de nodige inspanningen. Onderzoek van de European Creatieve Industries Alliance toont aan dat dit voor de creatieve maakindustrie extra ingewikkeld is. Enerzijds komt dit door de mate waarin ondernemerschapswaliteiten zijn ontwikkeld en anderzijds omdat de kredietverstrekkers/banken de creatieve maakindustrie onvoldoende helder in beeld hebben en onvoldoende handvatten hebben om te gaan met het intellectueel eigendom. Denk hierbij aan microfinanciering. Vooral in het kader van broedplaatsen is hier vraag naar.

### Actielijn 3: Netwerk versterken en coalities sluiten

De creatieve maakindustrie wil onderling van elkaar leren en met elkaar samenwerken. Om van elkaar te leren is het van belang dat je elkaar ontmoet en samen activiteiten onderneemt. De netwerkvorming is de afgelopen periode met het Euregionaal netwerk Creatieve Hub Euregion (CHE) sterk verbeterd, maar het kan nog veel beter.

Ook is het belang om de onderwijsinstellingen (Vista College, ZUYD, UM, Van Eyck) in het middelpunt te positioneren van die creatieve sector. De onderwijsinstellingen zijn essentieel voor de creatieve sector. Zij zorgen ervoor dat de creatieve maakindustrie zich blijft vernieuwen met telkens nieuwe talenten die zich verhouden tot Maastricht. Het is van belang om studenten tijdens de opleiding op de hoogte te stellen van de mogelijkheden in deze stad en ze hier na hun opleiding kansen te bieden. Direct na hun opleiding of later wanneer ze 'de wereld' hebben gezien en graag willen terugkeren. De gemeente betreft daarom de onderwijsinstellingen actief bij het creatieve maakindustriebeleid zodat het voor zowel recent als langer

afgestudeerden interessant is om in Maastricht te blijven of terug te keren. Een voorbeeld hiervan is de samenwerking rondom het Fashion House waarbij de MAFAD de werkplaats tot twee jaar na afstuderen ter beschikking stelt en de gemeente het toegankelijke ondernemerschapprogramma voor modetalenten financiert.

Maar een netwerk van en voor de creatieve maakindustrie is niet genoeg. In deze tijd is interdisciplinair werken noodzakelijk om impact te hebben. Door slimme verbindingen tussen bijvoorbeeld de *food design*-kunstenaars van de Van Eyck Academie die werken met medicinale planten en de Health Campus en haar bedrijven zoals Mosa Meat (kweekvlees) komen innovaties tot stand die een grote impact kunnen hebben op onze voedselvoorziening en dus op gezondheid.

### Acties

- Investeren in netwerkvorming binnen en buiten de creatieve maakindustrie.
- Mede mogelijk maken van het Euregionale netwerk CHE.
- Exploreren van mogelijkheden tot partnerschap met onderwijsinstellingen waarbij we beginnen met werkbezoeken aan de diverse onderwijsinstellingen.

### Actielijn 4: Ruimte(n) voor makers

De Creatieve Maakindustrie is een veelomvattend begrip dat vele vormen kent. Het is daarom lastig te definiëren in ruimtebeslag en ook niet altijd precies op de kaart van Maastricht aan te wijzen. Het gaat vooral om ruimte geven en ruimte laten voor de creatieve maakindustrie.

Het Sphinxkwartier is op stedelijk niveau het beste voorbeeld in Maastricht van ruimte geven en laten voor de creatieve maakindustrie. Zowel qua huisvesting als

programmering. Belangrijke presentatieplekken met voor de creatieve maakindustrie vinden daar hen plek: Bureau Europa, Lumière, Muziekgieterij, maar ook Andrieskapel, LAB-gebouw, de Gashouder en de Sphinxpassage. Tevens zijn er ook verkooppunten voor de creatieve maakindustrie zoals Loods5 en zijn er maakplekken in onder andere de Cokesfabriek.

