



*De staat van Cultuur in Nijmegen*  
*Bouwstenen voor een nieuwe cultuurvisie*

16 mei 2019

# Inhoudsopgave

Samenvatting .....	2
Inleiding .....	6
1. Wat is cultuur? .....	7
2. De visie van Blueyard op cultuurbeleid .....	9
<b>DEEL I Een foto van de stad .....</b>	<b>13</b>
3. Cijfers interpreteren .....	14
4. Subsidiëring.....	27
5. Cultuurmarketing.....	31
<b>Deel II Het culturele ecosysteem nader bekeken.....</b>	<b>33</b>
6. Makers .....	34
7. Cultuurparticipatie en cultuureducatie .....	36
8. Kleinere instellingen .....	42
9. Culturele Festivals .....	44
10. Basis Infrastructuur .....	47
11. Erfgoed .....	50
12. SWOT.....	56

<b>Deel III Aanbevelingen .....</b>	<b>57</b>
13. De basis van cultuurbeleid .....	58
14. Vertalen naar subsidie .....	60
15. Verbindingen tussen domeinen maken .....	64
16. Cultuureducatie .....	66
17. Erfgoedstrategie.....	68
18. Overige aanbevelingen .....	71
Colofon .....	74

## Bijlagen

Instellingen nader toegelicht .....	76
Enquête Bewonerspanel.....	93
Cultuurbegroting Nijmegen .....	95
Bijdragen rijk en provincie.....	96
Bronnen .....	98
Stukken van de gemeente .....	100
Gesprekspartners .....	101

# Samenvatting

Als opmaat voor een nieuwe cultuurvisie heeft adviesbureau Blueyard van de gemeente Nijmegen de opdracht gekregen om een verkenning te maken van ‘de staat van cultuur’ in de stad. Ook is ons gevraagd om aanbevelingen te doen; om ‘bouwstenen voor nieuw cultuurbeleid’ aan te leveren.

Blueyard werkt met een heldere visie op cultuurbeleid. We stellen dat een overheid cultuurbeleid maakt om dezelfde reden als dat zij elk denkbaar beleid maakt, namelijk om “welvaart en welzijn voor de ingezetenen te bevorderen”. Ook het stedelijke cultuurbeleid is dus gericht op het bevorderen van welzijn en welvaart voor de bewoners van de stad.

Dat betekent dat we scherp kijken naar de *betekenis* van kunst en cultuur voor welzijn en welvaart; voor geluk en voorspoed. Kunst en cultuur hebben een hele cirkel aan betekenissen die allemaal tegelijkertijd in meer of mindere mate aan de orde zijn. Wij schetsen die cirkel en gebruiken deze ‘betekeniscirkel’ om tot nieuw cultuurbeleid te komen.

Vanuit dit perspectief op cultuur en cultuurbeleid keken we naar de stad en naar de kunst, cultuur en creativiteit in de stad. In deze samenvatting brengen we onze uitgebreide observaties en bevindingen terug tot een overzicht in vijftien punten.

## De Staat van Cultuur in Nijmegen in 15 observaties



### Muziek, film, festival

Nijmegen is vooral sterk in (pop)muziek, festivals en film. Ook is er in de stad sterk in literatuur- en taalprojecten. Aanbod en maken van professionele klassieke muziek blijven achter.



### Veel in basis

In Nijmegen gebeurt heel veel op kleine schaal; brede 'basis'. Te veel daarvan blijft onder de radar en groeit niet door. Deze basis heeft een te grote afstand tot de professionele instellingen.



### Erfgoed onzichtbaar

Nijmegen ziet zichzelf graag als oudste stad, maar kiest niet echt voor cultuurhistorie: er zijn nauwelijks middelen voor; het aanbod is zeer beperkt zichtbaar. Een actieve regie wordt erg gemist.



### Beeldende kunst niet

Minder sterk is de stad in beeldende kunst. Vooral hedendaags blijft achter. De meeste initiatieven opereren in de marge of zeer smalle niche. Museum het Valkhof zou versterking B.K. kunnen oppakken.



### "Best okay"

Gemiddeld zijn de cultuurconsumenten tevreden over het culturaanbod in de stad. Maar dat zegt weinig over de kwaliteit. Die wordt gezien als "best okay", maar niet als onderscheidend goed.



### In de lift

Het gaat weer goed met de bezoekersaantallen. Succes ligt met name in (pop)muziek, film en festivals. Dit sluit aan bij een landelijke trend. In Nijmegen is opvallend veel te doen. Veel in festivalformule.



### Educatie

Een paar scholen doen veel aan cultuureducatie; anderen echter weinig; hetzelfde geldt voor instellingen, ook hier zijn de verschillen groot. De Lindenberg heeft centrale rol, maar hoeft aanscherping.



### Innovatie

Experiment en innovatie zitten verborgen; de stad maakt weinig gebruik van de creativiteit van kunstenaars en designers. Universiteit neemt hierin nu nieuw initiatief.



### Zorg en Welzijn

Er staat in de meeste gevallen een muur tussen het culturele en het sociale domein; cultuur kan méér betekenis hebben; sociale domein kan cultuur bij meer mensen brengen. Er is bereidheid wederzijds.



### Natuur en cultuur

De verbinding met de natuur en de omgeving is in Nijmegen dé grote kans, maar wordt maar beperkt benut. Met name beeldende kunst kan in het buitengebied betekenis hebben. Bijv. in *Paviljoens*.



### Marketing

Nijmegen doet nauwelijks aan collectieve cultuurmarketing. Mogelijk dat *into-Nijmegen* nu verschil maakt. Opgave is wel groter dan een uitagenda. Er zijn veel meer kansen.



### Geen strategie

In Nijmegen wordt niet strategisch naar de culturele inhoud gekeken; zo werkt de stad niet aan een meerjarenagenda met o.a. themajaren. Ook zit er weinig strategie achter de projectsubsidies.



### Laagste budget

Nijmegen heeft een van de laagste cultuurbudgetten van het land. Er is weinig vrij projectgeld. Kansen op ontwikkeling worden daardoor gemist. Net als bijdragen van het rijk en externe fondsen.



### Afstand tot gemeente

De gemeente heeft beperkt beeld van wat in haarvaten gebeurt. Kleinere instellingen en initiatieven ervaren grote afstand tot de gemeente. Subsidie aanvragen is lastig; maar één keer per jaar.



### Permanente subsidie

Meer dan 35 (kleinere) instellingen krijgen al minstens zes jaar dezelfde vaste subsidie. Grondige, inhoudelijke evaluatie is noodzakelijk. Mogelijk moeten er verschuivingen plaatsvinden.

# SWOT-analyse

Op basis van onze observaties maken we eerst een samenvattende SWOT-analyse voordat we overgaan tot het doen van aanbevelingen.

Binnen huidige systeem

## Sterktes

- Veel aanbod, ook in de brede basis
- Divers aanbod, elke dag wat anders
- Tevredenheid over aanbod onder cultuurconsumenten
- Sympathieke festivalstad
- Muziek (behalve klassiek), poppodium
- Filmhuis en filmfestivals
- Literatuur en taal (festivals)
- Collegialiteit en samenwerken sector
- Veel doen met weinig middelen
- Cultuurhistorische verhaal en sporen in de stad
- Ruimte voor ontwikkeling, broedplaatsen

Buiten huidige systeem

## Kansen

- Samenwerken met andere domeinen in stad
- Samen met onderwijs: cultuur weer op school
- Creativiteit inzetten voor opgaven van de stad
- Natuurlijke omgeving en beeldende kunst verbinden
- Alternatief voor Randstad; vestiging creatieven
- Strategische meer-jarenagenda; themajaren
- Matching met rijks gelden (zie Raad v. Cultuur)















## Zwakten

- Weinig internationale topkunst; weinig vernieuwing
- Erfgoed niet goed ontsloten; geen regie voor sector
- Te beperkte middelen: exploitatie en programmering
- Weinig expliciete aandacht voor inclusiviteit aanbod
- Nauwelijks verbinding cultuur met andere domeinen
- Geen cultuureducatie bij aantal grote instellingen
- Beeldende kunst weinig aanwezig; weinig prioriteit
- Beperkte inzet creatieven voor opgaven stad
- Geen positionering van de stad
- Nauwelijks collectieve cultuurmarketing

## Bedreigingen

- Andere steden spannender/kwalitatiever aanbod
- Andere steden zijn aantrekkelijker voor talenten/masterstudenten/top
- Imago van met name *gezellig* i.p.v. bijv. *innovatief*
- Teleurstelling bezoekers (i.v.m. erfgoed)
- Cultuurtoeristen kiezen voor andere opties
- Geen rijksmiddelen naar de stad (geen matching)

## De Staat van Cultuur in Nijmegen in 15 aanbevelingen

 <p><b>Vanuit opgaven</b></p> <p>Ontwikkel vanuit de de opgaven van de stad cultuurbeleid. Benoem welke betekenissen van kunst en cultuur extra belangrijk zijn voor dit college; voor welzijn en welvaart.</p>	 <p><b>Toepassen beleid</b></p> <p>Baseer vanaf 2021 elke subsidie op het nieuwe cultuurbeleid. Laat aanvragen indienen met businessplan. Bepaal met hulp commissie voor elke instelling opnieuw of subsidie betekenis heeft voor de stad.</p>	 <p><b>Budget</b></p> <p>Breng het totale cultuurbudget op het niveau van vergelijkbare steden; vergroot de vrije ruimte en zorg voor matching gelden: maak geld met geld. Maak vaker in jaar aanvragen mogelijk.</p>	 <p><b>Ontwikkelfonds</b></p> <p>Overweeg de instelling van een Cultuur Ontwikkelfonds dat nieuwe verbindingen stimuleert en inzet op innovatie. Verschillende beleidsterreinen dragen bij aan het fonds.</p>	 <p><b>Vastgoed</b></p> <p>Investeer tijdig in het culturele vastgoed van de gemeente;. Stel één centrale, cultureel-vastgoedmanager aan. Onderzoek of huren lager kunnen, zodat er meer geld is voor de gewenste betekenissen.</p>
 <p><b>Andere domeinen</b></p> <p>Maak cultuurbeleid dat inzet op de verbinding met andere beleidsdomeinen (o.a. sociaal, economie en ruimte). Organiseer een breed draagvlak voor kunst, cultuur en creativiteit in de stad.</p>	 <p><b>Convenant</b></p> <p>Bekrachtig dat kunst, cultuur en creativiteit in alle segmenten van de samenleving betekenissen hebben met het ondertekenen van een uniek cultuurconvenant door alle stakeholders.</p>	 <p><b>Stadsintendant</b></p> <p>Overweeg de aanstelling van een <i>Stadsintendant</i> die de verbinding met andere domeinen stimuleert; die ontwikkelt en ambassadeur is. Die ook helpt bij het vinden financiering.</p>	 <p><b>Cultuureducatie</b></p> <p>Geef als eerste in Nederland kunst, cultuur en creativiteit weer een vaste plek in het onderwijs. Ontwikkel samen met de scholen, de cultuursector en het ministerie van OCW een aanpak.</p>	 <p><b>Innovatie voorrang</b></p> <p>Geef innovatie voorrang op twee manieren: van de kunst en door de kunst. Innovatie is ook: kunst in andere rollen en domeinen. Neem als gemeente zelf ook creatieven in dienst.</p>
 <p><b>Erfgoedstrategie</b></p> <p>Beslis of je serieus het erfgoed wil ontsluiten en ontwikkelen. Maak dan een integrale strategie (ligt er deels al). Maak keuzes en geef voldoende budget. Zet ontwikkeling Valkhofkwartier door.</p>	 <p><b>Erfgoedcoördinator</b></p> <p>Stel een erfgoedcoördinator aan die als libero tussen erfgoedinitiatieven, culturele en erfgoedinstellingen, en de de gemeente opereert. Hij of zij jaagt aan en implementeert de erfgoedstrategie.</p>	 <p><b>Marketing</b></p> <p>Organiseer de collectieve marketing van het culturaanbod; en liefst in lijn met citymarketing. Dit is méér dan een online uitagenda. Ontwikkel gericht doelgroepenbeleid.</p>	 <p><b>Thema-agenda</b></p> <p>Ontwikkel met de stad een strategische meerjarenagenda; onder andere gericht op het realiseren van themajaren. Betrek hierbij ook andere sectoren en de opgaven en kansen van de stad.</p>	 <p><b>Kwaliteit</b></p> <p>Stuur ook op kwaliteit en excellentie; op voldoende 'trek in de schoorsteen'. Een sterke top is nodig als perspectief voor de brede creatieve basis en voor aantrekken van bedrijven en personeel.</p>

# Inleiding

In 2012 presenteerde het college van de gemeente Nijmegen voor het laatst een integrale visie op cultuur: 'Werken in Ketens'. In 2016 is de cultuurvisie verlengd tot 2019. In het recente coalitieakkoord is besloten dat in 2019 een vernieuwing van de cultuurvisie zal worden gemaakt.

In dit kader heeft Blueyard de opdracht gekregen om een verkenning te maken van 'de staat van cultuur' in de stad. Ook is ons gevraagd om aanbevelingen te doen: 'bouwstenen voor nieuw cultuurbeleid'.

Daarbij was niet de opdracht om al te zeer terug te kijken op het huidige beleid 'Werken in Ketens'. De blik mocht op het heden gericht zijn en vooral op de toekomst: op oplossingen van mogelijk knelpunten en het benutten van kansen.

## Aanpak

Voor het verkennen van de staat van cultuur hebben wij ons enerzijds gebaseerd op eerdere onderzoeken en feitenmateriaal (zie bijlage), anderzijds hebben wij ons ondergedompeld in de stad: we hebben veel locaties bezocht, aangekondigd en onaangekondigd. Maar belangrijker: we hebben veel mensen gesproken, in totaal meer dan vijftig mensen.

We zijn onze verkenning begonnen met dé vertegenwoordigers van de stad bij uitstek: de gemeenteraadsleden. Met hen hebben we, verspreid over de onderzoeksperiode, vier werksessies gehad over kunst, cultuur, creativiteit en de betekenis ervan voor de stad.

Ook met andere partijen spraken we intensief. We organiseerden vijf 'cultuurtafels', met verschillende vertegenwoordigers uit de sector: makers, amateurkunst en cultuureducatie, kleinere instellingen, grotere instellingen (CNN) en erfgoed.

Bewoners lieten we uiteraard ook aan het woord. Dat hebben groten-deels online laten verlopen. We openden een emailadres voor reacties en we bevroegen het bewonerspanel (1.500 respondenten). Ook gingen we in gesprek met willekeurige Nijmegenaren die we op onze rondzwervingen door de stad ontmoetten.

## Opbouw

Dit rapport is opgebouwd uit een 'vooraf' en vervolgens in drie delen.

### Vooraf: Wat is cultuur en wat is cultuurbeleid?

1. Een foto van de stad: de cijfers geïnterpreteerd
2. Het culturele ecosysteem nader bekeken; sterken en zwakten
3. Aanbevelingen

## Tot slot

Nadrukkelijk heeft de gemeente ons gevraagd om onze *eigen* reflecties te geven op wat wij in Nijmegen waarnemen. Let wel, het zijn dus *onze* reflecties, *onze* interpretaties, *onze* meningen. En niet die van de wethouder of van de gemeentebesturen of van spelers uit de stad.

We danken alle gesprekspartners voor de open en constructieve bijdragen. Zonder hun verhalen konden wij onze reflecties niet geven.

We werden gevraagd om de gemeente te voorzien van *de blik van buiten*. En buitenstaanders waren we inderdaad, toen we begonnen. Maar ruim vijftig gesprekken verder en met heel veel leuke en inspirerende locatiebezoeken achter de rug, voelen we ons toch ook al veel minder een buitenstaander. Dat gaat opvallend snel in Nijmegen. We hopen dat ons onderzoek een wezenlijke betekenis zal hebben voor de toekomst van deze gastvrije stad.

Geert Boogaard  
Founder Blueyard

# 1. Wat is cultuur?

Cultuur kan veel zaken betekenen. Daarom is het verstandig om vooraf aan te geven wat we hier met cultuur bedoelen: Wij interpreteren 'cultuur' het totaal van menselijke, creatieve uitdrukkingvormen: van muziek tot architectuur, van film tot debat, van theater tot design, van ideeën tot aan verhalen.

Cultuur is wat we vandaag verbeelden en ervaren. Maar cultuur zit ook verankerd in dat wat mensen in het verleden verbeeldden en ervoeren. De tastbare erfenis daarvan vormt het 'culturele erfgoed': monumenten, archeologische vondsten, kunstvoorwerpen, verhalen, etc.

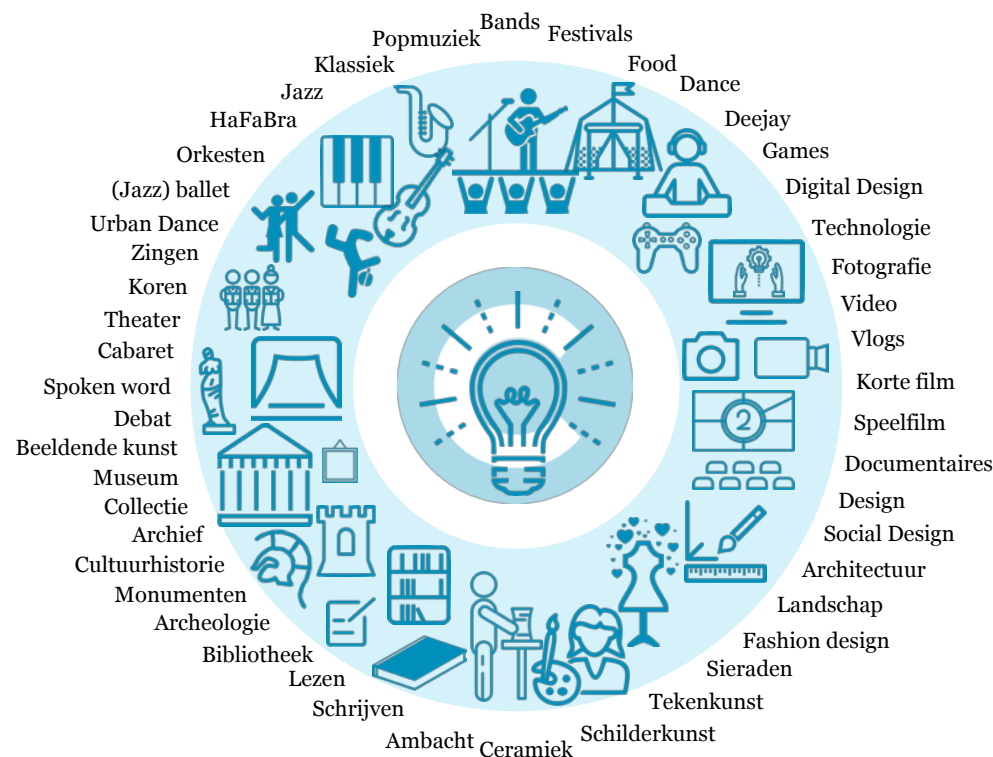
Cultuur is het resultaat van het menselijke vermogen om iets nieuws 'te scheppen'. Dit vermogen noemen we 'creativiteit'. Creativiteit voor ons een sleutelbegrip binnen onze definitie van cultuur. We zullen het begrip cultuur dan ook vaak in een drietrappige noemen:

## Kunst, cultuur en creativiteit

### In één beeld

Wij kiezen er nu voor om vooral een 'beeld' te geven van de 'wolk' aan onderdelen die wij nu tot onze definitie van cultuur rekenen. Het beeld dat we schetsen is verre van compleet, maar het toont wel de grote verscheidenheid die zo kenmerkend is voor het domein cultuur.

In het midden zetten we de letter C. Voor ons staat deze letter even goed voor *Cultuur* als voor *Creativiteit*. De C staat voor ons ook voor *Community*, omdat cultuur per definitie iets is dat zich manifesteert en betekenis krijgt in een gemeenschap – een *community* (zie afbeelding).



### 1.1. Waar zijn de Kunsten?

Rondom de *Kunsten* (inderdaad met een grote K) blijkt in Nijmegen iets bijzonders aan de hand: de *Kunsten* werden in de achterliggende jaren door de gemeente (ambtelijk en bestuurlijk) niet of nauwelijks in hun *intrinsieke kwaliteit* gepositioneerd en ook niet op die kwaliteit beoordeeld.

De gemeente keek vooral naar het kunstaanbod in termen van *bezoekerstevredenheid* (hoog), het bijdragen aan de speerpunten van beleid, het *functioneren* van de ketens en de *Code Cultural Governance*, het *imago* van de stad, etc. Dat zijn zinvolle parameters, echter ze gaan voorbij aan *kernwaarden* van de kunsten: het vakmanschap, de originaliteit, de zeggingskracht (zie ook hoofdstuk 2).

We zien de afwezigheid van het begrip *Kunsten* onder andere terug in de onderzoeken en beleidsnotities van de gemeente: hierin wordt bijvoorbeeld vaak geen onderscheid gemaakt tussen *evenementen, festivals (zomers, muziek, gezellig)* en *kunstfestivals*. We zien het ook terug in het onderzoek naar de *waardering* van bezoekers voor het *cultuuraanbod* (niet *kunsten*-aanbod): ze zijn dik tevreden. Tevredenheid zegt mogelijk iets, maar bepaald niet alles over de *kwaliteit* van de kunst. Het zegt ook niets over wat mensen vonden die *niet* afkwamen op het onderzochte aanbod en ook niets over het ontbrekende kunstenaar aanbod in Nijmegen. Dáár hebben we geen onderzoek over aangetroffen.

### 1.1.1. Terminologie

De *Kunsten* komen in Nijmegen ook praktisch wat in de knel omdat ze niet zijn opgenomen binnen de gehanteerde terminologie in de gemeente. De gemeente Nijmegen heeft het doorgaans over *Cultuur* en *Cultuurhistorie/Cultureel erfgoed*. *Cultuur* is echter een verzamelbegrip waar de *Kunsten* én het *cultureel erfgoed* onder vallen.

Mede om een goede aansluiting op de landelijke systematiek, raden we de gemeente aan om de terminologie en indeling van het ministerie van OCW (en de Raad voor Cultuur) aan te houden (zie schema).

	Ministerie van OCW	Disciplines	Infrastructuur (o.a.) t.b.v. alle genres	Creatieven, cultuurmakers (o.a.)
Cultuur	Kunsten	Podiumkunsten	Theater	Acteur
		Beeldende Kunst	Muziek	Regisseur
Cultuur	Kunsten	Audiovisueel / Film	Muziektheater	Danser
		Creatieve industrie	Dans	Choreograaf
Cultuur	Kunsten	Letteren & Bibliotheken	Schilderkunst	Musicus
			Beeldhouwkunst	Deejay
Cultuur	Kunsten		Digital art	Zanger
			Architectuur	Rapper
Cultuur	Kunsten		Vormgeving	Cabaretier
			Film	Tekenaar
Cultuur	Kunsten		Gaming	Schilder
			Letteren, literatuur	Beeldend kunstenaar
Cultuur	Erfgoed		Academie	Architect
			Bibliotheek	Game Designer
Cultuur	Erfgoed	Historisch Landschap	Online platform	Graphic Designer
		Archeologie	Museum	Social Designer
Cultuur	Erfgoed	Monumenten	Depot	Architect
		Collectie	Archief	Filmmaker
Cultuur	Erfgoed	- Materieel	Archeologische organisaties	Fotograaf
		- Immaterieel	Monumentenorganisaties	Schrijver
Cultuur	Erfgoed		Historische verenigingen	Dichter
			Overige Erfgoedorganisaties	Journalist
Cultuur	Erfgoed			Vlogger
				Filosoof

## 2. De visie van Blueyard op cultuurbeleid

Blueyard is door de gemeente Nijmegen gevraagd om, met een blik van buiten naar binnen, aanbevelingen te doen voor de vernieuwing van het huidige cultuurbeleid. In dit licht is het relevant je af te vragen *waarom* een overheid eigenlijk cultuurbeleid wil ontwikkelen? Wat *wil* een overheid met kunst en cultuur? En wanneer is dit beleid goed?

Blueyard heeft op dit soort vragen een – naar wij zelf vinden – helder antwoord geformuleerd: een visie op cultuurbeleid. Omdat wij ook bij dit onderzoek en advies in Nijmegen deze visie als uitgangspunt en leidraad hanteren, is het goed om de lezer vooraf deelgenoot te maken van hoe wij naar cultuurbeleid kijken: Waarom is er cultuurbeleid?

### 2.1. Welzijn en welvaart

We beginnen bij het begin: de opdracht van elke goed functionerende, democratische overheid. Naar ons idee doet een overheid de dingen die zij doet simpel gezegd met maar één opdracht: *het creëren van welzijn en welvaart voor de burgers*. Iets anders kan onze overheid niet. Of het nu gaat om onderwijsvernieuwing, nieuwe helikopters voor het leger of een ringweg om de stad, wat het beleid ook is, het gaat *altijd* om het creëren van welzijn en welvaart. Geluk en voorspoed. Maatschappelijke en economische *betekenis*.

*Ook cultuurbeleid is gericht op het creëren van welzijn en welvaart.*

Of we het dan ook leuk vinden of niet, een overheid ondersteunt ook kunst en cultuur met dat ene doel: welzijn en welvaart te creëren. Een andere reden kan er eenvoudigweg niet zijn. Dat wil echter niet automatisch zeggen dat een overheid ook *sturend* zou moeten zijn op de *inhoud* van die kunst. Het is namelijk juist de *inhoudelijke waarde* van de kunst die betekenissen creëert.

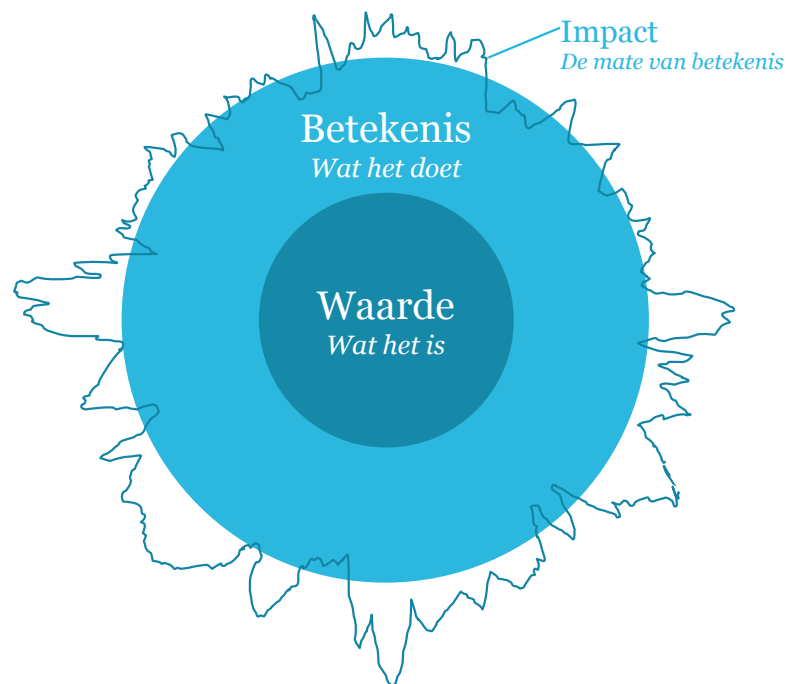


## 2.2. Waarde versus Betekenis

Wanneer we het over de *betekenis* van kunst hebben, komen we al gauw terecht in een verwarrende discussie. Want hebben we niet decennialang geleerd dat kunst een *autonome* of **intrinsieke waarde** vertegenwoordigt? Een waarde die zelfs los staat van zijn betekenis?

In veel beleidsstukken van overheden wordt gesproken over de *intrinsieke waarde* van kunst tegenover *maatschappelijke, ruimtelijke en economische waarde*. Deze onderverdeling in waarden is niet vruchtbaar, want het gaat echt over verschillende dingen. Er is aan de ene kant de *waarde van de kunst* (de kwaliteit van de kunst) en aan de andere kant is er de *betekenis* die deze waarde heeft.

Je zou die betekenis ook nog in meetbare gegevens (cijfers) kunnen uitdrukken, en dan spreken we over de *impact*, of de mate waarin betekenis gerealiseerd wordt (zie figuur hieronder).



## 2.3. Betekeniscirkel

Om als overheid te kunnen zien of, hoe en in welke mate kunst bijdraagt aan het realiseren van welzijn en welvaart is het allereerst noodzakelijk om de *betekenis* van kunst te benoemen. Daarom presenteren wij een model waarbij – vanuit het perspectief van de overheid – kunst en cultuur gezien worden als een serie betekenissen die bijdragen aan welzijn en welvaart.

Dit model zet de intrinsieke, of kwalitatieve waarde van kunst en cultuur in het midden. Daaromheen worden de (mogelijke) betekenissen gezet. De betekenissen worden in dit model gelegd langs een verticale as die 'welzijn' en 'welvaart' uitdrukt en langs een horizontale as die de betekenissen voor het 'collectief' of het 'individueel' uitdrukt.



In de afbeelding op de vorige pagina is een aantal betekenissen als voorbeeld ingevuld. Maar er zijn er meer. Deze zijn ook afhankelijk naar welke kunst en cultuur we kijken: een erfgoedmuseum heeft mogelijk een wat andere cirkel aan betekenissen dan bijvoorbeeld een buurtfestival. Maar, er vallen in het model in ieder geval twee zaken op...

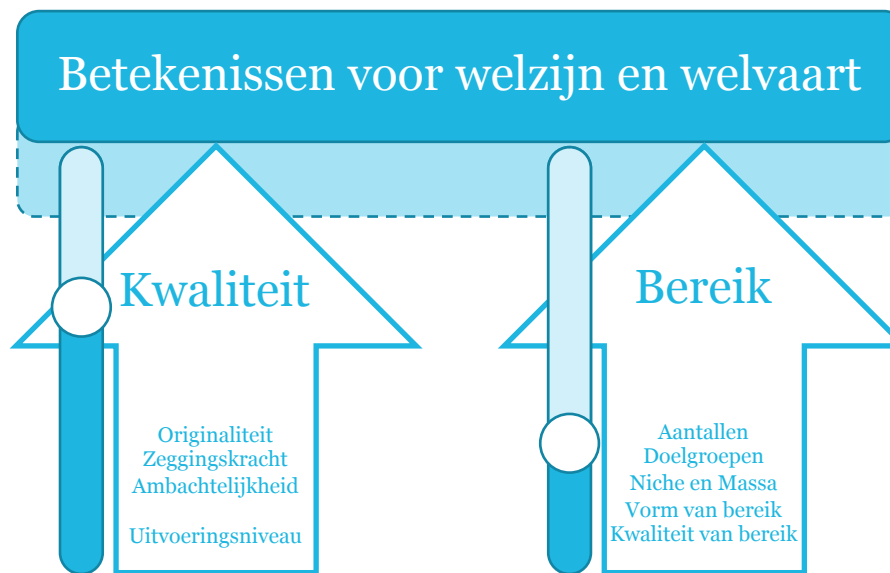
- Er zijn heel veel verschillende betekenissen
- Alle betekenissen zijn *tegelijktijd* aan de orde: zo zijn er tegelijktijd individuele betekenissen (bijvoorbeeld emotie, inspiratie, ontmoeting) en collectieve betekenissen (bijvoorbeeld leefklimaat, innovatie, aantrekkingskracht).

*Kunst kent een hele cirkel aan betekenissen voor welzijn en welvaart. Die betekenissen zijn tegelijktijd in meer of mindere mate aan de orde.*

#### 2.4. Betekenissen vergroten

Wil een overheid méér betekenis voor welzijn en welvaart (en daar streeft elke overheid naar), dan zijn er twee krachten die daarbij bepalend zijn: kwaliteit en bereik. Door te investeren in kwaliteit en bereik (met geld, aandacht, werk, energie, etc.) nemen de betekenissen toe. Sommige betekenissen meer dan anderen.

Meer kwaliteit is meer betekenis. Een inhoudelijk sterke tentoonstelling die veel mensen trekt, heeft doorgaans meer, of op zijn minst andere betekenissen, dan een inhoudelijk sterke tentoonstelling die nauwelijks mensen trekt.



*Bereik*

Uitzonderingen daargelaten, kun je in het algemeen stellen dat, als een kunstproject méér mensen bereikt, de betekenis van dat project toeneemt. Zeker voor de bezoekers en maar ook voor een hele grote wolk van belanghebbenden. Een tentoonstelling die goed wordt bezocht heeft niet alleen betekenis voor de vele bezoekers en het museum, maar de hele stad (en ook alle inwoners) profiteren daar op allerlei manieren van.

Toch is een groot bereik geen garantie voor een grote betekenis. Het gaat ook om de kwaliteit van het bereik, of intensiteit van het bereik. Hoe intens beleef je de kunst: ben je slechts een passant of kom je er speciaal voor naartoe?

#### *Kwaliteit lijkt lastig (maar dat valt wel mee)*

Net als een groter bereik meer betekenis genereert, geldt iets soortgelijks voor *kwaliteit*: naarmate een kunstproject meer *artistieke kwaliteit* heeft, krijgt dit project een grotere betekenis voor welzijn en welvaart.

## *De betekenissen voor welzijn en welvaart nemen doorgaans toe, wanneer de artistieke kwaliteit van de kunst toeneemt.*

En precies daarin ligt het belang van het begrip *kwaliteit* voor een overheid. Wanneer een overheid streeft naar een zo hoog mogelijke kwaliteit van de kunst, doet zij dat niet omdat dat mooiere kunst oplevert, maar omdat de *betekenis* voor welzijn en welvaart erdoor toeneemt. Wanneer de kwaliteit van kunst toeneemt, stijgt de aantrekkingskracht van een land, een regio, een stad; dan wordt innovatie gestimuleerd, neemt de werkgelegenheid toe, verbetert het woon- en vestigingsklimaat. Tegelijkertijd neemt ook de persoonlijke inspiratie toe en de persoonlijke ontwikkeling krijgt ruimte voor groei (zie *betekenissencirkel*).

### *2.5. Definitie kwaliteit*

Het is belangrijk om hierbij het begrip 'kwaliteit' te definiëren. Kwaliteit is namelijk geen absoluut gegeven dat voor iedereen, overal en altijd hetzelfde is. En bovendien bestaat 'kwaliteit' uit een hele serie facetten. Bekende kwaliteitskenmerken zijn vakmanschap, zeggingskracht en originaliteit. Maar omdat het begrip *kwaliteit* zich zo moeilijk in absolute termen laat vastleggen, definiëren wij het kwaliteitsbegrip voor kunst als volgt:

### *Kwaliteit is dat wat de relevante kennersgroep onder kwaliteit verstaat.*

Met kennersgroep bedoelen we een groep van mensen – vaak liefhebbers van een bepaalde kunstvorm – die door studie of ervaring deze kunstvorm goed hebben leren kennen. Hierbij beoordelen hardrockkenners *hun* hardrockmuziek deskundiger en relevanter dan kenners van bijvoorbeeld klassieke kamermuziek. En zo kan de artistieke kwaliteit van hedendaagse beeldende kunst waarschijnlijk beter worden

beoordeeld door een groep kunstacademiedocenten dan door een groep apothekers.

Kwaliteit is in onze ogen daarom dus ook niet iets wat de overheid op eigen houtje kan beoordelen. De overheid zal voor het kwaliteitsoordeel altijd te rade moeten gaan bij een 'voor het type kunstproduct relevante en ter zake kundige groep mensen' (niet alleen kunstenaars, maar zeker ook de liefhebbers, gebruikers, de cultuurconsumenten). Op basis van het inzicht van deze groepen deskundigen kan de overheid zich een gewogen oordeel vormen over de kwaliteit en vervolgens op basis hiervan haar beleidsinstrumenten inzetten.

# *DEEL I*

## *Een foto van de stad*

## 3. Cijfers interpreteren

### 3.1. Veel cijfers, geen eenduidig beeld

Voor onze verkenning hebben we een flink aantal recente onderzoeken bestudeerd (zie bijlage). Het zijn onderzoeken naar imago, bezoekers-motieven, waardering, erfgoed, cultuuraanbod, cultuurprogramma's, etc. Ze zijn de laatste jaren óf door de gemeente zelf óf in opdracht van de gemeente uitgevoerd. Wat ons opvalt is dat de uitkomsten van de verschillende onderzoeken soms uiteen lijken te lopen. Wat ons bovendien opvalt is dat sommige uitkomsten van de onderzoeken niet overeenkomen met wat onze meer dan 70 (live) gesprekspartners ons zeggen en met wat we zelf hebben waargenomen.

Deze verschillen tussen de uitkomsten binnen de onderzoeken en de verschillen met onze ervaring, doen zich met name voor waar het gaat over het *imago* van de stad en dan in het bijzonder over het imago als *historische stad*. We lichten dit toe.

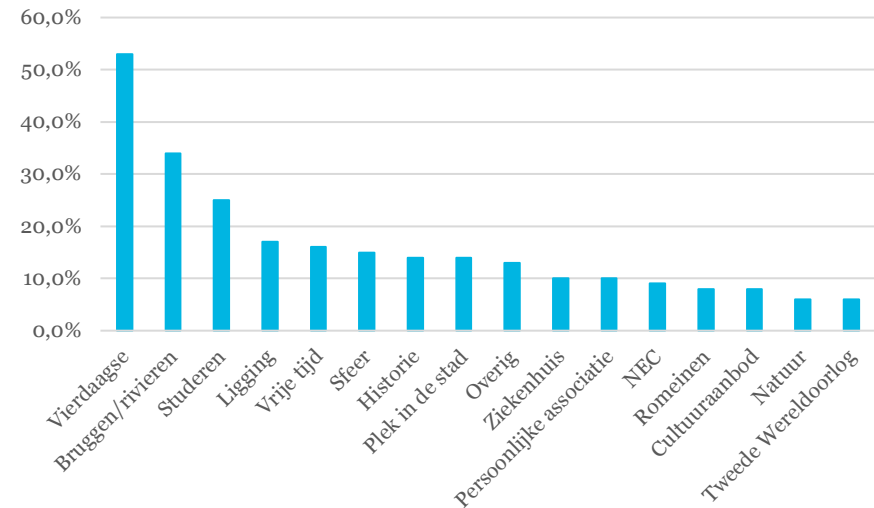
Wanneer Nederlanders in 2017<sup>1</sup> gevraagd worden om *vijf beelden* te geven waaraan ze denken bij de stad Nijmegen, dan zien we een plaatje ontstaan waar we de nodige conclusies aan kunnen verbinden (zie afbeelding). 53 procent van de ondervraagden ziet onder andere een beeld van de Vierdaagse, 34 procent van bruggen en rivieren, 25 procent ziet 'studeren' wanneer men aan Nijmegen denkt. Elders in dit onderzoek lezen we dat bijna de helft van de Nederlanders Nijmegen in 2017 als *evenementenstad* ziet.

