



Den Haag

Verlagen themagesprekken en stadsgesprek Cultuur

april 2015

Meerjarenbeleidsplan Kunst en Cultuur

Het Meerjarenbeleidsplan Kunst en Cultuur, ook wel het kunstenplan genoemd, beschrijft het Haagse cultuurbeleid voor de komende jaren. In het plan staat ook welke culturele instellingen vier jaar lang subsidie van de gemeente Den Haag krijgen.

Voorafgaand aan het Meerjarenbeleidsplan stelt de gemeenteraad een beleidskader vast. In dit beleidskader staan de uitgangspunten en prioriteiten van het cultuurbeleid. Culturele instellingen kunnen met dit beleidskader rekening houden bij het opstellen van hun subsidieaanvragen. Het beleidskader is ook de belangrijkste basis van het advies van een onafhankelijke commissie over de subsidieaanvragen van de Haagse culturele instellingen.

De subsidieaanvragen en bijbehorende adviezen vormen uiteindelijk het Meerjarenbeleidsplan Kunst en Cultuur. Ook dit Meerjarenbeleidsplan wordt vastgesteld door de gemeenteraad.

Proces

De gemeente Den Haag vindt het belangrijk dat iedereen in Den Haag kan meepraten over het nieuwe cultuurbeleid. Daarom zijn er in januari, februari en maart 2015 themagesprekken gevoerd met het culturele veld en vond op 9 maart 2015 een stadsdebat plaats met inwoners, culturele instellingen, onderwijsinstellingen en andere betrokkenen.:

Themagesprekken

- Makersklimaat
- Cultuur en de Toekomst
- Cultuur voor iedereen
- Cultuureducatie
- Cultuur als gezicht van de stad

De uitkomsten van deze gesprekken dienen als input voor het nieuwe beleidskader. De weerslag van de gesprekken vindt u in dit verslag.

Adviescommissie

Parallel hieraan loopt het samenstellen en installeren van de Adviescommissie voor het Meerjarenbeleidsplan Kunst en Cultuur 2017-2020, die door het college benoemd wordt.

Subsidieaanvragen

Vóór 1 december 2015 moeten de subsidieaanvragen voor het kunstenplan 2017-2020 zijn ingediend. Hierna heeft de adviescommissie ongeveer een half jaar de tijd om over alle aanvragen een advies uit te brengen aan het college.

Tijdschema / kalender

- Voorjaar 2015 – Vaststellen beleidskader
- Voorjaar 2015 – Installatie adviescommissie
- Najaar 2015 – Aankondigen subsidieaanvragen en publicatie subsidieregeling
- 1 december 2015 – Deadline indienen subsidieaanvragen 2017-2020
- Vóór 1 juli 2016 – Collegebesluit over Meerjarenbeleidsplan 2017-2020
- Najaar 2016 – Raadsbesluit over Meerjarenbeleidsplan 2017-2020
- December 2016 – Versturen beschikkingen en afwijzingen

Informatie

Heeft u een vraag over het kunstenplan of wilt meer informatie? Kijk op www.denhaag.nl/kunstenplan of neem dan contact op met de gemeente Den Haag via e-mail: infocultuur@denhaag.nl.

Stadsgesprek 9 maart 2015

Het Stadsgesprek cultuur vond plaats op maandag 9 maart 2015 in Theater aan het Spui. De ongeveer 200 aanwezigen, bewoners en vertegenwoordigers uit de culturele sector, het onderwijs en de welzijnsinstellingen hebben gesproken en gebrainstormd aan de hand van tien vragen en thema's van de themagesprekken. De resultaten van de brainstorm vindt u in de bijlage.

Vragen

Makersklimaat

1. Hoe kunnen we het makersklimaat voor jonge professionele kunstenaars verder verbeteren?
2. Hoe kunnen we het (goede) makersklimaat beter zichtbaar maken, zodat het bijdraagt aan een dynamisch imago van Den Haag?

Cultuur van de toekomst

3. Hoe kunnen cultuurinstellingen jongeren meer betrekken om het cultuuraanbod beter met ze te delen?
4. Hoe kunnen cultuurinstellingen initiatieven van jongeren zichtbaarder maken en hen daarbij ondersteunen?

Cultuur voor iedereen

5. Hoe kunnen culturele instellingen inspelen op de veranderende Haagse bevolkingssamenstelling?
6. Hoe kunnen culturele instellingen hun maatschappelijke relevantie vergroten?