Maar ook op Tapijn laten we ruimte voor de creatieve maakindustrie door de vestiging van het Werkgebouw met dertien gepassioneerde vaklieden met bijzondere producten: glas in lood, sieraden, meubels, tassen, laswerk etc.

Op wijkniveau bieden we ruimte voor makers via de atelierorganisatie SAM. Een gesubsidieerd atelier of werkplek kan dan - in een bepaalde fase in een carrière - de ondersteuning bieden die talent nodig heeft. Een gesubsidieerd atelier moet in deze context breed worden opgevat. We kijken niet meer enkel naar de fysieke ruimte en allerhande praktische zaken, maar vooral naar de mogelijkheden dat een atelier of werkplek in een specifiek gebouw biedt voor zelfontplooiing en de interactie met de omgeving. We willen zowel startend als gevestigd ondernemend creatief talent aan onze stad binden.

SAM is een belangrijke speler in de stad bij het bieden van zowel werk- als verblijfsateliers. SAM beheert zo'n 200 ateliers in de stad voor onder andere de doelgroep creatieve maakindustrie. De ambities met betrekking tot werk- en verblijfsateliers alsook de opdracht aan SAM liggen vast in het geactualiseerd atelierbeleid voor de periode 2018 tot en met 2020.

Bovendien vervullen (de initiatiefnemers van) broedplaatsen een belangrijke rol in dit vraagstuk door zowel werk- als presentatieruimte ter beschikking te stellen aan de doelgroep. Er is rondom startups, incubators en broedplaatsen beleid in ontwikkeling.

Daarnaast willen we als internationale cultuurstad ook internationale kunstenaars en onderzoekers die tijdelijk in opdracht werken van een culturele instelling in deze stad faciliteren. Het internationale karakter van de culturele sector in Maastricht maakt dat er behoefte is aan verblijfsateliers c.q. residenties waarbij internationale en lokale kunstenaars en creatieve ondernemers elkaar ontmoeten.

### Acties

- Proactief in gesprek zijn met vastgoedeigenaren over de (tijdelijke) inzet van panden voor de doelgroep. Bijvoorbeeld voor pop-up stores en werkplaatsen.
- Strategische verkenningen uitvoeren naar panden in het Sphinxkwartier (nu en in nabije toekomst. Permanent en/of tijdelijk. Bijvoorbeeld Franssingel 65, Sappi-Zuid) om in te zetten voor de doelgroep en panden als pilot daadwerkelijk inzetten.
- Verder werken aan de doorontwikkeling van het uitvoeringsprogramma van SAM.
- Verder werken aan de proeftuin voor makers binnen de Stedelijke Cultuurregio Zuid.
- Onderzoeken of woningcorporaties willen samenwerken om sloopwoningen in de tijdelijkheid in te zetten als woon-werkatelier.
- Onderzoeken of een van de residenties van SAM als prijs (met open call) kan worden ingezet voor een startend creatief talent (ambtelijk werkbezoek RAVI op 4 december 2018).
- Samen met SAM de toetsingsprocedure aanpassen zodat breder creatief talent ook gesubsidieerde ateliers en werkplekken kan huren.
- Samen met SAM de mogelijkheden bekijken voor het realiseren van tijdelijke woningen voor de doelgroep.



Zichtbaarheid  
Ondernemerschap  
Netwerken  
Ruimte

## 5/UITVOERING

### Instrumenten

We hebben een set van instrumenten reeds tot onze beschikking om bovenstaande acties uit te voeren. Het begint met te stellen dat creatieve maakindustrie een integrale beleidsopgave is. We hebben instrumenten op de volgende terreinen:

- vestigingsklimaat en ruimtelijk beleid (van bestemmingsplannen tot gebiedsontwikkeling)
- evenementenbeleid
- startup, incubators en broedplaatsenbeleid
- geactualiseerd atelierbeleid 2018-2020
- cultuurbeleid - regioprofiel
- arbeidsmarktbeleid.

### Nauwe relatie met ambitie starters, incubators en broedplaatsenbeleid

Er is een aantal overeenkomsten tussen de ambitie creatieve industrie en de ambitie starters, incubators en broedplaatsenbeleid.

