

# HET ZESDE ZINTUIG VAN MAASTRICHT

## Gedroomde Culturele Hoofdstad van Europa



→ In opdracht van wijkontwikkelingsmaatschappij WOM Belvédère ontwikkelen studenten van de Fachhochschule Düsseldorf tijdens de internationale designprijs The Great Indoors een tijdelijk stadspark in Maastricht. (Foto: Bert Janssen)

Tekst: Paul Lambrechts

**Het afgelopen decennium zette elke Nederlandse stad in op creativiteit, met wisselend succes. De stedelijke schaal bleek al gauw te klein; vanuit een doorsnee stadhuis valt niet echt te sturen op resultaat. De oplossing schuilt in een grootschaliger benadering. Maastricht verkent de mogelijkheden van samenwerking binnen de Euregio.**

Afgelopen maand predikte Richard Florida in Maastricht op de Biënnale over Leegstand een nieuwe economische werkelijkheid. Het gaat in de toekomst om de slimme accumulatie van menselijk kapitaal, *human capital* (veel breder dan de *creative class*), in een nieuwe geografie van regio's. Daarbinnen zullen aantrekkelijke en goed bereikbare *core cities* het verschil maken.

Vanuit dat perspectief is een debat over creatieve regio's in Nederland plotseling weer relevant. Zoek je aansluiting bij die regio's die al een sterke positie hebben verworven? Probeer je hun succes nog eens toe te passen op je lokale DNA? Of zet je gezwind in op de authentieke kracht van de eigen regio?

Dit soort dilemma's komt bijvoorbeeld tot uiting in de gretigheid waarmee Zuid-Limburg aansluiting zoekt bij *Brainport 2020* (kort samengevat: de kenniseconomie in de regio Eindhoven). Dit creëert een positieve focus én werkgelegenheid op korte termijn, maar wat als ook *Brainport* tegen 2020 de *war on talent* verliest van Azië of Latijns-Amerika? *Brainport* is bovendien een verhaal van technologisch

gedreven innovatie, terwijl Maastricht in niets op een nieuw *Nordistan* lijkt. Hier spelen andere kwaliteiten, en ligt een authentiek *human capital* te wachten op ontginning. Dat lukt echter alleen als we - fysiek en mentaal - over onze eigen schaduw en grenzen heen durven stappen.

### Inhaalslag

Wie onze regio van over de grens benadert wordt meteen geconfronteerd met grote ambities: in Aken groeit de grootste polytechnische universiteit (RWTH) van Europa, Heerlen balt zijn stedelijke transformatie samen in een nieuwe 'IBA' (*Internationale Bau Ausstellung*). Luik leeft nu al op het ritme van de Universele Tentoonstelling 2017 over duurzame stedelijke ontwikkeling. Hasselt ('Hoofdstad van de Smaak') en Genk (met C-Mine als succesvol creatief cluster) hebben met verve een transformatieproces van perifere naar sterk cultureel geprofileerde steden ingezet. Op de A2 staat echter, net vóór Maastricht, nog steeds het ANWB-bord met de Heuvelandvakwerkhuisjes.

Maastricht staat daarom voor een inhaalslag, gebaseerd op geloof in eigen kracht en op doorgedreven samenwerking binnen de Euregio. Niet als filiaal van *Brainport*, maar als bronpunt voor nieuwe product- marktcombinaties die uitgaan van inventiviteit. De vindingrijkheid om met de aanwezige authentieke kwaliteiten een alternatief te bieden voor Randstad of doorsnee *suburbia*: 'Hier vind je de meest internationaal georiënteerde universitaire en kunstvakopleidingen van dit deel van Europa. Een

unieke woonomgeving met compacte historische steden in een rijk cultuurlandschap. Een mix van vier culturen en drie talen (naast de *lingua franca* Engels) en een gevoeligheid voor esthetiek en voor levenskwaliteit die ons onderscheidt van de rest van het land.'

De sleutel tot dit alternatief is de ambitie om samen met die Euregio in 2018 Culturele Hoofdstad van Europa te worden (kijk op [www.via2018.eu](http://www.via2018.eu)). Niet om ons rijke erfgoed een jaar lang te vermarkten bij de gegoede Europese cultuurtoerist, wel als verkenning van nieuwe vormen van stedelijkheid en culturele participatie (*smart brow*).