Cultuureducatie

7. Wat is er voor nodig om vraag en aanbod voor het cultuuronderwijs beter op elkaar te laten aansluiten?
8. Welke rol moet de gemeente spelen als het gaat om de instandhouding van een goed cursusaanbod voor de vrije tijd?

Cultuur als gezicht van de stad

9. Hoe kunnen we cultuur beter benutten voor toerisme, bedrijvigheid, et cetera?
10. Sluit het culturele aanbod voldoende aan bij het internationale karakter van deze stad?

Themagesprek Makersklimaat (19 januari 2015)

Inleiding

Hoe blijven we een dynamische stad voor jonge (professionele) makers? Hoe kan de kunst zich blijven ontwikkelen? Wat is er nodig om het makersklimaat te stimuleren, wat heeft een (jonge) maker nodig.

Iedere generatie brengt zijn eigen talenten voort die een kans moeten krijgen. Voor welke vragen staan we nu? Ook omdat er meer hybride vormen ontstaan, moet er wellicht meer discipline overstijgend worden gewerkt aan het scheppen van mogelijkheden voor jonge makers. Geven de bestaande ontwikkelmogelijkheden nog voldoende mogelijkheden? Wat is er nodig om vanuit bestaande mogelijkheden meer kansen te scheppen? Heeft de identiteit van de stad Den Haag invloed op het makersklimaat? Makers hebben ook te maken met een veranderende smaak van het publiek. Spelen jonge makers daar anders op in dan 'gevestigde' makers en instellingen?

Wat is de rol van de gemeente hierin? Welke voorwaarden moet de gemeente creëren voor een goed makersklimaat?

Tijdens het gesprek kwam naar voren:

Er is veel positieve energie in Den Haag voor jonge makers, maar de stad heeft niet dat imago. Den Haag zou de zichtbaarheid ervan kunnen en moeten verbeteren en meer moeten uitdragen wat Den Haag heeft en te bieden heeft.

Om het makersklimaat te bestendigen en te verstevigen zijn voor beeldend kunstenaars betaalbare werkruimtes nodig en voor podiumkunstenaars plekken om te experimenteren. Naar voren kwam dat carrières van kunstenaars vaak niet meer lineair verlopen. Ze hebben meer beroepspraktijken naast elkaar en buigen hun loopbaan om.

Grote(re) instellingen moeten hun verantwoordelijkheid nemen om jong talent te ondersteunen en aan de stad te verbinden. Het belang van het hebben van kunstenaars in de stad moet goed naar voren worden gebracht. Dit uitdragen is ook een verantwoordelijkheid van de stad.

Sommigen zagen het culturele leven in Den Haag als een eilandenrijk met monoculturen. Of dat nu goed is of niet, daarover waren de meningen verdeeld. Maar een monocultuur is niet voor iedereen drempelverlagend voor het publiek.

Iedereen was het erover eens dat Den Haag een goede voedingsbodem is voor makers omdat er relatieve rust en ruimte is om aan het werk te gaan.

Themagesprek Cultuur en de Toekomst (2 februari 2015)

Inleiding

Het culturele landschap verandert door maatschappelijke, economische en culturele trends. Er heerst een gevoel dat er een nieuwe tijd aanbreekt. Demografische veranderingen, individualisering, medialisering, digitalisering, globalisering gekoppeld aan meer focus op de eigen leefomgeving hebben de wereld, en zeker die van jongeren, veranderd.

Deze veranderingen zijn van invloed op de cultuurdeelname van de Nederlandse bevolking. De publieksvoorkeuren veranderen en de opkomst van de 'belevenismaatschappij' draagt er wellicht toe bij dat (met name) jongeren zich niet meer aangesproken voelen door het bestaande culturele aanbod. Jongeren in de leeftijdsgroep 18-27 jaar zijn voor culturele instellingen zoals theaters, festivals, musea vaak moeilijk te bereiken. De klassieke cultuur verliest terrein. Ook oudere cultuurliefhebbers zijn meer omnivoor geworden.

Ook zijn er ontwikkelingen in de cultuursector zelf: het vervagen van de scheidslijnen tussen disciplines en tussen cultuurproductie en consumptie. Den Haag wil nu en in de toekomst een veelzijdige culturele stad blijven, ook voor jongeren.