- Zo hebben alle ondernemers (zowel de creatieve industrie als andere sectoren) behoefte aan de genoemde vier elementen: zichtbaarheid, ondernemerschap, netwerken en ruimte.
- Er zijn veel starters binnen de creatieve sector (vanwege het kunstvakonderwijs en het überhaupt een sector is waar je als zzp-er begint). Veel creatieve ondernemers maken gebruik van een broedplaats.
- Creativiteit en innovatie als kern van het werk is namelijk sectoroverstijgend. Dit is juist nodig om een vernieuwing te brengen in de brede economische structuur.

- Ook blijkt uit de evaluatie broedplaatsen dat zowel starters als gevestigde ondernemers informeel van elkaar willen leren en dat ook accountants en creatieven goed naast elkaar functioneren. De kunstenaar kan zijn financiële kennis en vaardigheden verbeteren en de accountant met de verbeeldingskracht van de kunstenaar kan leren om zich buiten zijn comfortzone te bewegen en klanten meer aan zich te binden.
- De accountmanager startups, broedplaatsen en incubators (die onderdeel is van het Plan van Aanpak Starters, Incubators en Broedplaatsen) is er dan ook voor alle starters, incubators en broedplaatsen die advies willen inwinnen over het starten en runnen van een bedrijf. Er is dus één loket. De accountmanager werkt vanuit het Bedrijfscontactpunt om deze doelgroep van een economische impuls te voorzien.

De reden dat we de ambities niet gezamenlijk oppakken is dat het programma startups, broedplaatsen en incubators veel breder is en geen sectoren uitsluit. De creatieve maakindustrie is er enkel voor de creatieve sectoren en sluit andere beroepsgroepen uit.

### Denktank Made in Maastricht

Creatieve maakindustrie is niet alleen een interne integrale opgave, maar vooral een opgave van en voor de stad. Daarom is het van belang om het gesprek over de creatieve maakindustrie met de stad te voeren. De denktank Made in Maastricht waarin lokale fondsen, vertegenwoordigers van presentatie-instellingen, ontwerpers, initiatiefnemers van evenementen enzovoort deelnamen houden we in stand en bouwen we uit op basis van een heldere rolomschrijving.

### Onderzoek en monitoring

Meten is weten. De afgelopen periode hebben we samen met de UM geïnvesteerd in een onderzoeksopzet voor de creatieve maakindustrie waarbij meetbare en relevante indicatoren zijn ontwikkeld. De onderzoeksresultaten leverden nieuwe inzichten op en helpen ons bij het telkens verbeteren van ons beleid. Daarom willen we dit onderzoek voortzetten.

### Financiële verdeling

Soort	Bedrag per jaar
Subsidieregeling creatieve maakindustrie voor zichtbaarheid, ondernemerschap en netwerken	125k
Werkbudget creatieve maakindustrie voor ruimte voor makers	75k
Algemeen werkbudget	15k
Onderzoek en monitoring	10k
<b>Totaal</b>	<b>225k</b>



## 6/BRONVERMELDING

- Etil (2018). *Maastricht aan het werk*.
- Florida R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. New York.
- Landry, C. (2000). *The Creative City. A toolkit for urban innovators*. Londen.
- Pownall, R.A.J., Duivenvoorden, A. & Gertsberg, M. (2016). *Mapping Maastricht, cultural and creatieve industries*. Geraadpleegd via: <https://made2measure.org/mapping-maastricht-report-on-the-cultural-and-creative-industries-is-out-now/>
- Rutten, P., Knoops, O. & Roso, M. (2010). *Creatieve industrie in de SBI 2008 bedrijfsindeling*. Geraadpleegd via: <http://www.overlegbk.nl/wp-content/uploads/2012/09/2010-04-Creatieve-Industrie-volgens-de-TNO-definitie.pdf>
- Wijn, C. (2018). *De essentie van cultuurbeleid en -management*. Nijmegen.