<sup>1</sup> Het imago van Nijmegen, Metingen onder Nederlanders rond evenementenjaar 2016, Gemeente Nijmegen. 2017

*Wat opvalt is dat slechts 8 procent van de Nederlanders Nijmegen uit zichzelf associeert met 'cultuuraanbod'.*

Het *historische karakter* is in dit onderzoek voor 14 procent van de ondervraagden een van de beelden die bij Nijmegen opkomt. 8 procent noemt onder andere de Romeinen als beeld. Slechts 6 procent noemt de Tweede Wereldoorlog.

*Beelden die Nederlanders (spontaan) bij Nijmegen noemen:*



Bron: Gemeente Nijmegen, Onderzoek en Statistiek, 2017

Worden de Nederlanders (en ook de inwoners van Nijmegen) in dit onderzoek (en ook in een specifiek onderzoek naar het Verleden Verbeeld<sup>2</sup>) gevraagd om aan te geven of Nijmegen onder andere ook gezien kan worden als *historische stad*, dan liggen de cijfers plotseling

<sup>2</sup> Verleden Verbeeld, Peiling onder digitaal stadspanel, Gemeente Nijmegen, 2015



tot het aantal inwoners het aantal 'art house doeken' hoog is en er twee belangrijke filmfestivals zijn. Dit hoge cijfer zegt echter maar weinig over de nationale of internationale positie die de stad met film inneemt. Die positie is er zeker met LUX, Go Short en InScience. Ook is die positie voor een middelgrote stad ronduit goed te noemen, maar het is een relatieve positie. In onze ogen is bijvoorbeeld Amsterdam met haar filmacademie, internationale filmfestivals (IDFA, Cinekid), vele art houses en een sterk makers-klimaat een sterkere filmstad.

De podiumkunsten scoren volgens de Atlas voor Nijmegen ook hoog en wel vanwege het grote aantal festivals en dan met name de nummer 1 in Nederland: de Vierdaagse Feesten. Deze festivals reflecteren indirect ook het rijke pop-ontwikkelklimaat in de stad. Maar wat ze niet laten zien is dat de stad in beperkte mate over andere podiumkunst-makers beschikt: de stad heeft geen professioneel theatergezelschap, geen dansgezelschap, geen orkest, geen operagezelschap, etc. Ook zegt de ranking niets over de onderscheidende kwaliteit van de festivals.

In de ranking van de vijftig grote gemeenten scoort Nijmegen als 10<sup>e</sup> stad van het land bijzonder laag op *beeldende kunst* (ranking 29) en voor *letteren* (ranking 32). Voor beeldende kunst begrijpen we dat goed, maar wat betreft letteren stellen we hier grote vraagtekens bij (gezien het aanbod met o.a. *Wintertuin* en *Mensen zeggen dingen*). Wat ook opvalt is de positie die erfgoed inneemt, daarin staat Nijmegen op nummer 30. Dat laatste getal wordt onder andere bepaald op basis van getelde monumenten. Maar het zegt weer niets over bijvoorbeeld de cultuurhistorische waarde van de stad. Kortom, de cijfers vertellen ons wel iets, maar zeggen ook lang niet alles.

#### 3.1.4. Het beeld van Blueyard van de stad

Wanneer we even niet naar de tastbare werkelijkheid van de stad kijken, maar meer naar het *karakter* of de *soft skills* van de stad, dan ontstaat er bij ons best een duidelijk beeld. We zien de *cultuur van de stad*. Nijmegen is door onze ogen een opvallend vriendelijke stad; zuidelijk,

gezellig, maar bescheiden en enigszins introvert; op zichzelf gericht en ook geïsoleerd. Wij houden aan al onze gesprekken, verkenningen en gelezen teksten het volgende beeld van Nijmegen over:



### 3.2. Bewonerspanel

Voor ons onderzoek is een enquête uitgezet onder het bewonerspanel van de stad. In totaal hebben 1.545 mensen de enquête ingevuld. Niet alleen deden 1.404 leden van het stadspanel dat, ook is de peiling verspreid via de gemeentelijke Facebookpagina, wat 141 respondenten opleverde. We geven de resultaten in detail weer in de bijlage. Hier beperken we ons tot een aantal hoofdpunten.

De uitkomsten van ons onderzoek liggen in lijn van wat we bij andere onderzoeken zien: twee derde van de inwoners van Nijmegen is *tevreden* over het cultuuraanbod in hun stad (zie ook paragraaf 3.4.). 30 procent is neutraal en 10 procent is niet tevreden over het aanbod.

Naast de hoge tevredenheid over het cultuuraanbod van de stad zien wij in het publieksonderzoek dat de gemeente in 2015 hield, dat een nog hoger percentage (zo'n 85 procent) van de *bezoekers* aan kunst en cultuur in Nijmegen de *bezochte* kunst of cultuur zeer waardeert. Wij vinden dat laatste niet zo vreemd. Wanneer mensen een concert of tentoonstelling bezoeken bijvoorbeeld, wordt dit concert of tentoonstelling uiteraard op voorhand geselecteerd op smaak, voorkeur en waardering.

Gevraagd naar voor welk aanbod je écht in Nijmegen moet zijn, antwoorden de meeste mensen: festivals en (alternatieve) muziek, film, literatuur en Doornroosje.

Opvallend is dat 87 procent van de mensen het eens is met de stelling dat kunst en cultuur belangrijk zijn voor de sfeer in de stad. Ook zegt 77 procent van de respondenten dat ze het belangrijk vinden dat ook culturele instellingen waar ze nooit naar toe gaan, behouden blijven. Dit geeft aan hoe groot het draagvlak is voor cultuur in de stad.

*Ruim zestig procent van de Nijmegenaren is tevreden over het cultuuraanbod in de stad. Er een groot draagvlak voor kunst en cultuur.*

Uit de onderzoeken in het kader van het *culturele regioprofiel Arnhem Nijmegen* (025) komt naar voren dat Nijmegenaren *meer* tevreden zijn over hun eigen stad dan Arnhemmers, en iets minder vaak naar Arnhem gaan voor het aanbod aldaar dan andersom.

Een ruime meerderheid van de Nijmegenaren is bovendien trots op Nijmegen 'als stad van kunst en cultuur' (59 procent). Overigens is het voor een derde van de mensen een belangrijke reden om in Nijmegen te wonen. Aan de andere kant geeft ook een derde van de ondervraagden aan dat het cultuuraanbod *geen* reden vormt om hier te wonen.

### 3.3. *Waardering is niet hetzelfde als kwaliteit*

Bevragen we *kennersgroepen* expliciet naar de *kwaliteit* van het cultuuraanbod in Nijmegen, dan horen we hen vrijwel nooit in superlatieven over Nijmegen spreken. Het is altijd iets als "heel aardig", "best goed" of "best okay". En dat is niet alleen een Nijmeegse bescheidenheid, want ook de kenners van buiten spreken zich in dit soort termen uit over het aanbod: In Nijmegen is het cultuuraanbod niet onderscheidend goed, maar 'best okay'. We komen hier in paragraaf 3.8 op terug.

Echter, tijdens onze verkenningen hebben we gemerkt dat mensen moeite hebben met de conclusie dat het cultuuraanbod van Nijmegen in algemeen 'best okay' is. Vanuit de cultuursector, maar ook vanuit de gemeente, hebben mensen dit *label* ter discussie gesteld. Veelal met het argument dat uit verschillende onderzoeken blijkt dat het *publiek* of de *bevolking tevreden* was/is met het aanbod; het bezoek aan het concert of de tentoonstelling. Wij zien hier dat de toegekende (of gemeten) *waardering* voor het aanbod en de *beoordeling* van de *kwaliteit* van het aanbod gemakkelijk door elkaar gaan lopen.

*De toegekende waardering voor het cultuuraanbod moet niet verward worden met de beoordeelde kwaliteit van het cultuuraanbod.*

Uiteraard is de waardering van belang en, wanneer kennersgroepen hun waardering laten blijken, is dat ook een indicatie voor kwaliteit, maar waardering is niet hetzelfde als *kwaliteit*. Zo zal dezelfde groep die zegt dat ze *tevreden* zijn over het aanbod in Nijmegen voor een groot deel ook beamen dat je elders aanbod kan vinden met méér kwaliteit. En dat is ook niet zo vreemd voor een middelgrote stad.

Hoewel wij niet specifiek naar de beoordeling van de kwaliteit van het aanbod elders hebben gevraagd, zien we dat *veertig procent* van de bewoners in onze enquête aangeeft dat zij geregeld naar andere steden gaan voor het cultuuraanbod aldaar.

### 3.3.1. Latente vraag

Wat onderzoeken per definitie niet goed laten zien, is de *latente vraag* van verschillende doelgroepen naar bepaald (vaak nog niet aanwezig) aanbod; een nog niet gemanifesteerde vraag naar aanbod dat er ook vaak nog *niet* is. Denk daarbij bijvoorbeeld aan Apple's iPhone. Toen deze er niet was, en niemand er ook van wist, was er wel al een *latente vraag*, maar die vraag was voor de meesten nog onzichtbaar. Een latente vraag is vanwege de onzichtbaarheid moeilijk om te onderzoeken, maar kan je wel goed beredeneren.

Het is voor een overheid van belang om deze redematies regelmatig te maken en om aandacht te besteden aan de latente vragen (naar o.a. cultuuraanbod) die er in de samenleving spelen, en om hier vervolgens strategisch op in te spelen. Gericht onderzoek en een scherpe analyse van de verborgen vragen is daarvoor noodzakelijk. Gericht ook dan wij in dit onderzoek hebben kunnen doen.

Om te illustreren wat we met *latente vraag* bedoelen, geven een voorbeeld van een latente vraag die voor Nijmegen van belang is en de redenatie die erachter schuilgaat:

#### *Vraag naar onderscheidend, top-kunstenaanbod*

We weten uit analyses en beleidsprioriteiten van de gemeente dat het voor Nijmegen van groot belang is om aantrekkelijk te zijn voor hoger opgeleiden (o.a. voor wetenschap en bedrijfsleven). We kennen ook de cultuurconsumptiebehoefte van hoger opgeleiden (o.a. uit *Cultuur in Beeld*, Ministerie van OCW 2014 - 2017) We zien dat er een significant positief verband is tussen de hoogte van de genoten opleiding en het bezoek van bepaald cultuuraanbod. We zien dat de groep hoger opgeleiden als geheel regelmatig naar musea en voorstellingen gaat waarbij deze groep sterk oververtegenwoordigd is in het bezoek aan de *gecanoniseerde cultuur*: (als we het te simpel zeggen) Kunst met de grote K of Cultuur met een grote C - tegenover de populaire cultuur.

Vervolgens constateren wij (zoals we verderop nog nader toelichten) dat Nijmegen in een onderscheidend topaanbod van juist deze kunst met grote K, in een aantal disciplines niet al te sterk staat. Een relatief kleine, maar voor de stad belangrijke groep mist hier dus de aanwezigheid van een bepaald gewenst en verwacht aanbod.

En zo bestaan er ook latente vragen onder andere doelgroepen en subculturen, bijvoorbeeld onder: vitale ouderen, *urban* jongeren, studenten, mensen zonder werk, amateurmusici, mensen zonder tijd, eenzame mensen...

Wanneer de latente vraag van deze relatief kleine groepen (meestal onbewust) lang genegeerd wordt, kan dat grote gevolgen hebben voor die groepen; voor hun gedrag en daarmee voor het welzijn en welvaart in de stad. Aandacht voor de latente vraag is om die reden dus van belang en vraagt om beleid.

### 3.4. Culturele makers en aanbieders

Wij hebben getracht om een beeld te krijgen bij de omvang van ‘de cultuur’ in Nijmegen. Hoeveel makers en aanbieders van kunst en cultuur zijn er binnen de verschillende disciplines in de stad?

Die vraag blijkt makkelijker gesteld dan te beantwoorden. Het probleem doet zich namelijk voor: wat tel je mee? Wat moet er op de lijst en in welke indeling? Iemand die af en toe als hobby een schilderij maakt of een professioneel kunstenaar? Een buurtfestival of een groot popfestival in het park?

Toch doen we een poging om een beeld bij de omvang te krijgen. Dat doen we op twee manieren: met cijfers over het aantal banen (arbeidsplaatsen) en met cijfers over het aantal culturele instellingen, kunstenaars en initiatieven.

#### 3.4.1. Banen

Om te beginnen het aantal arbeidsplaatsen in de creatieve sector in Nijmegen. Deze cijfers baseren we op de cijfers van Lisa (landelijk informatiesysteem arbeidsplaatsen).

Net als in de meeste andere steden, zien we dat de creatieve sector ook in Nijmegen een groei laat zien in het aantal arbeidsplaatsen. In 2009 (het jaar na het uitbreken van de financiële crisis) werden er in Nijmegen 1201 *banen* geteld in de Kunsten. Bijna tien jaar later, in 2018, was dit aantal gegroeid naar 1548 banen. Een stijging van zo’n 22 procent.

Een veel grotere stijging (namelijk 42 procent) zien we over dezelfde periode als het gaat om het aantal *vestigingen* in de Kunsten. Dit cijfer weerspiegelt waarschijnlijk de groei van het aantal ZZP’ers in de kunsten.

#### 3.4.2. Instellingen en kunstenaarsinitiatieven

Blueyard constateerde dat er geen (redelijk) compleet overzicht bestond van de kunst- en cultuurinstellingen en initiatieven in Nijmegen. We

hebben daarop cultuuragenda Ugender gevraagd om dit overzicht te maken. Ugender had namelijk over de afgelopen jaren de nodige cultuurdata verzameld. Ugender heeft haar data nu gerubriceerd en online gezet. Zie: [www.ugenda.nl/cultuursector](http://www.ugenda.nl/cultuursector).

De ugender-database bevat in totaal rond de 850 cultuuraanbieders en (semi)professionele *makers* in Nijmegen. De database bevat zowel instellingen voor kunst als voor erfgoed. De data zijn opgedeeld in verschillende disciplines en presentatie- en organisatievormen.

De lijst gaat uit van geregistreerde, professionele instellingen, initiatieven en makers (kunstenaars). Amateurkunstenaars worden niet los vermeld, maar wel met hun vereniging of andere organisatie voor amateurkunst.

De initiatieven die Ugender vermeldt, zijn ‘zelfstandige initiatieven’, maar kunnen formeel soms onder een grotere instelling (stichting) vallen, zoals een festival onder Doornroosje kan vallen.

Voor ons geven de overzichten die Ugender maakte een *overall* beeld van de omvang en de accenten in het Nijmeegse culturele veld. Maar ook de database van Ugender is in onze ogen nog niet compleet, dus hanteren we de cijfers met enige voorzichtigheid.

### 3.5. Vooral een muziekstad

Mede op basis van de Ugender cijfers constateren we dat Nijmegen beschikt over een breed aanbod van kunst en cultuur. Maar met ruim 250 muziekorganisaties is Nijmegen voor ons vooral een muziekstad. Met zo’n 50 vaste podia waar regelmatig muziek geprogrammeerd wordt, is het met name muziek dat vanuit Nijmegen opstijgt. Nijmegen heeft een breed muziekaanbod; breed in de zin van de vele muziekstijlen.

De muziek vindt vooral ook een (ontwikkel)podium in de vele festivals die de stad in huis heeft. We telden zo’n 20 muziekfestivals, waarvan sommige ook meerdaags zijn. Daarnaast zijn er in Nijmegen veel

(semi)professioneel georganiseerde *dance events*: in totaal staan er 38 in de database van Ugendera. Ugendera telt 37 bands, 36 individuele muzikanten en 7 DJ's die zich in meer of mindere mate *professioneel* profileren.

De sterke muziekpositie van Nijmegen is het gevolg van de jarenlange inzet van partijen als Doornroosje, Music Meeting en De Lindenberg. Popmuziek in alle genres voert de boventoon, maar daarnaast valt Nijmegen ook op als jazzstad: met elke week jazzconcerten in Brebl, een jazzserie in LUX (geprogrammeerd door Music Meeting), en een jaarlijks jazzfestival op veel podia in het najaar.

### 3.5.1. *Klassieke muziek blijft achter*

Uit zowel onze gesprekken met de instellingen als uit de cijfers van o.a. De Atlas voor Gemeenten, blijkt dat *klassieke muziek* in Nijmegen enigszins achter blijft in vergelijking met andere steden.

Tocht telt de stad volgens de Ugendera-lijst maar liefst 73 koren en 24 ensembles. Dit zijn vrijwel allemaal amateurgezelschappen – dat wil zeggen: ze krijgen er niet professioneel voor betaald (maar kunnen best een hoog niveau hebben).

Het zijn vooral de professionele uitvoerders en professionele concerten die in Nijmegen achter blijven bij de rest van het land. En dat verdient juist in Nijmegen aandacht, omdat belangrijke doelgroepen voor de stad (de hoger opgeleiden) een hoogwaardig aanbod van klassieke muziek waarderen en als het niet in de stad zelf aanwezig is, elders gaan opzoeken.

Kijken we naar de cijfers van de G27, dan scoort Nijmegen wat betreft het aantal klassieke muziekconcerten per inwoner ruim 16 procent lager dan de het gemiddelde. Maar zoomen we in op vergelijkbare steden met een universiteit (Groningen, Enschede, Maastricht, Tilburg en Delft) dan zien we een groter verschil. In Nijmegen ligt het aantal klassieke muziekconcerten volgens de Atlas voor Gemeenten (2017) bijna 30 procent lager dan in de genoemde benchmark steden.

## 3.6. *Film en literatuur*

Nijmegen is uiteraard niet alleen muziek. De stad onderscheidt zich ook met film en literatuur; het woord. Eerder al beschreven we de hoge positie die Nijmegen in neemt in de Atlas voor Gemeenten daar waar het om Film gaat. LUX heeft hierin de centrale, aanjagende positie. Verschillende festivals en andere film(educatie) initiatieven komen uit de koker van LUX. De organisatie is ook goed vertegenwoordigd in landelijke film- en filmeducatie-structuren.

Maar naast LUX zijn ook andere Nijmeegse partijen actief in het film- en videogenre, onder andere Filmhuis 042, Stichting Beeldenwereld en Klooster Kino. Filmplatform DZIGA valt op. Met een breed aanbod van projecten en een *werkplaatsfunctie* is DZIGA een belangrijke ondersteunde kracht voor talentontwikkeling en de ontwikkeling van het genre in Nijmegen.

In Nijmegen is ook de Europese Stichting Joris Ivens gevestigd. De stichting, die zich richt op het werk van de in Nijmegen geboren cineast Joris Ivens, heeft echter een doelstelling die het Nijmeegse overstijgt. Ivens en zijn erfenis hebben een nationale en internationale betekenis.

### 3.6.1. *Woord*

Nijmegen valt ook op door 'het woord'. We hebben geen onderzoek gedaan naar het *waarom*, maar in Nijmegen komen we veel podia en initiatieven tegen waar *het woord* de boventoon voert: spoken word, literatuur, debat, filosofie en poëzie. Er is een brede waaier aan vormen waarin het woord een podium krijgt: van filosofisch café tot literair festival Wintertuin, van Poëziecentrum Nederland tot de *spoken word*-programming van Mensen Zeggen Dingen. In dit alles is vooral de Bibliotheek een belangrijk podium en aanjager. Met name ook voor doelgroepen die (om verschillende redenen) niet gemakkelijk met het andere culturaanbod in aanraking komen. Op de centrale locatie in de stad, maar ook in de kleinere vestigingen in de wijken, worden regelmatig voor een breed publiek toegankelijke activiteiten georganiseerd.

### 3.7. Niet een beeldende-kunststad

Hoewel er in en rond Nijmegen heel wat professionele beeldend kunstenaars actief zijn – Ugenta telt er 132 – is Nijmegen bepaald geen beeldende-kunststad. Als er al aandacht voor beeldende kunst is, dan gaat het over oudere of oude beeldende kunst in Nijmegen. Hedendaagse of actuele beeldende kunst krijgt in Nijmegen weinig aandacht en middelen. Dat heeft waarschijnlijk veel te maken met het ontbreken van een kunstacademie in de stad die in andere steden (zoals Arnhem, Eindhoven) vaak de aanzet zijn tot een welkom kunstenaarsklimaat. In Nijmegen is nauwelijks traditie ontstaan wat dit betreft.

We zien in de Ugentalijst voor Nijmegen tien musea staan (die overigens deels net buiten de gemeentegrenzen vallen). In het lijstje zou je één museum als beeldende-kunstmuseum kunnen categoriseren: Museum het Valkhof. Het is echter opvallend dat ook dit museum de afgelopen jaren nauwelijks aandacht heeft besteed aan moderne of hedendaagse beeldende kunst. En dat terwijl er veel voor te zeggen valt dat een stad als Nijmegen, gezien de vraag van de (in dit geval) hoogopgeleide bevolkingsgroepen, zich inzet voor een hoogwaardig aanbod van beeldende kunst.

We hebben overigens hoop dat met de komst van een nieuw curator in Museum het Valkhof de focus meer op beeldende kunst komt te liggen.

Paralleel aan onze conclusies over Museum het Valkhof constateren wij dat ook de kleinere organisaties voor beeldende kunst, zoals Expoplus, Extrapool en Dziga, de discipline in de stad de afgelopen jaren niet naar een meer aanwezig niveau hebben weten te trekken. Hun werk is vooral voor een zekere niche van betekenis. Deze instellingen hebben er (om begrijpelijke redenen overigens) vanuit de aard van hun organisatie en

discipline niet voor gekozen om hun projecten voor een echt groter publiek in de spotlights te zetten.

#### 3.7.1. Klimaat voor beeldende kunst

De verschillende mensen die wij over dit onderwerp gesproken hebben, stellen dat de relatie van de beeldende-kunstinitiatieven met de gemeente al jaren niet optimaal is. Er is volgens hen geen geld en aandacht voor deze initiatieven die vaak in de marge opereren. Door het gebrek aan waardering van de gemeente, zouden beeldend kunstenaars en beeldende-kunstinitiatieven zich van de gemeente af keren. Zij zoeken elders naar partners. Een deel verlaat de stad.

We kunnen niet beoordelen of en in welke mate dit werkelijk zo is. Wat we in eerder onderzoek<sup>4</sup> wel concluderen is dat Nijmegen inderdaad achterblijft in het ontwikkelen van een vruchtbaar klimaat voor beeldend kunstenaars.

### 3.8. De flanken zijn onderbezet

Het bewonerspanel bevestigt het gemis aan (moderne) beeldende kunst. Bewoners missen “een groot museum”, “beeldende kunst met kwaliteit”, “een goed museum waar ook echt iets te zien is”.

Een deel van het publiek geeft echter ook aan dat ‘street art’ of ‘urban’ in Nijmegen weinig in beeld komt. Tegelijkertijd geeft men ook aan dat klassieke muziek in de stad wordt gemist.

We concluderen uit deze reacties en de overige cijfers dat Nijmegen zich vooral in een ‘cultureel middengebied’ manifesteert: we zien relatief weinig ‘moeilijke kunst’, ‘elitaire kunst’, of kunst van ‘specifieke subculturen’ (o.a. urban). In Nijmegen lijken de ‘flanken’ – de meer extremen – onderbezet.

---

<sup>4</sup> Blueyard deed onderzoek naar de staat van beeldende kunst in Gelderland en Arnhem (2018). Zie website van Blueyard onder ‘Nieuwsberichten’ (blueyard.nl).

## *Betekenis van beeldende kunst voor de stad*

In hoofdstuk 2 schetsten we dat het een overheid vooral gaat om de *betekenissen* van kunst en cultuur voor welzijn en welvaart. Om te illustreren waaruit deze betekenissen kunnen bestaan, geven we hier als voorbeeld, voor in dit geval de (hedendaagse) beeldende kunst, een aantal betekenissen weer. Het voert te ver om alle mogelijke betekenissen hier te schetsen, maar we willen er hier wel een paar noemen.

Allereerst is beeldende kunst een manier voor een mens (individueel en groepen) om zich te uiten naar andere mensen. Een vorm van expressie die anders is dan taal. Dat doen mensen al sinds de eerste grottekeningen. Beeldende kunst kan mensen...

- het onzegbare toch zeggen of uitdrukken;
- ontroeren; inspireren; je laten genieten; tot rust brengen
- verbazen; verdrieten; emotioneren
- anders leren kijken en tot een andere inzicht brengen
- verbinden (bijvoorbeeld bij een kunstwerk 'ter herinnering...')

En juist beeldende kunst kan (zeker wanneer het top-aanbod betreft) grote groepen mensen naar de stad trekken. Het kan de waardering voor van de stad vergroten en het imago als creatieve stad versterken.

## *3.9. Weinig onderscheidende top*

Met de redelijk gewaardeerde kwaliteit van het aanbod constateren we tegelijkertijd dat er weinig echte hoogvliegers zijn in Nijmegen: organisaties met een internationale betekenis. We zien drie of vier redelijk kleinschalige festivals die in hun niche nationaal en enigszins internationaal meespelen en er is een jeugdtheatergezelschap dat het ook in het buitenland goed doet. En dan is er ook een sieradengalerie met internationale faam.

We zien in of rond Nijmegen echter geen Dutch Design Week, een IDFA, of een Oerol. Een professioneel theatergezelschap, dansgezelschap, of topmuseum voor hedendaagse kunst ontbreekt in de stad. Dat de stad geen orkest heeft, is begrijpelijk, maar de stad heeft helemaal geen professionele en ook geen zich landelijk onderscheidende klassieke muziekensembles.

Zoals gezegd is Nijmegen wel een muziekstad. Met name de keten van de popmuziek is er sterk ontwikkeld. De vele muziekfestivals brengen veel aanbod naar de stad en geven alle ruimte voor persoonlijke groei als artiest. Onze gesprekspartners en kenners van de popmuziekwereld geven aan dat het popmuziekaanbod in Nijmegen wel groot en divers is, maar in niets een internationale positie inneemt. Er is vooral veel aanbod, enthousiasme en talentontwikkeling.

Het is onze indruk dat onder cultuur-professionals in het land LUX als het meest bekende en onderscheidende culturele initiatief van Nijmegen wordt gezien. Dat komt door de programmering in de filmzalen en op het podium, maar zeker ook door de omvang van de art-house-functie. LUX is de grootste art-house-cinema van Europa. En dat, samen met de actieve en initiërende rol die LUX in het land speelt, zorgt dat voor de nationale positie en uitstraling.

En dan is er in Nijmegen één evenement dat zich van alle anderen onderscheidt in bezoekersaantal en bekendheid en dat zijn de Vierdaagse Feesten. We beschouwen dit grootste, vrij toegankelijke evenement van

Nederland als van enorme betekenis voor de stad, een uniek evenement, maar over de Vierdaagse Feesten horen of lezen we niet dat het in culturele zin een internationale hoogvlieger is. Ook hier is met name veel aanbod, maar is de muziek niet per se vernieuwend of komen er acts die je nergens anders kan zien. Het is gewoon een zeer aantrekkelijk en feestelijk festival waar ook culturele programmering vanuit de stad ook een plek krijgt. En daarin is het van betekenis voor de stad. Niet voor een internationaal onderscheidende culturele profilering.

### 3.9.1. Niet in de BIS en beperkte stroom rijkssubsidie

Het ontbreken van de onderscheidende internationale top komt onder meer tot uitdrukking in de beperkte aantal instellingen dat is opgenomen in de landelijke culturele basisinfrastructuur van het ministerie van OCW. Het zijn alleen jeugdtheatergroep Kwatta en De Nieuwe Oost/Wintertuin. Voor de rest beschikt Nijmegen (naar de maatstaven van de Raad voor Cultuur en het ministerie) niet over culturele instellingen die een dermate belangrijke nationale rol vervullen, dat zij ook nationaal, rechtstreeks vanuit het ministerie gefinancierd dienen te worden.

In de financieringsstroom vanuit het ministerie naar Nijmegen is goed terug te zien wat het nauwelijks hebben van BIS-instellingen betekent: volgens OCW-toekenningen-cijfers uit 2016, stroomt er uit het ministerie jaarlijks een jaarlijks bedrag van bijna 600.000 euro (voor Kwatta). In Arnhem ligt dit totaalbedrag bijvoorbeeld op 21,5 miljoen euro per jaar voor vier instellingen: Toneelgroep Oostpool, Introdans, Gelders Orkest en het Nederlands Openlucht Museum.

Uiteraard ontvangen verschillende instellingen en festivals in Nijmegen bijdragen van het de rijks fondsen. Soms ook meerjarig, zoals filmfestival Go Short (75.000) Extrapool (100.000) en popband *De Staat* (236.000 euro per jaar). En die laatste is opmerkelijk, want nooit eerder ontving een popband staatssubsidie. En het is bovendien opmerkelijk dat juist vanuit Nijmegen een band – en een alleen een band – een aanvraag deed

voor meerjarige subsidie bij het fonds podiumkunsten. Het zegt in onze ogen veel over het karakter van het muziekklimaat in Nijmegen: vooral een klimaat voor popmuziek.

Daar waar het rijk een relatieve afwezige is in de financiering van het Nijmeegse cultuuraanbod, geldt dat evenzo voor de provincie. Ook hier zien we dat cultuurinstellingen en projecten in andere gemeenten beduidend méér en hogere subsidies ontvangen (zie het overzicht in de bijlagen).

De ongelijke verdeling van rijks- en provinciale subsidies is *niet oneerlijk* of niet te verantwoorden. Het is zelfs heel begrijpelijk en waarschijnlijk ook terecht: we zien in de lijsten van ingediende aanvragen bij zowel het Rijk als bij de rijks fondsen, nauwelijks instellingen uit Nijmegen terug. Simpel gezegd: Nijmegen vraagt het niet aan. En ook dát is begrijpelijk, want in Nijmegen ontbreekt het, op een aantal uitzonderingen na, aan instellingen die het artistieke en organisatorische niveau halen om voor rijkssubsidie in aanmerking te komen.

We zien bovendien dat Nijmegen ook nauwelijks de overheidsbijdragen van buiten de stad op enig niveau *matcht*. Zoals we nog zullen toelichten, trekken culturele investeringen van de gemeente investeringen van andere overheden aan. En ook dat gebeurt in Nijmegen bijna niet.

Dat Nijmegen nauwelijks iets van het rijk ontvangt is dus niet oneerlijk. Maar wel zorgelijk. Louter al op basis van de gepresenteerde cijfers (zie ook bijlage) over de aanvragen en toekenningen, kunnen wij niet anders dan concluderen dat Nijmegen ver achter blijft in haar hoogwaardige kunst- en cultuuraanbod. En voor een stad die hier zo bij is gebaat, is dat zeer zorgelijk.

### 3.10. Groeidocument 025

We schetsten hiervoor een aantal *financiële aspecten* waarin Arnhem en Nijmegen sterk verschillen. Recentelijk is echter ook naar de *inhoudelijke* verschillen en overeenkomsten gekeken. In het kader van het door de Raad voor Cultuur bepleitte en door het ministerie gevraagde *regioprofiel*, ontwikkelden vertegenwoordigers van de culturele sector in Arnhem en Nijmegen een visie op de regio: het Groeidocument 025 Arnhem Nijmegen.

Het document beschrijft hoe de twee steden ieder vanuit hun eigen ontstaansgeschiedenis herkenbare identiteiten hebben ontwikkeld, die van elkaar verschillen maar elkaar ook aanvullen; de bestuurlijke zakelijkheid en nuchterheid van Arnhem - de zuidelijkste stad van het noorden - en de meer losse, bourgondische mentaliteit van Nijmegen - noordelijkste stad van het zuiden.

Ook op cultureel gebied hebben beide steden hun eigen signatuur en kracht ontwikkeld. Volgens de opstellers kent Arnhem een “vitaal en divers productieklimaat”, met instellingen op het gebied van theater, dans, (klassieke) muziek, beeldende kunst en vormgeving (mode). Nijmegen staat meer bekend als “podium- en presentatiestad”. Met name voor popmuziek en film. Nijmegen onderscheidt zich volgens de schrijvers door de vele festivals die de stad kent. Samen vertegenwoordigen beide steden de hele reeks van opleiding – productie – presentatie, en zijn nagenoeg alle kunstvormen vertegenwoordigd.

#### 3.10.1. Groeidocument samengevat door Raad voor Cultuur

De Raad voor Cultuur vat de ambities van regio Arnhem Nijmegen in zijn advies aan de minister als volgt samen:

Arnhem & Nijmegen willen voor en met het publiek:

- Culturele kennis vergaren en delen
- Investeren in het publiek van de toekomst

Arnhem & Nijmegen willen de sector versterken:

- Doorlopend van en met elkaar leren
- Talentontwikkeling

Arnhem & Nijmegen willen samen sterker staan

- Een brug slaan tussen theorie en praktijk
- Cultuur als katalysator
- Afstemming cultuurbeleid

#### 3.10.2. Nog een groei-document

Zeker wanneer we deze samenvatting overzien, concluderen wij dat het Groeidocument 025 nog letterlijk een *groei-document* is. Het document beschrijft vooral een mogelijk *proces van samenwerken*, of de mogelijkheden om *samen te groeien*. Het document ademt nog geen echt inhoudelijke ambities uit.

We begrijpen dat overigens goed. Want wanneer het om inhoudelijke ambities gaat, zijn hieraan ook de nodige investeringen verbonden. En deze investeringen hebben de twee gemeenten en de provincie in deze fase niet op tafel kunnen leggen.

Een en ander neemt in onze ogen bepaald niet weg dat Nijmegen en Arnhem wel moeten voortgaan op het ingeslagen pad van samenwerking. Wij denken dat er veel voordelen te behalen zijn door in onderlinge afstemming de wederzijdse krachten te versterken en door samenwerking tussen de verschillende instellingen. Ook kunnen we ons veel voorstellen bij het gezamenlijk ontwikkelen van culturele projecten, programma's en een gezamenlijke positionering en marketing.

### 3.11. Bezoekers

De grotere instellingen lieten volgens hun eigen cijfers in 2018 de volgende bezoekerscijfers zien:

Doornroosje	Lindenberg	Schouwburg/Vereenig.
151.872	258.102	168.367
	<i>contactmomenten</i>	

Museum Het Valkhof	LUX	Bibliotheek
107.933	268.169	621.612
		<i>40.436 leden</i>

Naast deze grotere instellingen trekken de kleinere en middelgrote instellingen ook het nodige publiek. En uiteraard de festivals. We noemen een aantal cijfers over 2018 (Gemeente Nijmegen, 2019)

- Merleyn: 27.847
- Openluchttheater De Goffert: 40.801
- De Bastei: 39.600
- MuZIEum: circa 35.000
- Stevenskerk: 165.000

Het totaal aantal bezoekers voor culturele festivals en openluchtconcerten hebben wij niet exact kunnen achterhalen. Dat komt doordat niet scherp te definiëren is wanneer iets een cultureel – dan wel een vrije-tijdsevenement is. Afgaande op gemeentelijke gegevens van de evenementen en een ruwe optelsom van de concerten en festivals ligt onze inschatting van het aantal bezoekers aan rond de 2,1 miljoen. 1,5 miljoen komt op het conto van de Vierdaagse Feesten. De externe festivals van Doornroosje komen op ongeveer 130.000 bezoekers (excl. Merleyn en De Goffert).

#### 3.11.1. Positieve ontwikkeling

Kijken we naar de ontwikkeling van de bezoekersaantallen over de laatste jaren, dan zien we, net als elders in Nederland, ook in Nijmegen een positieve ontwikkeling. Van de zes grote culturele instellingen staan er vijf een stuk beter voor dan een jaar geleden. Ze hebben allemaal meer publiek ontvangen vergeleken met voorgaande jaren. Alleen in het *podium* van De Lindenberg daalde licht in het aantal bezoekers (en niet in het bereik van cursisten).

#### 3.11.2. Herkomst

Op basis van publieksonderzoek van de gemeente Nijmegen is (onder andere) de herkomst van de bezoekers van de grotere instellingen bekend. Hierbij is een onderscheid gemaakt naar bezoekers die uit de stad zelf komen (variërend van 40 procent bij de Vereeniging tot 68 procent bij LUX) en die van buiten de stad komen. Op basis van gegevens van Doornroosje en Merleyn is bovendien bekend dat ongeveer 0,6 procent van hun bezoekers uit het buitenland komt. Van de bezoekers van Music Meeting komt rond de 2 procent uit het buitenland. In totaal trekken de grotere instellingen een kleine 358.000 bezoekers uit Nijmegen, 237.000 bezoekers uit de rest van Nederland en ruim 1.200 uit het buitenland.

### 3.12. De sociaaleconomische realiteit van Nijmegen

De cijfers over cultuur – en straks ook het cultuurbeleid zelf – moeten we zien tegen de achtergrond van de bredere realiteit in Nijmegen. Dat is nodig omdat we vooral naar de *betekenis* willen kijken die kunst en cultuur voor de stad heeft, of zou kunnen hebben. Dan moet je ook in beeld hebben, waar die betekenis het meest gewent is.

De sociaal-economische realiteit van de stad geeft ons daarbij enige handvatten. Om hierbij enig gevoel te ontwikkelen, hebben we verschillende cijfers en rapporten over de sociaal-economische positie van Nijmegen bestudeerd (onder andere: Platform 31, 2018).

Zonder nu op alle details in te willen gaan, concluderen we op hoofdlijnen wel een aantal zaken:

- Nijmegen is een aantrekkelijke stad om in te wonen
- Nijmegen kent meer dan gemiddeld hoogopgeleiden en minder dan gemiddeld laagopgeleiden
- Het gemiddelde inkomen is relatief laag in Nijmegen (CBS 2017)
- De werkloosheid is relatief hoog (percentage inactieven)
- Het 'armoederisico' is in Nijmegen eveneens relatief hoog<sup>5</sup>
- In Nijmegen groeit 10 procent van de kinderen op in een gezin dat moet rondkomen van bijstandsuitkering.