We leggen verbindingen met het creatieve kapitaal van over de grens en koppelen het aan het culturele potentieel dat in onze eigen stad en regio nu al volop tot bloei komt: Maurer Architects, FashionClash, Fashion across Borders, de unieke hotelconcepten van La Bergère, maar ook jonge cineasten in de slijpstream van *les frères Dardenne* (Gouden Palmwinnaars uit Luik), de nieuwe interdisciplinaire kunstvakopleiding I-Arts van Hogeschool ZUYD, of de kweekvijver voor interieurontwerpers 'The Great Indoors'. We gooien de deuren open voor internationaal talent dat hier de eerste stappen wil zetten in een professionele culturele carrière. Want hier kan het de eigen creaties meteen toetsen aan die rijkdom van culturen.

### Proeftuin

Wordt Maastricht daardoor die aantrekkelijke *core city* in de geest van Florida? Alleen als we ook Luik, Aken, Hasselt en Genk tot onze eigen stedelijke *mindset* durven rekenen. Alle ingrediënten liggen op tafel. Het komt er nu op aan om ze smaakvol te doen versmelten. Tot proeftuin voor Nederland, voor Europa.



Historicus Paul Lambrechts was programmeur theater en muziek in de Stadschouwburg van Hasselt en werkte voor De Munt (Nationale Opera) in Brussel. Sinds 2000 is

hij actief als senior beleidsmedewerker cultuur voor de Gemeente Maastricht, waar hij werkt aan de nieuwe culturele infrastructuur van de stad en de kandidaatstelling van Maastricht als Culturele Hoofdstad van Europa in 2018 ([paul.lambrechts@maastricht.nl](mailto:paul.lambrechts@maastricht.nl)).

# HET CREATIEVE KAPITAAL VAN AMSTERDAM

Tekst: Eva Olde Monnikhof

**Amsterdam is de creatieve hoofdstad van Nederland, met de hoogste aantallen creatieve bedrijven en mensen van het land. Toch worden eens in de zoveel tijd ook in de Metropoolregio Amsterdam vraagtekens gezet bij de creatieve industrie. Draagt die wel genoeg bij aan de economie? En kan ze zich niet beter organiseren?**

De gemeenten Amsterdam, Utrecht, Zaanstad, Haarlem, Almere, Hilversum en Amersfoort erkenden al in 2005 het belang van de creatieve industrie maar constateerden tevens dat geen van deze steden voldoende waren uitgerust om die industrie de juiste steun te bieden; het ontbrak ze aan kennis of de benodigde expertise was te zeer verspreid binnen de diverse afdelingen van een gemeente. Om de creatieve industrie in de regio Noordvleugel een positieve impuls te geven zetten zij het loket *Creative Cities Amsterdam Area* (CCAA) op, een loket waar ondernemers uit de creatieve industrie terecht kunnen met hun vaak zeer specialistische vragen.

In 2009 werd de rol van het projectbureau uitgebreid. Het kreeg de taak diensten te ontwikkelen voor snelle groeiers in de creatieve industrie, maar ook om aansluiting te zoeken bij niet-creatieve sectoren. Dit laatste om innovatie in de hele breedte van de economie te versterken en te versnellen.

## Vliegwiel

Uit recente onderzoeken van onderzoeksorganisatie TNO en van Paul Rutten en anderen blijkt een dergelijk initiatief zinvol te zijn. In tegenstelling tot veel andere economische sectoren groeit de creatieve industrie er

nog lustig op los. De in Amsterdam sterk vertegenwoordigde vormgevingssector springt er met 4,3 procent groei sterk bovenuit, zo laten de cijfers van TNO zien. Uit het onderzoek van Paul Rutten volgt bovendien dat de creatieve industrie als vliegwiel functioneert van de economie. Veel mensen met een creatieve opleiding stappen na verloop van tijd over naar andere sectoren, waar ze met hun onderscheidende manier van denken en kijken vaak met innovatieve ideeën op de proppen komen. Te denken valt aan de zogenaamde *serious games*, programma's die ziekenhuizen samen met gamebedrijven ontwikkelen om artsen te trainen, of aan de ontwikkelingen rond duurzaamheid in de architectuur en de meubelindustrie.

## Voorsprong

Ook op landelijk niveau kan de creatieve industrie zich al langere tijd verheugen in de aandacht van economen en politici. In 2004 koos het door het premier Balkenende geïnitieerde Innovatieplatform zes sleutelgebieden met de potentie Nederland internationaal op de kaart te zetten. Een daarvan was de creatieve industrie, aanhakend bij de wereldwijde trend om die te zien als accelerator van economische groei (ingezet door Richard Florida) en als een van de weinige sectoren waar de westerse wereld een voorsprong had op de zogenaamde opkomende economieën.