# BIJLAGE LOGBOEK

15 NOVEMBER 2018

## Werkbezoek Maastricht Academy of Fine Arts and Design (MAFAD)

De afgelopen coalitieperiode werkten de MAFAD en de gemeente intensief en op incidentele basis met elkaar samen. Dit wierp voor beide partijen vruchten af. De weerbaarheid van de creatieve sector is op alle fronten toegenomen. Vanuit de academie is er de wens om de samenwerking te verbreden en naast design ook aandacht te hebben voor autonoom en architectuur. Vanuit de gemeente is er ook de wens om de samenwerking te continueren en met een agenda te werken waarbij in eerste instantie ingezet wordt op het meer zichtbaar en herkenbaar maken van de creatieve industrie voor een grotere groep Maastrichtenaren. De volgende thema's zijn tijdens dit overleg besproken: de atelierruimte in de stad (waaronder de ruimtes die de MAFAD ter beschikking stelt), de behoefte aan woon-werkateliers, de behoefte aan tentoonstellingsruimte die kan dienen als playground voor studenten en waar zij kunnen experimenteren, de plaats van ondernemerschap in het curriculum en de zichtbaarheid van de producten van studenten. Tijdens het werkbezoek maakten de wethouders in de ateliers kennis met de recent afgestudeerde ontwerper Cas Driessen en de afstuderende autonome kunstenaar Joep Caenen. Tijdens de rondgang door de ateliers kwam ter sprake dat er nog ruimte is in de ateliers en dat afgestudeerden tot twee jaar na hun afstuderen gebruik mogen maken van de ateliers.



De MAFAD is gevestigd in het gebouw van architect Wiel Arets (Herdenkingsplein) (1)  
Diverse ateliers (2, 3, 4)  
Studio's voor de autonome beeldend kunstenaars (5)





26 NOVEMBER 2018

### MKB-dag

Tijdens de MKB-dag koopt wethouder Heijnen de prototypes aan van een collectie stoelen van DenimX. Het Maastrichtse ontwerpbureau MMD (Marc Meijers Design) gebruikt afgedankte kleding of te veel geproduceerd textiel om te upcyclen. Jeans die anders in de verbrandingsoven zou eindigen, gebruikt DenimX om er nieuwe hoogwaardige producten van te maken. DenimX levert stoelen en tafels voor de evenementenruimte in het Eiffelgebouw. Op deze wijze (launching customer) stimuleert de gemeente de lokale creatieve maakindustrie.



15 DECEMBER 2018

### Christmas Designer Market



Op 15 december vond de Christmas Designer Market plaats op een strategische en zichtbare locatie in het Sphinxkwartier: The Student Hotel.

Op de markt waren bijzondere artikelen te koop van (mode) ontwerpers uit de regio.

20 DECEMBER 2018

### Fashion House Maastricht verder in binnenstad

Het Fashion House verhuist naar de binnenstad en gaat gebruik maken van de ateliers van de MAFAD.

## Fashion House Maastricht verder in binnenstad

Fashion House Maastricht verhuist naar de binnenstad. Vanaf 1 januari 2019 is de creatieve broedplaats voor jonge modetalenten, nu gevestigd in het LAB-gebouw van de Radium aan de Lage Frontweg, te vinden in de Batterijstraat (nummer 48). Deze locatie, aan de rand van het kernwinkelgebied, biedt meer mogelijkheden om verbindingen aan te gaan met retailers en andere creatieve ondernemers. Het monumentale pand uit 1850 is in eigendom van de gemeente en biedt zowel kantoorruimte voor Fashionclash als ruimte voor coaching en workshops. De atelierruimtes worden ondergebracht bij de Maastricht Academy of Fine Arts (MAFAD), gelegen aan het Herdenkingsplein. Zo worden ondernemerschap en onderwijs dichter bij elkaar gebracht.