Als we dit samenvatten, kunnen we zeggen:

*De sociale stad Nijmegen, blijkt het in sociaaleconomisch opzicht niet goed te doen.*

### 3.13. Grote opgaven van de gemeente Nijmegen

Naast de sociaaleconomische uitdaging, zijn er uiteraard meer uitdagingen die Nijmegen de komende jaren zou moeten oppakken. Het huidige college heeft bij zijn aantreden daartoe een viertal grote opgaven benoemd. Deze vormen de basis van het beleid van de coalitie.



In deel III maken we een verbinding tussen deze vier opgaven en een mogelijke invulling van het toekomstige cultuurbeleid.

---

<sup>5</sup> CBS (2018) Armoede en sociale uitsluiting 2018

## 4. Subsidiëring

Een vergelijk (benchmark) maken tussen de budgetten die steden aan 'cultuur' besteden, is een lastige opgave. Dat komt omdat de steden niet op eenzelfde wijze hun begrotingen inrichten. Verschillende steden bekostigen de uitgaven voor cultuur anders. De positie van tal van posten vertroebelen het beeld: 'vastgoed', 'huur', 'onderhoud', 'erfgoed', 'personeel' en 'cultuureducatie'.

Uit overleg met het ministerie van OCW weten we dat ook het Ministerie tot de conclusie komt dat een vergelijk tussen cultuurbudgetten van steden uiterst moeilijk is. Maar ondanks de slagen om de arm, worden er wel benchmarks gemaakt. Ook door het ministerie van OCW en met enige terughoudendheid nu ook door ons.

We gebruiken cijfers die het Ministerie ook gebruikt, deels afkomstig van het CBS. Gemeenten hebben daarbij zelf gegevens over hun cultuurbudget aangeleverd. Ze komen samen in het onderzoek Cultuur in Beeld 2017.

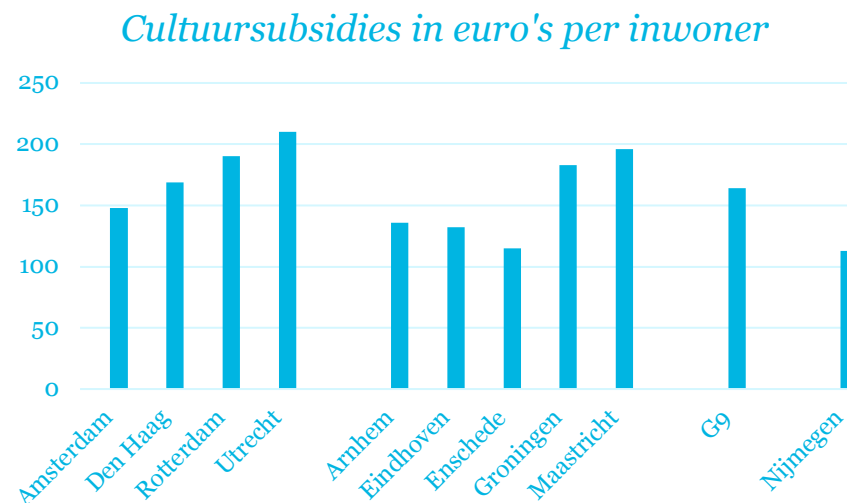
Het cultuurbudget (exclusief erfgoed) bedroeg in Nijmegen in 2017 19,7 miljoen euro. Met de bijdrage voor de lokale omroep erbij komt die uit op ruim 20 miljoen euro. Zie ook de cultuurbegroting in bijlage.

### 4.1. Nijmegen hekkensluiter in cultuursubsidie

Uit de benchmark ten opzichte van de G9 (de 9 grootste gemeenten) blijkt dat de gemeente Nijmegen per inwoner substantieel minder middelen besteedt aan kunst en cultuur dan de andere steden. Voor Nijmegen komt dat neer op 113 euro per hoofd van de bevolking.

Het gemiddelde van de G9 lag in 2017 op 164 euro per hoofd van de bevolking. Een verschil van ruim 31 procent.

In de regio, in Arnhem, ligt de bijdrage van de lokale overheid ruim 14 procent hoger (137 euro per hoofd van de bevolking).



Bron: Cultuur in Beeld 2017. Totale uitgaven aan cultuur: opgave gemeenten, aantal inwoners: CBS

### 4.2. Geen dure hobby's

In het hoofdstuk hiervoor hebben we geconstateerd dat de bevolking redelijk tevreden is over het aanbod, maar dat de stad aan de andere kant een *weinig onderscheidende top* heeft. En hierin zien we meteen de verklaring voor als het gevolg van de lage subsidie per inwoner.

Nijmegen is niet een stad met naast het basisaanbod kostbare (top)instellingen zoals een orkest, opera, museum voor moderne en hedendaagse kunst, of een landelijk dans- of theatergezelschap. Je zou het kunnen *framen* tot: *Nijmegen heeft geen dure hobby's*.

De cultuurmakers van Nijmegen zitten voor een belangrijk deel in de popmuziek en in kleinschalige of persoonlijke initiatieven. Deze segmenten van de cultuur spreken de overheid nauwelijks aan op subsidie en zijn in staat om meer zelf de broek op te houden.

Ook experiment en innovatie zijn geen zaken die door Nijmegen stevig of met voorrang worden ondersteund. Ondanks dat experiment en innovatie in het huidige cultuurbeleid op papier prioriteit krijgen, is er de afgelopen jaren niet opvallend extra geïnvesteerd. Ook werkelijke excellentie, vernieuwing en een onderscheidende programmering ontvangt in Nijmegen weinig subsidie. Dat kan overigens ook te maken hebben met het feit dat juist dit onderscheidende aanbod in Nijmegen beperkt wordt ontwikkeld. Anders gezegd: de gemeente ontvangt ook weinig subsidieaanvragen voor dergelijk aanbod.

*De beperkte middelen stimuleren onvoldoende onderscheidende kwaliteit. Maar onderscheidende kwaliteit wordt ook te weinig ontwikkeld.*

De culturele zuinigheid kwam onder andere ook tot uitdrukking in de uitzonderlijk lage financiering van de Stadsschouwburg en Concertzaal de Vereeniging (zie bijlage). De gemeente betaalde zo ongeveer de helft van wat vergelijkbare gemeenten aan deze voorzieningen besteden. Het budget voor de beide zalen is recentelijk enigszins gerepareerd met structureel 500.000 euro per jaar, o.a. voor impulsen in de programmering en marketing.

### *4.3. Automatische subsidiëring*

Naast de grotere instellingen 'C6' krijgen zo'n 35 kleinere en middelgrote culturele instellingen en 14 HAFABRA-instellingen een structurele, jaarlijkse subsidie. In totaal voor zo'n 2 miljoen euro. Behalve een drietal grotere bijdragen, ontvangt het gros van de 35 kleinere en middelgrote instellingen een subsidie tussen de 20.000 en 70.000 euro per jaar.

We maken op uit het gedetailleerde overzicht van de cultuursubsidies dat vrijwel alle van de 35 kleinere instellingen gedurende (minimaal) de afgelopen zes jaar jaarlijks hetzelfde subsidiebedrag voor hun instelling ontvingen. Kennelijk was er in zes jaar tijd bij geen van de 35 instellingen reden of geen mogelijkheid om het subsidiebedrag aan te passen. Naar boven of naar beneden.

Op basis van de gemeentelijke cijfers constateren we dat er na de initiële toekenning van (minstens) zes jaar geleden weinig tot geen verandering heeft plaatsgevonden in de hoogte en toekenningen van de cultuursubsidies. Kennelijk gaf de monitoring en het overleg met de instellingen op grond van het behalen van doelstellingen, toegenomen of afgenomen kwaliteit, betekenis voor de stad, financieringsbehoefte of anderszins, in vrijwel alle gevallen geen aanleiding om de subsidie aan te passen. Alleen Go Short en Music Meeting kregen tijdelijk extra subsidies, net als recentelijk De Stadschouwburg/ Vereeniging.

We vinden dat opmerkelijk. De systematiek heeft kennelijk geen ruimte geboden om tijdens de rit bij te sturen en daar financiële consequenties aan te verbinden; in positieve of negatieve zin.

Tijdens onze gesprekken kregen wij van twee van deze kleinere instellingen expliciet te horen dat er door de gemeente weinig echt geëvalueerd wordt. Volgens deze instellingen is er, behalve het reguliere papierwerk, nauwelijks contact met de gemeente en worden subsidies min of meer automatisch verlengd. We kunnen niet beoordelen of dit door andere instellingen ook zo wordt ervaren, maar het lijkt voor ons een belangrijk signaal. We komen er in deel II en III op terug.

We kunnen ons overigens goed voorstellen dat de betrokken ambtenaren niet naar alle instellingen even gedetailleerd kunnen kijken – of ze regelmatig bezoeken. De ambtelijke staf voor cultuur is in omvang beperkt (nog geen 4 fte). Bovendien is er geen artistieke adviescommissie die de gemeente in de beoordeling van de culturele instellingen kan bijstaan.

#### 4.4. Geld met geld maken

Verreweg het grootste deel van de gemeentelijke cultuursubsidie gaat naar de zes grote instellingen. Binnen deze zes instellingen wordt ongeveer 25 procent van de subsidies besteed aan huisvestingskosten. In vier van de zes gevallen wordt *huur* overgemaakt aan de gemeente die eigenaar is van de panden (zie ook 4.6. Vastgoed, huur en rijksmiddelen).

Een gemeentelijke subsidie die aan *projecten* (dus niet aan stenen) wordt besteed, trekt niet zelden ook geld van buiten aan. Wanneer de betreffende cultuurinstelling naar fondsen of anderen overheden kan aangeven dat de gemeente Nijmegen hun bijdrage zal ‘matchen’, neemt de bereidheid doorgaans flink toe om in het project te investeren. Juist bij het investeren in projecten treedt een multiplier in werking. Je maakt als gemeente geld met geld.

In het onlangs door de Raad voor Cultuur gepresenteerde advies ‘Cultuur dichtbij, dicht bij cultuur’, pleit de Raad in verschillende situaties ervoor dat het rijk méér geld naar de regio laat vloeien. Echter, daarbij geldt altijd dat dit geld lokaal ook *gematcht* dient te worden.

*Wil Nijmegen kunnen profiteren van extra rijksmiddelen voor cultuur, dan moeten er ook lokaal middelen beschikbaar zijn voor matching.*

De gemeente doet er in dit licht goed aan om na te gaan of de vaak stevige huren, niet omlaag kunnen (door bijvoorbeeld nog eens te kijken naar looptijden van investeringen), waardoor er meer geld als projectgeld beschikbaar komt. Waardoor, zoals we zagen, ook externe partijen Nijmeegse kunst en cultuur meer gaan ondersteunen.

#### 4.5. Middelen voor projecten

De laatste jaren bedroeg het gemeentelijke budget voor culturele projecten jaarlijks 250.000 euro. Dit bedrag werd verdeeld over zo’n tachtig aanvragende partijen.

Onlangs is de totale cultuurbegroting structureel verhoogt met 1 miljoen euro. De helft daarvan was bestemd voor de Schouwburg/Vereeniging de overige 500.000 euro wordt besteed aan incidentele projecten. Mogelijk zou dit bedrag ook in de nieuwe cultuurvisie-periode kunnen worden ingezet voor het projectenbudget.

##### 4.5.1. Eens per jaar aanvragen

De gemeente Nijmegen houdt het bij de verdeling van dit budget simpel: er is één subsidieregeling voor kunst- en cultuurprojecten. En deze regeling staat één keer per jaar open voor aanvragen: in oktober. Binnen het culturele veld wordt echter duidelijk aangegeven dat een dergelijke een-keer-per-jaar-regeling voor veel initiatieven niet werkt. Er moet te lang van tevoren (soms meer dan een jaar) worden aangevraagd. Dat komt in veel gevallen niet overeen met hoe er wordt gewerkt in de culturele sector. Daarom adviseren wij een regeling te ontwerpen die op meerdere momenten in het jaar openstaat voor aanvragers.

*Met het hanteren van één mogelijkheid per jaar voor het aanvragen van cultuursubsidie, ga je voorbij aan de realiteit van de cultuursector en mis je kansen.*

Inhoudelijk kunnen we de regeling niet goed beoordelen. De huidige regeling richt zich op drie speerpunten: talentontwikkeling, excellentie en experiment. Online is de gemeente echter niet duidelijk over wat deze speerpunten inhouden en hoe deze worden beoordeeld. We verwachten dat dit ook voor de aanvragers niet geheel duidelijk is.

## 4.6. Vastgoed, huur en rijksmiddelen

*Het is goed om stil te staan bij de positie van cultuurgebouwen die in eigendom zijn van de gemeente: het culturele vastgoed. Deze gebouwen zijn met behulp van een financieringsconstructie ooit ontwikkeld of aangekocht door de gemeente. De afschrijving van de investering die ervoor noodzakelijk was, vindt plaats gedurende een lange periode (twintig tot dertig jaar). Tegelijkertijd ontvangt de gemeente tijdens deze periode jaarlijks huurinkomsten voor het culturele vastgoed. Niet zelden is deze huur deels afkomstig uit de subsidies die de gemeente voor de betreffende culturele huurder zelf beschikbaar stelt. In die zin betaalt de gemeente huur aan zichzelf.*

*Juist daar waar het om huur aan de gemeente gaat, is het zaak om regelmatig goed te evalueren of de bestaande huurconstructie nog wel zo efficiënt is. Mogelijk kunnen huren omlaag na een herstructurering van de bestaande constructie, zodat er meer middelen vrijvallen om in te zetten voor cultuurproductie en als matching met bijvoorbeeld rijksmiddelen. Per saldo zou dat de stad wel eens meer op kunnen leveren dan de hoge huren.*

### 4.6.1. Wie is nou verantwoordelijk voor wat? De demarcatielijst

Net als in veel andere steden in het land, is het gemeentelijke cultureel vastgoed ook in Nijmegen een problematisch dossier. De problematiek is terug te voeren op de hoge huurkosten en een onduidelijke demarcatielijst, of simpel gezegd: wie is verantwoordelijk voor welk onderhoud van en in de gebouwen?

Dat blijkt bij het cultureel vastgoed van de gemeente allerm minst duidelijk. Vaak dateren afspraken hierover van jaren geleden en is de situatie ondertussen op zoveel punten veranderd dat deze oorspronkelijke afspraken niet in verhouding staan tot de huidige realiteit. Gevolg is dat over elk klein onderhoud en elke vervanging van apparatuur, en zeker over groter onderhoud, een complex spel gespeeld moet worden om tot acties te komen.

Niemand is blij met deze situatie. De gemeente niet en de culturele instellingen niet. Wij bevelen aan om via een eenmalig onderzoeks- en besluitvormingstraject een en ander structureel op te lossen.

### 4.6.2. Vastgoed: één senior aanspreekpunt

De spelers die met de afdeling vastgoed van de gemeente te maken hebben, beklagen zich over het feit dat hier de gemeente vaak niet goed met hen meedenkt en meewerkt. Er ontbreekt binnen de afdeling een vast aanspreekpunt (heel veel wisselingen) en de specialisatie die nodig is om de uitdagingen van het cultureel vastgoed te doorzien en te voorzien.

Er wordt dan ook gevraagd om één sterke senior-manager cultureel vastgoed. Een vast aanspreekpunt. Samen met de sector kan hij of zij de cultuurgebouwen ontwikkelen en tot meerwaarde brengen. Hij of zij kan ook onderzoeken of na een herstructurering van de huurconstructie de huur lager kan worden en er meer middelen voor cultuurproducties beschikbaar kunnen komen.

## 5. Cultuurmarketing

Geen van onze meer dan vijftig gesprekspartners kon overtuigend aangeven waar de stad voor staat en voor gaat. Nijmegen komt al jaren niet met een heldere positionering van de stad. Er is geen citymarketing-organisatie en het ontbreekt de gemeente aan een afdeling die zich hier stevig mee bezighoudt en de lijnen uitzet. Er is ook nauwelijks budget voor citymarketing.

Op dit moment is er over de positionering van de stad en citymarketing een evaluatietraject gaande (begeleid door LAGroup) en wordt op bestuurlijk niveau gezocht naar een goede weg en besluitvorming.

Hoe het ook zij, wij komen op dit moment in de stad en binnen de gemeente zelf nog te weinig het besef tegen dat het niet gaat om een paar toeristen meer naar de stad te trekken, maar juist om de positionering van de stad op lange termijn. Het gaat om de vraag: wat voor stad wil je zijn en wat wil je uitstralen? Wie wil je dat hier komen (en blijven) wonen en werken? En wat is dáár dan voor nodig? Dat vraagt veel meer dan een website en een slogan.

### 5.1. Consequenties voor stad en cultuur

We zouden niet zo hameren op een heldere positionering van de stad, als dat niet zo direct zijn weerslag op het kunst en cultuuraanbod in de stad zou hebben. Voor het formuleren van een cultuurvisie is het dringend noodzakelijk dat de stad weet wat ze wil zijn en uitstralen en welke cultuurprojecten zij dus om die reden voorrang wil geven en welke niet.

En andersom weet de sector ook niet waar zij aan kan bijdragen om de stad te helpen profileren; waar kunnen zij de schouders onderzetten?

Door geen heldere positionering te ontwikkelen, wordt keuzes maken héél moeilijk. En daardoor mist Nijmegen waarschijnlijk veel kansen – en inkomsten: en dat doet zich voelen in welzijn en welvaart.

### 5.2. Collectieve marketing ontbreekt

In lijn met het ontbreken van een weloverwogen en goed opgetuigde citymarketing, ontbreekt het in Nijmegen ook aan collectieve cultuurmarketing.

*Als iets ons in Nijmegen in het oog sprong, dan is het wel dat ons weinig in het oog sprong.*

Het toch zo rijkelijk aanwezige kunst- en cultuuraanbod in de stad is, zeker voor buitenstaanders onzichtbaar. Misschien dat de bewoners het aanbod via de vele kleine websites en andere verborgen communicatiekanalen weten te vinden, voor de bezoekers uit de regio en de rest van het land is dat een hele opgave. Uitzonderingen als de grote festivals en concerten daargelaten, is het onze stellige indruk dat het cultuuraanbod in Nijmegen buiten stad vrij onopgemerkt blijft. En dat is om meer dan een reden zonde.

We hebben niet scherp kunnen krijgen waaróm het aanbod zo onzichtbaar wordt gehouden. Het kan te maken hebben met de bescheidenheid die de stad siert of het enigszins naar binnen gekeerde karakter. Maar wat de reden ook is, we zijn ervan overtuigd dat de stad en de kunstinstituten zich echt tekortdoen door het kunst- en cultuuraanbod (en daarmee het kunst- en cultuurprofiel) niet duidelijk te presenteren.

### 5.3. Websites

Toen wij onze verkenning begonnen telden wij zeker zes websites die (een deel van) het cultuuraanbod in Nijmegen promoten (onder andere Ugenda, Nijmegen Cultuurstad, Agenda Nijmegen, Visit Nijmegen,

Centrum Nijmegen, Nijmegen Evenementen). Maar al deze website opereerden min of meer langs elkaar heen en vormden geen onderdeel van een bredere (city-marketing) strategie.

Onlangs heeft een nieuw initiatief het licht gezien: *IntoNijmegen*. Hierin worden voorzichtig de nodige krachten gebundeld. IntoNijmegen is gemaakt door enkele grote spelers in de stad: Nijmegen Cultuurstad, Huis voor de Binnenstad, Visit Arnhem Nijmegen, Stichting Zomerhoofdstad en de gemeente Nijmegen.

We vinden dit een hoopvol begin, waarbij moet worden opgemerkt dat bijvoorbeeld het redelijk complete Ugendera, (nog) niet mee doet in het initiatief. Zij hadden inhoudelijke (redactionele) aarzelingen en zijn niet tot een overeenstemming gekomen en gaan voorlopig zelfstandig verder.

## 5.4. *Nog niet strategisch*

In lijn met het niet strategisch positioneren van de stad, zien we ook dat de stad niet strategisch met haar cultuurbeleid en cultuurprogrammering omspringt.

In het eerdere cultuurbeleid zien we een aantal ambities geformuleerd, maar het is niet helder waarom deze ambities goed (en dus strategisch) zijn voor de stad. Bijvoorbeeld rondom talentontwikkeling. De gemeente volgt de (overigens begrijpelijke) wens van het cultuurveld in deze maar legt zelf geen overtuigende reden neer waarom dit nodig zou zijn in en voor de stad.

### 5.4.1. *Themajaren*

In ons onderzoek viel het op dat weinig gesprekspartners in Nijmegen bezig zijn met het nadenken over iets als *themajaren*. Door in een themajaar aandacht, partijen, inhoud en middelen te bundelen, kunnen op veel terreinen betekenissen voor de stad worden gerealiseerd. We zagen dat bijvoorbeeld in Den Bosch rond het Jeroen Bosch-jaar.

We zien voor de komende jaren meerdere interessante thema's waaromheen culturele activiteiten kunnen worden gebundeld. De Limes in 2021 (UNESCO), Radboud Universiteit 100 jaar in 2023.

Maar niet altijd is een heel jaar nodig. Het kan ook een gezamenlijke *week, maand* of *zomer* zijn die met de invulling rondom één thema een grote impuls geeft.

*Nijmegen heeft nog geen strategische en gezamenlijke cultuuragenda voor de komende jaren.*

## *Deel II*

# *Het culturele ecosysteem nader bekeken*

In dit deel schetsen we het culturele ecosysteem zoals wij dat aantreffen in ons onderzoek, tijdens onze gesprekken en onze verkenningen van de stad. We geven weer wat wij zagen en hoorden.

We kunnen per definitie niet volledig zijn, maar proberen wel een dwarsdoorsnede te schetsen van het hele culturele ecosysteem. We verdeelden het in...

- Makers
- Cultuureducatie en cultuurparticipatie
- Kleinere instellingen
- Culturele festivals
- De basis infrastructuur
- Erfgoed

In de bijlage belichten we een tiental instellingen in meer detail. Dit zijn instellingen uit het Cultuur Netwerk Nijmegen (CNN).

## 6. Makers

Een van de eerste tafelgesprekken die Blueyard organiseerde was met een groep ‘makers’; muzikanten, kunstenaars, vormgevers, filmers. Hoewel er verschillen zijn, is men het in ieder geval over één ding eens: in Nijmegen zijn heel veel kunstenaars actief, op veel verschillende plekken. Er is veel bedrijvigheid en energie. “Er zijn supergave initiatieven, maar iedereen zit wel in zijn eigen wijkje te pieren”.

En dat horen we vaker: in Nijmegen zijn veel culturele initiatieven van individuele of kleine groepjes makers. Maar ze bewegen zich onder de radar; verstopt in schuurtjes en werkplaatsen. Er is geen organisatiekracht en in het verlengde daarvan ook geen compleet overzicht van al deze initiatieven, hoewel in de Ugender lijst heel wat initiatieven zijn opgenomen.

Weinig van wat er zo verstopt zit ontwikkelt zich naar een ander, meer zichtbaar niveau. Het aanbod blijft zitten waar het zit. De brug naar de buitenwereld wordt in veel gevallen niet geslagen. Behalve dat de Nijmeegse creatieven daarmee zelf de brug niet over gaan, komt zo ook weinig uit de buitenwereld de stad in. En dát betekent dat er ook weinig vernieuwing en inspiratie van buiten de stad in komt. Nijmegen is op zichzelf. En dat geldt ook voor een groot deel van haar kunstenaars.

### 6.1.1. Onderlinge verbinding

Bewust van hun geïsoleerde positie, geven kunstenaars en anderen creatieven aan behoefte te hebben aan meer verbinding; aan samen sterker staan. Een antwoord op de behoefte aan meer verbinding ligt mogelijk in een nieuw platform waarin professionele beeldende kunstinstellingen uit Nijmegen vertegenwoordigd zijn: Beeldende Kunst Nijmegen (BKN). Dit platform - dat juridisch is ondergebracht bij Stichting Expopl - werd in 2018 gestart en wil professionele

instellingen en organisaties voor beeldende kunst met elkaar verbinden, en de aandacht en de markt voor beeldende kunst vergroten met originele projecten en een gezamenlijke marketing. Het platform werkt nauw samen met Beeldende Kunst Arnhem.

### 6.1.2. Ondernemend

Dit deel van de culturele sector – het deel van makers, kunstenaars en creatieven – is zondermeer het meest ondernemende deel. Veel initiatieven ontstaan bottom-up en zonder subsidie. Er is samenwerking onderling. Kleine ambachtelijke werkplaatsen en creatieve industrie ontstaan doordat mensen gewoon aan de slag gaan. Er bestaat geen vanzelfsprekendheid om ondersteuning aan te vragen bij fondsen of de gemeente.

En net als het met startups gaat: veel nieuwe ideeën vinden geen bodem. Bijzondere initiatieven sterven dan een mogelijk te vroege dood. Het is interessant om na te gaan in hoeverre de overheid hierin wél een helpende hand kan bieden. In onze ogen in ieder geval door de subsidie-systematiek veel toegankelijker en flexibeler te maken. Met een ‘snelgeldpot’ bijvoorbeeld, zoals dat wel in andere steden gebeurt (zie ook advies).

### 6.1.3. Doet lokaal ertoe?

De groep van cultuurmakers is het ook eens over een algemeen gevoelde bescheidenheid die in de stad leeft. “Er heerst een soort minderwaardigheidsgevoel in de stad.” “Iedereen denkt altijd maar dat we voor kwaliteit naar de Randstad moeten, maar hier zit zoveel talent!”

Ook Blueyard heeft (in algemene zin) de indruk dat ‘de regio’ of ‘het lokale’ wel eens te snel wordt overgeslagen door programmeurs. Wat van ver komt is beter. Wij zien echter ook een ontwikkeling waarbij het lokale en regionale talent meer en meer wordt gewaardeerd en een lokaal podium vindt. Onder andere zien we dat in de popmuziek, de literatuur en in de beeldende kunst. Ook in Nijmegen verwachten we deze ontwikkeling van herwaardering van het lokale en regionale aanbod.

Het is daarbij wel goed om te bedenken dat dit lokale of regionale aanbod vaak moet opboksen tegen wat (wij noemen) de *'verborgen maar altijd aanwezige internationale consensus van de juiste smaak'*. Want dit sturende fenomeen lijkt altijd aanwezig. Het is het fenomeen waarbij wereldwijd kunstcritici, museumdirecteuren, curatoren, en andere kunstprofessionals elkaar nauwlettend in de gaten houden en op basis van een onzichtbare maar dwingende pikorde elkaar napraten en nadoen; *na-programmeren*. Op deze manier worden bepaalde kunstenaars(groepen) plotseling internationaal helemaal *hot* en worden anderen totaal genegeerd. Ze voldoen op dat moment niet aan de *internationale consensus van de juiste smaak*.

Voor een gemeentelijke overheid in de internationale periferie (zoals Nijmegen is) zou zich van dit fenomeen goed bewust moeten zijn en ruimte moeten bieden aan (het zien van) de lokale kwaliteiten; aan de werkelijk autonome kunstenaars die los van internationale juiste smaken opereren. Want mee willen gaan in de internationale consensus van de juiste smaak vergt hele grote investeringen in internationale exposities en evenementen en levert in de praktijk waarschijnlijk weinig eigen profiel op (tenzij je een jarenlange strategie hierop ontwikkelt, zoals bijvoorbeeld Kassel met haar Documenta dat heeft gedaan).

Juist een lokale overheid als de gemeente kan de lokale, autonome talenten (jong en oud) bereiken. Onder andere met behulp van een intendant of cultuurscouts (zoals ze dat in Amsterdam doen). De gemeente kan lokaal talent stimuleren zich te in de kijker te spelen op de grotere 'podia' van de stad (zie deel III).

## 6.2. Broedplaatsen

Nijmegen beschikt over een aantal interessante 'broedplaatsen' op verschillende locaties in de stad. Uiteraard is er het Honigcomplex, het paradepaardje onder de Nijmeegse broedplaatsen. Maar over tweeënhalf jaar is het afgelopen, dan komt op deze locatie grotendeels nieuwbouw. En dat is kenmerkend voor broedplaatsen. Het zijn doorgaans tijdelijke

locaties waar creativiteit en ondernemerschap kan broeien en tot bloei kan komen.

Het NYMA-kwartier wordt meer duurzaam herontwikkeld. In de voormalige kunstzijdespinnerij is de *Cultuurspinnerij De Vasim* gevestigd. Deze locatie biedt onderdak aan ruim veertig kunstenaars en culturele bedrijven. Daarnaast worden er verschillende evenementen gehouden zoals Drift. In het naastgelegen industriële pand Waalhalla is een skate hal en evenementenlocatie. De herontwikkeling van het gebied is erop gericht om een bruisende, ambachtelijke en culturele hotspot voor Nijmegen te maken.

De stad heeft dergelijke broedplaatsen nodig. Zij zijn van grote betekenis voor de 'humuslaag aan creativiteit' in de stad. Ze ontwikkelen bedrijvigheid, maar trekken het ook aan. Maar het zijn ook vaak de *boosters* voor de vastgoedmarkt. De meest inspirerende en meest gewilde wijken in de grotere steden van Nederland en ook in de rest van de wereld zijn niet zelden het resultaat van een eerst aanwezige creatieve community.

### 6.2.1. Kwaliteitscriteria

Er valt wel een waarschuwing te maken bij het beschikbaar stellen van relatief goedkope ateliers. Er zijn forse wachtlijsten voor de creatieve broedplaatsen. In eerder onderzoek voor Arnhem / Gelderland zagen we dat dit onder andere komt doordat iedereen zich 'creatief' kan noemen en zich kan inschrijven voor een plek. We constateerden eerder dat beschikbare atelierruimte zonder al te veel *kwaliteitscriteria* en evaluatie wordt toegekend aan 'creatieven'. De wachtlijsten van bijvoorbeeld bemiddelaar SLAK zijn daardoor langer dan nodig.

De gemeente moet in zijn atelierbeleid in ieder geval een strenge, inhoudelijke toets hanteren, zodat met name de groep van bijzonder getalenteerde *creatieven* (kunstenaars, ontwerpers, etc.) die het echt nodig hebben om aan betekenis te winnen, in aanmerking komen voor de atelierruimte.

## 7. Cultuurparticipatie en cultuureducatie

Op basis van de cijfers uit deel I en op basis van het beeld dat bijna alle gesprekspartners ons schetsten, moeten we concluderen dat er op het terrein van ‘amateurkunsten’ veel te doen is in Nijmegen. Hoeveel amateur-popbandjes de stad heeft is niet precies bekend (men schat zo’n 120), er zijn ruim 35 amateurorkesten en kamermuziekensembles en 11 harmonieën, fanfares of brassbands. Er zijn meer dan 70 koren, meer dan 80 dansscholen en dansgroepen, tientallen ateliers voor teken- en schilderles, fotocursussen en heel veel amateurtoneelverenigingen. De Lindenberg is de grootste aanbieder van op en naschoolse kunsteducatie en biedt meer dan 500 cursussen aan voor jong en oud. Bovendien zijn er in Nijmegen ongeveer twintig culturele studentenorganisaties.

### *Klassieke muziek*

Ondanks het feit dat Nijmegen geen ‘eigen’ professioneel orkest heeft, is er toch het nodige aanbod van klassieke muziek voor amateurs.

Betrokkenen constateren echter wel een culturele klustering en een imagoprobleem. Veel mensen en zelfs scholen zelf zien klassieke muziek als iets voor hoger opgeleiden is. En dat wordt dan een *selffulfilling prophecy*. Dan trek je ook voornamelijk hoger opgeleiden. In de beeldvorming ligt dan ook een belangrijke uitdaging voor de sector.

### 7.1. Samenwerking met de grotere instellingen

“Als je zelf stappen zet, gaan veel deuren open en is er bereidheid om samen te werken.” Wij denken dat dit waar is. Er bestaat bij de grotere instellingen alle bereidheid om met het amateurkunstenveld samen te werken. Of het ook voldoende gebeurt is een andere vraag. We krijgen regelmatig verhalen te horen dat het moeilijk is om door te dringen tot

de grote zes. Een veelgehoorde klacht is dat alles altijd zo lang van tevoren moet worden gepland. De grotere instellingen zijn niet flexibel genoeg in de ogen van veel gesprekspartners. Ze zien ook niet goed wat ze aan de relatie met de amateursector kunnen hebben.

Tijdens manifestaties als de door de Stadsschouwburg/Vereeniging georganiseerde *Podium voor de Stad* zijn er honderden potentiële, toekomstige bezoekers aanwezig. De oproep van onze gesprekspartners is: “Verbind deze groepen met je instelling!”

We constateren dat er over en weer nog wel het nodige te verbeteren valt in de communicatie. Er bestaat een informatieachterstand over elkaars functioneren en potentiële betekenis. Wij zien het als kans wanneer de grotere instellingen zich meer bewust zijn van het potentieel van alle amateurinactieven en zich realiseren dat zij de bruggenhoofden zijn naar grote publieksgroepen.

Een positief voorbeeld van samenwerking zien we terug bij het Keizerstads Jeugdorkest. Dat werkt vaak samen met het Gelders Orkest. Maar ook weer met het orkest van de Lindenberg en studentenorkest Collegium Musicum Carolinum. Die laatsten zijn blij met het jeugdorkest van de stad: het is een belangrijke kweekvijver voor het studentenorkest.

### 7.2. Ketenintendanten

Onder onze gesprekspartners uit de amateurkunst (behalve (pop)bandjes) vindt iedereen de *ketenstructuur* in de stad niet of nauwelijks terug. Ze hebben makkelijker contact met Het Gelders Orkest dan met De Vereeniging: “Die ziet zichzelf als vastgoed en niet als vertegenwoordiger van een sector. Programmering zit los van verhuur en educatie hebben ze niet.”

Er bestaat enige verwarring over de positie van Concertgebouw De Vereeniging die (samen de Stadsschouwburg) onderdeel uitmaakt van de keten theater/dans en niet van de keten muziek. Doornroosje is ketenintendant voor muziek en niet het Concertgebouw. Deels vindt men

dat logisch, maar lang niet alle muziekstromingen worden door Doornroosje vertegenwoordigd. (Overigens zijn wel nadere ‘afspraken’ gemaakt over de rol van de Vereniging als ketenintendant voor klassieke muziek.)

Onze gesprekspartners zijn kritisch over het functioneren van De Lindenberg als intendant voor cultuureducatie. De Lindenberg onderneemt in hun ogen weinig om initiatieven te bundelen en verder te laten groeien. Dit maakt dat organisaties, zoals de Nijmeegse Federatie van Muziekverenigingen (NFM) vaak zelf op zoek gaan naar manieren om ideeën uit te werken, en daarmee de Lindenberg omzeilen. Het resultaat is wildgroei, weinig regie en weinig overzicht voor de gemeente.

Wij kunnen niet beoordelen in hoeverre de kritiek terecht is. Elders constateren we dat De Lindenberg veel meer doet dan bij een groot deel van de buitenwacht in beeld is (zie toelichting in bijlage: Instellingen van de basisinfrastructuur).

### 7.3. *Cultuureducatie en school*

Nijmegen neemt een relatief sterke positie in wat betreft cultuureducatie op school. Dat gegeven concluderen we op basis van wat een aantal gesprekspartners ons meegeeft. We hebben geen vergelijkend onderzoek gedaan (dat lag ook niet binnen onze opdracht) en ook is ons geen vergelijkend onderzoek bekend. Wel zien we dat de gemeente vanuit het cultuurbudget aanzienlijk investeert in cultuureducatie. Onder andere wordt jaarlijks ruim 350.000 euro geïnvesteerd voor cultuureducatie op scholen met een moeilijke populatie (achterstandsscholen).

Binnen het veld van cultuureducatie heeft De Lindenberg een centrale rol in het organiseren en coördineren van een deel van het cultuur-

educatieve aanbod op en voor de scholen. We concluderen (overigens samen met De Lindenberg zelf) dat het in de achterliggende periode voor de buitenwacht niet altijd op alle punten helder was wat De Lindenberg precies deed.

#### 7.3.1. *Cultuureducatie met Kwaliteit*

In 2013 heeft het ministerie van OCW het landelijke project ‘Cultuureducatie met Kwaliteit’ (CmK) gelanceerd. Doel: kinderen laten profiteren van goed cultuuronderwijs waarin ze plezier hebben en belangrijke vaardigheden leren. Omdat kinderen zich dankzij goed cultuuronderwijs ontwikkelen tot creatieve en kritische volwassenen die klaar zijn voor de uitdagingen van de 21e eeuw.

Om dit te bereiken bevordert CmK de samenwerking tussen scholen en culturele instellingen, de deskundigheid van leerkrachten en vakdocenten en draagt CmK bij aan het ontwikkelen van doorlopende leerlijnen en 21e eeuwse vaardigheden. Zodat leerlingen tijdens hun hele basisschooltijd in aanraking komen met muziek, dans, tekenen, toneel en erfgoed.

In Nijmegen heeft de Lindenberg het CmK-project omarmd. CmK-ontwikkelarrangeurs van De Lindenberg waren in 2018 op 23 basisscholen/brede scholen in de regio Nijmegen aan de slag. Zij werken samen met het team van de school aan structurele vernieuwing, verdieping en verankering van een doorlopende leerlijn cultuureducatie (zie ook toelichting in bijlage: Instellingen van de basisinfrastructuur)

### 7.4. *Cultuur vast in het onderwijs*

Op basis van landelijk onderzoek<sup>6</sup> weten we dat – ondanks de overvolle onderwijsagenda – bijna de helft van de scholen de laatste jaren een visie

---

<sup>6</sup> Monitor Cultuureducatie primair onderwijs 2017-2018, in opdracht van het Ministerie van OCW en Fonds Cultuurparticipatie, Jessica Nooij e.a. juli 2018.

op cultuureducatie heeft ontwikkeld en dat er op deze scholen bovendien vaak draagvlak voor cultuureducatie aanwezig is bij het team. Ook neemt de deskundigheid van groepsleerkrachten de laatste jaren toe. En steeds vaker worden vakleerkrachten voor cultuureducatie ingehuurd. De meeste scholen geven aan sommige, maar niet alle culturele en niet-culturele vakken op elkaar af te stemmen. Eén samenhangend programma voor cultuureducatie komt nog weinig voor.

En tóch gaat de beweging richting dat laatste. We constateren een tendens (ook bij de Minister van OCW) waarbij steeds meer mensen en organisaties pleiten om kunst, cultuur en creativiteit werkelijk een vaste plek in het onderwijscurriculum te geven. Net als bijvoorbeeld rekenen en taal.