Hoe kan ruimte gegeven worden aan een veranderde smaak en aan veranderende patronen van cultuurconsumptie? Wat moeten culturele instellingen doen en wat hebben ze nodig om bij deze ontwikkelingen aan te sluiten?

Tijdens het gesprek kwam naar voren:

Hoewel de digitale wereld een steeds grotere rol speelt voor cultuur en cultuurbeleving, met name bij jongeren, blijft het tegelijk een middel: er gaat niets boven een live concert of optreden. Maar jongeren willen betrokken worden, deel uitmaken van het proces.

De culturele infrastructuur van de toekomst behoeft interactie: instellingen moeten zich meer dan voorheen aanpassen om verbinding te leggen met de samenleving. Als je jongeren wilt trekken moet je hen betrekken.

Maar we moeten wel beseffen welke culturele rijkdom we hebben die ook van waarde blijft voor toekomstige generaties. De zogenaamde hoge cultuur blijft van belang, al is het misschien niet voor iedereen. Maar tegelijkertijd staan er misschien wel te veel muren tussen de kunstinstellingen. Er is meer behoefte aan multidisciplinaire plekken, aan interactiviteit. De klassieke infrastructuur blijft nodig, maar daarnaast is flexibiliteit nodig om vernieuwing mogelijk te maken, om drempels te slechten.

Themagesprek Cultuur voor iedereen (11 februari 2015)

Inleiding

De bevolking van Den Haag verandert van samenstelling. Er zijn meer mensen van niet-Nederlandse afkomst dan voorheen (nu 53%). Welke gevolgen heeft dit voor het cultuuraanbod dat de gemeente Den Haag in stand wil houden? Op dit moment nemen vooral oudere bezoekers van Nederlandse afkomst deel aan cultuurvormen als ballet, musea en klassieke muziek. Voor musea geldt daarnaast dat er een groei is van bezoek door kinderen en jongeren. Ook voor populaire vormen van cultuur, denk aan cabaret, bioscoop of popmuziek, is er een toenemende belangstelling van zowel ouderen als jongeren toe. Bijna de helft van de Haagse inwoners is van niet-Nederlandse afkomst. De deelname van deze groep aan culturele activiteit ligt lager dan die van mensen van Nederlandse afkomst. Bij cultuurdeelname laten mensen zich meer en meer leiden door hun individuele keuze. En deze wordt weer bepaald door bijvoorbeeld de opleiding die iemand genoten heeft, de sociaaleconomische positie en de persoonlijke netwerken.

Tijdens het gesprek kwam naar voren:

De diverse bevolkingssamenstelling van Den Haag vraagt om een andere manier van programmeren dan traditioneel bij theaters en musea werd gedaan. Het is onvoldoende om een mooi programma neer te zetten en daarbij een publiek te zoeken.

De oplossing lijkt te liggen in co-creatie: verschillende mensen betrekken bij het tot stand komen van een programma. Dat leidt er vaak toe dat er mengvormen ontstaan die verschillende groepen mensen, met name jongeren, aanspreken. De cultuurankers slagen er steeds beter in dit te ondersteunen en verschillende groepen bij elkaar te krijgen, dit vraagt om veel inzet, ondersteuning, netwerkopbouw en –vorming en tijd. Het vraagt een lange adem om dit te ontwikkelen.

Niet iedereen stelt het op prijs om op zijn afkomst aangesproken te worden. Mensen zijn vooral op zoek naar gelijkgestemden als ze 'uitgaan', daar moeten organisaties goed op inspelen. Dat is mogelijk door mensen te betrekken bij de programmering en een brede context te bieden. Daarbij wordt opgemerkt dat juist dit gemengde aanbod nog niet ruim beschikbaar is, dit moet worden ontwikkeld. Om een divers publiek aan te spreken is de inhoud van het aanbod belangrijk, maar ook de marketing en communicatie, het moment of tijdstip waarop een voorstelling/vertoning te zien is en wat de context is waarbinnen dat wordt aangeboden.

De Code Culturele Diversiteit wordt door alle aanwezigen onderschreven. Het is nog niet altijd mogelijk om deze helemaal door te voeren. Conclusie is dat de code zeker onderdeel moet uitmaken van het beleidskader.