“Anderhalf jaar experimenteren op een industriële locatie heeft ons veel geleerd. Nu is het tijd voor een volgende logische stap”, aldus Vivianne Heijnen, wethouder voor economie. “We brengen jonge startende ondernemers fysiek het onderwijs binnen door ze plek te geven bij de MAFAD. Dat vergroot de zichtbaarheid van de kunstacademie en leert studenten van meet af aan hoe te ondernemen. In het Fashion House 2.0 worden ze dan met trainingen en workshops klaargestoomd voor het echte werk.”

### Fashionclash

Branko Popovic/Nawie Kuiper/Laurens Hamacher, bestuursleden van Fashionclash, zijn verheugd over de nieuwe plek. “Deze locatie biedt andere mogelijkheden. Juist voor jonge modeontwerpers is de voeling met de binnenstad en andere partners van groot belang. Dat de doorstroom naar aan Maastricht gebonden ondernemerschap vanzelfsprekender verloopt wanneer concrete binding met de academie niet meteen verloren gaat en middels stapsgewijze begeleiding van het Fashion House-project de pas afgestuurde studenten een onderneming met langere adem kan en durft te gaan opzetten.”

### MAFAD

Chequita Nahar van de MAFAD heet de jonge ondernemers van harte welkom. “Het barst bij de academie van het talent. Waar het nog aan schort is zichtbaarheid en het vermarkten van dit talent. Met het binnenhalen van jonge ondernemers hopen we de vele ruwe diamantjes verder te polijsten tot nieuwe parels aan de kroon van de Zuid-Limburgse economie.”

### LAB-gebouw

Fashion House Maastricht was één van de kwartiermakers in het LAB-gebouw bij de Radium. Zij hebben de afgelopen periode een creatieve invulling aan het LAB-gebouw gegeven en zo ook het Radiumgebied op de kaart gezet. Het LAB-gebouw is mede vanwege de komst van Fashion House opgeknapt en huisvest nu verschillende creatieve, sportieve en culturele ondernemers als Room Escape Maastricht, Radium Boulders en Toneelgroep Maastricht. De eerste potentiële nieuwe kandidaten hebben zich al gemeld voor de oude plek van Fashion House Maastricht.

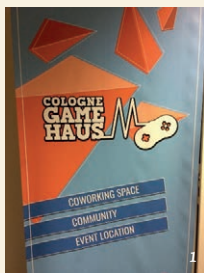
18 JANUARI 2019

## Bezoek tentoonstelling SHINE by EMBRACING EXCHANGE

Wethouder Heijnen brengt een bezoek aan Keulen tijdens de Passagen, het grootste design evenement van Duitsland dat jaarlijks plaatsvindt gedurende de Internationale Möbel Messe (IMM).

De wethouder bezoekt de tentoonstelling SHINE by EMBRACING EXCHANGE (Marc en Nicole Maurer): ze ontmoet een aantal (Zuid-)Nederlandse, Duitse en Belgische ontwerpers die hier exposeren alsook de organisator van De Passagen Sabine Foggenreiter. Daarna spreekt de wethouder met medewerkers van de stad Keulen over het beleid rondom creatieve maakindustrie en start-ups. De wethouder bezoekt ‘Game Haus Keulen’ (een oud kantoorgebouw van het congrescentrum) waar start-ups gehuisvest worden door de stad Keulen voor 20 euro per m<sup>2</sup> inclusief. Tevens kunnen zij een beroep doen op een juridisch adviseur van de gemeente Keulen.

Afsluitend brengt de wethouder een bezoek aan Internationale Möbel Messe (IMM).