Een vaste plek voor kunst, cultuur en creativiteit in het onderwijs wordt steeds urgenter omdat de 21<sup>e</sup>-eeuwse vaardigheden steeds belangrijker worden. Technologie en Artificiële Intelligentie rukken op, zij vragen vaardigheden van een andere orde. Meer verbeeldingskracht, oplossend vermogen, reflectie, je mening uiten, burgerschap, discussie, filosofie. Kortom, de creatieve menselijke vaardigheden.

In Nijmegen zien we dat een aantal scholen al een aardig eind in de richting van deze geïntegreerde situatie komen. Maar dit zijn voorlopig nog de frontrunners. De grootste groep scholen zal met hulp nog de nodige stappen moeten zetten. Zie ook onze aanbevelingen in deel III.

## 7.5. *Cultuur in het sociale domein*

Zoals we in o.a. hoofdstuk 2 schetsten, hebben kunst, cultuur en creativiteit binnen alle mogelijke domeinen in de stad (potentiele) betekenissen. Die betekenissen zijn aan de orde in het onderwijs en onderzoek (universiteit, HAN etc), maar ook in economie en citymarketing, in de ruimtelijk domeinen, wonen, stedelijke ontwikkeling en *last but not least* ook in het sociale domein. Zoals we in deel III nog nader toelichten, is het van belang dat er een goede

interactie bestaat tussen ‘cultuur’ en deze domeinen. Anders gaan betekenissen verloren en worden kansen gemist.

Om dat de betekenissen zo groot kunnen zijn en omdat we zien dat kansen worden gemist, besteden we nu expliciet aandacht aan de relatie met het *sociale domein*.

Op basis van onze gesprekken hebben wij de indruk gekregen dat in Nijmegen (net als in veel andere steden overigens) cultuur en het sociale domein twee totaal gescheiden werelden zijn. Er worden door cultuurmakers en instellingen wel een aantal ‘sociale projecten’ ondernomen, maar dat is nog wat anders dan een echte koppeling van beide domeinen.

Binnen het sociale domein leeft geen bewustzijn van de kansen die kunst, cultuur en creativiteit deze sector te bieden hebben. En al helemaal leeft er geen gevoel van urgentie om hiermee aan de slag te gaan. Het wordt ook niet van sociale instellingen verwacht. En daarmee wordt het ook niet opgenomen in de plannen en offertes. Zo wordt erkend dat in de, aan de gemeente gerichte offerte van de organisaties ‘Sterker’ en ‘Bindkracht10’ de woorden kunst en cultuur niet eens voorkomen.

We constateren dat er juist door de gebrekkige verbinding tussen de culturele sector en de sociale sector over en weer veel kansen worden gemist. De culturele sector kan veel bieden binnen de zorg, jeugd- en jongerenwerk, integratievraagstukken, etc. Maar omgekeerd is juist ook de sociale sector voor de culturele sector de poort naar méér betekenis en méér publiek.

### *Sociale sector wordt vergeten*

We krijgen de indruk dat de sociale sector ook (bewust of onbewust) vrij letterlijk buiten de culturele sector wordt gehouden. We horen dat de directies van sociale instellingen bijvoorbeeld vrijwel nooit een uitnodigingen krijgen voor culturele high lights (openingen, bijeenkomsten, premières, etc.). Bestuurders van bedrijven wel, de

universiteit wel, de overheid wel, maar bestuurders uit het sociale domein niet. Wij vinden dat veelzeggend. En tegelijkertijd een makkelijk te verzilveren kans voor de culturele sector.

### *Verbindend verband*

Maar elkaar ontmoeten bij opening van een tentoonstelling of bij de sluiting van het theaterseizoen betekent nog geen verbinding. Daar is veel meer voor nodig. De suggestie werd gedaan om een “verbindend verband” te organiseren waarbinnen de spelers uit beide sectoren (en mogelijk ook anderen) samen verkennen waar de mogelijkheden liggen.

## *7.6. Culturele diversiteit en inclusie*

Wij vinden het opmerkelijk dat geen van onze meer dan zeventig gesprekspartners uit zichzelf begon over het thema van de culturele diversiteit of inclusie. Pas bij vragen en doorvragen komt het onderwerp aan de orde. Dat kan een aantal dingen betekenen:

1. We spraken de verkeerde mensen;
2. Er is geen probleem (het culturele ecosysteem is inclusief);
3. Of het gebrek aan inclusiviteit wordt niet als probleem ervaren.

Het eerste is waarschijnlijk deels waar. We spraken in dit verband niet rechtstreeks met de mensen die in zekere mate buiten het culturele ecosysteem vallen. Maar de groep die wij wel spraken bestond voor een deel wel uit vertegenwoordigers van organisaties waarbinnen sprake is van een grote diversiteit aan makers en/of deelnemers (een dansschool bijvoorbeeld).

Op basis wat we bij gerichte navraag wel horen uit het veld, concluderen we dat er wel degelijk een uitdaging ligt wat betreft de inclusiviteit van het cultuuraanbod en de cultuurparticipatie. Tegelijkertijd hebben we het gevoel (want harde gegevens hierover hebben we niet) dat, anders dan in een aantal andere (grotere) steden, die uitdaging in Nijmegen niet als heel groot en urgent wordt ervaren.

### *7.6.1. Opleiding en cultuurdeelname*

Mogelijk heeft de beperkte gevoeligheid voor het diversiteitsissue ook met het volgende te maken: zoals we in hoofdstuk 3.4 reeds schetsten, bestaat er een sterke samenhang tussen cultuurdeelname en opleidingsniveau. Met het stijgen van het opleidingsniveau neemt de cultuurdeelname toe. In het verleden is onderzoek onder het bewonerspanel naar cultuurparticipatie het volgende gebleken: Als je vraagt naar wensen m.b.t. het cultuuraanbod, dan blijkt dat degenen die het meeste aan cultuur doen, de meeste wensen hebben.

Ook bij de uitkomsten van de recente peiling onder de inwoners van Nijmegen zie je dit terug: van de laagopgeleiden heeft 19 procent iets genoemd dat ontbreekt of beperkt aanwezig is in het kunst- en cultuuraanbod in Nijmegen, van de middelbaar opgeleiden 31 procent en van de hoogopgeleiden 51 procent.

Je kan veel verschillende conclusies verbinden aan dergelijke cijfers. Een conclusie die je kunt trekken is in ieder geval dat laagopgeleide groepen, minder uit zichzelf om cultuur vragen dan hoger opgeleide groepen. Dat neemt echter niet weg dat ook voor de lager opgeleide groepen de betekenissen van kunst en cultuur voor welzijn en welvaart van groot belang zijn. Kijk je niet vanuit de uitgesproken *vraag* naar cultuur, maar vanuit de potentiële *betekenissen* van cultuur, dan kom je als overheid tot een ander beeld – en tot een ander beleid.

Het is dus niet zozeer de vraag naar, of zelfs maar waardering voor cultuur die leidend zou moeten zijn, als wel ook hier weer de *potentiele betekenissen* die kunst, cultuur en creativiteit voor mensen kunnen hebben. Ga je uit van *betekenissen*, dan is het *bereiken* van de mensen waarvoor deze betekenissen relevant zijn, naast een kwalitatief cultuuraanbod, altijd de voorwaardelijke eerste stap. Een grotere cultuurparticipatie, vergroot de betekenissen van kunst, cultuur en creativiteit voor welzijn en welvaart (zie voor nadere toelichting ook hoofdstuk 2).

### *7.6.2. Via sociaal domein*

Voor Nijmegen ligt hier in onze ogen dan ook een kans en tegelijkertijd een opgave: het vergroten van het bereik. Zoals we in paragraaf 7.5 ook al aangaven, vormen de verschillende spelers in het sociale domein een belangrijke brug naar moeilijk bereikbare doelgroepen. We willen niet bepleiten dat de cultuursector het sociale domein louter als een bereiksinstrument zou moeten inzetten, het gaat immers vooral om wat er via de inhoudelijke kwaliteit aan betekenis voor mensen ontstaat. Maar deze brug naar een groter publiek niet of onvoldoende gebruiken, daar waar deze brug wél naar een groter publiek kan leiden, dat vinden we om meerdere redenen onverstandig. Voor beide domeinen.

*We constateren dat de culturele sector ook wat betreft het bereiken van moeilijk bereikbare doelgroepen veel kan hebben aan een nauwe samenwerking met de sociale sector.*

### *7.6.3. Afstand*

In onze gesprekken komen we ook een heel andere, meer praktische reden voorwaardoor met name kinderen in Nijmegen soms niet deelnemen aan het culturele aanbod terwijl ze dat wel zouden willen: de factor *afstand*. Fietsen naar een dansles in een wijk aan de andere kant van de stad bijvoorbeeld (in plaats van dansen in je eigen buurt), verhoogt de drempel tot een onneembare hobbel.

Hoe verder kinderen komen in hun talentontwikkeling, hoe verder ze van huis moeten om het aanbod te vinden dat bij hun talent en ontwikkeling past. Het halen en brengen vormt dan niet zelden de barrière voor sommige doelgroepen.

Ouders met lagere opleidings- en inkomensniveaus zouden – volgens onze gesprekspartners - minder in staat of geneigd zijn om het halen en brengen te organiseren. De keuze voor (goedkopere) cultuurparticipatie om de hoek krijgt dan voorrang, ook al ligt het talent en de wens van een kind misschien op een ander terrein en letterlijk in een ander deel van de stad.

## *Radboud werkt aan grotere rol kunst en creativiteit in onderwijs en onderzoek*

*De Radboud Universiteit ontwikkelt nieuw beleid waarbij kunst en creativiteit een grotere rol gaan spelen in het onderwijs en het onderzoek. Creatieven gaan onderzoekers helpen om tot oplossingen te komen.*

“Zonder goed aanbod van kunst en cultuur in de stad, geen universiteit in de stad,” dat zegt Han van Krieken, rector magnificus van de Radboud Universiteit. “De universiteit heeft kunst en cultuur nodig. Ze scheppen enerzijds het klimaat voor studenten en de hoogopgeleide staf om naar Nijmegen te komen en hier te willen blijven wonen en werken. Maar wij willen nu ook die andere kracht van kunst gaan inzetten: kunst en creativiteit kunnen ons als universiteit – als onderzoekers – ook verder brengen.”

En dan bedoelt de rector kunst en creativiteit niet als vrijetijdsbesteding voor studenten, maar heeft hij het over het binnen halen van kunst en creativiteit binnen het curriculum. De rector voorziet namelijk dat de creatieve *disciplines* een steeds belangrijkere rol gaan spelen bij het onderzoeken van vraagstukken; bij het anders denken; het durfdenken en het uitvinden van onze toekomst. Kunst heeft ook bewezen invloed op gezondheid; op de hersenen; op cognitieve vaardigheden, enzovoorts. Allemaal onderwerpen waar op de Radboud veel onderzoek naar wordt gedaan.

“Het onderzoek en onderwijs van de toekomst vraagt om de inspiratie van kunstenaars, de diepte van cultuur en het vermogen om alles anders te zien. Daarom haalt de Radboud kunst en creativiteit de universiteit binnen.”

## 8. Kleinere instellingen

Naast de zes grotere instellingen (die we in hoofdstuk 10 bespreken) kent Nijmegen een bonte verzameling van kleinere instellingen. Zoals eerder aangeven, krijgen 35 van deze instellingen een structurele subsidie van de gemeente. Daarnaast krijgt een aantal instellingen en initiatieven min of meer een structurele subsidie omdat in de praktijk al jaren elk jaar een projectbijdrage wordt toegekend. Er zijn ook kleinere instellingen die geen structurele ondersteuning krijgen, zoals Marzee en De Stevenskerk.

*Een deel van de vaste subsidiënten:*

*Nijmeegse Orgelkring, Expoplu, De Oversteek, Extrapool, Dziga, Theatergroep Kwatta, I Compani, Stichting Moderne Muziek, Festival Jazz International Nijmegen, Openluchttheater de Goffert, Nachburgemeester, Kunstnacht, New Roots, de Bastei, Gebroeders van Lymborch, Music Meeting, Mensen Zeggen Dingen, Wintertuin festival, Go Short, NJO Muziekzomer, Romeinenfestival, Valkhof Klassiek, Valkhof Theater Avenue, SLAK, Academie Foundation, Europese Stichting Joris Ivens.*

De groep ondersteunde instellingen is uiterst divers. Wij hebben deze groep instellingen niet van dichtbij 'de maat genomen'. Niet in de zin van hun culturele waarde, en ook niet in hun betekenis voor welzijn en welvaart van de stad. Dat was ook niet onze opdracht.

### 8.1. Overall beeld

Door intensief te spreken met vertegenwoordigers van dit veld, en door publicaties, websites en jaarverslagen van de instellingen door te nemen, ontstaat wel een *overall* beeld. En dat beeld geeft ons aanleiding om ervoor te pleiten dat voor financiering in de komende jaren een stevige evaluatie vanuit de gemeente op zijn plaats is (zie ook aanbevelingen).

Want wanneer wij vanuit onze positie op afstand naar dit deel van het culturele veld kijken, zien we verschillende kwaliteiten bij verschillende instellingen. We benoemen deze verschillen op hoofdlijnen:

- a. We zien dat een groot deel van de instellingen een doelstelling heeft die duidelijk is verbonden met en betekenis heeft voor Nijmegen, maar er zijn instellingen waarbij de verbinding met Nijmegen onduidelijk is. De vraag dringt zich dan op: waarom moet deze instelling of deze activiteiten nu juist in Nijmegen plaatsvinden en door deze stad gefinancierd worden?
- b. We zien instellingen en initiatieven die zich ontwikkelen en in de loop der jaren duidelijk aan kwaliteit, bereik en dus aan betekenis winnen. Maar we zien ook instellingen waarbij we ons afvragen wat er in al die jaren is gebeurd. Ze lijken te blijven steken in hun ontwikkeling.
- c. We zien instellingen die zaken op orde weten te krijgen en we zien instellingen waarbij het beeld bestaat dat constant zaken maar niet lukken. Kort gezegd: succesnummers en ploeterears.
- d. We zien instellingen die in een zekere omvang externe middelen (fondsen en/of rijks gelden) aantrekken, maar ook instellingen die daar (mogelijk al jaren) niet goed in slagen.
- e. We zien instellingen met een groot draagvlak en een grote achterban en we zien instellingen waarbij het een kleine groep is die al jarenlang eenzaam aan de kar lijkt te trekken.
- f. We zien instellingen die de gemeente weten te vinden en we zien instellingen die zich gefrustreerd van de gemeente afwenden.
- g. We zien initiatieven waarbij het logisch is dat deze vanuit het cultuurbudget worden gefinancierd. Maar ook initiatieven waarbij het de vraag is of het cultuurbudget de aangewezen subsidiepot is.
- h. Tot slot zien we instellingen en hun activiteiten waarbij het meer dan logisch is dat Nijmegen hierin investeert, maar ook instellingen waarbij we ons afvragen of Nijmegen wel de juiste partij is om de instelling en de activiteiten te ondersteunen.

Let wel, de punten vol tegenstellingen zeggen ons in deze fase nog niets over de vraag of subsidies terecht zijn of niet. Ze maken ons echter wel duidelijk dat er een opgave ligt om de instellingen en hun activiteiten tegen de achtergrond van het nieuwe cultuurbeleid nog eens tegen het licht te houden. Kan het beter? Effectiever? Met meer betekenis?

Het lijkt ons dan ook zinvol dat gelijktijdig met het ingaan van het nieuwe cultuurbeleid nog eens grondig naar de instellingen wordt gekeken in relatie tot de genoemde punten. We komen daar in deel III op terug.

### 8.1.1. *Allemaal al minstens zes jaar dezelfde subsidie*

In dit licht, en we beschreven het al in hoofdstuk 4.3, verbaast het ons dat deze bonte mengeling van instellingen gedurende minstens zes jaar (en waarschijnlijk in veel gevallen al veel langer) ieder jaar weer eenzelfde subsidiebedrag ontvangt.

Formeel was er in 2012 sprake van een vierjarige toekenning voor budgetsubsidie voor deze groep instellingen. Vier jaar later is er 'bestuurlijk overleg' geweest waarin terug en vooruit is gekeken. En toen zijn (naar wij konden nagaan) vrijwel alle toekenningen met twee jaar verlengt (alleen Go Short en Music Meeting kregen een extra subsidie). En de verlenging zal waarschijnlijk nog verder door moeten lopen tot 2021 (omdat er nog geen nieuw beleid is), zodat mogelijk zelfs sprake is van een periode van acht voor eenzelfde subsidieverdeling en subsidieniveau.

Wij nemen dit als een gegeven dat voortvloeit uit de in het verleden gehanteerde systematiek. Een en ander neemt echter niet weg dat wij denken dat er onder de groep van structureel gesubsidieerde instellingen partijen zijn waarvan de subsidie dringend verhoogd zou moeten worden, maar ook partijen die om verschillende redenen aanleiding geven om subsidie te minderen – of zelfs te stoppen. Een heroverweging van de subsidies is in onze ogen dan ook dringend noodzakelijk. We doen hier in deel III voorstellen voor.

### *Verstopte parel Galerie Marzee*

We weten niet waaraan het precies ligt en we gaven het ook al eerder aan, maar Nijmegen is goed in het verbergen van haar parels. Galerie Marzee is zo'n parel die, ondanks de fantastische locatie aan de Waalkade, haast onzichtbaar is. Het vermaarde buitenbeentje. De internationaal vermaarde sieradengalerie is onlangs uitgeroepen tot Gallerist of the year 2019 en kreeg een hele pagina in The New York Times.

Oprichter en eigenares Marie-Jose van den Hout: "Het kan niet op, maar dat geldt vooral voor het buitenland. Ik zou heel graag meer bekendheid in mijn eigen stad hebben. Nu is deze galerie de bekendste ter wereld op sieraadgebied. De mensen die hier komen, komen echt overal vandaan. Ik heb er keihard voor moeten werken. Het is niet gemakkelijk om in een provinciestad groot te worden. Iedereen die een bekende kunstenaar wil worden, verhuist naar Amsterdam. Ik ben juist in Nijmegen gebleven, omdat ik van Nijmegen die trekker wat betreft sieraden wou maken".

Het promoten van jong talent is een belangrijk deel van het werk; aan de jaarlijkse 'International Graduate Show' doen eindexamenstudenten van over de hele wereld mee. Dé plek in de hele wereld voor sieradenontwerpers en in eigen stad onbekend.

Blueyard vindt het bijna niet voorstelbaar dat Marzee zo'n verborgen bestaan leidt in Nijmegen. Toch kan het ons veel leren over hoe de stad omgaat met naar excellentie en wereldtop. We bedoelen hier dan niet per se de gemeente, maar meer de stad als *cultuur*. Uit onze rondgang ontstaat een beeld dat in Nijmegen een bescheiden cultuur heerst van: doe maar gewoon... stijf maar niet te hoog op...

## 9. Culturele Festivals

Nijmegen heeft het aureool dé festivalstad van Nederland te zijn. Wij telden meer dan 45 festivals en ruim 50 culturele evenementen. Ze variëren van kleinschalig buurtfestival tot *medium size* festivals met internationaal aanzien zoals Go Short, Wintertuin, InScience en Music Meeting. Er is een paar grotere, vrij toegankelijke festivals rond bijzondere dagen en een beperkt aantal commerciële evenementen (o.a. in het Goffertpark).

Nijmegen heeft één ‘festival’ dat wat betreft bezoekersaantal in de top 50 van Nederland staat: de Vierdaagse Feesten. Dit Nijmeegse icoon staat dan meteen ook op nummer 1 in de lijst van vrij toegankelijke festivals. Voor het overige heeft Nijmegen juist relatief kleinschalige festivals.

Er zijn festivals in talloze soorten: van bierfestival tot mensenrechtenfestival. Wij kijken hier in vogelvlucht vooral naar de culturele, creatieve en kennisfestivals: die festivals waarbij een sterke inhoud de basis en primaire aantrekkingskracht vormt. We groeperen ze onder de noemer ‘culturele festivals’. Denk hierbij aan muziek, dans, theater, beeldende kunst, literatuur, film en ook design, technologie en wetenschap.

Dergelijke culturele festivals nemen de afgelopen jaren een steeds belangrijker plek in binnen het culturele landschap. Dat komt onder andere door drie algemene kenmerken waarin festivals zich vaak onderscheiden van culturele organisaties in cultuurgebouwen:

1. Ze zijn door hun doorgaans lage drempel in staat om veel en veelsoortig publiek te trekken;
2. Ze zijn aanjager van vernieuwing binnen en samenwerking tussen de verschillende disciplines;

3. Ze zijn flexibeler en spelen sneller in op de veranderende wereld en veranderende behoeften van het publiek.

### *Belangrijkste betekenissen van culturele festivals*

- Leefbaarheid (sfeer in de stad, vermaak, ontspanning)
- Stimulans voor cultuurparticipatie; om ook zelf kunst te maken
- Talentontwikkeling; springplank naar steeds hogere niveaus
- Persoonlijke ontwikkeling publiek (vanwege inhoudelijke kwaliteit, nieuwe inzichten, bredere blik op de wereld)
- Humuslaag voor creativiteit en innovatie
- Integratie (festivals trekken door lage drempel divers publiek; leiden tot ontmoeting met anderen)
- Vergroten en steeds actualiseren aantrekkingskracht van de stad
- Economische impuls en werkgelegenheid (horeca, retail, en lokale toeleveranciers, medewerkers)

### 9.1. Muziekfestivals

Met name wat betreft de festivals rond een breed palet aan muziekgenres is er in Nijmegen veel aanbod. In de warmere maanden is er zeker zo’n vier dagen per week wel ergens in Nijmegen een muziekfestival aan de gang. Opgeteld vertegenwoordigen de festivals een bijzonder spectrum aan muziekstijlen. Een diversiteit en veelheid die uniek is voor een middelgrote stad en die Nijmegen echt zou moeten koesteren en waar mogelijk zou moeten ondersteunen. Maar ook, in onze ogen, veel meer mag uitventen.

Doornroosje bekleedt achter de schermen een belangrijke rol als coach, coördinator en initiator van evenementen en festivals. Mede door de inzet van Doornroosje hebben de muziekfestivals in Nijmegen zo’n vlucht kunnen nemen (zie bijlage: Doornroosje).

Rondom jaarlijkse evenementen zijn drie belangrijke festivals georganiseerd: Het Valkhof Festival (tijdens Vierdaagse), Bevrijdingsfestival (bevrijdingspop), Oranjepop (koningsdag). Poppodium Doornroosje speelt ook hier een cruciale rol in het programmeren en produceren van

deze festivals. Ook begeleidt de organisatie de ‘achterkanten’ (governance en financiën) van de verschillende stichtingen. Daartoe is onder meer een Garantiefonds in het leven geroepen.

### 9.1.1. *Gratis en niet gratis*

Er zijn gratis muziekfestivals (zonder tickets) en betaalde muziekfestivals (met tickets). Het heffen van entreegelden doet uiteraard iets aan de ‘laagdrempeligheid’, echter dat effect is niet altijd zo groot als je zou verwachten. We zien in Nederland de nodige zeker niet goedkope festivals, waar toch heel veel mensen op afkomen; juist ook mensen met minder inkomen. Die festivals worden vaak ook hoger gewaardeerd. Wanneer je ergens iets voor betaalt, ben je meer verbonden en geniet je ook meer.

Festivals met ‘een hek er omheen’ kunnen ook veel beter de horeca-inkomsten managen. Ze kunnen betere commerciële afspraken maken met de *rollende keukens* die het eten en drinken verzorgen.

Blueyard vindt het in veel gevallen verdedigbaar dat bepaalde, nu nog gratis festivals, overgaan op het heffen van een vorm van entree. Zelfs als daardoor het aantal bezoekers in eerste instantie wat zou dalen. Entree kan ervoor zorgen dat ook op langere termijn festivals kunnen blijven bestaan. Dus zolang niet alle festivals achter een entreehek belanden en zolang extra inkomsten geen doel op zich worden en zolang de entreeheffing positieve effecten sorteert voor het voortbestaan (en dus ook bereik), zien wij weinig reden om een vorm van entreeheffing tegen te houden.

## 9.2. *Te weinig middelen en Fair Practice Code*

Meerdere festivals worstelen met een chronisch gebrek aan voldoende middelen. Ze hebben alle mogelijke verdienmodellen tot het bot wel afgeschraapt is onze indruk (en is vaak ook de ervaring elders). Met name de relatief kleinschalige festivals met een landelijke en

internationale uitstraling en kwaliteit (zoals Go Short en Music Meeting) geven aan niet zonder extra ondersteuning verder te kunnen.

Bovendien beschikken deze festivals nu niet over genoeg middelen om mensen een fatsoenlijk loon te kunnen betalen. In feite kost het festival meer dan dat het communiceert dat het kost. Het festival draait op de enorme inzet van medewerkers die vaak grotendeels onbetaalde uren draaien om hun festival tot een succes te maken. Het ligt in de aard van cultuurmakers besloten dat zij altijd voor een sterke inhoud gaan, boven het *reëel* uitbetalen van medewerkers.

In de onlangs gepresenteerde *Fair Practice Code* wordt onderstreept dat culturele instellingen moeten staan voor een fatsoenlijke beloning voor geleverd werk. Maar als vervolgens een overheid eist dat er eerlijk wordt betaald, wordt diezelfde overheid geconfronteerd met een moeilijke afweging: of het festival moet minder gaan doen, of een overheid moet meer gaan bijdragen. Ook Nijmegen krijgt hiermee te maken.

## 9.3. *Nijmegen Festivals*

Omdat met name bij de culturele festivals die boven het lokale willen uitsteken stevige uitdagingen spelen, raden wij aan om de krachten van dit soort festivals in Nijmegen te bundelen. Nu zitten de festivalorganisaties in het Cultuur Netwerk Nijmegen aan bij de Grote Zes-instellingen, dat is op zich goed, maar ze missen een eigen vorm van organisatie waarbinnen zij gezamenlijk tot oplossingen kunnen komen voor specifiek festival-gerelateerde zaken en in gesprek kunnen gaan met de gemeente en andere spelers.

Andere steden kennen al langer dergelijke georganiseerde verbanden. In Nijmegen zien we de eerste contouren van zo’n verband zichtbaar worden, daar waar Go Short, Wintertuin, InScience en Music Meeting elkaar vinden in een gezamenlijk manifest.

### 9.3.1. Festivalhuis

In lijn met een georganiseerd verband, zien we ook het plan om te komen tot een gezamenlijk ‘festivalhuis’ voor de festivalorganisaties. In zo’n festivalhuis zouden faciliteiten en medewerkers ‘gedeeld’ kunnen worden en daardoor zou efficiënter gewerkt kunnen worden. Of dat in de praktijk ook zo uitpakt, kunnen wij niet beoordelen en ook niet voorspellen.

Voor de huisvesting van zo’n festivalhuis doet zich nu een gelegenheid voor, en wel in het voormalige stadskantoor. Behalve dat de organisaties kantoorruimte en staf kunnen delen, kunnen zij in dit pand de begane grond benutten als een ‘etalage’ van het festivalaanbod en regelmatig ook als festivalhart of centrale ticketshop.

Of het concept voor een festivalhuis kan slagen, hangt in hoge mate af van de hoogte (laagte) van de kosten; van de investering, het beheer en vooral de huur. Alleen als deze kosten meevallen, bijvoorbeeld doordat het pand een tijdelijke bestemming krijgt (om later door ontwikkeld te worden), is een dergelijk plan in onze ogen levensvatbaar.

### 9.4. Festivalbeleid

Blueyard denkt dat met een gericht en strategisch festivalbeleid de betekenissen van de festivals voor de stad kunnen toenemen. Gericht festivalbeleid maken, betekent automatisch ook keuzes maken. Om die keuzes te kunnen maken, moet je werken vanuit de ambities van de stad. Ofwel het algemenere beleid.

Zoals we aan het begin van dit hoofdstuk schetsten, zijn het met name de festivals die kunnen helpen de stad te profileren. Hier klinkt dus weer de roep om richting vanuit de stad: hoe wil de stad zich positioneren? Dan kan het festivalbeleid hierin ondersteunend zijn.

# 10. Basis Infrastructuur

Net als elke stad, heeft ook Nijmegen een aantal grotere instellingen nodig die samen een 'basis infrastructuur' vormen voor het culturele leven in de stad. In Nijmegen zijn dat er zes:

- De Lindenberg (cultuureducatie en midden-podium)
- Museum het Valkhof (erfgoed en beeldende kunst)
- Doornroosje (muziek, met name popmuziek)
- Stadsschouwburg (theater in verschillende vormen)  
De Vereniging (muziek, waaronder met name ook klassieke muziek)
- LUX (film, kleinschalig theater en debat)
- Bibliotheek (lezen, leesbevordering, verhalen, literatuur)

We hebben uitvoerig met de zes instellingen gesproken. In de bijlage staan onze belangrijkste bevindingen. Daarbij geven we onder andere aan wat belangrijke *betekenissen* van de instellingen voor welzijn en welvaart van de stad zijn. We doen dat omdat daarmee ook duidelijk wordt waarom deze instellingen van belang zijn voor de stad.

Naast verschillende individuele opgaven voor de instellingen (die we in de bijlage steeds ook benoemen), zien we ook een aantal gezamenlijke opgaven en kwesties die alle zes de instellingen van toepassing zijn. Deze benoemen we hieronder.

## 10.1. Ketenintendanten

De grotere instellingen werden in de vorige collegeperiode geacht om een formele rol van *ketenintendant* op zich te nemen: een rol van verbinder en motivator binnen de keten in de bepaalde discipline. Gericht op het ontwikkelen en laten doorstromen van talenten.

In al onze komt naar voren dat het formeel aanwijzen als 'ketenintendant' door de grote instellingen *niet* als positief wordt ervaren. Niet dat zij deze rol niet als zinvol zien, of dat zij deze niet willen oppakken, maar omdat deze rol per grote instelling en per keten duidelijk verschilt. De keten in de popmuziek is in Nijmegen totaal iets anders dan de keten in de beeldende kunst bijvoorbeeld.

Bovendien zijn de instellingen in veel gevallen niet bij machte om de hele keten te overzien en te bespelen. De opkomende talenten in de keten beeldende kunst zijn bijvoorbeeld veel moeilijker 'grijpbaar' dan opkomende musici en popbandjes. Deze laatste hebben repetitieruimte nodig en een podium, terwijl een tekenaar achter zijn of haar werktafel het talent kan ontwikkelen.

Wij signaleren desondanks een oprechte bereidheid bij de grote instellingen om een verbindende en stimulerende rol te spelen. Zij vinden de gedachte achter het beleid van ketenintendanten namelijk helemaal niet zo gek. Maar een formele rol die, zoals in de vorige periode, ook nog eens de basis van het cultuurbeleid moest vormen, werkte in hun ogen niet goed.

We raden de gemeente dan ook aan om op basis van deze positieve en constructieve houding hiervoor de komende periode maatwerkafspraken over te maken.

## 10.2. Trek in de schoorsteen

De grote instellingen die de basis infrastructuur vormen, hebben in elk geval één ding gemeen: ze vormen binnen hun discipline het 'hoogste punt' in de stad. Zij bieden het perspectief waartoe je je als aankomend kunstenaar wilt ontwikkelen; ze zijn de *tempel* of het hoogste *podium*; de springplank naar de wereld buiten Nijmegen. Deze instellingen zorgen zogezegd voor trek in de schoorsteen. Ze zorgen ervoor dat talenten naar een top toe kunnen bewegen.

We willen Nijmegen op het hart drukken te allen tijde de ‘trek in de schoorsteen’ te behouden en de topinstellingen én topprojecten voldoende te blijven ondersteunen. Zonder sterke top geen breedte.

Maar niet alleen dat. De sterke top heeft grote betekenis voor de aantrekkingskracht en leef/woonkwaliteit van de stad. Juist voor bedrijven en instellingen plus hun werknemers is een overtuigend en hoogwaardig cultuuraanbod één van de argumenten om zich in Nijmegen te vestigen.

### 10.2.1. *Excellentie*

In het huidige cultuurbeleid “Werken in Ketens” wordt in onze ogen terecht aandacht gevraagd voor *excellentie*. Alleen wordt dit begrip vooral gekoppeld aan individueel *talent*. Wij vragen aandacht voor excellentie in bredere zin: het invullen van de top van de culturele/creatieve piramide. En dat moet in onze ogen hand in hand gaan met de verbreding naar andere domeinen, die we ook bepleiten.

Deze top van de culturele/creatieve piramide is van levensbelang voor de stad en wel om een aantal redenen, waaronder:

1. Perspectief en inspiratie voor de basis (talentontwikkeling);
2. Aantrekkingskracht op kenniswerkers, universiteit en bedrijven;
3. Stedelijke identiteit en trots (dit kan toch maar in Nijmegen!);
4. Voorkomen dat andere steden profiel van Nijmegen uithollen.

We zagen dat het culturele aanbod van Nijmegen door de bank genomen als “best okay” wordt ervaren, maar ook dat (op een paar uitzonderingen na) een onderscheidende top mist. Anders gezegd: de top van de piramide in Nijmegen kan nog veel meer als echte top worden ingevuld.

De top van de piramide is voor verschillende doelgroepen iets anders. Van belang is dat iedereen ziet dat zijn of haar *top* in Nijmegen goed vertegenwoordigd is. Nog los van de vraag of je ernaar toe zou gaan.

## 10.3. *Positionering en reputatie*

We zien dat drie van de zes grote instellingen de komende jaren extra hard moeten werken aan hun positionering en reputatie. In de afgelopen jaren is hier om verschillende redenen schade in opgelopen.

Het Museum het Valkhof moet na een slechte periode van ver komen om een goede reputatie op te bouwen. Met name ook richting het professionele veld buiten Nijmegen. Met een nieuwe directie en curator moet dat lukken, maar het zal ook tijd kosten.

De Lindenberg heeft ook een moeilijke periode achter de rug waarin het nodige is misgegaan. Met name ook in de communicatie met de buitenwacht. Sommige spelers in het culturele veld hebben daardoor begrijpelijk een op zijn zachtst ambivalente en soms ronduit negatieve houding naar de instelling ontwikkeld. Ook hier ligt de opdracht om door heldere en overtuigende stappen het vertrouwen te herstellen.

De derde partij die extra aan de positionering en reputatie moet werken is Concertgebouw de Vereeniging. Mede door de ingrijpende verbouwing (die nu bijna is afgerond) en een nieuwe programmeringsstrategie moet ‘het merk’ de komende jaren opnieuw worden geladen. Het publiek moet ook tot ver buiten Nijmegen weer verbonden worden met een van de beste concertzalen van het land.

## 10.4. *Vastgoedopgaven*

Voor drie van de zes grote instellingen voorzien we voor de komende jaren een flinke vastgoedopgave, waarbij ook deels vanuit de gemeente grote investeringen nodig zijn.

Museum het Valkhof moet vanwege regelgeving voor het conserveren van erfgoed aanpassingen doen in het gebouw. Ook wil het museum zich door het verbouwen van de entree beter toegankelijk maken voor en openstellen naar de stad.

De Lindenberg zal de komende jaren een besluit nemen over de huidige hoofdvestiging in de binnenstad. Dit jarenzeventig-pand is dringend aan modernisering toe. Tegelijkertijd is de vraag of dan nieuwbouw of verhuizing geen betere, en op termijn zelfs meer voordelige, optie is. Om die vragen te kunnen beantwoorden is in elk geval ook een grondig onderzoek en advies nodig over de toekomstige functie(s) van De Lindenberg binnen het veld van cultuureducatie.

Ook de Schouwburg loopt in fysiek opzicht op haar achterste benen. Lang is weinig onderhoud gepleegd aan het monumentale theater en dat vertaalt zich niet alleen naar een zeer gedateerd karakter, maar vooral ook naar veel technische problemen en risico's.

### *Middenzaal*

Wanneer het vastgoed van de Schouwburg en de Lindenberg grondig wordt her-of doorontwikkeld, is in onze ogen meteen ook de vraag aan de orde van 'de middenzaal' (een vlakke-vloertheater van 350 tot 450 stoelen). Blueyard vindt het namelijk opmerkelijk dat het belangrijkste theater van de stad niet zelf een dergelijke middenzaal kan programmeren, maar dat grotendeels moet overlaten aan het centrum voor cultuurparticipatie. Onze gesprekspartners geven aan dat hierdoor bepaald aanbod, dat juist gedijt in een vlakke-vloertheater, soms aan Nijmegen voorbijgaat.

## *10.5. Bereiken diversiteit aan doelgroepen*

Een punt dat bij alle grotere instellingen speelt, is *het bereiken van een grote diversiteit aan doelgroepen*. Wat opviel, is dat geen van de instellingen uit zichzelf het onderwerp van *diversiteit* aan de orde bracht. Ze zien het wel als een belangrijke opgave om te streven naar een zekere inclusiviteit, maar tegelijkertijd zijn ze zich ervan bewust dat het een groter vraagstuk is dan alleen zij kunnen oplossen.

Ze realiseren zich dat behalve de drempel van de instelling zelf – en die is er voor bepaalde doelgroepen altijd – het vooral de *programming* is

die doelgroepen over de drempel haalt. Wanneer de programming *van ons* is, dan is ook de instelling *van ons*.

Uit het publieksonderzoek podia van de gemeente (2015) blijkt dat de Schouwburg Vereniging en Doornroosje met hun programmering een opmerkelijk breed publiek trekt. Ook Doornroosje trekt grote en brede publieksgroepen. Beide instellingen doen op dit moment (om verschillende redenen) echter niets aan cultuureducatie (bereiken van scholen). Daardoor bereiken ze, althans niet langs deze weg, de breed samengestelde jonge doelgroepen.

Precies andersom ligt het bij LUX en Museum het Valkhof. Deze instellingen trekken met hun programmering vooral een wit, vaak ook ouder en hoger opgeleid publiek. Maar met hun educatieve activiteiten trekken zij daarnaast juist wel weer meer scholieren.

Ook de bibliotheek en De Lindenberg hebben de nodige uitdagingen bij het bereiken van brede groepen onder de bevolking. Beide instellingen werken wat dat betreft o.a. met satellieten in de wijken. Ze verkleinen letterlijk de afstand tot de doelgroep. En dat werkt, voor een deel.

