

Met de huidige druk op het subsidiestelsel voor kunst en cultuur wint de vraag naar de sociale en maatschappelijke betekenis van de culturele sector aan relevantie. In regionaal verband worden unieke projecten gerealiseerd die het maatschappelijke belang van kunst zichtbaar maken. De regionale overheid en het bedrijfsleven fungeren daarbij niet meer als scheppers van randvoorwaarden, maar als rechtstreekse opdrachtgevers van de culturele sector. Met de strijd tussen de regio's om de verkiezing tot Culturele Hoofdstad 2018 zijn de regio's de plek bij uitstek om daadwerkelijk een verbinding te leggen tussen de autonomie van de kunst en de meer economische visie op cultuur.

Tekst: Brigitte Bloksma



KUNST IN OPDRACHT

De culturele sector buiten zijn grenzen

In 2018 is Nederland aan de beurt om een Europese Culturele Hoofdstad te leveren. De regio is in de plannen van de kandidaten niet langer provinciaals of perifeer, maar eerder sexy. Steden gebruiken hun achterland en zijn potentieel als belangrijkste argument in de strijd om de benoeming. De Raad voor Cultuur stelt in haar advies Europese Culturele Hoofdstad 2018 dat het stedelijke programma 'in overleg met partners in de regio wordt vastgesteld, zodat de uitstraling die de titel Europese Culturele Hoofdstad met zich meebrengt niet alleen voor de stad maar ook voor de regio profijtelijk is'. Zo stelt Maastricht zich kandidaat namens de Euregio Maas (de regio rond de zeshoek Hasselt-Maastricht-Luik-Aken-Heerlen-Eupen), voert Brabant namens de steden Eindhoven, Tilburg, Helmond, Den Bosch, Breda en hun regio's campagne als BrabantStad en kiest Utrecht2018 in haar bidboek voor het vraagstuk van de dichtbevolkte regio. Utrecht2018 heeft met het thema Habitat zelfs de ambitie samen

met culturele instellingen, de creatieve industrie en onderzoeksinstituten de leefwereld van de komende generaties in de regio Utrecht te verbeelden binnen een grote tentoonstelling. Een innovatieve benadering waarbinnen cultuur en maatschappelijke vraagstukken als ruimtelijke ontwikkeling, innovatie en sociale cohesie samenkomen, passend bij de huidige positie van de culturele sector in Nederland.

Opdrachtgever

Meer en meer buigen culturele instellingen zich over vraagstukken die buiten het autonome domein van de kunsten liggen. Men kan stellen dat met de verschuivende functie van kunst en cultuur in de samenleving culturele instellingen steeds vaker impliciet fungeren als research- en developmentafdeling van overheden en bedrijfsleven. Helaas tot op heden zonder een vragende partij en de vereiste expliciete zichtbaarheid buiten de culturele sector.



→ Marres Projects, Bureau Europa en studenten van de Design Academy Eindhoven presenteren nieuwe visies en perspectieven op het landschap van de Euregio Maas-Rijn.

afgelopen maanden heeft zij bijvoorbeeld in opdracht van Gebiedsontwikkeling Maastricht-Valkenburg een nieuwe visie en identiteit ontwikkeld voor een stedenbouwkundig gebied in Valkenburg aan de Geul. Dit heeft geleid tot de keuze voor de verdere planontwikkeling van drie projecten die voortkomen uit een samenwerking met elf onlangs afgestudeerde ontwerpers en architecten van de Design Academy Eindhoven en de TU Delft. De projecten geven Valkenburg – in dit specifieke geval een doorgaande straat met veel leegstand, een beschermd hellingbos en een verlaten bierbrouwerij – een toeristische, een landschappelijke én een economische impuls. Alle leveren bovendien een directe bijdrage aan het identiteit- en communicatievraagstuk van de regio.

Vraag en aanbod

Wanneer deze werkwijze wordt gespiegeld aan de ambities van de verschillende kandidaten voor Culturele Hoofdstad 2018, dan is het relevant om voor de ontwikkeling van culturele programma's regionale partijen te zoeken die zowel als opdrachtgever en opdrachtnemer fungeren. Uiteraard dient de culturele instelling daartoe allereerst adequaat uitgerust te zijn om op basis van eigen autoriteit de inhoudelijke agenda en werkwijze te kunnen expliciteren; zonder autoriteit immers ook geen afnemer.

Overheid en bedrijfsleven kunnen vervolgens deze culturele organisaties, waarbinnen verschillende zienswijzen en kennisdomeinen zijn geïntegreerd, inzetten bij de beantwoording van hun beleidsvragen en de ontwikkeling van nieuwe producten. Op die manier vormen culturele infrastructuur, regionale overheid en bedrijfsleven een productief systeem van vraag en aanbod en krijgt de culturele sector de benodigde verankering in de maatschappij.

Met het project in Valkenburg aan de Geul laat Marres Projects zien hoe cultureel opdrachtgeverschap in de regio kan leiden tot een implementatie van ideeën van kunstenaars, productontwerpers en landschapsarchitecten, met de culturele instelling als bemiddelende interface. Cultureel opdrachtgeverschap is niet het enige antwoord voor de cultuursector, maar creëert een situatie waarbinnen culturele instellingen een zichtbare en daadwerkelijk toegevoegde waarde hebben voor en maatschappelijke vraagstukken. En op termijn biedt opdrachtgeverschap bovendien een te kapitaliseren potentieel voor de culturele sector. □

Concrete projecten in opdracht van maatschappelijke partners zouden hierin verandering kunnen brengen. Regionale overheden en lokale bedrijven zijn door hun grote betrokkenheid bij sociale en ruimtelijke vraagstukken de ideale partner voor culturele instellingen om deze werkwijze verder te ontwikkelen. Culturele instellingen kunnen regio's vervolgens alternatieve visies bieden die een nog onvoorzien potentieel aanspreken bij de ontwikkeling en vernieuwing van hun beleid en die bovendien verder reiken dan het imago van de regio. In campagnes van vele regio's wordt cultuur als een van de belangrijkste argumenten genoemd om zich er te vestigen. Voorbeelden zijn: 'Je zal er maar wonen' van regio Zuid-Limburg, 'Drenthe doet wat met je' en 'er gaat niets boven Groningen'.

Een voorbeeld van een dergelijke werkwijze is Marres Projects, een cultureel projectbureau verbonden aan Marres, Centrum voor Contemporaine Cultuur in Maastricht. Marres Projects realiseert in opdracht van overheden en het bedrijfsleven culturele concepten, producten en diensten. De opdrachten komen voort uit Marres' ambitie om een intensieve verhouding aan te gaan met de lokale, maatschappelijke context en de daaruit voortkomende agenda's. De projecten die Marres Projects realiseert liggen in het verlengde van Marres' artistieke beleid en hebben zowel een culturele als een ondernemende doelstelling. De



Brigitte Bloksma is Hoofd Research & Development bij Marres,

Centrum voor Contemporaine Cultuur in Maastricht en tevens mede-initiator van onder meer de tentoonstelling 'Out of Storage' en de internationale designprijs 'The Great Indoors'. Voor Marres heeft zij Marres Projects opgezet (b.bloksma@gmail.com).