Themagesprek Cultuureducatie (16 februari 2015)

Inleiding

De afgelopen jaren zijn er veel zaken veranderd op het gebied van cultuureducatie:

- Binnen het cultuuronderwijs (binnenschoolse cultuureducatie) is de vraag van de scholen leidend geworden; cultuuronderwijs moet een onderdeel van het onderwijscurriculum zijn en het aanbod moet aansluiten op de behoefte van het onderwijs.
- Scholen worden bij het formuleren van de vraag naar cultuureducatie ondersteund door de cultuurcoaches in dienst van CultuurSchakel, de ondersteunings- en bemiddelingsorganisatie voor cultuureducatie en amateurkunst.
- Alle culturele instellingen hebben in principe de verplichting om aanbod te leveren en minimaal 5% van de gemeentelijke subsidie te besteden aan cultuureducatie.
- CultuurSchakel coördineert ook de uitvoering van 'Cultuureducatie op zijn Haags' waarbinnen met ondersteuning vanuit de rijksregeling Cultuureducatie met Kwaliteit (CMK) en de gemeente doorlopende leerlijnen worden ontwikkeld.

Op het gebied van het vrijetijdsaanbod (buitenschoolse cultuureducatie) heeft de gemeente gekozen voor de beleidslijn om dit met uitzondering van het aanbod voor kinderen niet langer te financieren en grotendeels aan de markt van zzp'ers en andere aanbieders over te laten. Ten behoeve van de toegankelijkheid komen minder draagkrachtigen wel in aanmerking voor korting via de Ooievaarspas. Daarnaast ziet de gemeente een ondersteunende rol voor zichzelf weggelegd als het gaat om faciliteiten als betaalbare huisvesting voor zzp'ers en het inzichtelijk maken van de vrijetijdsmarkt. Na enkele jaren blijkt dat veel initiatieven zijn ontstaan in de stad, veelal opgericht door oud-Koorenhuis-docenten. Er zijn ook zorgen over oneerlijke concurrentie (Koorenhuis, Prins27), gebrek aan overzicht voor de klanten, de toegankelijkheid voor (kinderen van) minder draagkrachtigen en het gegeven dat kunstvak-docenten met een zelfstandige beroepspraktijk maar nauwelijks rond kunnen komen.

Tijdens het gesprek kwam naar voren:

Scholen hebben moeite om de juiste vraag te stellen omdat ze nog niet zo bewust bezig zijn geweest met cultuureducatie zelf. Deels komt dit voort uit het feit dat veel kennis verloren is gegaan door weinig aandacht bij de Pabo's voor cultuureducatie. Door CultuurSchakel wordt veel aandacht besteed aan deskundigheidsbevordering onder docenten en de opleiding van Inter Cultuur Coördinatoren. Daarnaast is samen met de Haagse Hogeschool een Minor Cultuureducatie gestart voor Pabo-studenten. Het formuleren van de vraag en het aansluiten daarop van de vraag blijkt in de praktijk vaak maatwerk, waarbij rekening gehouden moet worden met de specifieke omstandigheden van de verschillende scholen.

Een andere zorg is het overaanbod dat onder meer door de 5 procent-norm en het systeem voor schoolvoorstellingen is ontstaan.

Bij het vrijetijdsaanbod werd de zorg geuit dat freelance-docenten niet voldoende inkomen kunnen verwerven uit het geven van cursussen. Er is veel concurrentie en de kwaliteit staat onder druk, omdat iedereen zich kan aanbieden als docent. In vergelijking met de oude Koorenhuis-situatie is een versnippering ontstaan. De gemeente en de Haagse bevolking hebben nu geen goed zicht op het aanbod en de kwaliteit van de docenten, met name in de vrijetijdseducatie.

Themagesprek Cultuur als gezicht van de stad (4 maart 2015)

Inleiding

Hoe kan cultuur de uitstraling, het gezicht van Den Haag versterken? Den Haag wil een aantrekkelijke stad blijven voor zowel bewoners, bezoekers als bedrijven. Cultuur draagt hier aan bij. Het gemeentelijk cultuurbeleid richt zich op het in stand houden en stimuleren van een veelzijdig en aantrekkelijk cultureel aanbod. Kunst en cultuur hebben een intrinsieke waarde, maar zijn ook belangrijk voor het maatschappelijk en economisch domein: cultuur verbindt mensen door ontmoeting en het draagt bij aan het vestigingsklimaat, aan toerisme, bedrijvigheid en werkgelegenheid en stadsontwikkeling.

Den Haag wil meer jonge kenniswerkers, studenten, creatief talent en veelbelovende ondernemingen aantrekken en vasthouden. Ze wil meer toeristen, congressen en internationale bedrijven aantrekken en zijn profiel als internationale stad van recht en vrede versterken.