### *10.5.1. Diversiteit en de verbinding met andere domeinen*

Zoals we in deel drie zullen bepleiten, zien wij de oplossingen voor het diversiteitsvraagstuk vooral in een beweging waarbij de instellingen zich intensiever verbinden met de stad via de verschillende domeinen (economie, wonen, welzijn, zorg, ruimtelijk, stedelijke ontwikkeling, onderwijs, etc.). En andersom, waarbij deze domeinen de verbinding opzoeken met cultuur.

Wij voorzien bijvoorbeeld dat met een hechte samenwerking tussen het sociale en culturele domein ook het bereiken van moeilijk bereikbare doelgroepen plotseling niet meer zo'n issue hoeft te zijn. En zo zal dat ook het resultaat zijn voor bijvoorbeeld de samenwerking tussen cultuur en onderwijs.

# 11. Erfgoed

## Wat is cultureel erfgoed?

Cultureel erfgoed is een breed begrip, dat ook vele definities kent. UNESCO helpt ons met een uitleg die wereldwijd wordt gebruikt:

*“Cultureel erfgoed omvat objecten die getuigenissen zijn van de geschiedenis en identiteit van een cultuur.”*

In de Erfgoedwet zeggen we het in artikel 1.1 wat ingewikkelder, maar het komt op hetzelfde neer. Hier omvat cultuur...

*“...de uit het verleden geërfde materiële en immateriële bronnen, die tot stand zijn gebracht door de mens of ontstaan uit de wisselwerking tussen de mens en zijn omgeving.”*

## 11.1. Wettelijke taak, maar ook schemergebied

Gemeenten hebben een omvangrijk, wettelijk vastgelegd takenpakket wat betreft het onderzoeken, beheren, behouden en ontsluiten van het erfgoed<sup>7</sup>. Daar kan een gemeente dus ook niet zomaar onderuit. Die taken bestaan uit onder andere: archeologisch onderzoek, het beheer van archieven, het vertrekken van vergunningen, aanwijzen van gemeentelijke monumenten, advisering en handhaving. Maar ook het informeren van de bevolking behoort tot de wettelijke taken.

Daarnaast is een gemeente wettelijk verplicht om *erfgoedbeleid* op te stellen en middelen te begroten om dit beleid uit te voeren. Nijmegen

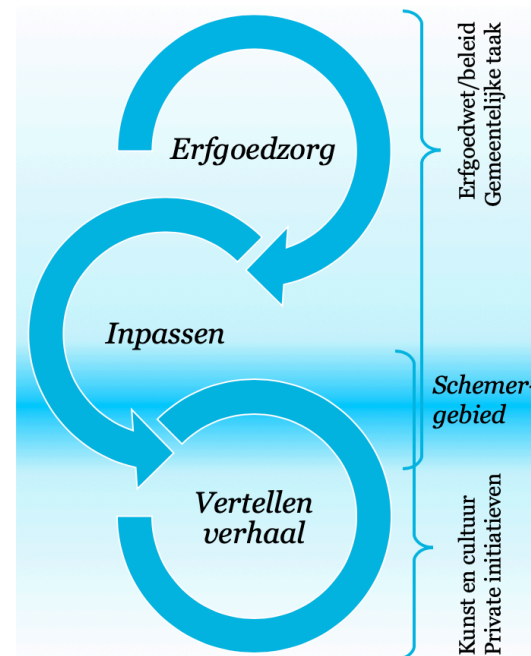
<sup>7</sup> De taken zijn sinds 2016 gebundeld in de Erfgoedwet. Binnenkort wordt een deel van de taken ondergebracht in een vernieuwde Omgevingswet.

maakte hiervoor in 2013 de Erfgoed Nota. In dit erfgoedbeleid staan ook zaken die de gemeente bovenop haar wettelijke taken wil realiseren. Recent heeft de gemeente de *Erfgoedagenda 2018-2022* gepresenteerd, het geactualiseerde uitvoeringsprogramma voor haar erfgoedbeleid.

De gemeente ziet in de Erfgoedagenda de totale opgave uit drie pijlers bestaan (zie schema): haar wettelijke taak van *erfgoedzorg*. Haar eveneens wettelijke taak van het *inpassen* van het erfgoed in de ruimtelijke opgaven. En tot slot *het vertellen van het verhaal* over het erfgoed.

Van deze laatste pijler vindt de gemeente een taakgebied dat deze door *krachten* in de stad kan worden ingevuld. De gemeente heeft hier (naar eigen zeggen) een coördinerende en faciliterende rol. De gemeente geeft in de Erfgoedagenda niet aan of zij hierin ook een financierende rol heeft.

En juist hier komen we bij een ingewikkelde kwestie uit, namelijk het onderscheid tussen, of juist de overlap van cultuurbeleid en erfgoedbeleid. Dat is bij veel gemeenten niet scherp gedefinieerd. Het



loopt door elkaar. Het is niet altijd duidelijk wat nu bij wat hoort. En welke begroting verantwoordelijk is voor cultuurbeleid of erfgoedbeleid.

Wij constateren dat ook in Nijmegen er een schemergebied is tussen ‘cultuur’ en ‘erfgoed’. Dat schemergebied doet zich niet zozeer voor bij de *zorg voor het erfgoed*, maar juist wel bij het betekenis geven aan het erfgoed: het *inpassen* in ruimtelijke opgaven of het *vertellen van het verhaal* rond het erfgoed (zie *schemergebied* in het schema). Kortom, daar waar erfgoed *directer* betekenis heeft voor de bewoners en bezoekers van Nijmegen, is het onduidelijker onder welke verantwoordelijkheid en onder welk beleidsterrein het valt.

De gemeente gaat hier met het nodige pragmatisme mee om. Wij adviseren om binnenkort scherp te (laten) kijken hoe de onderlinge verdeling uitpakt en of dat er mogelijk verschuivingen moeten plaatsvinden en meer helderheid moet komen (zie ook hoofdstuk advies).

#### 11.1.1. *Wij richten ons op de actuele betekenissen van erfgoed*

Blueyard bekijkt de erfgoedopgave en kansen in deze verkenning vooral vanuit het perspectief van de *actuele betekenissen voor de stad*. Dat wil zeggen dat we vooral kijken naar waar erfgoed bijdraagt aan welzijn en welvaart in de stad (zie onze cirkel van betekenissen). We kijken dus vooral naar zichtbaarheid, toegankelijkheid, ontsluiting, het vertellen van het cultuur-historische verhaal, inspiratie, identiteit en profilering. Wat valt ons vanuit dat perspectief dan vervolgens op?

## 11.2. *Onzichtbaar erfgoed*

Nijmegen is een oude stad en heeft veel belangwekkends meegemaakt. Een stad gebouwd op een lange en roerige geschiedenis. Daar is iedereen die wij spreken het over eens. Tegelijkertijd is iedereen die wij spreken, van mening dat er in het huidige Nijmegen te weinig van de bijzondere cultuurhistorische positie te zien en te ervaren is. Veel steden ogen ‘ouder’ en historisch ‘rijker’ dan Nijmegen.

### *Opbouw en afbraak, en weer opbouw en weer afbraak*

*Als gevolg van haar strategische (grens)positie aan de rivier heeft Nijmegen zwaar geleden onder heftige heersers, oorlogen, brand en sloop. De stad heeft een geschiedenis van tweeduizend jaar op en neer bewegen tussen opbouwen en afbraak, opbouwen en afbraak. Toen daar (historisch recent) ook nog de Tweede Wereldoorlog overheen kwam, werd ook nog een groot deel van de historische binnenstad weggevaagd.*

#### 11.2.1. *Verleden Verbeeld... een beetje*

Vanaf 2000 is de gemeente aan het zoeken naar een manier om haar cultuur-historische waarde meer betekenis te geven voor de stad. Er zijn de nodige rapporten geschreven over die cultuur-historische waarde. En wij constateren dat in elk rapport staat dat Nijmegen als oudste stad en historische stad echt wel een unieke positie in Nederland inneemt.

We constateren dat er sinds 2000 meerdere keren vanuit de gemeente initiatieven zijn ontplooid om meer met die unieke positie te doen. Die initiatieven culmineerden in het programma ‘Verleden Verbeeld’. In het masterplan dat de gemeentelijke afdeling ‘archeologie en monumenten’ in 2010 opstelde, wordt het programma van een duidelijke opgave voorzien:

1. Versterking binding bewoners met de stad, door verdieping van de ‘Nijmeegse identiteit’ aan te brengen.
2. Vergroten aantrekkingskracht van de stad op (nieuwe) bewoners, bedrijven en bezoekers.

Vervolgens heeft men in verschillende stappen het Verleden Verbeeld-programma geprobeerd in te vullen. De gesprekken die wij gevoerd hebben leveren een gefrustreerd beeld op over het Verleden Verbeeld-programma. Belangrijk terugkerend element in deze frustratie is de combinatie tussen grote ambities en weinig tot geen middelen. Jaarlijks wordt de laatste jaren 100.000 euro beschikbaar gesteld voor het programma dat de hele stad en 2000 jaar geschiedenis moet dekken.

Ook in de recente update van het programma (Verleden Verbeeld Uitvoeringsprogramma 2019-2022) is het budget nog steeds slechts 100.000 euro.

Na lezing van dit programma zijn we niet overtuigd en kunnen we eigenlijk alleen maar constateren dat de gemeente geen werkelijke prioriteit geeft aan de ontsluiting van het bijzondere cultureel erfgoed van Nijmegen. De grote lijst aan ambities die in het Uitvoeringsprogramma genoemd wordt, is op zich te waarderen, maar de daarvoor gereserveerde budgetten doen ons en onze sterk twijfelen aan de haalbaarheid.

We hebben de *case* van Nijmegen ook voorgelegd aan erfgoedsspecialisten van buiten Nijmegen (zonder belangen, maar wel met kennis van de situatie ter plekke). Zonder uitzondering is de strekking van hun analyse van Nijmegen:

*“Reserveer een realistisch budget voor de erfgoedambities, of laat deze ambities los.”*

### 11.2.2. Huis van de Geschiedenis

Een belangrijk onderdeel van het uitvoeringsprogramma vormde *het Huis van de Geschiedenis*. Gevestigd in de Mariënburghkapel, biedt het Huis van de Geschiedenis ruimte aan exposities (veelal van derden) over het verleden van Nijmegen.

Het Huis van de Geschiedenis is geïnitieerd als belangrijke motor achter een groeiend cultuur-historisch besef en als “hét startpunt voor iedereen die meer van de geschiedenis van de oudste stad van Nederland wil weten”.

Het Huis van de Geschiedenis ontsluit de Canon van Nijmegen, die weer verbonden is met de Canon van Nederland. De ontsluiting gebeurt vooral digitaal. In onze ogen liggen hier de grootste kansen: ten eerste op het gestructureerd vertellen van het grotere verhaal van Nijmegen (onder andere voor het onderwijs), maar ten tweede ook op de verbinding met het verhaal van Nederland. En daarmee ook voor de positionering van de stad binnen Nederland: wat was de rol van Nijmegen?

Bij ons bezoek aan het Huis van de Geschiedenis waren we enigszins teleurgesteld over het beperkte aanbod ter plaatse. Waar we een stevige introductie in de geschiedenis van Nijmegen verwachtten, was er eigenlijk nauwelijks een overtuigende expositie te zien. De mager opgezette tentoonstelling die er wel te zien was, ging over de geschiedenis van het lokale gymnasium.

Wij vinden het opvallend dat niemand die wij binnen het erfgoedveld spraken het project van het Huis van de Geschiedenis als echt geslaagd betiteld. Er is waardering voor sommige losse projecten en voor de inzet van de mensen (vrijwilligers) van het Huis van de Geschiedenis, maar het Huis heeft voor onze gesprekspartners niet de impact gehad.

De projecten missen slagkracht en daardoor de beoogde impact. Ze blijven doorgaans kleinschalig en ze missen de benodigde kwaliteit in

hun uitvoering. Dit komt niet omdat de mensen onkundig zouden zijn, maar zij hebben niet de middelen om het echt goed aan te (laten) pakken. Het Huis van de Geschiedenis kan met de middelen van de gemeente net haar deur openen, maar financiële ruimte voor een goede invulling en ontwikkeling zien wij niet.

Op basis van wat gesprekspartners ons meegeven, menen we ook hier te moeten constateren dat de ambities over het erfgoed lovenswaardig waren (en zijn), maar dat realistische middelen in hoge mate ontbreken om deze ambities ook waar te maken.

### 11.2.3. *Erfgoed in het museum*

Bezoekers ervaren het verhaal van de historische – oudste – stad nauwelijks wanneer ze niet heel gericht en onder begeleiding op ontdekkingsstocht gaan. In Nijmegen moet je daarvoor dus echt naar een museum. Maar ook de instellingen die de ouderdom presenteren, schieten in onze ogen tot op heden te kort. Museum Het Valkhof heeft weliswaar plannen voor een betere presentatie, maar zet het verhaal nu nog te afstandelijk neer. Het blijft in de vitrine en komt zo onvoldoende tot leven voor een gemiddelde bezoeker.

Scholieren en groepen kinderen hebben het beter in dit museum, zij kunnen (vaak) onder begeleiding in de kelder wel ‘aan de slag’ met het verleden en archeologie. We hebben de kwaliteit van dit educatieprogramma niet zelf kunnen beoordelen, maar horen positieve verhalen.

### 11.2.4. *Bastei: gemiste kans*

Een andere instelling die de historie van Nijmegen tastbaar tot leven zou kunnen wekken is *de Bastei*. Maar hier moet de taak van het vertellen van het cultuurhistorisch verhaal gecombineerd worden met een taak van een natuur-museum. Dat heeft in onze ogen voor beide taken ongelukkige uitpakking. Het is nu voor beide verhalen niet optimaal.

Het resultaat is dat het publiek alleen in de kelderverdieping iets van de ruïnes van die tijd kan ervaren. En net als je iets van de middeleeuwse

stad begint te begrijpen, zodra je een verdieping hoger gaat, kom je in een ruimte vol opgezette vogels. En nog een verdieping hoger is er een tentoonstellingsruimte, waar wij landschapsschilderijen zagen van een lokale kunstenaar.

Ook online presenteert de Bastei zich niet als een verteller van het cultuur-historische verhaal. We konden niets vinden over de vesting waaromheen de Bastei nieuwbouw gebouwd is. Alles staat in het teken van natuur, rivier en educatie. Dat kan een keuze zijn, maar daarmee is de Bastei in het licht van erfgoedontsluiting in onze ogen een gemiste kans. Voor ons is de Bastei is hét toonbeeld geworden van het *niet kiezen* waaraan zoveel van onze gesprekspartners refereerden.

*Voor ons is de Bastei het meest heldere voorbeeld van wat er mis is in Nijmegen rondom het erfgoed. Het erfgoed wordt niet werkelijk serieus genomen. Er wordt geen echte keuze gemaakt en er wordt geen echt budget voor gereserveerd. Daarmee wordt de potentiële betekenis bijlange na niet gerealiseerd.*

### 11.2.5. *Stevenskerk*

Het heeft ons oprecht verbaasd dat de Stevenskerk met 165.000 (!) bezoekers per jaar en als icoon van de stad niet door de gemeente wordt ondersteund bij het ontwikkelen van haar betekenis in de stad. We zien namelijk juist voor dit icoon van de stad kansen.

We constateerden dat er geen synergie en samenwerking is tussen de toren van de kerk (die van de gemeente is) en de rest van de kerk (die onder een particuliere stichting valt). De toren is zeer beperkt toegankelijk en bezoekers aan de kerk moeten via een ander kanaal een kaartje kopen en een tijd reserveren. We vinden dat onbegrijpelijk en een grote, gemiste kans.

We zien hier een duidelijke *quick win*: maak van het totale complex (kerk en toren) een aantrekkelijke culturele *must see*. Ondersteun de kerk ook in de programmering en educatieve projecten. Die optelsom genereert voor de bewoners een verbinding met het verleden en een trots op hun stad. Dat zijn belangrijke betekenissen.

#### 11.2.6. Informatiecentrum WOII

Een positieve uitzondering zien we bij de inzet van de gemeente voor het erfgoed van de Tweede Wereldoorlog. In februari 2019 opende het nieuwe WOII-informatie-centrum. Dit is nieuwe publieks-informatie-centrum is opgenomen in de investeringsagenda. De kosten voor de gemeente bedroegen eenmalig 350.000 euro en vervolgens 150.000 euro structureel vanaf 2020. Wat dit thema betreft, kan het dus wel. Laat het een inspirerend voorbeeld zijn voor de kansen die er elders nog openliggen.

#### 11.2.7. Roep om regisseur

Uit onze gespreken met het erfgoedveld blijkt dat er onder de verschillende kleinere erfgoed partijen niet zozeer behoefte te bestaan naar nog meer onderzoek, maar vooral aan richting en daadkracht. Daarbij missen de partijen vooral een stevige regisseur die hen richting geeft en samen met hen en de gemeente echte keuzes maakt. Het Valkhof zou, mits het daartoe de opdracht en middelen krijgt, zo'n regisseursrol op zich kunnen nemen. Maar het museum wordt tot op heden nog steeds enigszins gewantrouwd en als hermetisch ervaren.

Het is misschien enigszins een oud verhaal, maar de erfgoedsector vraagt expliciet om een iets als een *intendant*; een sterk en ervaren persoon die met voldoende budget, richting geeft, partijen bij elkaar brengt en zaken voor elkaar krijgt.

### 11.3. Ambities college

We zijn voorzichtig optimistisch over de erfgoed-ambities van het huidige coalitie, want de huidige bestuurders hebben wat betreft het erfgoed zeker de nodige ambities uitgesproken.

#### 11.3.1. Valkhofkwartier

Het Valkhofkwartier moet worden gepositioneerd als “aantrekkelijke én oudste stad”. In het coalitieakkoord staat: “Het Valkhofkwartier gaat dé locatie in de binnenstad worden van waaruit bezoekers en toeristen kennis kunnen maken met de rijke geschiedenis en de cultuur(historie) van Nijmegen. Met het erfgoed en de culturele voorzieningen in het gebied gaan we een nieuwe icoon voor de stad creëren.”

We begrijpen en waarderen deze ambities. Ze worden vooral ingegeven vanuit een ruimtelijke opgave. We zien hier goed hoe verschillende beleidsterreinen elkaar versterken: het culturele en het ruimtelijke domein. Bovendien is het een impuls voor de economie van de binnenstad en een visitekaartje voor Nijmegen.

In de ambities voor het Valkhofkwartier spelen de vastgoedopgave (en kansen) van museum Valkhof en De Lindenberg een belangrijk rol. Ook de positie van De Bastei lijkt ons hierin essentieel (zie onze eerdere opmerkingen).

#### 11.3.2. Romeinse ambities

In de Erfgoedagenda 2018-2022 is het voornemen geuit om een cultuurhistorische visie op het Waalfront op te stellen. In deze visie worden de kaders geschetst waarbinnen de historische ontwikkeling in dit gebied gevisualiseerd moeten worden. Het gaat om Romeinse tijd, het Fort Krayenhoff, en het industriële erfgoed.

Concreter wordt het rondom het *Nedergermaanse* deel van de Limes (Romeinse rijksgrens). Dit deel van de Limes wordt door Nijmegen voorgedragen voor bescherming als UNESCO werelderfgoed. In dit kader

worden middelen gereserveerd voor het 25e Limescongres in 2021 en de voorbereiding tot aanwijzing van de Limes als Unesco werelderfgoed.

Mocht UNESCO het verzoek toewijzen, dan verplicht Nijmegen zich ook om het erfgoed volgens UNESCO-normen te beheren en te ontsluiten. Dat vraagt de nodige daadkracht en budget.

### 11.3.3. *Grote ambities, beperkt budget*

En dat brengt ons op de kern van de zaak. In de afgelopen 15 jaar heeft de gemeente meermalen ambities neergelegd om het cultureel erfgoed meer betekenis te geven voor de stad. Hele begrijpelijke en lovenswaardige ambities. Maar keer op keer is daar geen realistisch budget bij geleverd. Daarmee samenhangend is ook niet de benodigde infrastructuur en coördinatie opgetuigd die de verschillende initiatieven in de stad kon samenbrengen binnen één overtuigende strategie.

Ook hier zien we Nijmegen niet echt kiezen. Want echt kiezen betekent er ook voldoende budget voor vrijmaken. Zonder voldoende budget kan er maar heel weinig van de ambities terechtgekomen.

### 11.3.4. *Oudste stad en positionering*

We hebben gemerkt dat ‘Nijmegen, de oudste stad’ de afgelopen jaren de basis vormde voor de positionering van de stad; voor de citymarketing. Ook nu gaan sommige ideeën over citymarketing die richting uit. Zie ook hoofdstuk 5.

Wij willen hier een stevige kanttekening bij plaatsen: dat Nijmegen oud is en een bevlogen geschiedenis achter de rug heeft, kan een mooi gegeven zijn om, doorgaans oudere, cultuurtoeristen te trekken (hoewel deze dan ook echt iets moeten zien en ervaren van dat verleden). Maar het is iets anders om de stad als ‘oude stad’ te *positioneren*.

Nijmegen moet in onze ogen oppassen dat het niet de stad wordt die alleen maar achterom kan kijken. We willen waarschuwen voor een imago waarin het “herinneringstoerisme” de boventoon gaat voeren. In

eerder beleidsambities lazten we onder andere dat de stad “geworteld wil zijn en blijven in haar rijke geschiedenis.” Die worteling is waardevol, maar biedt in onze ogen vooral de kracht om naar de hemel en de toekomst te groeien.

Positionering, en de daaruit volgende citymarketing, gaat om het realiseren van strategische doelen. Doelen die urgent en belangrijk zijn voor de stad. Een stroom van oudere, cultuur- en herinneringstoeristen is niet het belangrijkste doel, lijkt ons.

# 12. SWOT

We sluiten dit deel af met een samenvattende SWOT; ons beeld van wat sterk is en zwak in de stad. Ons beeld van de kansen en bedreigingen.

Binnen huidige systeem

## Sterktes

- Veel aanbod, ook in de brede basis
- Divers aanbod, elke dag wat anders
- Tevredenheid over aanbod onder cultuurconsumenten
- Sympathieke festivalstad
- Muziek (behalve klassiek), poppodium
- Filmhuis en filmfestivals
- Literatuur en taal (festivals)
- Collegialiteit en samenwerken sector
- Veel doen met weinig middelen
- Cultuurhistorische verhaal en sporen in de stad
- Ruimte voor ontwikkeling, broedplaatsen

Buiten huidige systeem

## Kansen

- Samenwerken met andere domeinen in stad
- Samen met onderwijs: cultuur weer op school
- Creativiteit inzetten voor opgaven van de stad
- Natuurlijke omgeving en beeldende kunst verbinden
- Alternatief voor Randstad; vestiging creatieven
- Strategische meer-jarenagenda; themajaren
- Matching met rijks gelden (zie Raad v. Cultuur)

## Zwakten

- Weinig internationale topkunst; weinig vernieuwing
- Erfgoed niet goed ontsloten; geen regie voor sector
- Te beperkte middelen: exploitatie en programmering
- Weinig expliciete aandacht voor inclusiviteit aanbod
- Nauwelijks verbinding cultuur met andere domeinen
- Geen cultuureducatie bij aantal grote instellingen
- Beeldende kunst weinig aanwezig; weinig prioriteit
- Beperkte inzet creatieven voor opgaven stad
- Geen positionering van de stad
- Nauwelijks collectieve cultuurmarketing

## Bedreigingen

- Andere steden spannender/kwalitatiever aanbod
- Andere steden zijn aantrekkelijker voor talenten/masterstudenten/top
- Imago van met name *gezellig* i.p.v. bijv. *innovatief*
- Teleurstelling bezoekers (i.v.m. erfgoed)
- Cultuurtoeristen kiezen voor andere opties
- Geen rijksmiddelen naar de stad (geen matching)

## *Deel III*

# *Aanbevelingen*

Nu we het beeld hebben geschetst van wat we in Nijmegen in en rond 'cultuur' aantreffen, en daarbij de sterke en zwakke kanten hebben aangegeven, kunnen we ons richten op de toekomst: wat zouden wij doen? Wat zouden wij aandacht geven? Hoe zouden wij het toekomstige cultuurbeleid vormgeven? Kortom: wat zijn onze aanbevelingen?

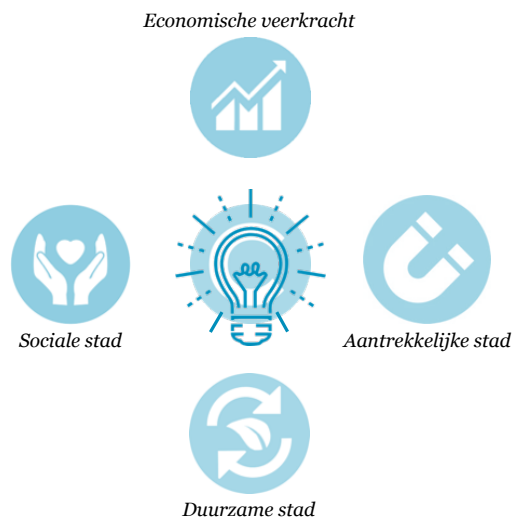
We doen dat aan de hand van verschillende onderwerpen in verschillende hoofdstukken. We beginnen met een advies over de systematiek van cultuurbeleid in de stad. We vertalen deze naar het verstrekken van subsidies. Vervolgens zoomen we in op een aantal strategische stappen, concrete kansen en aandachtspunten.

# 13. De basis van cultuurbeleid

## 13.1. Cultuurbeleid vanuit de opgaven voor de stad

Wanneer het zo is, zoals we in deel I duidelijk maakten, dat cultuurbeleid van een overheid *altijd* gericht is op het creëren van *welzijn* en *welvaart* van de burgers, dan *moet* cultuurbeleid wel beginnen met de belangrijkste opgaven voor de stad. Net als elk ander stedelijk beleid, draagt het cultuurbeleid bij aan de ontwikkeling van welzijn en welvaart in de stad.

Het huidige college heeft de opgaven voor de stad samengevat in vier samenhangende, grote opgaven. Kunst, cultuur en creativiteit kunnen van grote *betekenis* zijn bij het realiseren van deze opgaven. Het cultuurbeleid van Nijmegen moet daar dan ook op gericht zijn.

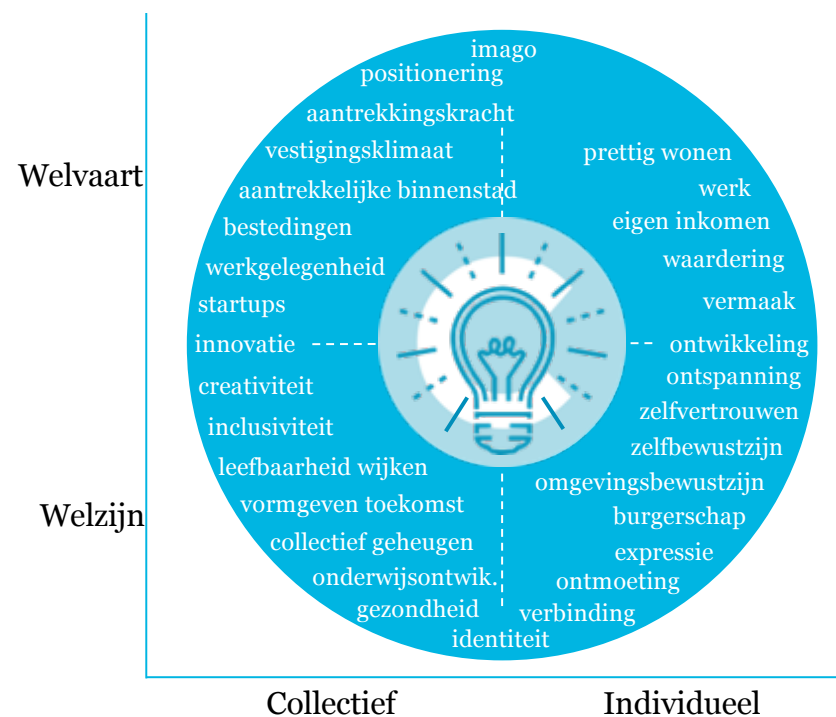


## 13.2. Betekenissen benoemen

Uitgaande van de grote opgaven van Nijmegen, is het vervolgens de vraag: Welke *betekenissen* van kunst en cultuur zijn voor ons als stad vooral van waarde? Anders gezegd: wat moeten kunst, cultuur en creativiteit in onze stad *doen*?

Dus wordt de eerste opgave van het nieuwe cultuurbeleid om precies dát te benoemen: wat zijn belangrijke betekenissen van kunst en cultuur voor Nijmegen in het licht van de grote opgaven? We geven een voorzet in de speciaal voor Nijmegen ingevulde *betekenisencirkel*:

### Belangrijke betekenissen kunst en cultuur voor Nijmegen



### 13.3. Een uitwerking als voorbeeld

Om tot cultuurbeleid te komen kan de gemeente, wederom in lijn met de vier grote opgaven, nu een selectie maken en uitwerken van bijvoorbeeld 10 betekenissen die voor de stad extra van belang zijn. Een voorzet:

#### *Economisch veerkrachtige stad*

##### 1. *Stimuleren van creativiteit en verbeeldingskracht*

- a. Prikkel tot nieuwe oplossingen te komen; innovaties
- b. Samenwerken met universiteit en andere kennisinstellingen

##### 2. *Innovatie en nieuwe bedrijvigheid*

- a. Creativiteit vertalen naar ondernemerschap
- b. *Cultuur* ruim opvatten; ook plek voor o.a. *design, mode*
- c. *Broedplaatsen* stimuleren en faciliteren
- d. Creatieve / culturele startups ondersteunen

#### *Sociale stad*

##### 3. *Vergroten zelfbewustzijn en zelfvertrouwen*

- a. Creatieve talenten aanboren en helpen ontwikkelen; juist ook bij sociaal-economisch 'achterblijvende' groepen;
- b. Het vermogen om iets creatiefs te bedenken én te maken herwaarderen en stimuleren (de kunst van het maken)

##### 4. *Het ontmoeten en 'zien' van de ander*

- a. Inzicht in en begrip voor elkaars verschillen
- b. Sociale cohesie en integratie bevorderen
- c. Tegengaan van eenzaamheid

##### 5. *Het vergroten van de fysieke en geestelijke gezondheid*

- a. Kunstvormen inzetten binnen de zorg
- b. Bewegen, ontladen, uiten van emoties (bijv. dans, theater, beeldende kunst)
- c. Wetenschappelijke onderbouwing i.s.m. Radboud

#### *Duurzame stad*

##### 6. *Vormgeven aan de stad van de toekomst*

- a. Creatieven en culturele organisaties inzetten bij het onderzoeken en verbeelden van de toekomst
- b. Culturele instellingen en evenementen geven het voorbeeld i.v.m. duurzaamheid en inspireren het publiek

##### 7. *Omgevingsbewustzijn vergroten; bewust van de waarde van de omringende natuur, het landschap en de rivier*

- a. Projecten in (en in relatie met) de omringende natuur
- b. Projecten die de natuur de stad trekken

#### *Aantrekkelijke stad*

##### 8. *Vergroten gevoel van thuis voelen; dit is ook "Mijn Stad"*

- a. Op centrale, grotere podia programmering voor diversiteit aan bewoners (*voor de bewoners*)
- b. In centrum podium bieden voor creativiteit van bewoners (*door de bewoners*)

##### 9. *Vergroten van de aantrekkingskracht van de stad op kenniswerkers en studenten; impuls voor werkgelegenheid*

- a. Programmering gericht op juist deze groepen
- b. Programmering met nationale en liefst internationale uitstraling en aantrekkingskracht
- c. Gerichte (inter)nationale marketing cultuuraanbod

##### 10. *Vergroten van de aantrekkingskracht van de stad op cultuur- en natuurliefhebbers (draagkrachtige bezoekers); impuls voor bestedingen en werkgelegenheid*

- a. Cultuurhistorisch erfgoed ontsluiten / ontwikkelen
- b. Blockbuster-tentoonstellingen; strategische themajaren
- c. Hoogwaardige en onderscheidende programmering
- d. Ontsluiten van niches, kleinschalige initiatieven
- e. Gerichte (inter)nationale marketing cultuuraanbod

# 14. Vertalen naar subsidie

## 14.1. Keuzes maken op basis van cultuurbeleid

Wanneer de opgaven van de stad, en in het verlengde daarvan de geselecteerde groep belangrijke betekenissen van kunst en cultuur, de basis vormen voor het cultuurbeleid, dan is een volgende stap om de instellingen en projecten daar ook op te beoordelen en om vervolgens keuzes te maken.

In deel II constateerden we dat voor een grote groep culturele instellingen en initiatieven al zeker zes jaar de gemeentelijke subsidies min of meer automatisch zijn toegekend op basis van een lang geleden genomen besluit. Aanpassingen (naar boven of beneden) hebben niet of nauwelijks plaatsgevonden.

*Blueyard adviseert de gemeente om vanaf 1 januari 2021 de subsidiëring van elke culturele instelling en elk cultureel initiatief te baseren op het nieuwe cultuurbeleid. Daarmee loopt de gemeentelijke systematiek gelijk aan die van het ministerie van OCW.*

Dat zal de nodige implicaties hebben. Het betekent onder andere dat de monitoring en beoordelingswijze van de gemeente verandert. Voor grote en middelgrote de spelers in de cultuursector betekent het dat hen onder andere regelmatig wordt gevraagd om een helder plan waarin zij naast een toekomstvisie en een schets van hun artistieke kwaliteit, onder andere ook aangegeven hoe zij met de stad (de andere domeinen) verbonden zijn en waaruit hun betekenis voor de stad bestaat (zie 14.2.2.).

Maar ook voor de kleinere instellingen en initiatieven zal er een vorm gevonden moeten worden waarmee zij getoetst kunnen worden op hun betekenis voor welzijn en welvaart voor de mensen in de stad.

## 14.2. Evaluatie langlopende subsidiërelaties

De subsidiërelaties die de gemeente onderhoudt met de culturele instellingen en initiatieven zijn allemaal tijdelijk. Sommige mogen dan wel *structureel* – lees: *eindeloos* – klinken, toch moeten ook die relaties regelmatig worden herbevestigd. Het ingaan van een nieuwe beleidsperiode is hiervoor het geëigende moment.

Blueyard pleit ervoor om dit moment aan te grijpen om bestaande en nieuwe instellingen die voor een lang lopende subsidiërelatie in aanmerking willen komen, te beoordelen en op basis daarvan een subsidiebedrag te bepalen. Afhankelijk van de omvang van het gevraagde subsidiebedrag zal hiervoor een (passende) procedure voor gelden. Zwaarder voor grote subsidies, lichter voor kleine subsidies. De gemeente zal hiervoor een procedure moeten ontwikkelen.

De gemeente onderhoudt reeds een intensieve relatie met de grote zes instellingen voor de basis-infrastructuur en is goed op de hoogte van de plannen van de instellingen. Toch is het goed dat ook zij hun meer-jarenvisie formuleren op basis van het toekomstige cultuurbeleid.

We vinden het belangrijk dat ook de groep van (ongeveer) 35 instellingen die nu al zeker zes jaar eenzelfde subsidiebedrag ontvangen, opnieuw en op basis van actuele plannen worden beoordeeld. Tegelijkertijd vinden we het van belang dat nieuwkomers een kans krijgen.

We kunnen ons voorstellen dat de gemeente verschillende looptijden voor de subsidiëring hanteert, mogelijk vergelijkbaar met het ministerie en andere steden:

- a. Eenmalig of één jaar (projectsubsidie)
- b. Twee jaar (programmasubsidie)
- c. Vier jaar (institutionele subsidie)

#### 14.2.1. Adviescommissie

Voor de beoordeling van meer-jarenaanvragen boven (bijvoorbeeld) 10.000 euro per jaar, zal de gemeente gebruik moeten maken van een of meerdere onafhankelijke adviescommissies. Voor de samenstelling en werkwijze van dit soort commissies zijn verschillende varianten denkbaar.

#### 14.2.2. Businessplan verplicht

Blueyard adviseert om alle partijen die voor twee of vier jaar subsidie in aanmerking willen komen, te verplichten om bij het indienen van een aanvraag een compleet businessplan aan te leveren. Dit zou bijvoorbeeld moeten gelden bij aanvragen vanaf 10.000 euro per jaar. Behalve dat dit beoordeling mogelijk maakt, is de ontwikkeling van een (meer-jaren) businessplan een belangrijk ontwikkelproces voor de betreffende organisaties.

Sommige partijen zullen moeite hebben met het opstellen van een goed businessplan. De overheid kan overwegen om hier vormen van ondersteuning (ontwikkeling) voor te organiseren: bijvoorbeeld training, coaching en advies.

In het businessplan schetsen de instellingen onder meer:

- De aanleiding
- Ontwikkeling tot nu toe
- Visie op de toekomst, missie, beoogde impact
- Meetbare doelen / KPI's
- Artistieke waarde / kwaliteit
- Betekenissen voor en verbinding met de stad
- Bereik, communicatie en marketing
- Perspectief op de organisatie
- Monitoring en (zelf) evaluatie
- Kosten en inkomstenmodel

#### 14.2.3. Evaluatie en de bis-monitor

In de afgelopen jaren werden de meeste van de subsidie-ontvangende instellingen op enige afstand gevolgd door de gemeente. Blueyard is van mening dat na een lange periode van subsidie (nu vaak meer dan zes jaar) het tijd is voor een grondig evaluatie van deze instellingen: Hoe gaat het werkelijk? Wat is de artistieke kwaliteit en wat is de ontwikkeling? Wat is de betekenis voor de stad? Wie bereiken ze en wordt daarmee het potentieel bereikt? Wat is het perspectief? Hoe staan ze er financieel voor?

Omdat het voor de lokale overheid (en in te zetten adviescommissie) een zware opgave zal zijn om zelf alle bestaande subsidiërelaties diepgaand te evalueren, stellen wij voor deze opgave vooral bij de aanvragende partijen zelf te leggen. Wij stellen daarom voor dat partijen die reeds jaren subsidie ontvangen en straks opnieuw willen aanvragen, een *zelfevaluatie* dienen te maken en de uitkomsten daarvan dienen voor te leggen aan de gemeente/adviescommissie.