Game Haus (1, 2, 3)  
tentoonstelling SHINE (4, 5)



JANUARI - APRIL

## Ontwerp karaf door MAFAD voor Stadhuis

Omwille van duurzaamheidsoverwegingen worden de flessen in het Stadhuis vervangen door een karaf. De gemeente heeft de MAFAD gevraagd om een karaf te ontwerpen. Glas is van oudsher iets dat in de omgeving van Maastricht wordt geproduceerd. Zo'n karaf is een functioneel product, het zegt iets over de stad en het wordt gemaakt door een lokale producent. Wat het voor de studenten extra interessant maakt, is dat ze het volledige productieproces moeten begeleiden: dus niet alleen een ontwerp maken, maar ook in overleg met de producent verantwoordelijkheid dragen voor het eindproduct. Dat betekent niet dat ze zelf glas gaan blazen, maar ze maken wel kennis met het proces van glasblazen. Als uit deze opdracht iets moois komt, is dat natuurlijk goed voor het portfolio van de student, het kan de deur openen naar meer opdrachten. Ook de samenwerking met een partner als de gemeente is interessant, het kan anderen stimuleren tot opdrachtgeverschap. Met 'anderen' bedoelen we in principe elke onderneming of instelling. Voorwaarde is wel dat een opdracht past binnen het curriculum van de studenten, het moet voor hen een realistische leeropdracht zijn. Bovendien mag een opdracht aan MAFAD geen broodroof betekenen voor gevestigde kunstenaars - die immers afgestudeerden van datzelfde MAFAD kunnen zijn.

24 JANUARI 2019

## Get a Grant voorlichtingsbijeenkomst op de MAFAD

Get a Grant event op de MAFAD: Wanneer kun je een bijdrage aanvragen, hoe gaat dit in z'n werk en waar moet je op letten?

Het Mondriaan Fonds en het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie organiseren gezamenlijk een voorlichtingsbijeenkomst over bijdragemogelijkheden voor (bijna afgestudeerde) kunstenaars en ontwerpers. Medewerkers van beide fondsen vertellen over de subsidiemogelijkheden: wanneer kun je subsidie aanvragen, hoe gaat dit in z'n werk en waar moet je op letten? Daarnaast vertellen een beeldend kunstenaar en een ontwerper over hun ervaringen bij het indienen van een aanvraag en beantwoorden vragen uit het publiek. Aansluitend kun je specifieke vragen stellen aan de sprekers. Deze bijeenkomst is de eerste in een reeks van drie Get a Grant voorlichtingsbijeenkomsten die het Mondriaan Fonds en het Stimuleringsfonds dit jaar verspreid over het land organiseren.

### Uitleg fondsen:

Het Mondriaan Fonds is het publieke stimuleringsfonds voor beeldende kunst en cultureel erfgoed. Het fonds biedt onder andere een scala aan bijdragemogelijkheden voor kunstenaars en bemiddelaars (curatoren en critici) op het gebied van talentontwikkeling en praktijkverdieping.

Het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie is het cultuurfonds voor architectuur, vormgeving, digitale cultuur en alle mogelijke crossovers. Naast projectsubsidies vanuit de diverse regelingen zoals Vormgeving en Digitale cultuur, stelt het fonds binnen de regeling Talentontwikkeling jaarlijks een werkbeurs beschikbaar aan zo'n 25 talentvolle jonge ontwerpers/makers voor hun artistieke en professionele ontwikkeling.

29 JANUARI 2019

## Limburg Design Association

Met Limburg Design Association werken we aan een duurzame oplossing voor de toegankelijkheid van winkels en horeca. Dit is een uitvloeisel van het VN-verdrag.



29 JANUARI 2019

## Raadsinformatieavond broedplaatsen

De voorzitter opent de vergadering, heet iedereen welkom en geeft een korte toelichting over het onderwerp en de opzet van de bijeenkomst. Aansluitend geeft mevrouw Bastings (gemeente Maastricht) een korte presentatie.

Daarna stellen raads- en burgerleden vragen aan de wethouder, de ambtenaren en de vertegenwoordigers van broedplaatsen onder andere over aandachtspunten, ervaringen tot nu toe, de rol van de accountmanager, huisvesting, gewenste omvang van locaties, ervaringen met betrekking tot verweving van cultuur, economie en stadsontwikkeling in broedplaatsen, doorstroom van gebruikers, professionalisering, financiering en garantstelling, de rol van Ad Hoc beheer. De vragen worden afwisselend beantwoord door de wethouder, de ambtenaren en de vertegenwoordigers van de verschillende broedplaatsen. De vertegenwoordigers van broedplaatsen vragen onder andere aandacht voor financiering (w.o. garantstelling), voldoende huisvesting, bevorderen van een netwerk (structuur en continuïteit) en snelheid waarmee wordt opgetreden.