Maar wat bepaalt het gezicht van Den Haag en wat is de betekenis van cultuur daarin? Hoe kan cultuur meer betekenis krijgen voor andere domeinen? En omgekeerd: hoe kunnen deze domeinen aan het gezicht van Den Haag als cultuurstad bijdragen?

Als cultuur een middel is, dan moet het aanbod wel goed zichtbaar zijn. Is dat zo? Hoe kan de zichtbaarheid van Den Haag als cultuurstad worden vergroot? Wat betekent dit voor de citymarketing /branding van Den Haag?

Tijdens het gesprek kwam naar voren

Den Haag heeft nog altijd met een tweeledig cultureel imago: voor inwoners is het een innovatieve en bruisende stad, voor buitenstaanders heeft het een bedaagd karakter met klassieke kunst en erfgoed. Ondanks dat (ook) in De Haag veel meer dynamiek is dan bijvoorbeeld 20 jaar geleden. Maar als mensen Den Haag leren kennen, worden ze meestal vanzelf positiever.

Er zijn vele kenmerken genoemd: stad van de menselijke maat, hoge kwaliteit van leven, rijk aanbod, internationaal, koninklijk, afstandelijk en statisch imago (vergelijkbaar met Brussel), Den Haag als deftige dame, die zich niet gelijk gewonnen geeft maar vol verhalen zit, regeringsstad, politiek en ambtenaren, internationaal, recht en vrede, zee en stad met twee profielen (zand en veen).

Over Den Haag als studentenstad kwam naar voren dat studenten hier minder dan in andere steden een band met de stad opbouwen. Cultureel aanbod is er, maar studenten (en jongeren) zoeken plekken waar gelijkgestemden worden gevonden. Den Haag heeft nog geen natuurlijke plek. En het uitgaans- en nachtleven in Den Haag valt tegen.

Het profiel vrede en recht is voor het aantrekken van internationale organisaties en voor de Campus Den Haag van belang, maar minder voor bewoners en voor toeristen is het geen slogan waarop zij afkomen. Het is ook een lastig thema voor cultuur; oorlog en onrecht levert interessantere kunst op. Voor cultuur is het deel 'internationale stad' krachtiger.

Er is een breed aanbod, maar ook erg versnipperd in talloze evenementen. Dit betekent een marketingprobleem. Er zou regie moeten komen om samenhang te brengen en het culturele profiel te versterken. Er is voldoende aanbod, maar er moet beter over gecommuniceerd worden, ook bijvoorbeeld bij de invalswegen van Den Haag.

Betrek de sector zelf bij het ontwikkelen van het cultureel imago van de stad. Die moet zich dan zelf ook actiever identificeren met Den Haag.

Den Haag hoeft niet steeds te zeggen dat er 'verscholen goed' is en zich niet zo druk maken over zijn imago. Beter is te focussen op hoe we het aanbod op een hoger plan kunnen brengen.

Het gesprek leverde dus geen eenduidig beeld van wat er moet gebeuren. Het liep uiteen van het zetten van een (nieuwe) stip op de horizon (profilieren met een groot evenement) tot het versterken wat er al is en dat beter uitdragen. Een kleine meerderheid lijkt zich uit te spreken voor bundelen, in plaats van iets nieuws maken. Er was de oproep om evenementen en cultuur steviger te verbinden. Voor veel beleid, ook op het gebied van marketing, is een lange termijn nodig, langer dan een collegeperiode. Ook hier in de stad zijn mensen vaak nog verrast over wat er allemaal is. Dat moeten we consequent met elkaar uitdragen.