Het ministerie van OCW heeft een methodiek ontwikkeld voor zo'n zelfevaluatie door culturele partijen: de zogenaamde BIS-monitor. Zie voor het gebruik van de BIS-monitor: <http://ocw.nfpa.nl/>

#### 14.2.4. Per 1 januari 2021

We kunnen ons voorstellen dat de beoordeling met name in 2020 plaatsvindt, zodat de nieuwe situatie per 1 januari 2021 in kan gaan. Daarmee loopt de gemeente synchroon met de timing van het ministerie, wat voor de instellingen die ook rijksmiddelen aanvragen belangrijk is.

De adviezen van de commissie en vervolgens besluiten van de gemeente zullen zeker verschuivingen in subsidiestromen teweegbrengen. De ene krijgt meer, dan ander minder en wellicht een derde krijgt niets. Echter, de voorgestelde heroverweging heeft voor ons allesbehalve een bezuinigingsdoelstelling. Wel een doelstelling om de beschikbare middelen zo optimaal mogelijk in te zetten.

### 14.3. De kracht van lokale subsidie

- Organiseer meer vrij projectgeld, en trek daarmee geld aan
- Breng het cultuurbudget in lijn met de G9 steden
- Maak projectfinanciering het hele jaar toegankelijk
- Betrek financiering vanuit andere domeinen
- Overweeg het aanstellen van een cultuurscout

Nijmegen zette lang relatief weinig middelen in voor kunst, cultuur en creativiteit. En dat is niet zonder gevolgen gebleven: we hebben in ons onderzoek een hele serie kansen voor de stad gezien die met meer budget verzilverd hadden kunnen worden. Ook hebben we een aantal acute bedreigingen gezien: betekenisvolle instellingen die door het gebrek aan middelen op omvallen staan.

We adviseren de gemeente om meerdere redenen om het cultuursubsidiebudget te verhogen tot een niveau dat in lijn ligt met de G9. Niet omdat de stad daarmee ‘in de pas loopt’, maar omdat daarmee kansen benut kunnen worden en de betekenissen voor welzijn en welvaart kunnen worden vergroot.

Verhoog je het budget niet, dan blijven kansen onbenut of moeten soms pijnlijke keuzes gemaakt worden.

#### 14.3.1. Voldoende subsidiebudget voor matching

Een belangrijke reden om meer geld vrij te maken, ligt in de systematiek van *matching*. Willen de instellingen en projecten gelden van buiten Nijmegen aan kunnen trekken, dan is vaak ook een bijdrage vanuit de lokale overheid noodzakelijk. Ook de Raad voor Cultuur geeft op meerderen plekken in haar meest recente advies aan de minister aan dat de toegevoegde rijksmiddelen alleen naar de regio (steden) komen als de regio deze ook weet te matchen. (Raad voor Cultuur, april 2019).

*Via het systeem van matching, trekt meer geld vanuit de gemeente, meer geld van buiten de gemeente aan (rijk en fondsen). Je maakt geld met geld.*

Naast het verhogen van het cultuurbudget zijn er nog andere mogelijkheden om meer middelen voor matching vrij te maken:

1. Budgetten aanspreken vanuit andere domeinen (zie onder)
2. Door het instellen van een ‘cultuur-ontwikkelfonds (zie onder)
3. Via aanpassingen van de vastgoedconstructies / looptijden / rentes, etc. komen tot een verlaging van de nu vaak forse huren.

#### 14.3.2. Financiering vanuit andere domeinen

Wanneer kunst, cultuur en creativiteit onmiskenbaar betekenissen hebben voor de opgaven die buiten het culturele veld liggen, dan is het alleszins redelijk en verdedigbaar dat die andere domeinen ook meebetalen aan de betreffende projecten en programma’s. Als blijkt dat een cultuurinstelling bijvoorbeeld veel betekent in de eenzaamheidsbestrijding of jongeren in wijken stimuleert zich verder te ontwikkelen, dan is er alle aanleiding om het werk van deze instelling ook te ondersteunen met middelen die juist hiervoor bestemd zijn.

Wij adviseren om een nieuwe invulling te geven aan het begrip ‘sociale stad’ en de schotten tussen de domeinen weg te halen zodat instellingen en initiatieven eenvoudiger vanuit verschillende bronnen gefinancierd kunnen worden. Wij adviseren de gemeente om onderzoek te laten doen, hoe een dergelijke ontschotting in de praktijk het beste kan worden gerealiseerd. Maar ook adviseren we om op korte termijn al te komen met een *Cultuur Ontwikkelfonds Nijmegen* waarin verschillende domeinen participeren. We lichten dit verder toe in paragraaf 15.1.4.

#### 14.4. *Projectfinanciering hele jaar toegankelijk*

De huidige systematiek van projectfinanciering werkt niet optimaal. Doordat eenmaal per jaar kan worden aangevraagd ontstaat veel frustratie en worden kansen gemist. Ons advies is om de geluiden uit de sector serieus te nemen en voor een adequate oplossing te zorgen.

Een voor de hand liggende oplossing is het instellen van een regeling die meerdere keren per jaar opengesteld wordt voor aanvragen. Mogelijk zelfs doorlopend. Daarbij moet er dan wel voldoende geld toe te kennen zijn, anders nemen de frustraties eerder toe dan af.

#### 14.5. *Cultuurcoach*

Nijmegen is, zoals we constateerden, een stad met heel veel creatieve en culturele initiatieven. We constateerden ook dat deze voor een deel belangrijk onder de radar van de gemeente opereren (wat op zich geen probleem is). Maar ook zien we dat de initiatieven vaak op zichzelf zijn, en niet gemakkelijk verbindingen aangaan buiten hun eigen wereld; en buiten Nijmegen. We concluderen opgeteld dat er mogelijk méér betekenis zit in het potentieel aan creatieven dan tot nu toe wordt gerealiseerd.

Om dit potentieel wat meer te prikkelen en te ontwikkelen, stellen we voor dat de gemeente net zoals dat o.a. in Amsterdam gebeurt, gaat werken met een systeem van de *cultuurscout* of *cultuurcoach*. Een kundig en communicatief sterk persoon die *het veld* in gaat om initiatieven te scouten en – indien zij dat willen en het potentieel hebben – verder te helpen. Bijvoorbeeld met het ontwikkelen van een plan, het vinden van financiering, werkplek, partners, publiek, klanten, of het juiste netwerk.

# 15. Verbindingen tussen domeinen maken

- Verbind kunst, cultuur en creativiteit met andere beleidsdomeinen
- Betrek de creatieven van de stad bij het werken aan oplossingen
- Ontwikkel concrete instrumenten gericht op verbinding domeinen

Het benoemen van de betekenissen van kunst en cultuur zoals we hierboven deden, brengt automatisch met zich mee dat het cultuurbeleid in verbinding wordt gebracht met andere beleidsterreinen.

‘Cultuur’ is geen geïsoleerd domein. Toch hebben we geconstateerd dat er op veel (niet alle) plekken stevige muren staan tussen het domein van cultuur en de andere domeinen in de stad. Hierdoor worden grote kansen gemist. Denk aan kansen voor welzijn, zorg, onderwijs, werkgelegenheid en zelfs veiligheid. Maar denk ook aan de profilering van de stad, de ruimtelijke opgaven. Vergeet ook niet de duurzame stad en de ontwikkeling van de stad van de toekomst. Het zijn allemaal domeinen waar kunst, cultuur en creativiteit een constructieve rol in kunnen spelen.

*Onze oproep is: gebruik de kunst, cultuur en creativiteit ván de stad vóór de stad.*

Wij adviseren dringend om duurzame verbindingen te ontwikkelen tussen de verschillende domeinen. Laat daarbij de verbinding van beide kanten komen. Zo’n verbinding kan zowel inhoudelijk, organisatorisch als financieel van aard zijn.

Verbindingen tussen de verschillende domeinen ontstaan niet zomaar als de wens ertoe op papier staat. Er is veel voor nodig. In ieder geval:

1. Politieke en bestuurlijke wil en het geloof in de meerwaarde;
2. Vertaling naar concrete projecten en programma’s;
3. Dagelijkse druk en sturing op de uitvoering;
4. Middelen.



*Door sterkere verbindingen te maken tussen cultuur/creativiteit en de andere domeinen, ontstaat een positieve impact op welzijn en welvaart.*

## 15.1.1. Hoe doe je dat?

Hoe verbind je de beleidsdomeinen en benut je de kansen die kunst, cultuur en creativiteit die beleidsdomeinen bieden?

Daar is vanuit onze positie geen simpel antwoord op te geven. Het zal in zichzelf derhalve een beleidsopgave moeten zijn om dat antwoord te formuleren: hoe gaan we het met elkaar tot een succes maken?

We kunnen nu wel een aantal *suggesties* doen voor mogelijke vormen om kunst, cultuur en creativiteit meer betekenis te laten krijgen binnen meer beleidsdomeinen van de gemeente:

#### 15.1.2. *Het Nijmeegse Cultuurconvenant*

Een startpunt kan zijn het met elkaar opstellen en ondertekenen van een *convenant*, een cultuurconvenant. Daarbij wordt een brede waaier aan stakeholders betrokken, afkomstig uit alle windrichtingen en bloedgroepen (zie afbeelding). Het grootste belang van een dergelijk cultuurconvenant is het creëren van een breed gedragen bewustzijn van de kansen en een gevoel van urgentie deze te benutten.

Het proces van de ontwikkeling van het cultuurconvenant is in zichzelf al waardevol. De verschillende actoren verkennen daarbij samen waar de mogelijkheden liggen. Dat leidt tot een gedeeld inzicht en brengt partijen bij elkaar. Mogelijk ontstaan daaruit reeds samenwerkingsverbanden en nieuwe initiatieven. Maar een convenant is vooral een aanjager en zal nooit een duurzaam effect hebben als het niet wordt gevolgd door wezenlijke stappen en commitment van de stakeholders inclusief de overheid.

#### 15.1.3. *Subsidiebeleid*

Het eenvoudigste beleidsinstrument dat een overheid meestal ter beschikking heeft is ‘de subsidie’, of beter: de *voorwaarden* waaronder die subsidie wordt verstrekt. De gemeente kan zowel de culturele sector als de andere sectoren door middel van subsidiebeleid motiveren om elkaar op te zoeken. Daarbij zijn weer allerlei varianten mogelijk, van speciale subsidieregelingen tot waarderingssubsidies.

Een eenvoudige eis die de overheid spelers in de stad kan ‘opleggen’, is om bij een subsidieaanvraag (of op een ander moment) aan te geven of en hoe kunst, cultuur en creativiteit een rol spelen binnen de betreffende organisatie of het betreffende project. Uiteraard zullen niet alle instellingen en projecten hier een ‘passend’ antwoord op kunnen geven, maar alleen al door het stellen van die vraag, wordt het nadenken over de mogelijkheden gestimuleerd. Als daar vervolgens nog een ‘plus of

min’ in de beoordeling van de instelling aan vast zit, wordt deze prikkel serieuzer genomen.

#### 15.1.4. *Cultuur Ontwikkelfonds Nijmegen*

Een andere methode om de betekenis van kunst, cultuur en creativiteit in de stad te vergroten is het instellen van een *ontwikkelfonds*. Dit fonds krijgt gerichte doelen mee die bijvoorbeeld refereren aan de 10 geformuleerde belangrijkste betekenissen (zie 10.1.1).

Het fonds wordt gevuld uit bijdragen vanuit de verschillende beleidsterreinen. Iedereen doet wat in de pot. Mogelijk wordt ook een incidentele bijdrage uit de meer algemene middelen beschikbaar gesteld. Vanuit dit Cultuur Ontwikkelfonds Nijmegen kunnen alleen projecten worden gefinancierd die een samenwerking betreffen tussen ‘cultuur’ en minstens één van de andere domeinen: Een cultuurinstelling en de universiteit, een orkest en een zorginstelling, een dansschool en jeugdwerk, een museum en citymarketing, een designstudio en een school.

#### 15.1.5. *Stadsintendant*

Een andere manier om de verbinding tussen de verschillende domeinen tot stand te brengen, is het aanstellen van een intendant. In dit geval een ‘stadsintendant’. Hij of zij inspireert, wijst op kansen, legt verbinding, komt met concrete voorstellen, geeft aan waar financiering zit, enzovoorts. Zeker wanneer de stadsintendant een stevige positie heeft waarbij hij of zij direct rapporteert aan het college, leert de ervaring elders dat er veel invloed vanuit kan gaan.

#### 15.1.6. *Themajaren*

Tot slot nóg een *samenbinder*: het gezamenlijk ontwikkelen en invullen van thema’s: themajaren, maanden, zomers, etc. Als vanzelf leidt een gezamenlijke opgave of kans tot samenwerking én tot creatieve vormen van financiering. Alle thema’s kunnen dat teweegbrengen: 100 jaar Radboud, Beste Buren Zomer, Het jaar van de Eenzaamheid, Tachtig dagen Toekomst, Winter Wereld Wonderen (top-acts naar Nijmegen).

## 16. Cultuureducatie

- Zet Nijmegen op de kaart door als eerste in Nederland kunst, cultuur en creativiteit een vaste plek in het curriculum van het primair en voortgezet onderwijs te geven
- Werk hierbij samen met o.a. LKCA, FCP en het Ministerie van OCW
- Betrek naast het onderwijs de grotere cultuurinstellingen van de stad bij het invullen van deze ambitie
- Onderzoek hoe De Lindenberg een optimale rol kan spelen in de transformatie van het onderwijs

Om de betekenissen van kunst en cultuur (zoals o.a. geschetst in 13.3) optimaal tot hun recht te laten komen, is het van belang dat kunst en cultuur ook grote groepen mensen bereikt. Zeker ook kinderen en jongeren. Om deze laatste groepen te bereiken blijkt het onderwijs nog steeds het beste ‘kanaal’ te zijn. Ook voor het bereiken van een cultureel diverse publieksgroep vormt het onderwijs ook dé beste route. *Inclusie* is hier een meer vanzelfsprekend gegeven.

In deel II constateerden we dat er landelijk (en door het Ministerie) wordt verkend hoe kunst en cultuur een steviger plek in het onderwijs kunnen krijgen. Onder meer via het programma *Cultuureducatie met Kwaliteit*: een breed onderwijsprogramma rondom kunst, cultuur, creativiteit en 21<sup>e</sup>-eeuwse vaardigheden.

Wanneer we in dit licht de opgaven van de stad zien, en tegelijkertijd de potentiële infrastructuur zien die in Nijmegen rond cultuuronderwijs aanwezig is (met o.a. de Lindenberg, scholenkoepels en veel beschikbare zelfstandige cultuurdocenten), ligt het volgende voorstel voor de hand:

*Nijmegen kiest ervoor om als voorbeeld voor de rest van Nederland, kunst, cultuur en creativiteit vast in het onderwijs te verankeren.*

De Lindenberg heeft reeds aangegeven achter dit nu nog algemeen geformuleerde voorstel te staan en deze weg nader te willen verkennen. Zij zijn ook bereid om hierin een rol te spelen en verantwoordelijkheid te nemen.

Betrek hierbij ook de grote en kleinere spelers in de sector. Niet alleen de spelers die nu al een intensieve relatie met het onderwijs en jeugd onderhouden, zoals de bibliotheek, LUX, Museum het Valkhof en productie instellingen als theatergroep Kwatta en Wintertuin, maar ook spelers als Doornroosje en de Vereniging/Stadsschouwburg.

### 16.1.1. Draagvlak in het onderwijs

Uit gesprekken die de Lindenberg voerde met het onderwijs, concluderen we dat er binnen het onderwijs in Nijmegen in de basis een positieve houding bestaat tegenover dit voorstel. Uiteraard en terecht met het nodige voorbehoud (gezamenlijke ontwikkeling is nodig en scholen en docenten moeten het wel aan kunnen, etc.), maar toch wordt er in beginsel positief gereageerd.

Zowel de primair-onderwijsorganisatie Conexus (31 scholen) als Scholengroep Rijk van Nijmegen (7 scholen voortgezet onderwijs) hebben aangegeven in dit project samen te willen werken met de cultuursector en de verschillende overheden.

### 16.1.2. Stappen

Wij hebben ons nu beperkt tot het doen van een eerste voorstel. Uitwerking is uiteraard noodzakelijk. Daarbij zijn onder andere de volgende stappen aan de orde:

- Ontwikkel een hechte en gebalanceerde samenwerking tussen onderwijs, cultuur en overheid; geef de samenwerking vorm;
- Betrek het ministerie van OCW, en ook partijen als LKCA, Fonds Cultuurparticipatie en Stichting Leerplan Ontwikkeling;
- Laat het (OCW-) advies “Ons Onderwijs 2032” een uitgangspunt vormen voor de gesprekken;
- Bouw verder op het programma Cultuureducatie met Kwaliteit; betrek hier ook financiering uit;
- Ontwikkel een gezamenlijke ambitie;
- Laat samen gericht onderzoek doen *hoe* de ambitie te realiseren;
- Ontwikkel een strategie die kan dienen als landelijke pilot;
- Implementeer de strategie de komende jaren stap voor stap.

We adviseren daarom de gemeente om actief samen met De Lindenberg op te trekken en de ontwikkeling van het toekomstige stedelijke cultuur-educatiebeleid in de stad te laten samenlopen met de herontwikkeling van De Lindenberg.

## 16.2. Ontwikkeling De Lindenberg

Mede in het licht van bovenstaande advies voor cultuureducatie op school, zal de toekomstige rol van De Lindenberg veranderen. Maar nog los hiervan, zal de rol van de De Lindenberg de komende jaren sowieso waarschijnlijk veranderen.

We hebben veel over De Lindenberg gehoord maar wat ons vooral is opgevallen is dat de organisatie veel meer doet dan de meeste mensen weten. Het is in de loop der jaren een groot en belangrijk palet aan taken en verantwoordelijkheden geworden. Met name ook in de rol naar jongeren en het onderwijs. Ondanks de soms begrijpelijke kritiek op de organisatie de afgelopen jaren, zien we De Lindenberg juist als een cruciale en landelijk ook unieke speler binnen het veld van de cultuureducatie in Nijmegen. Juist het grote netwerk en de omvang en potentiële slagkracht van de organisatie, stelt De Lindenberg in staat om in Nijmegen veel te betekenen voor de ontwikkeling van cultuureducatie.

Wel denken we dat De Lindenberg toe is aan een nieuwe, en meer heldere positionering en een herdefiniëring van rol en taken. Ook De Lindenberg ziet de noodzaak om een nieuwe, integrale visie en strategie te ontwikkelen en haar rol en positie opnieuw te bepalen.

# 17. Erfgoedstrategie

- Maak scherpe keuzes ten aanzien van het ontsluiten/presenteren
- Ontwikkel een centrale erfgoedstrategie die de een ketting van erfgoed-parels aaneenrijgt; stel een erfgoedcoördinator aan
- Maak van de Bastei een niet mis te begrijpen *heritage center*
- Onderzoek het *schemergebied* tussen erfgoedontsluiting (vertellen) en erfgoed behoud en markeer vervolgens beter wie (en welk budget) waarvoor verantwoordelijk is
- Laat Stevenskerk een inspirerend businessplan ontwikkelen
- Realiseer *etalages* van het Museum het Valkhof in de vitrines bij de entree en op andere plekken in het stadhuis en stadskantoor.

## 17.1. Van dobberen naar koersvast varen

Blueyard constateert dat het erfgoed van Nijmegen dobert. De fysieke verwijzingen naar de rijke historie van de stad zijn niet alleen verborgen en versnipperd, ze dobberen zonder strategische aansturing maar wat rond. In feite geldt dat ook voor de vele erfgoed-initiatieven die er zijn. Met passie en vol inzet zetten verschillende mensen zich in de stad in voor onderdelen van het erfgoed en het cultuurhistorische verhaal, maar ook zij dobberen in een grotere vijver, zonder doel en zonder heldere strategie van de gemeente.

We zien dat in de afgelopen twintigjaar meermalen erfgoedbeleid is geformuleerd – zinvol beleid, in onze ogen – maar we zien ook dat de gemeente wanneer het erop aankomt (als er financieel commitment gegeven moet worden) niet doorpakt. De keuzes die wel gemaakt worden zijn aarzelend en een stad met de geschiedenis van Nijmegen onwaardig. We zien gelukkig wel de nodige ambitie bij dit huidige college. En dat stemt hoopvol. We moedigen de gemeente aan om onder andere de

plannen rondom het Valkhof Kwartier door te zetten. Maar dan wel als onderdeel van een integrale erfgoedstrategie (zie hieronder).

### 17.1.1. Integrale strategie

We raden het college dringend aan om de ambities te plaatsen in een integrale strategie rondom het erfgoed. Daarvoor liggen reeds diverse onderzoeken en plannen al langere tijd op tafel.

Een integrale strategie behandelt onder andere de volgende vragen:

- Wat zijn de realistische impactdoelen; wat wil je werkelijk bereiken?
- Wat is de meest effectieve strategie om dit te bereiken?
- Welke keuzes maken we vervolgens? Wat is het budget dat hierbij hoort?
- En is dit op te brengen?
- Hoe organiseren we het nu, straks en ook op langere termijn?

### 17.1.2. Erfgoedcoördinator

Voor het uitvoeren van de straks vastgestelde erfgoedstrategie voorzien wij een grote behoefte en noodzaak om hierin coördinatie en regie in te bouwen. Verschillende spelers in de sector vragen er zelf ook om.

We raden de gemeente aan om het verzoek van de sector te honoreren en om een *erfgoedcoördinator* aan te stellen die als *libero* tussen de culturele instellingen, erfgoedinstellingen, vrijwilligersinitiatieven en de verschillende domeinen binnen de gemeente kan opereren. Het is daarbij noodzakelijk dat deze erfgoedcoördinator een senior positie heeft. Hij of zij legt directe verantwoording af aan de wethouder / het college.

## 17.2. Onderzoek schemerzone cultuur en erfgoed

Tegelijkertijd met het ontwikkelen van een integrale strategie hoort ook een onderzoek naar en besluitvorming over de taak- en budgetverdeling tussen *erfgoed* en *cultuur*. Het schemergebied tussen de zorg voor het erfgoed en het ontsluiten van het erfgoed vraagt om helderheid. Zie ook hoofdstuk 11.1.

We raden aan om bij dit onderzoek de samenwerking met de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed op te zoeken. De dienst geeft namelijk aan dat het genoemde schemergebied tussen erfgoedzorg en erfgoedontsluiting in meerdere gemeentes tot problemen leidt. Mogelijk kan kennis gedeeld worden met meerdere gemeenten.

Betrek externe expertise om dit onderzoek uit te voeren. Mogelijk kan ook de aan te stellen Erfgoedcoördinator bijdragen aan dit onderzoek.

#### 17.2.1. *Huis van de geschiedenis en Museum het Valkhof*

We constateerden dat er nog veel verbeterd kan worden aan Het Huis van de Geschiedenis. Onder andere het budget. We adviseren om ook wat betreft het Huis van de Geschiedenis scherpere keuzes te maken: of je doet het goed, of je doet het niet.

We raden de gemeente aan om bij het kijken naar de toekomst van dit initiatief ook een mogelijke betrokkenheid van Museum het Valkhof te overwegen. Hier zit veel expertise en ervaring geconcentreerd. Mogelijk kan een verbinding met en rol voor het museum een impuls aan de kwaliteit en uitstraling geven.

#### 17.2.2. *Bastei*

We gaven het al aan: voor ons is de Bastei het toonbeeld van een voor alle betrokkenen ongelukkig Nijmeegs compromis. De Bastei is een natuurhistorisch museum dat ook de opdracht kreeg om iets van cultuurhistorische verhaal van Nijmegen te tonen. Zowel in het pand zelf (waar alleen in de kelder de romeins-, middeleeuwse ruïnes het verhaal vertellen) als op de website van het museum is het erfgoed maar zeer beperkt terug te vinden.

We raden de gemeente dringend aan om te kiezen. Of de Bastei is een natuurhistorisch museum dat het verhaal van de rivier en natuur vertelt (wat een belangrijk verhaal is overigens), of de Bastei staat volledig in het teken van cultuur-historische (Romeinse en middeleeuwse) verhaal van Nijmegen.

Kies je voor erfgoed, dan kan De Bastei op deze locatie bij uitstek een belangrijk *heritage center* voor Nijmegen worden. Een plek waar je het elders zo moeilijk zichtbare en tastbare Romeinse verleden van Nijmegen kan ervaren; waar het tastbaar wordt.

Veel pleit er in dit scenario voor om het natuurhistorische museum op een andere plek te realiseren. Misschien juist wel dichtbij de nieuwe natuur in het buitengebied. Nog meer dan nu, kan daarbij ook de opgave van duurzaamheid en *omgaan met de natuur* aan de orde komen.

Bij een versterking van de Bastei richting de oudste verhalen van de stad, komt ook de rol van Museum het Valkhof in beeld. Mogelijk kan een intensievere verbinding (via expertise) de inhoud versterken. Wellicht kan een samenwerking ook worden meegenomen in de plannen voor het Valkhofkwartier, dat daarmee een nog een steviger historisch karakter krijgt.

#### 17.2.3. *Stevenskerk*

We willen de gemeente gericht adviseren over de Stevenskerk. Wij verwachten dat de Stevenskerk kan doorgroeien tot een van de belangrijkste culturele hotspots van de stad. Net als vroeger, kan de kerk ook in de toekomst boven de stad uitstijgen. En net als vroeger krijgt de kerk daarmee een betekenis voor heel de stad.

We zien dat de kerk nu al 165.000 bezoekers trekt. Dat kunnen er meer worden is onze indruk. Maar dat is geen doel in zichzelf. De kerk kan als gebouw op verschillende manieren betekenis hebben:

- Bezoekers trekken en ervaring van oude stad geven (o.a. versterken van identiteit)
- Verhaal van het religieuserfgoed vertellen; Nijmegen en het geloof
- Met o.a. de toren de beleving en impact van erfgoed versterken.
- Via programmering van o.a.: klassieke- en akoestische muziek, beeldende kunst, filosofie, zingeving, bezinning, wetenschap
- Educatieve projecten

Wij adviseren de gemeente om de Stevenskerk uit te dagen om een inspirerend visiedocument en businessplan te ontwikkelen waarin ook de kansen die de toren biedt worden meegenomen. Dit businessplan kan dan de basis vormen voor een aanvraag meer-jarensubsidie zoals beschreven in hoofdstuk 15.

#### *17.2.4. Geef zelf het goede voorbeeld*

Er zijn veel manieren waarop je het verhaal van de stad aan de bewoners en de bezoekers kan vertellen. Een manier is om het als gemeente zelf te doen. In de gebouwen van de gemeente: *practice what you preach*. En dat kan heel eenvoudig.

Het valt ons bijvoorbeeld op dat in het stadshuis bij de beide entrees vitrines zijn gerealiseerd waar op een weinig professionele manier kunst wordt gepresenteerd. Maak ze tot kwalitatieve *etalages* van (bijvoorbeeld) Het Valkhof Museum. Laat het museum deze ruimtes ontwikkelen, inrichten en onderhouden. Vertel aan de hand van deze bijzondere collectie juist hier hoofdstukken uit het verhaal van de stad.

# 18. Overige aanbevelingen

## 18.1. Collectieve cultuurmarketing

- Gemeente en Cultuursector: ontwikkel en financier één organisatie voor *collectieve cultuurmarketing*; *intoNijmegen* kan een begin zijn
- Ga verder dan alleen het ontwikkelen van een promotionele website

We brengen het graag in herinnering: naast *kwaliteit* is *bereik* een grote factor waardoor de betekenissen van kunst en cultuur voor welzijn en welvaart toe nemen. Simpel gezegd: hoe meer mensen een tentoonstelling bezoeken, hoe groter de betekenis voor de stad, of hoe meer kinderen aan kunst en cultuur doen, hoe groter de betekenis.

Eén belangrijk instrument om het bereik te vergroten is marketing; allerlei vormen van *cultuurmarketing*. Van mond-tot-mondreclame, via likes op Facebook en Instagram, tot uitagenda's en het bewerken van de reisbranche.

We hebben tegelijkertijd gezien hoe een effectieve, collectieve marketing van kunst en cultuur in Nijmegen al jaren niet tot ontwikkeling komt. De collectieve cultuurmarketing was in ieder geval tot voor kort versplinterd, weinig professioneel en vooral weinig effectief.

Met de eerste aanzetten tot het gezamenlijke initiatief *intoNijmegen* gloort er nu een kans op verbetering. We moedigen de gemeente aan om nu door te pakken en de collectieve cultuurmarketing van het aanbod in en rond de stad beter en meer gecentraliseerd te organiseren.

Maar dat betekent niet alleen een centrale website met al het aanbod maken, maar veel meer nog een collectieve, culturele marketingstrategie ontwikkelen én uitvoeren. Daarvoor is vorm van organisatie nodig.

Deze (culturele) marketingorganisatie zal specifieke doelstellingen mee moeten krijgen waarbij ook specifiek doelgroepenbeleid aan de orde is. De doelgroepen worden bepaald op basis van de opgaven waar de stad voor staat en de ambities die de stad heeft.

Doelgroepen waar waarschijnlijk extra aandacht naar uit gaat zijn:

- jongeren
- bewoners van achterblijvende stadsdelen
- (inter)nationale kenniswerkers
- (potentiele) studenten, met name ook masterstudenten
- cultuurtoeristen (o.a. uit Duitsland)

## 18.2. Strategische meerjarenagenda

- Wees als stad veel strategischer en ontwikkel een meer-jarenagenda
- Ontwikkel in de stad *themajaren*; doe dat jaren vooruit

Meer nog dan marketing, is het uiteraard het culturele aanbod zélf dat publiek naar de stad en de 'presentatiepodia' trekt. Hoe aantrekkelijker het aanbod, hoe groter de belangstelling en impact voor de stad.

Wij adviseren Nijmegen om vooral *strategischer* te worden in het ontwikkelen en promoten van het cultuuraanbod. Een manier om op verschillende indicatoren veel resultaat te halen is het regelmatig organiseren van culturele *themajaren* (en soms ook themaevenementen).

Wij adviseren Nijmegen dringend om samen met de stad (de culturele sector en andere sectoren) een meer-jarenstrategie te ontwikkelen op het gebied van themajaren. Maak met het creatieve potentieel van de stad en relevante stakeholders een kalender voor de komende 10 tot 15 jaar. Onderzoek welke thema's de komende jaren wanneer relevant worden en ontwikkel op basis daarvan aantrekkelijke concepten en proposities.

En benoem ook los van eventuele ‘herdenkingsjaren’ of ‘vieringen’ ook thema’s de stad in zichzelf belangrijk acht. We gaven al wat voorbeelden, maar ook een thema’s als *eenzaamheid*, of *wereldtop*, of *toekomst van de stad* kunnen de krachten bundelen en tot groot succes leiden.

Het vergt tijd en geld om een themajaar echt goed te ontwikkelen. En het vergt tijd en volhouden om samen met partners en subsidies van buiten de stad zo’n jaar te financieren. Maar voorbeelden van elders laten zien dat tijd en geld investeren loont. De opbrengsten van een geslaagd themajaar blijven zich vaak nog jaren uitbetalen.

### 18.3. Humuslaag en Innovatie

- Geef extra aandacht aan projecten gericht op innovatie
- Draag zorg voor een infrastructuur waarin innovatieve ontwikkeling kan plaatsvinden (broedplaatsen, makerspaces)
- Sector: werk samen met Radboud en andere kennisinstellingen
- Gemeente: neem een designer in dienst

Een van de grote betekenissen van kunst, cultuur en creativiteit is dat zij de *humuslaag* vormen voor innovaties (ontwikkeling, oplossingen en uitvindingen) en innovatieve bedrijvigheid. Daarom is het zeker voor kennis- en hightechstad Nijmegen van belang dat innovatie veel aandacht krijgt.

Actuele kunst en ontwerp (design) zijn in zichzelf motors voor innovatie. Maar kunst en ontwerp moeten zichzelf ook steeds opnieuw uitvinden om relevant en van betekenis te blijven. We zien dan ook twee vormen van innovatie die belangrijk zijn voor de stad:

1. De innovatie van de kunst of het ontwerp zelf; vernieuwing; verrassing; ontwikkeling van het genre of de discipline;
2. De innovatie in de samenleving met behulp van creativiteit uit de kunst en ontwerpsector.

Er zijn verschillende manieren waarop de innovatie geprikkeld kan worden. Uiteraard door een subsidieregeling en door het beschikbaar hebben van voldoende creatieve makerspaces in de stad. Maar er zijn nog veel meer manieren, we noemen er twee alternatieven:

#### *In het samenwerken met andere domeinen*

In hoofdstuk 15 pleitten we al voor een samenwerking tussen het creatieve veld en andere domeinen. Dit samenkomen van verschillende werelden leidt tot innovaties in de kunst, maar ook tot innovaties in de zorg, producten, marketing, duurzaamheid, etc. etc.

#### *Creatieven in dienst*

We zagen dat de Radboud Universiteit een programma start waarbij *kunstenaars* en *creatieven* worden toegevoegd aan het curriculum. Hun creativiteit is nodig om anders te gaan denken; om oplossingen te zien die anderen niet zien; om de toekomst opnieuw vorm te geven.

We adviseren de gemeente om iets soortgelijks als de Radboud Universiteit te doen. Neem creatieven in dienst die de gemeente helpen om tot nieuwe inzichten en tot oplossingen te komen. Stel net als Eindhoven deed, bijvoorbeeld een *Stadsontwerper* aan (een social designer, creatief ontwerper).

## 18.4. Kwaliteit

- Vergeet niet dat kwaliteit de bepalende factor is voor het realiseren van betekenissen voor welzijn en welvaart
- Investeer in extra in aanbod met een zekere internationale kwaliteit; spannend aanbod; onderscheidend goed.

We begonnen dit document met te stellen dat het van groot belang is dat het aanbod van kunst en cultuur in de stad een zo hoog mogelijke *kwaliteit* heeft. We eindigen hier ook graag mee.

We stelden dat, hoe groter de kwaliteit is, hoe groter de *betekenis* voor de stad. We gaven ook aan dat juist vanwege die grotere betekenis de stad in kwaliteit zou moeten willen investeren. We benadrukken hier echter nogmaals dat 'kwaliteit' wel in zekere mate een relatief begrip is: "Kwaliteit is datgene dat door een relevante kennersgroep als kwaliteit wordt ervaren". Zie hoofdstuk 2.

We zagen dat de bevolking door de bank genomen redelijk tevreden is met het cultuuraanbod in de stad. Maar ook bespraken we dat er ook doelgroepen die (bewust of onbewust) meer willen dan 'een best okay' aanbod. De kenniswerkers, studenten, creatieven, innovatieve ondernemers. Zij zoeken naar aanbod van een internationale onderscheidende kwaliteit. Die kwaliteit kan van grote en van kleine instellingen of initiatieven afkomstig zijn.

Ons advies moet dus wel zijn: Zorg voor een cultureel aanbod met een kwaliteit die door de gewenste en voor Nijmegen noodzakelijke doelgroepen dan ook als kwaliteit wordt ervaren.

Mede in dit licht pleit Blueyard voor een sterke top en permanente *trek in de schoorsteen*. De gemeente moet er in onze ogen op sturen dat de grotere instellingen permanent ook topkwaliteit moeten kunnen programmeren. Dat betekent dat er hiervoor programmabudget moet zijn (zie ook ons advies over subsidie 14.3).

Ook de kleinere instellingen kunnen een belangrijke rol spelen in het ontwikkelen en programmeren van kwaliteit. Het hoeft niet allemaal grootschalig. Juist ook niches worden gewaardeerd, door specifieke doelgroepen. Maar ook hier geldt: hoe hoger de kwaliteit, hoe hoger de betekenis. Daarom moet in onze ogen de gemeente ook hier scherp sturen op het optimaliseren van de kwaliteit.

# Colofon

© Blueyard Coöperatief U.A., 2019

De Staat van Cultuur in Nijmegen

Opdrachtgever: Gemeente Nijmegen

Auteur: Geert Boogaard

Met medewerking van: Flore Nederpelt

Blueyard.nl

info@blueyard.nl

Keizersgracht 100 – 104

1015 CV Amsterdam

*Versie 16 05 2019 a*

# *Bijlagen*

- Instellingen nader toegelicht
- Overzicht culturele instellingen en initiatieven (website)
- Overzicht gesprekspartners
- Overzicht geraadpleegde bronnen
- Publieksonderzoek
- Verwijzingen

# Instellingen nader toelicht

## De Lindenberg

### Belangrijkste betekenissen

- Persoonlijke ontwikkeling
  - Creatief en artistiek talent
  - Sterker en weerbaarder
- Podium voor persoonlijke expressie; hier kan iedereen zich uiten
- Aanjager voor creatieve stad; bijdrage humuslaag voor innovatie

Ook De Lindenberg heeft een moeilijke periode achter de rug. Wij hebben ons bewust niet in deze periode verdiept. Wel hebben we begrepen dat er grote onrust was, dat bestuurders, leidinggevenden en medewerkers verplicht en vrijwillig zijn vertrokken. Recent is een nieuw bestuur aangetreden en ook een nieuwe dagelijkse leiding die de nieuwe koers mag uitzetten en de organisatie op de rails moet krijgen.

De Lindenberg is primair gericht op *cultuureducatie* en biedt meer dan 500 cursussen in beeldende kunst, dans, muziek, schrijven en theater. Tegelijkertijd verzorgt De Lindenberg kunstlessen en activiteiten voor het basis- en voortgezet onderwijs (118.602 lessen/contactmomenten met leerlingen in 2018). Zowel onder als na schooltijd. De Lindenberg heeft met vier speelplekken een functie als *podium* voor professionele en amateurvoorstellingen en biedt het ruimte aan exposities. Ook is er in de hoofdlocatie nog het eigen Lindenbergcafé.

De Lindenberg werkt aan een strategie waarbij de *Extra Large* hoofdlocatie in de stad wordt geflankeerd door vier *Medium Large* locaties verspreid over de stad (o.a. in Dukenburg, Nijmegen Noord en Nijmegen West, via samenwerking met partners op de Nyma). Op deze medium-large locaties is aanbod van cultuureducatie, maar er zijn ook

‘ateliers’ en oefenruimtes. Er wordt samengewerkt met de culturele en niet-culturele partners in de wijk. De Lindenberg kiest ervoor om de medium-large locaties geen centrale podiumfunctie te geven. Die centrale functie is voor de hoofdlocatie.

Naast Extra Large en Medium Large heeft de Lindenberg ook een aantal *hotspots* die ze XS-locaties noemen. Het zijn vooral locaties binnen faciliteiten van derden.