De wethouder doet een viertal toezeggingen met betrekking tot overleg met Starters Valley, het verstrekken van een overzicht van broedplaatsen, het nieuwe plan van aanpak en bespreking van het Landbouwbelang in de raad. Inzake dit laatste punt benadrukt zij dat dit valt binnen een andere portefeuille en dat hierover navraag gedaan zal moeten worden in de organisatie. Aan het einde van de bijeenkomst dankt de voorzitter alle aanwezigen en sluit de vergadering.

20 FEBRUARI 2019

## Werkbezoek Toneelacademie en Conservatorium

Na een bezoek aan het onderwijs rondom de beeldende kunsten (MAFAD) in november, bezochten wethouder Heijnen en andere wethouders nu ook het onderwijs rondom de podiumkunsten (Toneelacademie en Conservatorium). Tijdens het werkbezoek kwamen de volgende thema's ter sprake: de rol van ondernemerschap in het curriculum, het belang van broedplaatsen c.q. rafelranden in de stad, de rijke culturele infrastructuur van Maastricht, de podiumfunctie van het theater, de veelzijdigheid en brede inzetbaarheid van de performer, huisvesting, cultuureducatie (onder andere opleiding voor dans). Ook zagen de wethouders een aantal performances live en spraken ze met de studenten over de redenen waarom ze naar Maastricht kwamen, wat ze ervan vinden en wat hun toekomstplannen zijn.

28 MAART 2019

## Werkbezoek aan het Werkgebouw

Het Werkgebouw is een collectief met dertien gepassioneerde vaklieden die bijzondere en zeer diverse producten maken glas in lood, sieraden, meubels, tassen, laswerk, cakes etc. Het collectief heeft de afgelopen jaren een groei doorgemaakt en is dan ook op zoek naar uitbreidingsmogelijkheden op een andere locatie. De locatie op Tapijn is tijdelijk. We brachten een bezoek aan de werkplaatsen (die tevens zo nu en dan als workshopruimte dienen), evenals de toonzaal die elk weekend open is en waar de producten verkocht worden en tot slot de buitenruimte die mede door de 'werkgebouwers' is vormgegeven. De gespreksonderwerpen waren: de ondersteuning vanuit de gemeente bij het huisvestingsvraagstuk, de rol van de accountmanager startups/broedplaatsen/incubators en het creatieve maakindustriebeleid. Ook werd er verder gesproken over het organiseren van gezamenlijke activiteiten met Eva de Klerk (van het boek *De stad als Casco*/NDSM Amsterdam).



Toneelcademie (1, 2, 3)

Conservatorium (4, 5)

28 MAART 2019

## Werkbezoek Videopower



Werkgebouw



Videopower is een onafhankelijk platform voor filmproductie. Een onafhankelijke en wisselende jury selecteert filmmakers die Videopower vervolgens coacht bij het maken van hun eigen film. Dit werkbezoek staat vooral in het teken van kennismaking. Ondanks de prijzen die Videopower gewonnen heeft en het feit dat ze al vijf jaar bestaan in Maastricht, zijn ze nog redelijk onbekend bij de gemeente.

Videopower vraagt onder andere aandacht voor de eenzaamheid die er heerst binnen de sector: “Je weet als kunstenaar niet waar je moet beginnen, zelfs de kunstenaars niet die prestigieuze postacademische instellingen verlaten”. Daarom is zo’n productiebedrijf als Videopower zo belangrijk. Ook wordt er gesproken over het feit dat er geen verdienmodel is voor de filmsector. Videopower onderzoekt nu met de UM hoe er wel verdienmodellen kunnen worden ontwikkeld. Videopower wil graag de kansen benutten die het creatieve maakindustriebeleid gaat bieden.