Bijlage: Resultaten van de brainstorms Stadsgesprek 9 maart 2015

Makersklimaat

1. ***Hoe kan het makersklimaat voor jonge professionele kunstenaars verder worden verbeterd?***
 - Samenwerking verbeteren tussen opleiding(en) en culturele instellingen
 - Tijd en ruimte (om te creëren en te tonen) bieden aan (jonge) kunstenaars
 - Ruimte (en geld) voor experiment, minder afrekencultuur
 - Vertrouwen in expertise van professionals in het veld (werkzaam in talentontwikkeling)
 - Internationale uitwisseling (kennis en expertise)
 - Investeren in bestaande presentatie en productie plekken, in alle disciplines, waar (jonge) makers terecht kunnen (en gebruik maken van de pr en marketingmachine)
 - Ruimte voor nieuwe en vernieuwende gezelschappen, broedplaatsen e.d., zodat diversiteit versterkt en uitgebouwd kan worden.
 - Aandacht voor goed verblijfsklimaat (discotheken, restaurants, winkels enz.)
 - Leg initiatief bij (jonge) makers
 - Mogelijkheid tot tweejarige subsidie voor beeldende kunst en theater en muziek (om te voorkomen dat beginnende makers te lang afhankelijk zijn van projectsubsidies)
 - Discipline-overstijgende makelaar die kennis, ervaring, ruimtes en materiaal in kaart brengt en vraag en aanbod kan koppelen (om uitwisseling tussen disciplines makkelijker te maken en dure investeringen te voorkomen -> materialen kostenbesparend, zijn aanwezig in Den Haag maar de clubs weten het niet van elkaar)
 - Experimenteerpotje voor nieuwe bedrijfsmodellen (niet alleen experiment op inhoudelijk vlak maar ook op het gebied van organisatie en financieringsmodel).
 - Creëren van betaalbare repetitieruimte voor muziek, theater, dans (+ techniek), multimediale kunst (onder toezicht van de 'makelaar') (leegstaande panden?)

2. Hoe kan het (goede) makersklimaat beter zichtbaar worden gemaakt, zodat het bijdraagt aan een dynamisch imago van Den Haag?

- Broedplaatsnotitie: verbreden naar meer disciplines
- Aandacht voor de keten (opleiding, talentontwikkeling, experiment et cetera)
 - Kleine expo ruimte (nodig) tot grote zaal (festivals)
 - Minder sturen op afrekenen aantal bezoekers
- Zichtbaar maken
- Samenwerking verschillende instellingen, grote instellingen aan kleinere koppelen!
Multidisciplinair
- Flexibiliteit in subsidiering: “gaten tussen structurele/projectsubsidie en korte termijn projecten” oplossen -> durfbudget
- Evalueren tussen disciplines: leren van elkaar (bijv. bij pop gaat het goed)
- Cultuurankers een actieve rol laten nemen om lokale makers te laten zien.
- Koppelen van lokaal talent aan (inter-) nationaal talent

3. *Hoe kunnen cultuurinstellingen jongeren meer betrekken om het cultuuraanbod beter met ze te delen?*

- Betere doorstroom/scholen -> vrije tijd
- Korte trajecten
- Input vragen, verantwoordelijkheid
- Vertrouwen/verantwoordelijkheid geven
- Jongeren moeten betrokken worden bij het programmeren en maken van aanbod
- Eerlijke presentatie die past bij de belevingswereld van de jongeren
- Kruisbestuiving tussen instellingen
- Meer laten ervaren
- Ouders ook betrekken bij < 12 jaar
- Richt een Jongeren Cultuur Raad die de 50 miljoen gaat verdelen. De uitkomsten vergelijken met reguliere verdeling van de 50 miljoen. Daar kunnen conclusies uitgetrokken worden.
- Zoek uitvoeringsplekken buiten je 'traditionele' omgeving bijv. Residentie Orkest speelde in het Paard.
- Amsterdam hanteert een bonnenboekje (We Are Public) waar de jongere zelf uit kan kiezen. Die inhoud van dit boekje met bonnen kun je sturen.
- Differentieer nadrukkelijker de communicatiemiddelen (internet enz.) die bij de doelgroep past.
- Uit de eigen doelgroep verslaggevers-rapporteurs die andere jongeren vertellen over bezochte voorstellingen, concerten, musea.
- HHS enz. Concert theater preview momenten organiseren, kortingsbonnen beschikbaar stellen.
- De jongeren verantwoordelijk maken voor bijv. kaartverkoop – als levende reclame. Cultuur evenement koppelen aan uitgaansmogelijkheden (punten sparen) proppers.