### Samenwerking sociaal domein en scholen

De Lindenberg geeft aan de samenwerking met het sociale domein actief op te zoeken. Zo start op wijkniveau een pilot in samenwerking met Jeugd en Welzijn, samenwerking met Maatschappelijke Zorg en met wooncorporatie Talis om vooral jeugd *vanaf* 12 jaar, volwassenen en senioren, laagdrempelig ingang (via XS-locaties) te bieden tot het culturele aanbod.

Jeugd *onder* de 12 jaar wordt in de wijken bereikt via de samenwerking met de basisscholen (het huidige bereik in het primair onderwijs is 90%, of wel 42 scholen). Naast de samenwerking met het primair onderwijs wordt de leerlijn doorgezet door middel van nieuwe (structurele) samenwerking met het voortgezet onderwijs, o.a. met het Pontemcollege, NSG, het Rijks en de Jorismavo.

Voor o.a. Cultuur en School koopt en begeleidt de Lindenberg – naast de inzet van haar eigen zzp'ers/docenten en programma's (36%) - honderden activiteiten, lessen en bezoeken (64%) ten behoeve van kunst en cultuureducatie. Hierbij betreft zij het brede culturele veld: grotere culturele instellingen zoals Kwatta, Museum het Valkhof, Lux en de Vereniging/Schouwburg, en evengoed makers en creatievelingen (van

Theater Fien tot éénpitters). Deze bemiddeling vindt plaats op basis van kwaliteitskenmerken die horen bij doorgaande leerlijnen (niet enkel receptief onderwijs). Een en ander is gestoeld op de vraag die wordt afgestemd met het onderwijs.

Daarnaast wordt ingezet op een groter bereik via *vindplaatsen* zoals bijvoorbeeld de recent gestarte samenwerking in het Radboudumc waarbij workshops worden aangeboden aan patiënten.

### *Vaste krachten en zzp-ers*

De Lindenberg neemt zo langzamerhand in Nederland een uitzonderlijke positie in. De organisatie werkt op basis van een organisatie-model dat elders in het land rond de eeuwwisseling veelal is verlaten of is wegbezuinigd: 63% 'eigen docenten' en andere professionals in loondienst, tegenover (een groeiend aantal van) 37% zzp'ers. Alle docenten van De Lindenberg (in loondienst of zzp) voeren het educatieaanbod binnen enigszins vaste systemen en methodes uit.

Let wel, het in loondienst zijn betekent maar zelden een fulltime aanstelling. Het merendeel van de docenten heeft een eigen kunst- of onderwijspraktijk in Nijmegen of de regio. De bijvoorbeeld 8 uur per week bij De Lindenberg biedt hen een basisinkomen.

Culturele instellingen (groepen etc.) die door De Lindenberg worden ingezet binnen het onderwijs, worden – net als de docenten – ook vanuit De Lindenberg betaald. In die zin functioneert de organisatie als een doorgeefluik van financiële middelen naar de cultuursector.

Of de werkwijze met veel vaste krachten goed of fout is, kunnen (en willen) wij op basis van deze beknopte analyse niet beoordelen. Blueyard ziet in de werkwijze tegelijkertijd een kracht als een mogelijke zwakte. Een kracht omdat Nijmegen een alternatief laat zien tegenover organisatie-modellen op basis van onderbetaalde flexkrachten die elders in het land de cultuureducatie domineren. Vaste krachten kunnen (als het goed gaat) een zekere continuïteit in kwaliteit bieden; kennis en

ervaring in de organisatie borgen; methoden ontwikkelen. Bovendien geeft het zekerheid aan de in dienst zijnde docenten. Overigens zijn (volgens De Lindenberg) vaste krachten voor de organisatie niet duurder dan zzp-ers, die zij volgens een fair tarief willen betalen.

In het veld horen we geluiden dat de systematiek met vaste contracten niet genoeg zou kunnen inspelen op de veranderende vraag uit de samenleving. Wij vragen ons af waar deze geluiden op gebaseerd zijn, want de gehanteerde cao-kunsteducatie geeft ruimte om, bij afnemende aantallen cursisten, deeltijdontslag aan te vragen voor de docent. Daardoor is er in principe ook bij de Lindenberg ruimte voor permanente vernieuwing en inspelen op de vraag. Wij hebben echter niet onderzocht in hoeverre dat ook gebeurt.

We horen ook dat de lessen bij De Lindenberg relatief duur zouden zijn, en dat bij zelfstandige, private docenten, de tarieven lager liggen. Nader onderzoek levert ons de conclusie dat dit soms wel en soms niet het geval is. Dans is bijvoorbeeld duurder in dan de markt, maar zang is weer goedkoper.

Het louter kijken naar de prijs van het cultuuronderwijs vinden we gevaarlijk. Altijd zal een totaalafweging moeten worden gemaakt, waarin de kwaliteit en de bijkomende mogelijkheden ook meegenomen worden in de afweging. Zo kunnen individuele docenten mogelijk goedkoper zijn, ze missen soms ook een zekere aansluiting op het totale ecosysteem; op het onderwijs; op doorgaande leerlijnen; op de (inmiddels 24) bandjes in de pop & rock school.

### *Beter communiceren*

We constateren dat er veel geruchten en halve waarheden over De Lindenberg de ronde doen. Dat kan De Lindenberg zich deels ook zelf aanrekenen. In de afgelopen jaren is niet duidelijk gecommuniceerd naar de stad en het culturele veld. Het was onduidelijk wat men deed. En hier dient zich dan ook de urgentie aan dat De Lindenberg goed voor het

voetlicht moet brengen wat zij doet, en wat zij op het gebied van kunst- en cultuureducatie teweegbrengt voor de inwoners van Nijmegen.

### *Toekomst*

De nieuwe directie heeft in onze ogen een open blik naar het totale plaatje. Zij ziet de zwakke kanten en bedreigingen, maar ziet ook de meerwaarde van een stevige organisatie met ‘eigen mensen’ die buiten de contouren van de organisatie continu de samenwerking zoekt met anderen om haar bijdrage aan de stad relevant te houden. Ze streeft naar een aanpak waarbij De Lindenberg via de bemiddelende rol in het onderwijs een brede humuslaag aan cultuur bereikbaar maakt voor de inwoners van Nijmegen, en tegelijkertijd andere – en innovatieve – culturele spelers voor het voetlicht brengt en een financiële injectie geeft.

De Lindenberg werkt op dit moment aan de ontwikkeling van een toekomstplan. En dat lijkt ons urgent en belangrijk. Centrale vraag zal gaan over de *positionering*: welke betekenis heb je voor wie in de stad?

Dat betekent automatisch dat bij het onderzoek dat aan de planvorming voorafgaat, alle bestaande taken en mogelijk toekomstige taken tegen het licht gehouden moeten worden. En daarmee verbonden ook de organisatiestructuur en huisvesting.

Wij raden dringend aan om de toekomstverkenningen in het licht te plaatsen van (of zelfs te combineren met) een breder onderzoek naar ons voorstel om in Nijmegen als eerste stad in Nederland ‘kunst, cultuur en creativiteit’ een vaste plek in het onderwijs te geven (zie hoofdstuk 7.4). Wij zien hierbij een belangrijke, coördinerende rol voor De Lindenberg weggelegd.

Huisvesting wordt de komende jaren een issue. Het gebouw uit de jaren 70 sluit niet meer aan op de wensen van deze tijd: het moet worden opgeknapt, vervangen of er moet verhuizing plaatsvinden. Nieuwbouw op dezelfde locatie biedt verschillende kansen: een meer economische exploitatie (door bijvoorbeeld woonlagen toe te voegen), maar vooral een

toevoeging aan het Valkhofkwartier door in ‘de plint’ een veel opener en aantrekkelijker aanbod van kunst en cultuur te presenteren.

### *Blueyard ziet de volgende uitdagingen*

- Nieuwe positionering; opnieuw rol en taken bepalen
  - Cultuureducatie (o.a. rol in grotere opgave cultuur in het PO en VO)
  - Cultuurparticipatie (actief en receptief)
  - Leven Lang Leren
  - Ieder Talent Telt
- Zo nodig aanpassen organisatie en methoden
- Diversiteit en inclusiviteit; zowel in aanbod als in medewerkers en cursisten: culturele achtergrond, maar ook in leeftijd
- Huisvesting hoofdgebouw; betekenis Valkhofkwartier
- Samenwerking met partners binnen en buiten culturele domein

## Museum Het Valkhof

### Belangrijkste (potentiele) betekenissen

- Door middel van ontsluiten en verbeelden geschiedenis bijdragen aan identiteitsontwikkeling (Wie zijn wij? Wat is de stad?) en een zekere trots op de stad;
- Profileren van de stad (ook belangrijk richting mensen en organisaties die zich hier willen vestigen)
- Verbindende rol in de stad; integratie (het museum is van en voor alle inwoners van de stad; het gaat ook over ons allen)
- Aantrekken bezoekers en verhogen bestedingen in de binnenstad

Museum Het Valkhof heeft een periode achter de rug waarin er veel verkeerd ging. Gelukkig lijkt met de komst van een nieuwe directie nu de weg naar boven hervonden en zijn er plannen in de maak die de positie en betekenis van het museum kunnen versterken. Maar er is nog veel te doen. Onder andere in het herstellen van de relaties met het landelijke en internationale culturele veld.

Maar ook lokaal heeft de achterliggende periode de relaties geen goed gedaan. Verschillende *erfgoedinstellingen* in de stad uiten (nog steeds) hun onvrede over de rol van het museum in de stad. Tot op heden hebben zij niet het gevoel dat zij terecht kunnen bij het museum als partner of adviseur. “Het blijft een gesloten bastion.” Maar ook door *beeldend kunstenaars* en *beeldende-kunstinitiatieven* wordt het museum als “op afstand” ervaren.

Het museum heeft in de stad geen coördinerende of regisserende rol gepakt in het zeer versnipperde domein van het erfgoed. Dat was formeel haar opdracht ook niet (het beoogde keten-intendantschap betrof alleen beeldende kunstsector). Maar ook ten aanzien van de beeldende kunst is de afgelopen jaren het ketenintendantschap niet tot invulling gekomen.

Voor beide domeinen (erfgoed en beeldende kunst) zien we voor Het Valkhof een belangrijke rol weggelegd. Onder regie van Het Valkhof kunnen de verschillende erfgoed-parels tot een overtuigende ketting

geregen worden. Tegelijkertijd geeft de nieuwe directie van het museum aan dat het museum zich juist wil verbinden met de stad. En dat de nieuwe plannen daar ook op gericht zijn. Onder meer is het museum een drijvende kracht achter de ontwikkeling van het Valkhofkwartier. Daarnaast werkt het museum aan nieuwe presentaties van de collectie en nieuwe tentoonstellingsconcepten. Daarbij vormt de collectie de basis, maar komt de inspiratie uit het heden; uit de samenleving en haar ‘issues’.

Wat betreft beeldende kunst, zien we voor het museum vooral een rol in het versterken van haar positie als *‘podium voor beeldende kunst’*. Het museum kan meer dan de andere beeldende-kunstinstituten in de stad nationaal en internationaal een blikvanger worden voor de beeldende kunstdisciplines.

De directie geeft aan dat er meer aandacht komt voor beeldende kunst, in veel gevallen aansluitend op de collectie van het museum. We zien met de nieuwe directie en curator ook kansen om de collectie en tentoonstellingsstrategie te verbinden met het heden en midden in onze eigen tijd te zetten: met *transhistorische manieren van presenteren*, themajaren, overstijgende programma’s.

Met een letterlijk eigenwijze en non-conformistisch opstelling, zou Museum Het Valkhof een podium kunnen worden waar juist los van de *“internationale consensus van de juiste smaak”*, eigenzinnig wordt geprogrammeerd. Dat schept ook ruimte voor onontdekte of juist lang bedekte talenten uit de (grote) regio.

### Gebouw

Het voornemen om zich intensiever met de stad te verbinden maakt het museum tastbaar door ook letterlijk het gebouw beter met de stad te verbinden. Er ligt een groots plan om de meer permanente toegankelijkheid te vergroten. Dit plan sluit aan op – is een belangrijk onderdeel van – de ontwikkeling van het Valkhofkwartier tot groene zone (zie 11.3.1).

Het gebouw moet, ondanks zijn jonge leeftijd, ook technisch worden geüpgraded in verband met de vereiste condities waaronder de collecties moeten worden geconserveerd. Anders dreigt zelfs sluiting.

Totale kosten van upgradering en ontsluiting naar de stad zijn geraamd op zo'n 13 miljoen euro. Deze kosten worden in een aantal fases en jaren gespreid. Eerst het meest noodzakelijke, daarna het dringend wenselijke.

#### *Blueyard ziet de volgende uitdagingen*

- Nieuwe positionering; afrekenen met negatieve verleden museum
- Regelmatig *blockbusters* met grote bezoekersstromen;
- Een actieve en regisserende/coördinerende rol wat betreft het vertellen van het historische (erfgoed)verhaal van Nijmegen;
- Meer aandacht en ruimte voor beeldende kunst;
- Verbinden met de stad (fysiek en inhoudelijk); ook op andere locaties programmeren/participeren in projecten;
- Upgradering technische installaties
- Het gebouw toegankelijker maken; permanent open voor de stad;
- Meer liefde, ruimte en flexibiliteit voor initiatieven vanuit de stad.

## Doornroosje en de muzieketen

### Belangrijkste betekenissen

- Stimulans voor persoonlijke creatieve ontwikkeling;
- Belangrijke podia voor persoonlijke creatieve expressie;
- Springplank professionele (muziek)carrière en inkomen;
- Ruimte voor subculturen, identiteitsvorming, eigenwaarde;
- Ontspannen en ontladen; kanaliseren emoties; vermaak;
- Ontmoeting; versterken sociale structuren;
- Versterken woon- en vestigingsklimaat (verschillende doelgroepen);
- Aantrekkingskracht op bezoekers van buiten de stad; vergroten van bestedingen in binnenstad (horeca en retail);
- Profileren van de stad als levendig, jong, gezellig, muzikaal.

Blueyard heeft Doornroosje leren kennen als zowel hét podium (de podia) voor, als de motor van de popmuziekcultuur in Nijmegen. En met 'popmuziek' bedoelen wij in dit geval een hele brede waaier aan muziekstijlen: van singer songwriter tot aan rock en van hiphop tot aan dance.

Met de realisatie van het nieuwe onderkomen heeft de gemeente Nijmegen haar nek uitgestoken. Ondanks de flink gestegen investeringskosten, heeft de gemeente volgehouden. En dat valt te prijzen. We zien hoe die investeringen zich nu uitbetalen met veel concerten, veel *exposure*, veel aantrekkingskracht en veel publiek. Daarmee is het succes van Doornroosjes tot een succes voor de hele stad geworden.

Doornroosje ziet voor de komende jaren mogelijkheden om het succes verder uit te bouwen. Voor de eigen locatie wil men groeien naar 170.000 bezoekers (nu 143.000) en voor de andere locaties (met name festivals) ziet Doornroosje kans om naar 230.000 bezoekers te groeien. Als gevolg van de diversiteit in programmering en de inzet van muziekprogrammeurs uit verschillende culturele hoeken, wordt er actief aan gewerkt om daadwerkelijk de hele *inclusieve* stad te bereiken.

### Popfestivals

Doornroosje is dé aanjager achter de vele popfestivals in de stad. De organisatie neemt een voor Nederland redelijk unieke rol op zich: vanuit een positie achter de schermen zorgt de organisatie dat initiatieven (eigen of die van anderen) zich kunnen ontwikkelen. Niet als 'de baas', maar door ruimte en ondersteuning te geven, bijvoorbeeld bij het programmeren, de productie en de financiële administratie.

Doornroosje zet als weinig anderen poppodia in Nederland, zo strategisch de verschillende stedelijke festivals in om talenten te helpen door-groeien. Op een klein festival (of klein podium) beginnen en dan stap voor stap doorgroeien richting het hoofdpodium. Deze groeistrategie levert ook aantoonbaar meer bezoekers en meer inkomsten op voor de verschillende festivals, podia en uiteindelijk ook voor Doornroosje zelf. Voila: zie hier de ultieme *ketenintendant* aan het werk.

Doornroosje streeft naar een complete keten. Van beginnerspodium in de wijk voor 50 man, via een serie aan festivals en eigen podia tot aan het hoofdpodium in een groot complex of op een groot festival.

Om de keten compleet te krijgen, investeert *Roosje* tijd en middelen in de ontwikkeling van Merleyn, een belangrijk podium als voorstadium van de podia in Doornroosje.

Ook onderzoekt de organisatie op dit moment samen met het Arnhemse poppodium Luxor Live, of aan de verbindingsweg tussen Arnhem en Nijmegen gezamenlijk een poppodium voor 5.000 bezoekers kan worden ontwikkeld. Vergelijkbaar met AFAS Live (de voormalige Heineken Music Hall) in Amsterdam. Het poppodium zou gecombineerd moeten worden met een congrescentrum en zou 20 tot 30 grote concerten per jaar programmeren. Dit project wordt in het O25 programma reeds genoemd en de initiatiefnemers hopen dat de Provincie Gelderland mee-investeert in deze concrete vorm van samenwerking tussen de twee steden.

### *Ketenintendant met kanttekeningen*

Ondanks het succes van haar rol als ketenintendant, is de leiding van *Roosje* niet positief over het *formele label* van ‘ketenintendant’ dat de gemeente de instelling heeft opgedrongen. Het is zelfs “contraproductief”. Het effect van het formaliseren van de rol in de keten is namelijk dat je je dan ook formeel moet *verantwoorden* over de resultaten van die rol. En dat betekent dat je als instelling de successen van spelers in het veld (de bands en festivals etc.) moet gaan toe-eigenen. Dat geeft onnodig scheve ogen. “Beter kan je in de rol van ketenintendant je werk achter de schermen gewoon goed doen, zodat anderen succesvol kunnen zijn en dat succes kunnen claimen.”

### *Talentontwikkeling*

In zijn rol achter de schermen is de Doornroosje-organisatie beslist ook van waarde voor talentontwikkeling. Niet door te coachen, maar door in alle stadia van talentontwikkeling een podium aan te bieden en zorg te dragen voor oefenfaciliteiten. Doornroosje doet dat op een voorbeeld stellende, ondernemende manier. Op dit moment vormen zij ook een belangrijke aanjager van ‘De Basis’, de ontwikkelstudio’s die moeten uitgroeien tot het “Papendal” van de popmuziek. Voor deze en ook andere initiatieven weet Doornroosje opmerkelijk veel middelen uit private hoek te mobiliseren.

Talentontwikkeling gaat voor Doornroosje hand in hand met publieksontwikkeling. Bands moeten met hun artistieke groei ook hun publieksomvang laten groeien. Met de ketenbenadering van Doornroosje lukt dat bij veel initiatieven ook daadwerkelijk.

### *Uit onvrede tijdelijk gestopt met cultuureducatie*

Doornroosje heeft een ambivalente houding ten opzichte van cultuureducatie. In het verleden (2000-2010) organiseerde de organisatie haar eigen educatieprojecten één op één met VO-scholen. Maar ondanks de sterke en aansprekende inhoud van het project (gericht op ervaren wat het is om in de popsector te werken), is

Doornroosje destijds gestopt met het project. Dat kwam met name omdat scholen er zelf geen energie en geld in wilden of konden steken. De scholen (docenten) kozen er eerder voor om hun leerlingen naar een optreden van een *rapper* te sturen, dan echt een educatief traject rondom het maken en produceren van popmuziek te laten doorlopen.

Toen rond 2010 de stichting Cultuur en School de coördinatie van alle cultuureducatie op zich nam (landelijk beleid), leidde dat niet tot een betere en gemotiveerdere inzet van de scholen. Cultuur en School voegde voor Doornroosje niets toe en was niet in staat om de situatie wezenlijk te veranderen. Reden voor Doornroosje om dan maar geen educatieprogramma te doen totdat er wél sprake is van een gemotiveerde betrokkenheid van de scholen.

Doornroosje vindt het vreemd dat Cultuur en School (als de officiële coördinerende instantie voor cultuureducatie) het zo lang heeft laten gebeuren dat een succesvol podium als Doornroosje geen enkele structurele bijdrage aan educatie levert.

Doornroosje geeft aan dat de organisatie open en klaar staat voor duurzame, goed georganiseerde verdiepende educatie-initiatieven. Belangrijkste voorwaarde: betrokken en gemotiveerde scholen, docenten en leerlingen.

### *Blueyard ziet de volgende uitdagingen*

- Groei naar 170.000 bezoekers Doornroosje-zalen
- Groei festivals en andere locaties naar 230.000 bezoekers
- Realisatie en financiering ‘De Basis’
- Realisatie en financiering vernieuwing Merleyn
- Onderzoek/realisatie van 5.000 zaal samen met Arnhem
- Deelname aan sterk educatieprogramma i.s.m. het onderwijs

## Stadsschouwburg en Concertgebouw

### Belangrijkste, potentiële betekenissen

- Inspiratie voor persoonlijke ontwikkeling;
- Ontspannen en ontladen brede en grote groepen in de stad;
- Hoofdpodia van de stad voor persoonlijke creatieve expressie;
- Gidsfunctie voor cultuurmakers in stad; state of the art presenteren;
- Versterken woon- en vestigingsklimaat (verschillende doelgroepen);
- Aantrekkingskracht op bezoekers van buiten de stad (zowel cultuurtoeristen als via congressen zakelijk en kenniswerkers); vergroten van bestedingen in binnenstad (horeca en retail);
- Profileren van de stad: kwaliteit, universiteit, creativiteit.

De Stadsschouwburg Nijmegen en Concertgebouw De Vereniging vormen een belangrijk onderdeel van de culturele infrastructuur van de stad. Ze zijn beiden 'hoofdpodium' in hun culturele genres en bedienen een heel breed publiek. Ook hebben beide podia ook een belangrijke betekenis voor de stad als congresfaciliteiten. Ze worden regelmatig (en vaak in combinatie) gebruikt door bedrijfsleven en universiteit. In beide rollen dragen zij bij aan het aantrekken van veel nationale en internationale bezoekers naar de stad. De podia vallen onder eenzelfde stichting. Beide panden zijn echter eigendom van de gemeente. De gemeente is als verhuurder verantwoordelijk voor de staat van de gebouwen.

Op dit moment wordt Concertgebouw De Vereniging gerenoveerd en zal na de zomer van 2019 weer in vol bedrijf zijn. Echter, ook de Schouwburg is dringend aan een grondige renovatie toe. Lange tijd is er weinig tot niets aan het pand gebeurd. Er wordt geen preventief onderhoud uitgevoerd en niet volgens een *Meer Jaren Onderhoudsplan*

gewerkt. Het achterstallig onderhoud is binnen en buiten flink opgelopen en tijdens voorstellingen en evenementen doen zich technische incidenten voor die het primaire proces belemmeren. Het gebouw oogt gedateerd en de achterstand in onderhoud begint steeds meer zijn tol te heffen in de dagelijkse exploitatie. Bijvoorbeeld doordat technische installaties het begeven.

### Zorgelijke financiële positie

Ondanks hun grote betekenis voor de stad, verkeren de podia in een financieel zorgelijke situatie. Volgens recent onderzoek van Berenschot is deze situatie een direct gevolg van een substantieel en structureel tekort in subsidie: "De financiële duurzaamheid van de Stadsschouwburg en de Vereniging is niet te waarborgen als gevolg van de te lage structurele subsidie om de voorziening te kunnen onderhouden en exploiteren en daarmee culturele activiteiten te kunnen realiseren."<sup>8</sup>

Berenschot maakte een vergelijking met podia in andere, vergelijkbare steden. Belangrijke conclusie: *de subsidie die de gemeente Nijmegen per bezoeker, en ook per inwoner verstrekt, bedraagt ongeveer de helft van wat andere steden als Haarlem en Leiden verstrekken.*

Het tekort aan subsidie leidt er direct toe dat de zalen grotendeels moeten functioneren als een *zaalverhuurfabriek*, in plaats van als een culturele instelling. Er zijn geen middelen voor bijzondere programmering, experiment, sociale projecten, projecten met de stad en al helemaal is er geen ruimte voor educatieve projecten. De organisatie doet nu noodgedwongen helemaal niets aan educatie. Ook een rol als ketenintendant en aanjager van talentontwikkeling is de laatste jaren nauwelijks ingevuld: er zijn geen middelen en medewerkers voor. Kortom: de podia presteren ver beneden het niveau van hun potentiële, culturele taak en betekenis.

<sup>8</sup> Berenschot: Stadsschouwburg en Concertgebouw de Vereniging, Rapportage financiële doorlichting, 14 februari 2018

### *Er moet structureel subsidie bij*

De gemeente heeft onlangs ingezien dat de situatie niet houdbaar en niet wenselijk was en eenmalig 500.000 euro extra budget beschikbaar gesteld. Dit bedrag is met name bedoeld voor de verlevendiging van programmering, organisatieontwikkeling en opbouw financiële weerbaarheid. Het bedrag is echter niet toereikend om het structurele culturele tekort te dichten.

Ons basierend op gesprekken en het Berenschotrapport, concluderen wij dat een structurele verhoging van de subsidie voor Stadsschouwburg en De Vereniging dringend noodzakelijk is. En wel tot een niveau dat past bij de benchmark (in de vergelijkbare steden). Ook al zou de nu toegekende extra subsidie van 500.000 euro worden omgezet in een structurele bijdrage, dan nog komt de begroting daarmee niet uit op een werkbaar en wenselijk niveau; een niveau waarop de beide podia hun werkelijke betekenissen voor de stad en haar bewoners kunnen doen gelden. Zonder een passende, structurele verhoging van het subsidie-budget voor beide podia, heeft de stad vooral en alleen de beschikking over een heel duur zalencentrum.

### *Noodzakelijke renovatie Stadsschouwburg*

De financiële nood situatie is niet het enige waarmee de podiumorganisatie worstelt. Ook de staat van onderhoud en de moderniteit van de Stadsschouwburg kampen met een grote achterstand. In de laatste jaren zijn nauwelijks wezenlijke investeringen gedaan in het bij de tijd brengen of houden van het gebouw. 's Avonds bij de gezelligheid van een volle schouwburg, valt het onderhoud het publiek misschien niet op, maar overdag zie je dat de tijd hier twintig tot dertig jaar stil heeft gestaan. En dat is een stevige belemmering voor o.a. representatieve kracht van het gebouw en de verhuur aan commerciële partijen.

Het gebouw kan steeds minder voldoen aan de (wettelijke) technische aspecten en veiligheidseisen. Met lapmiddelen en incidentele ingrepen

wordt het theater draaiende gehouden. Er worden geen preventieve onderhoudsvoorzieningen getroffen. Zo'n proces stopt een keer.

Een grondige verbouwing en tegelijkertijd herpositionering van De Schouwburg is in onze ogen dan ook dringend noodzakelijk. Met een aansprekend en werkend gebouw en met voldoende middelen kan juist de Stadsschouwburg hét centrale, verbindende podium van de stad en zijn inwoners worden.

### *Kansen zijn er ook in 'de tussentijd'*

We hebben niet de indruk dat de verhuurder (de gemeente) ontkent dat het gebouw toe is aan een flinke opknapbeurt. Maar voordat de hierover ook daadwerkelijk een besluit is genomen, kan het, ondanks de urgentie, zomaar nog twee, drie jaar duren. In die jaren kan het ongemak en chagrijn gemakkelijk oplopen. En dat zou jammer zijn. Daarom adviseren we de Schouwburg om er dan maar op voorhand een 'feest' van te maken en kansen te grijpen die er ook zijn. Zo kan je in *de tussentijd* bijvoorbeeld het gebouw enigszins 'strippen', en met behulp van jonge ontwerpers tijdelijk omtoveren tot een inspirerende pop-up plek waar verschillende groepen gebruik van kunnen maken. Hier kunnen bijvoorbeeld creatieven meedenken in een *stadslab* over de toekomst van de stad en het theater. Het theatercafé 'kan tijdelijk gebruikt worden voor contextprogramma's of als hippe club van de stad.

Op deze manier wordt *de tussentijd* een project in zichzelf. Een project dat mede richting geeft aan de toekomstige invulling van de nieuwe Stadsschouwburg.

### *Middenzaal*

Het valt op dat de Stadsschouwburg niet zelf over een 'middenzaal' of ruim vlakke-vloertheater beschikt; een zaal met 350-450 stoelen. Er is alleen een klassieke zaal met een 'lijsttheater' (940 stoelen). Hierdoor gaan bepaalde theaterproducties en vooral genres als cabaret/stand-up snel naar andere locaties, binnen of buiten de stad. Onder andere naar De Lindenberg (350 zitplaatsen) en LUX (200 zitplaatsen).

En hoewel de relatie met deze podia collegiaal is en er ook wel de nodige programmatische afstemming plaatsvindt, is het in onze ogen onverstandig dat juist dé cultuurinstelling die ervoor bestaat een wezenlijk deel van de podiumkunsten naar elders moet verwijzen. We achten het van belang dat in *het* theater van de stad zowel de vlakke-vloerproducties als producties voor het traditionele lijsttheater een plek kunnen krijgen. We achten het ook voor de positionering en exploitatie van de Schouwburg van belang dat beide vanuit hetzelfde huis worden geprogrammeerd.

Dat wil niet zeggen dat andere podia als LUX en De Lindenberg geen vlakke vloer zouden moeten programmeren. Bij LUX gaat het om een beduidend kleinere zaal en dus ook om andere producties. Bij De Lindenberg vragen wij ons af of op termijn (bij een vernieuwde huisvesting) de landelijke of zelfs internationale producties hier moeten worden geprogrammeerd. Bij de herontwikkeling van de Stadsschouwburg én De Lindenberg zal daarom goed moeten worden gekeken naar dit vraagstuk: hoe organiseer je de programmering van de middenzaal.

#### *18.4.1. Samenwerking met podia Arnhem*

Het onderwerp van samenwerking en afstemming speelt ook bij theaters buiten de stad. Met name in Arnhem. Ook in Arnhem vallen Concertgebouw en Schouwburg onder één stichting. Van meerdere kanten is de suggestie geopperd om de podia in Arnhem en Nijmegen in cultureel opzicht onder één programmeur te organiseren. Dat wil zeggen: de muziekprogrammering in beide concertzalen onder de leiding van één muziekprogrammeur en de theaterprogrammering in beide theaters onder leiding van één theaterprogrammeur. Zo zou onderlinge overleg en afstemming automatisch zijn geregeld. Als dan bovendien ook de marketingactiviteiten op elkaar zouden aansluiten, zouden beide instellingen efficiënter en effectiever het publiek kunnen bedienen en vanuit een regioprofielvisie voorstellingen kunnen programmeren.

Onderzoek zal moeten uitwijzen of een dergelijke verreгаande samenwerking daadwerkelijk meerwaarde oplevert. Vanwege de geconstateerde grote cultuurverschillen tussen Arnhem en Nijmegen hebben we hier wel de nodige aarzelingen bij.

#### *Blueyard ziet de volgende uitdagingen*

- Voldoende subsidie en budget
- Voldoende publiek (diverse achtergronden, grote publiek)
- Diversiteit in het aanbod
- Verbinding met de stad (partners, universiteit, etc.)
- Educatie; verbinding met onderwijs en De Lindenberg
- Inspireren en stimuleren van talentontwikkeling;
- Verbinding met sociale domein

#### *De Vereniging*

- Heropening en nieuwe positionering
- *Flow* van bezoekers weer op gang krijgen;
- Groei in het bezoekersaantal
- Samenwerking / afstemming met Arnhem
- Diversiteit en inclusiviteit (oud – jong, cultureel)

#### *Stadsschouwburg*

- Renovatie
- Middenzaal-onderzoek

## Lux

### Belangrijkste betekenissen

- Breder perspectief op de wereld en ‘de ander’ of ‘het andere’
- Inspiratie; aanspreken van emoties
- Ontspanning, ontmoeten
- Persoonlijke ontwikkeling; kennis- en inzichtontwikkeling
- Film- en Beeldgeletterdheid; beeldeducatie
- Aanjager ontwikkeling sector (met name voor film en filmeducatie)
- Prikkel voor reflectie op grote maatschappelijke thema’s door middel van het gesprek (via film, theater en debat)

Lux wordt door vrijwel al onze gesprekspartners geprezen: een uniek en eigenzinnig podium (voor debat, theater, muziek en dans) en grootste bioscoop voor Art House films van Europa. Lux biedt naast zijn filmaanbod met zijn bescheiden podium ruimte aan verschillende podiumkunsten, en speelt vooral ook een belangrijke rol als debatpodium. LUX heeft een unieke positie in het land doordat zij de verbinding kan leggen tussen de verschillende disciplines, waardoor relatief makkelijk ‘contextprogrammering’ gerealiseerd kan worden, een combinatie van kunstvormen.

Lux positioneert zich behalve als filmhuis vooral ook als instelling die de samenleving tegen het licht houdt. In de programmering zien we veel onderwerpen terug die kleine en grote maatschappelijke vraagstukken onderzoeken en proberen van antwoorden te voorzien. In die rol werkt de organisatie samen met andere partijen uit de stad, bijvoorbeeld met de universiteit.

Samenwerking met de burens – de bibliotheek – kan worden verbeterd, hebben wij begrepen. Afstemming over de voorgenomen educatieve programma’s kan voor beiden meerwaarde opleveren.

### Veel publiek, maar veel homogeen

Lux trekt opmerkelijk veel bezoekers: 268.000 programmabezoekers per jaar, naast een groot aantal horeca bezoekers. Het filmhuis en podium worstelen echter wel met de samenstelling van het publiek: een vrij homogene groep van voornamelijk hoger opgeleid en doorgaans 50 plus. Men zet in op het meer aantrekken van jongere groepen. Met name studenten, onder andere door de samenwerking met het hoger onderwijs. Met name bij festivals en andere evenementen verbreedt de samenstelling van het publiek. Om ook de meer ‘inclusieve stad’ te bereiken werkt Lux onder andere samen met welzijnsorganisaties *Sterker* en *RIBW*.

Via een uitgebreid palet aan educatieprojecten bereikt Lux een culturele diversiteit aan scholieren uit het PO en VO.

### Vernieuwer

Wij hebben Lux leren kennen als belangrijke aanjager voor vernieuwing en ontwikkeling in de stad en regio. De organisatie zoekt het experiment op en verkent nieuwe ontwikkelingen binnen film en beeldcultuur. In het verleden stond Lux ook aan de basis van meerdere filmfestivals en film-initiatieven. Maar LUX richt zich niet alleen op film. De organisatie stond ook aan de basis van de *Vrede van Nijmegen Penning* en *FJIN*, het *festival voor jazz*.

De organisatie wordt landelijk erkend in deze vernieuwersrol. Lux is bij uitstek een partij die de verbinding met het nationale en met het internationale kan maken. Dat is van belang voor de stad en het culturele klimaat in die stad.

### *Film Educatie Hub*

Lux ziet goed in dat ‘het beeld’ de komende jaren een steeds grotere en complexere rol gaat spelen in de samenleving. Het stimuleren van “beeldgeletterdheid” is dan ook een belangrijke toekomstige opgave voor de organisatie.

Lux wil zich in dit licht positioneren als *Film Educatie Hub* voor Gelderland en Overijssel. Daarmee wordt Lux de rijks-gefinancierde ‘hub’ voor ‘film- en beelddeducatie’.

Wij zien deze positie als kans voor de organisatie maar ook voor de stad. Met Lux en verschillende film- en beeldfestivals kan de stad zich onder andere profileren als *Filmstad*. Door bovendien middelen en faciliteiten beschikbaar te stellen aan jonge (film)makers zet de stad de rem op het vertrek van creatief talent. Sterker, de stad trekt daarmee talenten naar zich toe.

Lux stelt voor om de mogelijkheid te verkennen om samen met o.a. de provincie en de stad een *Gelders Film Fonds* in te richten. Wij achten dit een zinvolle exercitie omdat deze aansluit bij de reeds aanwezige infrastructuur en het aanwezige aanbod.

### *Huisvesting*

Naast de positieve ontwikkelingen, speelt er ook een urgent probleem: de huisvesting van de organisatie. Op de huidige locatie is het eigenlijk geen werken. Te dicht op elkaar gepakt, maar ook geen ruimte om bijvoorbeeld met jongere talenten aan de slag te gaan. Lux is samen met de gemeente in overleg om elders betere kantoorruimte te betrekken.

Ten aanzien van de huisvesting van Lux zelf (de zalen en het café/restaurant) speelt wel een issues over de hoge huurlasten die de eigenaar van het pand – de gemeente – de organisatie in rekening brengt. Net als bij bijvoorbeeld de bibliotheek, is de bij de oplevering van de nieuwbouw gerekende vierkante-meterprijs best heel fors. Die hoge huur drukt nog elke dag op de exploitatie en de financiële ruimte om de

culturele taak in te vullen. De hoge huurlasten stromen terug naar de gemeente (vastgoed). Ze vertekenen daarmee het beeld van wat er nu echt van de subsidies naar het culturele programma gaat.

### *Blueyard ziet de volgende*

- [Ontwikkeling rol als Film Educatie Hub](#)
- [Ontwikkeling Gelders Film Fonds](#)
- [Blijvend vernieuwen](#)
- [Samenwerken met buurman-bibliotheek](#)
- [Kantoorhuisvesting](#)
- [Financiële ruimte voor programma vernieuwing en achterstallig onderhoud](#)
- [Aantrekken van nieuw \(diverser\) publiek](#)

## Bibliotheek

De bibliotheek van Nijmegen is formeel onderdeel van ‘de Bibliotheek Gelderland Zuid’ met een verantwoordelijkheid voor een groot aantal woonkernen in 6 regiogemeenten. Wij kijken vooral naar het functioneren van de bibliotheek in de stad.

### Belangrijkste betekenissen

- Basis voor het functioneren van kennis- en informatiesamenleving.
- Persoonlijke ontwikkeling en inspiratie door laagdrempelig toegang tot boeken, kennis en informatie
- Leesbevordering; taalvaardigheid; bestrijden laaggeletterdheid
- Faciliterend voor ‘een leven lang leren’
- Vergroten digitale vaardigheden, omgaan media en informatie-technologie
- Ontmoeting; ontmoetingsplek/openbare huiskamer in snelle stedelijke samenleving; integratie; eenzaamheidsbestrijding

Zoals uit het overzicht betekenissen blijkt, heeft de bibliotheek in de afgelopen tijd veel meer rollen gekregen dan alleen het uitlenen van boeken of de ‘leeszaal’. En die rollen zullen de komende jaren alleen maar in belang en aantal toenemen, is onze inschatting. Toch blijkt bij ‘de buitenwereld’ vooral het klassieke beeld van de bibliotheek te overheersen: de leeszaal en instantie die boeken uitleent. En daarmee hebben we eigenlijk meteen een van de grootste uitdagingen van de bibliotheek in Nijmegen te pakken: communiceren wat de bibliotheek in werkelijkheid allemaal doet en wat haar werkelijke potentieel is.

En dat potentieel is groot, in onze ogen. In de samenleving van morgen, waarin technologie en digitalisering grote impact hebben, wordt het enerzijds steeds belangrijker om te kunnen omgaan met die grote technologische veranderingen, en anderzijds wordt het steeds belangrijker om juist de creatieve en sociale aspecten van het mens zijn te voeden en te ondersteunen. De bibliotheek van de toekomst kan voor beide opgaven een grote betekenis hebben.

## De bibliotheek in de toekomst

Het is onze indruk dat de directie van de bibliotheek een open blik heeft naar de toekomst. Hij ziet de realiteit en de uitdagingen en kansen die deze met zich meebrengt. De bibliotheek van nu zal echter niet dezelfde zijn als die in de toekomst. Aan de ene kant zal de digitalisering van het boek nog wel enigszins doorzetten (hoewel het niet zo’n vaart zal lopen als 7 jaar geleden nog werd gedacht). De vraag naar fysieke boeken zal daardoor mogelijk afnemen. Echter, aan de andere kant ontstaat juist een nieuwe en grotere behoefte voor een andere rol van de bibliotheek in de samenleving.

*Die rol gaat over alles wat nodig is om mensen optimaal en gelukkig te laten leven en presteren in de kennis- en informatiesamenleving.*

De opdracht bestaat uit het stimuleren, ondersteunen, faciliteren en toerusten van burgers om mee te kunnen doen en bij te kunnen dragen aan de moderne kennissamenleving. En dat gaat over veel meer dan een boek lenen of lezen.

Niet voor niets werd ons gezegd: “De bibliotheek is de bibliotheek niet meer. Zij is veel meer.” Misschien moeten we de bibliotheek niet eens meer bibliotheek noemen?

### Samenwerken binnen cultuur

De bibliotheek geeft aan dat de samenwerking met spelers binnen de culturele sector in haar ogen beter kan. Met name in de relatie tot het PO ziet de Bibliotheek kansen voor een betere en intensievere samenwerking. Onder andere met spelers als De Lindenberg en (buurvrouw) Lux. Als voorbeeld wordt gegeven: “Zowel de bibliotheek als Lux blijken programma's over *fake news* en *beeldgeletterdheid* te ontwikkelen voor het onderwijs. Waarom kunnen we onze krachten niet bundelen en met één product richting het onderwijs komen?”

Blueyard ervaart in Nijmegen bij geen van de grotere instellingen een terughoudendheid vooraf om samen te werken. Er spelen dus kennelijk

andere belemmeringen die waarschijnlijk goed zijn weg te nemen. Daarom dringen we er bij de instellingen op aan om te komen tot een intensievere inhoudelijke afstemming van de geplande programma's. Nog voordat ze echt ontwikkeld gaan worden (want dan is het te laat).

### *Samenwerken met onderwijs en welzijn*

Bij uitstek beperkt de bibliotheek zich niet tot het domein 'cultuur'. De vraag is zelfs gerechtvaardigd waarom de bibliotheek alleen vanuit de cultuurbegroting gefinancierd zou moeten worden. De bibliotheek heeft immers voor veel sociale en educatieve betekenissen. Wat betreft samenwerking in de stad richt de bibliotheek zich dan ook in hoge mate op spelers buiten het culturele veld. Bijvoorbeeld op het onderwijs. De bibliotheek verzorgt in 45 basisscholen in de regio de 'Bibliotheek op school'. Met 15 gespecialiseerde professionals (en met aangetoond resultaat) ondersteunt de bibliotheek bijna alle basis-, VO- en MBO-scholen in de regio en veel voorschoolse instellingen bij de leesbevordering.

Het valt op dat de bibliotheek voor een groot deel zélf met de scholen communiceert en dat zij slechts in beperkte mate gebruik maakt van of verbonden is met een intermediaire partijen als De Lindenberg of *Stichting Cultuur en School (SCEN)*, hèt onafhankelijke bemiddelingspunt voor kunst- en cultuureducatie in het Nijmeegse onderwijs. Wij hebben niet onderzocht wat hiervan de oorzaak is.

Naast het onderwijs is er samenwerking met spelers in het veld van welzijn en jongerenwerk. Onder andere met Bindkracht10. Door deze samenwerking is de bibliotheek bijvoorbeeld in staat om 'achter de voordeur' te komen bij mensen (en gezinnen) met een grote taalachterstand. Met gerichte projecten worden mensen taalvaardiger en kunnen zij beter meedraaien in de samenleving. Dat is niet alleen van betekenis voor de mensen die het betreft, het is ook van betekenis voor de maatschappij in den brede: voor welzijn en welvaart van ons allen.

### *2,4 miljoen aan huisvesting gaat (deels) terug naar de gemeente*

De bibliotheek is gevestigd in een groot pand op een markante locatie. De huurprijs die gerekend wordt door de eigenaar – de gemeente – is stevig: ongeveer 1 miljoen euro per jaar. Daarnaast wordt de bibliotheek geconfronteerd met huisvestingslasten voor nog 6 andere vestigingen. In totaal komt het bedrag voor huisvesting jaarlijks uit op zo'n 2,4 miljoen euro.

Vanwege de huurrelatie met de gemeente, vloeit een groot deel van dit bedrag terug naar de gemeente. Je kunt betogen dat daarmee een vertekend beeld ontstaat over de hoogte van het subsidiebedrag dat de gemeente per saldo besteed aan de bibliotheek.

Blueyard noemt dit punt van *vertekening* hier expliciet, omdat het ook bij andere instellingen soms het beeld ernstig vertekent en het zicht ontnemt op wat de overheid nu werkelijk aan de *culturele activiteiten* of de *culturele inhoud* bijdraagt. Wij achten het zinvol om richting raad en publiek in alle gevallen helder te communiceren wat de subsidie is voor de culturele activiteiten en inhoud en wat de subsidie is voor de huisvesting (die vaak ook weer terugvloeit naar de gemeente voor het financieren van de vastgoedportefeuille).

### *Blueyard ziet de volgende uitdagingen*

- Beter en breder communiceren wat de bibliotheek doet en wat zij nu en straks de inwoners van de stad te bieden heeft
- Doorontwikkelen van educatieve activiteiten voor volwassenen in het kader van een 'leven lang leren'; vaardigheden voor kennis- en informatiesamenleving
- Strategischer samenwerken binnen cultuur; plannen voor educatie in vroeger stadium delen; samen grote thema's oppakken;
- Intensieve samenwerking binnen het sociaal domein op verschillende terreinen (taalvaardigheid, integratie, eenzaamheid etc.)
- In overleg met gemeente: inzetten om ook andere beleidsdomeinen mee laten financieren aan rol van nieuwe bibliotheek

## Theatergroep Kwatta

### Belangrijkste betekenissen

- Persoonlijke ontwikkeling van kinderen
- Zet aan tot nadenken en vragenstellen: verwondering
- Expressie (van de theatermakers en andere kunstenaars)

Theatergroep Kwatta is het professionele jeugdtheatergezelschap van Gelderland. Het gezelschap opereert vanuit Theater Het Badhuis in Nijmegen en bespeelt van hieruit de hele provincie en Nederland Ook is Kwatta met haar producties regelmatig te vinden in het buitenland.

Theatergroep Kwatta is als een van de negen landelijk gefinancierde jeugdtheatergezelschappen opgenomen in de landelijke BIS en wordt medegefinancierd door de Provincie Gelderland en de Gemeente Nijmegen. Het gezelschap trekt jaarlijks gemiddeld ruim 30.000 bezoekers en bereikt bovendien ruim 5.000 kinderen via CMK-programma's in de Provincie.

Het gezelschap zette voor de periode 2017 - 2020 met name in op het bespelen van grote zalen. Dat blijkt nu een stevige uitdaging te zijn. De feuilletonvoorstelling (een verhaal in vier edities in vier jaar) verkoopt moeizaam. De bezoekcijfers blijven achter bij de verwachting, daartegenover staan de goede resultaten in de buitenlandse tournees.

Het gezelschap speelt van alle producties ook voorstellingen voor scholen. De vraag vanuit de scholen loopt terug, niet zozeer vanwege de kwaliteit van de voorstellingen, maar omdat de organisatie om met kinderen in schoolverband naar het theater te komen, vaak als te belastend ervaren wordt door het onderwijs. Bovendien is theaterbezoek relatief duur voor een school. Dit komt overigens ook omdat het CMK-programma in financiële zin niet voorziet in een bezoek aan het theater.

Kwatta waarschuwt voor deze tendens waarbij kinderen steeds minder in het theater komen en alles op en rond school moet plaatsvinden. Blueyard onderschrijft deze waarschuwing. Juist een fysiek bezoek aan

het theater tijdens de schoolperiode, legt de basis voor toekomstige cultuurparticipatie.

### Toekomst

Eind 2019 moet een nieuw plan voor de periode 2021-2024 worden ingediend bij de verschillende overheden. Aan dit plan wordt op dit moment gewerkt. Het nieuwe plan zal een antwoord moeten geven op de tegenvallende resultaten van de afgelopen tijd. Het plan zal behalve de vaste waarden zoals het bespelen van het badhuis en de kleine theaters in Nederland en het versterken van het buitenlandbeleid, ook specifieke aandacht hebben voor talentontwikkeling en cultuureducatie. Kwatta ziet de ontwikkeling met 025, en de versterkte samenwerking met de schouwburg en andere collega-instellingen als een kans om de speelmogelijkheden voor het PO in Nijmegen te verbreden. Het gezelschap is een groot pleitbezorger van het idee om ervoor te zorgen dat alle kinderen in hun PO-carrière, een aantal keer in schoolverband naar het theater, het museum en de film gaan. In dat streven wil Kwatta een van de structurele aanbieders zijn.

Onderdeel van dit idee zou kunnen zijn dat jeugdprogrammering stadsbreed wordt aangepakt. Mogelijkerwijs kan het Badhuis daarin als centraal jeugdpodium een rol in spelen.

Blueyard ziet de kansen die Kwatta beschrijft, maar kan vanuit haar vogelperspectief moeilijk inschatten hoe levensvatbaar en hoe gedragen die kansen zijn. Hiervoor is nader specifiek onderzoek nodig.

### Blueyard ziet de volgende uitdagingen voor de komende tijd

- Inhoudelijk nieuw plan voor 2021-2024
- Toekomstige rol Theater Het Badhuis onderzoeken
- Intensivering samenwerking met culturele partijen in de stad: o.a. De Lindenberg en Stadsschouwburg, Bibliotheek,
- Versterken positie als aanbieder, ook in het Nijmeegse CmK-programma

## Music Meeting

Music Meeting is een internationaal festival dat dwars door stijlen, genres en culturen gaat. Van jazz en improvisatiemuziek tot traditionele muziek en unieke cross-overs. Tijdens het Pinksterweekend staat Park Brakkenstein in Nijmegen drie dagen lang in het teken van muzikale ontmoetingen en internationale samenwerkingen. Met meer dan dertig concerten. Maar ook met interviews, mini-concerten, masterclasses en workshops.

Music Meeting geeft een podium aan de beste artiesten vanuit de hele wereld. Getalenteerde artiesten die zelden of nooit in Nederland te zien zijn geweest. In een tijd waarin grote commerciële partijen de muziekindustrie beheersen, laat Music Meeting juist een ander geluid horen.

Music Meeting geeft aan dat het festival een zo groot en divers mogelijk publiek wil bereiken voor onbekende, hoogwaardige en spannende internationale muziek, die zelden of niet in Nederland en Europa live te horen is. Music Meeting wil daarbij een inspirerende ontmoetingsplek zijn voor verschillende doelgroepen: betrokken musici, experts, professionals, amateurs, talenten, ambassadeurs en liefhebbers.

## Herpositionering

Music Meeting oogst de laatste jaren veel lof van de nationale en internationale muziekkenners. Het festival krijgt eveneens lovende beoordelingen van de adviescommissie van het Fonds Podiumkunsten. Maar deze erkenning leidt – volgens het festival – lokaal niet automatisch tot de waardering. En ook niet tot een duurzame basis voor de toekomst. Ook Music Meeting worstelt met chronisch te weinig middelen, maar is daarbij toe aan een stevige herpositionering.

Dat is althans wat de vorig jaar aangetreden directeur van Music Meeting ons meegeeft. Ze wil niet zozeer naar de lokale overheid wijzen, maar is vooral zelfkritisch. Keuzes in de ticketstructuur (van gratis naar een tweedeling in parktickets en complete tickets) en de positionering

van het festival veroorzaakten een patstelling. Ondertussen veranderde de wereld, de muzikwereld, het cultureel ondernemerschap, en publiekswensen...

Lang werd entree geheven voor de concerten op het hoofdpodium. Overige parkbezoekers konden met een laaggeprijsdticket meegenieten van de sfeer, eten en drinken en de muziek op verschillende buitenpodia. De parkbezoeker bleek echter niet loyaal en haakte af bij slecht weer en andere activiteiten in de stad. Deze ticketstructuur werkte niet meer, en het aantal bezoekers was dalende.

Daarom heeft het festival in 2018 de keuze gemaakt om zich te richten op haar core-business en alle bezoekers dezelfde, volwaardige muziekbeleving te bieden. Het festival is alleen nog toegankelijk met een dagkaart of passe-partout die toegang geeft tot het hele festival en rond de dertig euro kost. Dit heeft in eerste instantie tot een daling van het aantal bezoekers geleid. Maar heeft geleid tot groei van het aantal bezoekers dat komt voor de totale beleving en biedt groeimogelijkheden voor de toekomst (nu zo'n 6.000).

De heldere positionering en ticketstructuur zijn goed bevallen. De klanttevredenheidsonderzoeken zijn positief (gemiddeld een 8,5) en de voorverkoop voor 2019 loopt boven verwachting. Het festival heeft dus een goed fundament kunnen bouwen voor een nieuwe toekomst maar is nog wankel. Volgens de directeur moet het festival op tal van punten worden aangepast en gemoderniseerd. Bijvoorbeeld in de marketing, samenwerking, en in de aantrekkingskracht van de programmering. Daarmee is de komende editie en het erop volgende jaar cruciaal voor Music Meeting.

In onze ogen kan zo'n verandertraject kan alleen slagen, wanneer er lokaal voldoende draagvlak voor is. Maar ook voldoende middelen om de schommelingen op te vangen en om te investeren in een vernieuwde positionering.

Met name vanwege de jarenlange reputatie van het festival en de betekenis daarvan voor de stad, raden we de gemeente aan om het festival extra te ondersteunen in deze tijden van grote veranderingen. Anders zou Nijmegen wel eens een gerenommeerde parel kunnen verliezen.

### *Go Short*

Go Short is hét festival voor *de korte film* in Nederland. In april 2019 vond de 11<sup>e</sup> editie plaats. In 5 festivaldagen vertoond Go Short de beste recente korte films van Europa. Ook worden de Go Short Awards uitgereikt. Naast het competitieprogramma biedt Go Short diverse focusprogramma's, een uitgebreid randprogramma, educatieve activiteiten, workshops, feestjes en ontmoetingsplekken voor filmmakers, publiek en andere betrokkenen.

Vanuit zijn inmiddels sterke, nationale positie, is het Go Short festival voor Nederland het internationale bruggenhoofd daar waar het om korte films gaat. Go Short is een Europese speler. In die rol is de organisatie behalve festivalorganisator ook een *agency* dat zich het hele jaar door bezighoudt met o.a. aanjagen, produceren, promotie, distributie, en (in opdracht elders) programmeren.

Go Short richt zich ook op educatie. Met schoolvoorstellingen en op maat gemaakte projecten. Go Short werkt samen met alle onderwijsniveaus. De onderwijsprojecten gaan niet altijd letterlijk over het medium film, maar ook over bijvoorbeeld 'evenementenmanagement' of 'cultureel ondernemerschap' voor het Rijn en IJssel College of over thema's die door de korte films worden uitgelicht, bijvoorbeeld in samenwerking met het lezingenprogramma Radboud Reflex. Met name ook door de educatieve activiteiten verbindt het festival zich met de stad.

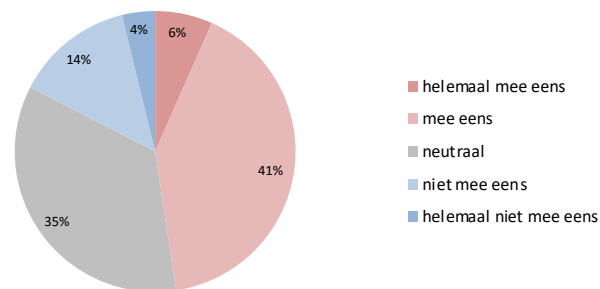
Het festival trekt zo'n 20.000 bezoekers per jaar. De helft daarvan is onder de 35 jaar. Ongeveer de helft komt uit Nijmegen en de andere helft uit heel Nederland. Vanwege de kwaliteit en internationale rol die het festival speelt, komen er ook relatief veel buitenlandse bezoekers (met name filmprofessionals) op het festival af. Door de jonge doelgroep en de samenwerking met het onderwijs, geeft Go Short Nijmegen vijf dagen lang een jeugdig en dynamisch elan.

# Enquête Bewonerspanel

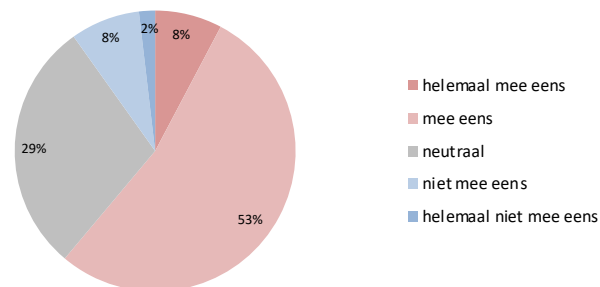
Hiernaast en hieronder geven we de belangrijkste bevindingen uit ons onderzoek onder de inwoners van Nijmegen weer.

Bewonerspanel februari 2019

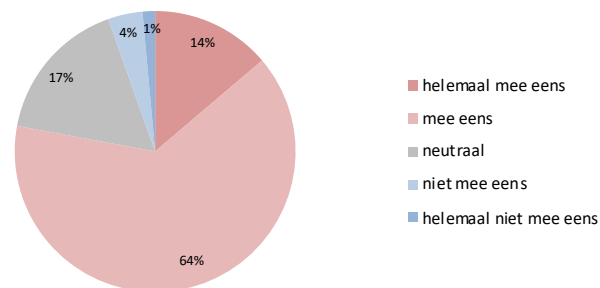
Ik weet goed wat er in Nijmegen te doen is op gebied van kunst en cultuur



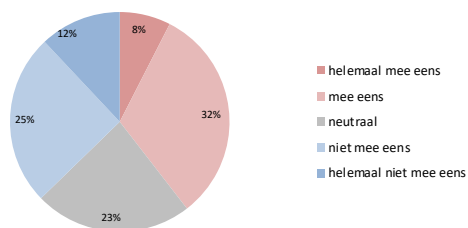
Ik ben tevreden over het aanbod van kunst en cultuur in Nijmegen



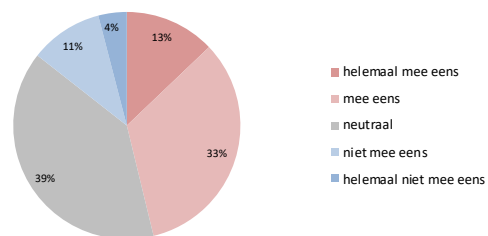
Ik vind de instellingen voor kunst en cultuur in Nijmegen in het algemeen goed bereikbaar



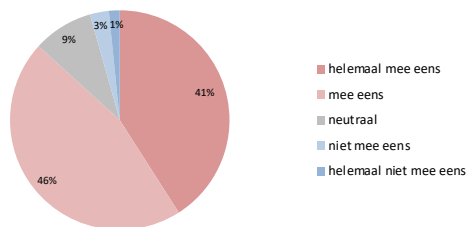
Ik ga geregeld naar een andere stad voor cultuur



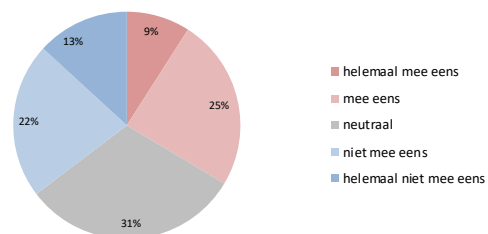
De kunst- en cultuursector is van groot belang voor de werkgelegenheid in Nijmegen



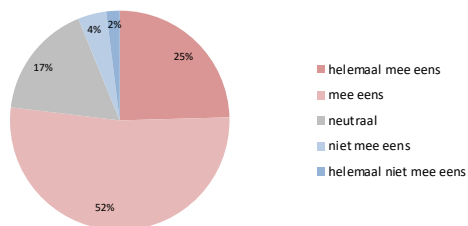
De activiteiten op het gebied van kunst en cultuur zijn belangrijk voor de sfeer in de stad



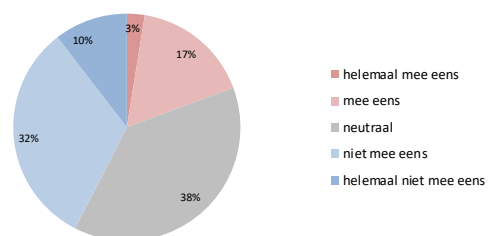
Kunst en cultuur zijn voor mij een belangrijke reden om in Nijmegen te wonen



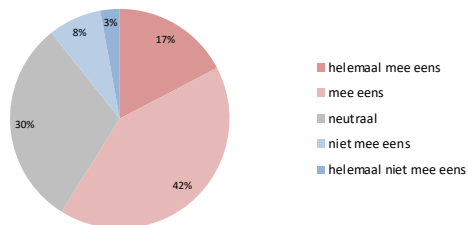
Ik vind het belangrijk dat ook die Nijmeegse instellingen voor kunst en cultuur waar ik nooit naartoe ga, behouden moeten blijven



Ik denk dat Nijmegen landelijk bekend staat als kunst- en cultuurstad



Ik ben trots op Nijmegen als stad van kunst en cultuur



# Cultuurbegroting Nijmegen

## Cultuurbegroting 2019

## Subsidie van Gemeente

### C6

Doornroosje	1.423.590
Cultuureducatie o.a. Lindenberg	3.506.395
Schouwburg&Vereeniging	2.626.774
LUX	1.141.990
Museum het Valkhof	2.225.496
Bibliotheek	5.578.150

**Totaal C6** **16.502.395**

Bastei/infocent WOII	513.796
Amateurkunst	183.010
Cultuureducatie brede school	364.596
Festivals	335.531
Productiehuizen	431.165
SCIN & 500K coalitieakkoord	750.000
Talent & Kwaliteit diversen	407.774
Toptalent & prijzen	75.864
Kunst in de openbare ruimte	119.484
Media/lokale omroep	339.690

**Totaal overige cultuur** **3.520.910**

**Totaal begroting Cultuur** **20.023.305**

### Cultuurhistorie

Verleden Verbeeld	234.165
-------------------	---------

# Bijdragen rijk en provincie

## Bijlagen bij het cultuurconvenant 2017 – 2020

### Ministerie van OCW – regio Oost

#### BIJLAGE 1, BEHORENDE BIJ ARTIKEL 3

De in het overzicht genoemde bijdragen zijn de bijdragen voor zover bekend op het moment van ondertekening van het convenant. Incidentele projectbijdragen zijn niet opgenomen in het overzicht.

*Bedragen in euro's per jaar*

Naam instelling	OCW	Provincies		Gemeenten								
		Gelderland	Overijssel	Apeldoorn	Arnhem	Deventer	Ede	Enschede	Hengelo	Nijmegen	Zwolle	
De Nieuwe Oost	507.395	450.000	450.000		74.000	45.000					50.000	
Het Gelders Orkest	3.622.227	10.000.000 <sup>1</sup>			230.000							
Het Nederlands Openlucht museum	5.781.645											
Introdans	2.851.559	515.000	100.000		108.000							
Kröller Müller museum	1.719.613						30.000					
Museum Slot Loevestein	83.960											
Nederlandse Reisopera	3.612.052	100.000	200.000					420.000				
Orkest van het Oosten	3.612.052		9.375.000 <sup>2</sup>					407.305				
Paleis Het Loo Nationaal Museum	3.019.921											
Rijksmuseum Twenthe	916.982		70.000					70.000				
Theater Sonnevand	593.652		300.485					36.000				
Theatergroep Kwatta	593.652	453.000									60.000	
Toneelgroep Oostpool	2.709.488	247.000	100.000		63.000							

<sup>1</sup> Dit is een eenmalige investeringsimpuls, voor de jaren 2012-2020

<sup>2</sup> In 2011/2012 is investeringsimpuls gedaan van € 8.325.000, deze loopt tot en met 2017. Voor 2018, 2019, 2020 krijgt het orkest een subsidie voor een bedrag van 350 k€ per jaar

Naam instelling	Fondsen	Provincies		Gemeenten							
		Gelderland	Overijssel	Apeldoorn	Arnhem	Deventer	Ede	Enschede	Hengelo	Nijmegen	Zwolle
BOT <sup>3</sup>	187.500 <sup>4</sup>										
De Bastei	37.500 <sup>5</sup>										
De Plaats	150.000 <sup>4</sup>				72.500						
Deventer op Stelten	125.000		100.000			180.000					
Ereprijs	130.900 <sup>4</sup>	175.000		90.000	57.500						
Extrapool	100.000 <sup>5</sup>									17.000	
Gnaffel	354.167 <sup>4</sup>		50.000								80.000
Go Short	75.000	83.000								85.000	
Jens van Daele	133.750				65.000						
Jeugdorkest Nederland (JON)	150.000										
Kultuurbaarbaar / De Staat	236.200										
Kunstbende	125.000	50.000	11.000								4.000
Kunstvereniging Diepenheim	125.000 <sup>5</sup>	nntb	100.000								
Museum TwentseWelle	36.833 <sup>5</sup>							1.661.000			
Music Meeting	150.000	87.000								65.000	
Nederlands Openluchtmuseum <sup>3</sup>	100.000										
Nederlands Jeugdorkest (NJO)	375.000	200.000		160.000	62.500					20.000	
Popronde	85.000									9.000	5.000
PopSport	140.000										
Prinses Christina Concors	192.500		9.000								
Romeinenfestival	40.000									25.000	
Toneelschap Beumer en Drost	354.167 <sup>4</sup>		50.000			15.000					
TETEM	70.000 <sup>5</sup>							295.896			
Wintertuin <sup>3</sup>	110.000										

<sup>3</sup> voor co-financiering gemeenten en provincie, zie tabel financiering OCW bij De Nieuwe Oost resp. Nederlands Openluchtmuseum

<sup>4</sup> dit betreft in eerste instantie subsidie Fonds Podiumkunsten voor 2017 (kamerbrief inzake reactie op amendement van het Lid Vermue C.S. dd 7 december 2016)

<sup>5</sup> dit betreft in eerste instantie subsidies binnen een van de meerjarige regelingen Mondriaanfonds tot en met 2017 of 2018 (instelling zal daarna opnieuw moeten aanvragen bij het Mondriaanfonds).

# Bronnen

- APE, Frank Bongers et al (2017) Economische ontwikkelingen in de cultuursector, 2009-2016
- Berenschot (2010) Bedrijfsmodellen voor kunsteducatie
- Berenschot (2018) Stadsschouwburg en Concertgebouw de Vereniging, Rapportage financiële doorlichting
- Boekmanstichting (2017). De Staat van Cultuur 3
- Boekmanstichting & Atlas voor Gemeenten (2018). Cultuurindex
- Buys Culturele Profielen (2010) Inventarisatie Kunst & Culturaanbieders Nijmegen
- Buys Culturele Profielen (2011) Cursusaanbieders Kunsteducatie Nijmegen (elders meer naar cultuureducatie)
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2017). Musea in Nederland 2016
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2018). Armoede en sociale uitsluiting 2018
- Cultuur Netwerk Nijmegen (2018) Peerreview Ketenintendantschap Culturele Instellingen Nijmegen
- Cultuur+Ondernemen, Broekema & Fransman (2018). Governance 6 culturele instellingen Nijmegen 2017
- DSP-groep (2015), Cultuurmanifest Oost Nederland 2017-2020
- Fonds Podiumkunsten (2016) Meerjarige activiteitensubsidies 2017-2020
- Gemeente Arnhem & Gemeente Nijmegen (2018) Groeidocument 025 Arnhem Nijmegen
- Hendrik Beerda Brand Consultancy (2017). Strategische Analyse van het merk Nijmegen
- Kristina Lauche & Hubert Korzilius, Institute for Management Research van de Radboud Universiteit Nijmegen (2018). Rapport, tweede meting cultuursector Nijmegen.
- Kristina Lauche & Hubert Korzilius. Institute for Management Research van de Radboud Universiteit Nijmegen (2016). Rapportage nulmeting cultuursector Nijmegen. [ketens]
- LAGroup, Hodes, et al (2017) Culturele Samenwerking in stedelijke regio Arnhem Nijmegen
- Marlet, et al (2017). Atlas voor Gemeenten, Cultuurkaart Nijmegen
- Ministerie van OCW (2016). Toekenningen culturele basisinfrastructuur 2017-2020
- Ministerie van OCW (2018) Cultuur in Beeld 2017
- Ministerie van OCW (2018) Cultuur in een open samenleving
- Museum Vereniging (2018). Museum Cijfers 2017.
- Nijmegen voor Dummies
- Ontwikkelingen programma Cultuur, Cultuurhistorie en Citymarketing...
- Paul van der Heijden (2018). De kleine geschiedenis van Nijmegen voor Dummies; Voor Dummies.

Platform 31 (mei 2018) De samenhangende opgaven voor Nijmegen in het komende decennium

Raad voor Cultuur (2017). Cultuur voor stad, land en regio, de rol van stedelijke regio's in het cultuurbestel

Raad voor Cultuur (april, 2019) Cultuur dichtbij, dicht bij cultuur

Raad voor Cultuur (maart, 2019) Met erfgoed meer ruimtelijke kwaliteit

Respons (2019). Evenementen Monitor 2018

Rijkscultuurfondsen (april 2019), gezamenlijke brief aan de Minister van OCW in reactie op het stelseladvies van de Raad voor Cultuur

Stichting iMMovator (2017). Monitor Creatieve Industrie 2016

ZKA Leisure Consultants, i.o.v. RBT KAN (2016). Toeristische recreatieve monitor Arnhem Nijmegen

ZKA Leisure Consultants, i.o.v. RBT KAN (2017). Toeristische positionering Rijk van Nijmegen

#### *Nijmeegse culturele instellingen*

- Jaarverslagen
- Verslagen van CNN

# Stukken van de gemeente

## Gemeente Nijmegen

Onder andere de volgende stukken van de gemeenten Nijmegen zijn geraadpleegd...

- Altijd Nijmegen, Uitvoeringsagenda Citymarketing 2015 – 2018 (2014)
- Brief aan Gemeenteraad Nijmegen 23-09-15: Subsidie 2016 t/m 2019 grote culturele instellingen en peer-review
- Collegevoorstel (23 10 19) Verlenging opdracht Het Besiendershuis, Huis voor de creatieve stad
- Collegevoorstel, Verlenging Subsidie productiehuisen en festivals (11-12-2017)
- Erfgoedagenda 2018-2022 (2017)
- Nota Cultureel Erfgoed (2013)
- Tabel Kunst en cultuureducatie [toch benoemen lage uitgaven aan cultuureducatie] (2018)
- Voorstel Raad: Verlenging Kunst- en Cultuurvisie 2012-2016 (2015)
- Werken in Ketens, kunst- en 2012-2016 (2012)

## Gemeente Nijmegen, Onderzoek en Statistiek

Het Nijmeegs Verleden Verbeeld, kansen en aanknopingspunten vanuit publieksonderzoek (2011)

Publieksonderzoeken Nijmeegse podia (2015)

## Effectmetingen:

Vierdaagsefeesten 2016

Govert Concerten (2017)

Gebroeders van Limburg Festival (2009)

Het imago van Nijmegen (2015)

Het imago van Nijmegen tijdens evenementjaar 2016 (2017)

## Meningspeiling Stadspanel

Cultuurvisie (2011)

Publieksonderzoeken Nijmeegse podia (2015)

Evenementenjaar 2016 (2017)

Verleden Verbeeld (2015)

# Gesprekspartners

Voor dit onderzoek sprak Blueyard (grotendeels live) met een groot aantal mensen. Al die mensen willen we hartelijk danken voor hun tijd en input. We spraken met mensen uit Nijmegen en mensen van buiten de stad. Mensen van binnen en van buiten de cultuursector. Mensen van de gemeente. Naast de geplande gesprekken, bevroegen we willekeurige mensen ook op straat, in cafés, in broedplaatsen, etc. Hiernaast geven we een alfabetische lijst met de 67 mensen die we gepland spraken. We deden dat in individuele gesprekken of in groepen van gemiddeld 7 gesprekspartners. We spraken met en over...

- [Makers \(kunstenaars, creatieven, ontwerpers, etc.\)](#)
- [Cultuurparticipatie \(amateurkunst, cultuureducatie\)](#)
- [CNN-instellingen \(deze spraken wij ook in los verband\)](#)
- [Kleinere instellingen](#)
- [Erfgoed](#)
- [De gemeente](#)

## Gemeenteraad

Tijdens het proces van ons onderzoek, spraken we vier keer met een afvaardiging van de gemeenteraad (steeds 8 tot 13 raadsleden). We deelden onze bevindingen en vroegen de raadsleden om reacties. We hebben deze meetings niet alleen als nuttig, maar ook als bijzonder en constructief ervaren. We willen dan vooral ook de aanwezige leden van de gemeenteraad bedanken voor hun aandacht, tijd en input.

Youri Appelo	Expopl, BKVN Platform
Jan-Wieger van den Berg	Besiendershuis, directeur
Betty Bergman	Gem. Nijmegen, programmamanager cultuur
Leon Berkers	Cultureel terras De Kaaij
Mirjam Blott	De Culturele Zaak
Leonie Braks	Gem. Nijmegen, sr. beleidsadviseur zorg & welzijn
Bas Broeder	Festival de Oversteek, creatieve/zakelijke leiding
Theo de Bruin	Adviseur Natuur en Toerisme/Vrijtijdseconomie
Jorine de Bruin	De Broederij, Kunstexpres
Thomas van Dalen	Adviseur en organisatiestrategie
Fennieke Dijkema	HAN, docent en studenten coach
Natalie van den Dobbelssteen	Gem. Nijmegen, adviseur cultuur
Freek van Duijn	Theatergroep Kwatta, directeur
Daan Geven	Gemeente Nijmegen, Adviseur economische zaken
Maarten van Ginkel	Gemeente Nijmegen, senior adviseur
Bo van de Graaf	Musicus, I Compani
Sanne Grijzen	Music Meeting, directeur
Niki Heffels	Gallerie Marzee
Peter van der Heijden	Romeinen.nu
Paul van der Heijden	Gebroeders van Lymborghhuis, CPRN, bestuurslid
Montse Hernandez i Sala	Nijmeegs Ontwerp Platform, vormgever
Steven Hodes	Lagroup, directeur, senior adviseur
Bert Hogemans	Bibliotheek Gelderland Zuid, directeur
Pien Houthoff	LUX, directeur
Michiel Hustinx	Gem. Nijmegen, Projectleider duurzame stad
John Jansen	Archeologische Werkgroep Nijmegen (AWN)
Wazir Karamat	World Street Kitchen
Han van Krieken	Radboud Universiteit, Rector magnificus
Corrie Kuijs	Besiendershuis, kunstenaar
Susan Lammers	Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed, Directeur
Danielle Leenders	Gem. Nijmegen, Programmamanager Zorg en Welzijn
Joris Leijten	Joleijt educatieve producten, eigenaar
Wiel Lenders	Bevrijdingsmuseum (o.a.), directeur

Edwin van Meerkerk	Univ. hoofddocent cultuureducatie en cultuurbeleid
Rob Michels	Creatief ondernemers, o.a. Altijd Nijmeegse
Eva Middelhoff	Vereeniging en Stadsschouwburg, directeur
Ellis Moesker	Cultuur op de Campus
Chamin Panapala	Nijmeegse Federatie Muziek
Doeko Pinxt	Gemeente Arnhem, bestuursadviseur
Laurien Renckens	Houtwerf, beeldend kunstenaar
Kirsten Ruber	Go Short filmfestival, directeur
Hedwig Saam	Museum het Valkhoff, directeur
Fenne Saedt	Galerie Ruis, schrijver, curator,
Martijn Schinkel	Filmmaker, regisseur, schrijver
Mathieu Schouten	Gem. Nijmegen Projectleider omgevingsvisie
Jan Willem Slingting	Programmeur muziek, Paradiso, Carré
Maerle Snabel	Gemeente Nijmegen, adviseur cultuur
Barbara Snel	Bestuur Keijzersstad Jeugdorkest
Rini Sonnemans	Cultuur en School Nijmegen
Jorien Stravens	Popsport
Andre Stufkens	Maelwael v. Lymborch Studies St. Joris Ivens, CPRN
Toine Tax	Doornroosje, directeur
Frank Tazelaar	De Nieuwe Oost / Wintertuin
Frank Toering	Stroom, Lent stuurman
Steven Trooster	Ugenda
Kim Uittenhout	Nijmeegse Kunstnacht
Jordan van de Ven	Kunstenaar
Noël Vergunst	Wethouder Gemeente Nijmegen
Ernest Verhees	Regionaal Archief
Godfried Verstegen	Brebl
Andrea Voskens	Gem. Nijmegen, City marketeer
Bas de Vries	De Smelkroes, co-founder
Arie de Vries	Sterker sociaal werk, directeur
Teddy Vrijmoet	De Lindenberg, directeur
Heleen Wijgers	Stevenskerk, directeur
Indira Willems	ID Dans Dansschool, eigenaar, dansdocent
Marjolein van de Zandschulp	Gemeente Nijmegen, directeur