4. Hoe kunnen cultuurinstellingen initiatieven van jongeren zichtbaarder maken en hen daarbij ondersteunen?

- De jongeren bestaan niet; divers in meerdere opzichten
- Taskforce die de jongereninitiatieven opspoort (ambassadeurs/loket)
 - Potje van Fonds 1818 voor < 24 jaar
 - Cultuurschakel moet hierin een rol spelen
 - Cultuurankers moeten op zoek in eigen wijk i.s.m. Cultuurschakel
- Cultuurinstellingen kunnen ondersteunen door:
 - Faciliteren, de weg wijzen, ruimte bieden
 - Speelcircuit maken binnen eigen stad (cultuurankers)
 - Sociale media inzetten, zorgen dat instellingen zichtbaar zijn op scholen
 - Professionals koppelen aan bestaande initiatieven

5. *Hoe kunnen culturele instellingen inspelen op de veranderende Haagse bevolkingssamenstelling?*

- Crossovers tussen verschillende groepen/disciplines
- Gastprogrammeurs/curatoren
- Professionele instellingen moeten faciliteren
- Cultuurankers moeten begeleiding bieden aan initiatieven (taal van subsidieaanvragen!)
- Divers programmeren
- Aansluiting zoeken bij de wijken, vraaggericht werken!
- Stelling: de samenstelling van de bevolking is veranderd!
- Ik zie die verandering alleen in de bibliotheek
- Ons publiek zijn onze burens
- Divers personeelsbeleid
- Betrek (migranten)organisaties
- Ga de wijken in/straat op
- Werk samen tussen stad en wijk
- Wordt het publiek bereikt? (communicatie!)
- Promotie via andere kanalen
- Zorg voor interactie met publiek
- Zoek bij educatie naar aansluiting met jongeren

6. ***Hoe kunnen culturele instellingen hun maatschappelijke relevantie vergroten?***

- Theater Dakota: in gesprek met bewoners (wordt ook getoetst in de programmering)
- Dario Fo: community-art (verbinding amateurs-professionals) actieve deelname bevordering + samenwerking verschillende art groups
- Pro Jazz: samenwerkingsverbanden met andere instellingen (ook gericht op jeugd) (verschillende soorten jazz) = maatwerk
- AFTV: gesprek met bewoners (informatie heen en weer)
- MIAW: open-open-open (voor en door iedereen)
- Ciconia Consort: diversiteit/duidelijke identiteit crossovers
- DDDDD: zelfreflectie (laagdrempelig ook voor je vak staan)
- Bibliotheken (Lei-Yp): inspiratie/adviesgroep van de buurt antennes uit voor actualiteit
- Koninklijke Schouwburg: contact met instellingen elders
- Residentie Orkest: actief crossovers (bijv. zorg+) potentieel inzetten
- Magic Touch: crossovers met andere richtingen
- Wat is maatschappelijke relevantie:
 - Verbondenheid met anderen en je dat dagelijks herinneren
 - Oud en jong (kind/jeugd) verbinden en ouderen blijvend verbinden met cultuur (geschikt moment overdag)
 - Dat cultuur tot discussie leidt of een gespreksonderwerp is (levend en aanwezig)
 - Behoeft. Mensen moeten het willen en dat meten: klopt het en zijn ze tevreden (gelukkiger)
 - Aanbod!=maatschappelijke relevantie. Hoe kunnen maatschappelijke instellingen hun culturele relevantie vergroten?
 - Het gooien van een steen in de vijver
 - Het bereiken van bredere/grotere groepen mensen. Die voldoende herkenning en aansluiting zien/voelen. Drempels verlagen.

Mogelijke oplossingen:

- Horizontale programmering: samen spreken over artistieke waarde, groepen koppelen ook een betere/handigere manier om partners te vinden (voor initiatiefnemers)
- Door debat/gesprek te creëren/niet willen pleasen. Podium bieden
- Aanbod centraal: wat ontstaat uit overtuiging (kwaliteit).. dat 'werft' vanzelf dus representeren van/uit de samenleving betrekken bij mede-eigenaar maken van het onderwerp/de uiting van het kunstproject.

7. *Wat is er voor nodig om vraag en aanbod voor het cultuuronderwijs beter op elkaar te laten aansluiten?*

- De aanwezigheid en input van de scholen
- Verankeren van cultuur in het curriculum van de school
- Motiveren en onderwijzen van leraren
- Inzicht verkrijgen in de wens van de scholen (basis, middelbaar en voortgezet)
- Het is belangrijk dat de scholen naar cultuuraanbieder toe gaan vanwege intrinsiek belang van de beleving
- Voldoende financiële tegemoetkoming plus adequate vervoersmogelijkheden voor de scholen
- Digitaal platform waar vraag en aanbod elkaar volledig tegemoetkomen
- Jaarlijkse markt voor culturele instellingen en specifiek het onderwijs
- Informele borrelavonden organiseren voor alle partijen
- Twee partijen: scholen en instellingen moet een wisselwerking zijn, win-win.
- Kan beter: duidelijker beeld van de instellingen en wat zij kunnen bieden aan het onderwijs
- Specialisatie: van overaanbod naar vraaggericht
- 5%-regeling afschaffen: alleen instellingen met een educatieve ambitie moeten een opdracht krijgen
- Verplichting vanuit de scholen om cultuuronderwijs af te nemen
- Inventarisatie: wat is nodig binnen een instelling om goed cultuuronderwijs aan te bieden:
 - Aansluiten bij bepaalde leerdoelen die in onderwijs gelden
 - Kinderen vasthouden om later zelf culturele activiteiten te bezoeken. Inspireren. Smaakontwikkelingen.
 - Talentontwikkeling bevorderen
 - Voedingsbodem en infrastructuur bieden
 - Niet teveel opleggen: betere aansluiting op de specifieke culturele profielen van scholen bijvoorbeeld media techniek, pop/muziek, literatuur, theater, sport/spel. Waar een school goed in is, stimuleren. Waar een instelling goed in is, stimuleren.
 - Elke school een cultuurcoördinator met genoeg uren.
 - ADVIES: elke instelling die cultuuronderwijs aanbiedt een educatiemedewerker met voldoende uren.

8. Welke rol moet de gemeente spelen als het gaat om de instandhouding van een goed cursusaanbod voor de vrije tijd?

- Betaalbare repetitieruimte en podia voor amateurgezelschappen en aanbieders van cursussen
- Meeliften op communicatie van gemeente i.v.m. marketing voorstellingen en cursussen bijv. via website, nieuwsbrief, ophangplekken publieke ruimte etc.
- Ooievaarspas voor iedereen! Drempelverlagend en in het kader van verschuiven van subsidie van aanbod naar vraag.
- Structurele tegemoetkoming voor alle leeftijden (jong en oud!), organiseren van kwaliteit kost geld (dit doet/kan de markt niet zelf)

Cultuur als gezicht van de stad

9. *Hoe kunnen we cultuur beter benutten voor toerisme, bedrijvigheid etc.?*

- Evenementenbeleid: eenduidige inzet van budget, minder bureaucratisch: elk jaar groep om festivalprogramming te organiseren/festivalmaand = avondprogramming
- Cultuur/economie/citymarketing integreren
- Binnenhalen Europese subsidie
- Escher/Vermeer/Mondriaan in beleid NBTC!
- Den Haag is de tweede cultuurstad van Nederland
- Cultuursfeer bij binnenkomst via spoor en auto
- Zomerprogramming
- Architectuur/bekende gebouwen + cultuur verbinden
- Stadsidentiteit
- Momentum creëren
- Totaaloverzicht cultuuraanbod ontbreekt
- Uitlichten/associatie grote culturele events
- Stad aan zee (achter de duinen)

10. Sluit het culturele aanbod voldoende aan bij het internationale karakter van deze stad?

1. Marketing

Cultuur voor vestiging buitenlandse instelling

- Onbekendheid met het aanbod bij 35.000 – 40.000 expats in NL
- Meer push media, on- en offline
- 1. Engelstalig
- 2. Frans, Duitstalig
- “De expat bestaat niet” Focus op jonge meute 35-
- ➔ Er moet budget komen om tweetalige marketing te voeren

2. Aanbod

- Er is te weinig geld voor internationaal aanbod
- ➔ Haal geld uit evenementenbeleid en economisch budget
- Internationaal opereren: meer uitwisselingsprojecten
- In sommige disciplines is de ontwikkeling globaal: dat vraagt om het tonen van de internationale ontwikkelingen.

3. Publiek

- Expats is old school. Nu is het “internationals”: jongeren 45-, “free movers”, “global citizens”.
- ➔ Maak een inventarisatie van de vraag onder de “internationals”
- Internationale karakter is: expats, studenten, bedrijven, stad van vrede, samenstelling bewoners, ambassades, toeristen
- Wat missen we:
 - Pop aanbod niet sluitend
 - Mode/technologie presenterend
 - Toekomst waar gaan we heen, vasthouden aan verleden
 - Goede routing/communicatie, weten wat er is!
- Wat is er aanwezig dat internationaal is:
 - Gemeentemuseum
 - Stroom/Nest
 - Mauritshuis
 - Dans -> HDF-Cadans-DDDDD- NDT-Russisch Ballet
 - Museon
 - Today's Art (geen gevoel)