Het is dan ook niet verrassend dat de ministeries van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, van Economische Zaken (inmiddels Economische Zaken, Landbouw en Innovatie) en van Buitenlandse Zaken een gezamenlijk buitenlands beleid ontwikkelden en ondersteunden gericht op

het veroveren van deze opkomende economieën met behulp van Nederlandse creativiteit. Uit de oorspronkelijke samenwerking van Eindhoven, Rotterdam en Amsterdam, *NL4Design* genaamd, ontstond dankzij de steun van deze ministeries, de sectorinstituten en de brancheorganisaties het initiatief Dutch Design Fashion and Architecture (DDFA). Aan de reeds betrokken steden werden Utrecht, Arnhem en Den Haag toegevoegd.

Inmiddels is de samenwerking doorontwikkeld. DDFA en zijn partners kunnen onder meer de grootste handelsmissie ooit op hun rekening schrijven en gaan ondanks de bezuinigingen een tweede termijn in. Het ministerie van EL&I loopt vooraan in het topsectorenbeleid waarvan de creatieve industrie wederom deel uitmaakt. Ook de creatieve steden proberen hun regionale beleid steeds vaker samen af te stemmen.

## Europese ambitie

Het meest recente succes is het binnenhalen van het *European Creative Industries Alliance Policy Learning Platform*. Europa volgde CCAA vanaf de start met argusogen en schreef oproepen (*calls*) uit op Europees niveau waar CCAA als *best practice* kon worden bestudeerd. In 2009 bleek dat de Europese Commissie met deze projecten een hoger doel had. Ze kon hieruit de *best practices* op beleidsvlak filteren voor het stimuleren van de creatieve industrie. In februari 2010 riep ze de stad Amsterdam op een leidende rol te spelen in het versterken van de creatieve industrie op Europees niveau, met als doel het verstevigen van de Europese concurrentiepositie. Het afgelopen jaar werd een oproep gedaan voor een 'Europese variant' van de CCAA: één loket waar zowel overheden als ondernemers uit Europa terecht kunnen voor vragen over de creatieve industrie. Niet geheel onbelangrijk werd deze *call* gesteund door andere Nederlandse creatieve steden. Het lijkt er dan ook op dat de creatieve industrie uitstekend is voorbereid op de volgende ronde vragen over haar belang.

→ Sfeerimpressie van het Creative Amsterdam 2011 Congres. (Foto: Jasper Brouwer)



Eva Olde Monnikhof is projectmanager bij Creative Cities Amsterdam Area (eva@aimsterdam.nl).

# GRONINGEN: ER GAAT NIETS BOVEN 'EIGEN AARDIGHEID'

Groningen wil presteren, zich manifesteren, 'eigen' zijn

Tekst: Bas van Kampen

**Hét kenmerk van Groningen is haar eigenaardigheid, betoogt Bas van Kampen. Met die eigenaardigheid kon een 'cultuur van cultuur' ontstaan, met een oase aan kwalitatief hoogstaande culturele initiatieven. Het kroonstuk moet straks het Groninger Forum worden, waar de Groningse eigenaardigheid banden aangaat met de rest van de wereld.**

Er zit wel een beetje veel 'Noord' in de Groningse creativiteit. Hoewel Noorderzon, Noorderlicht en Noorderslag dat noorden allang zijn ontgroeid, blijft er een ons-kent-ons-mentaliteit aan kleven, bijna een beetje wantrouwen tegen de buitenwereld. Maar dat is goed; het bewaart de eigenaardigheid en die is voor mij misschien wel hét kenmerk van creatief Groningen. Eigenaardigheid. Zie je ook in kwaliteitsclubs als Noord Nederlandse Dans, het Noord Nederlands Toneel en het Noord Nederlands Orkest, ook allang met landelijke allure en toch heel Gronings. Daar zijn we trots op, want uit verdrukking groeit trots, zo gaat dat nu eenmaal.

## Willen

Als het niet is voorzien van het epitheton 'Noordelijk', dan staat er wel 'Groninger' voor. Zoals met het Groninger Museum, of straks met het Forum. Het eerste is het noorden al lang ontgroeid, het tweede krijgt dat straks als taak.

Typisch Gronings is dan wel weer het gedoe over de uitbreiding van het museum dat ooit werd gebouwd voor negentigduizend bezoekers per jaar en waar zich er nu jaarlijks ruim tweehonderdduizend doorheen worstelen. Het gaat om mentaliteit: het willen presteren, het zich willen manifesteren, het 'eigen' willen zijn. Die mentaliteit overheerst in Groningen al behoorlijk lang. Toen ik er in de jaren zestig en zeventig opgroeide was ze er al, en ook toen al leverde het een cultuur van cultuur op.

In die traditie gaat ons dansgezelschap Club Guy & Roni, tussen hun avonturen in Moskou en Duitsland door, de samenwerking aan met Random Collision, een Groningse organisatie die zich inzet voor de ontwikkeling van jonge choreografen. En kijk niet vreemd op als je de Nederlandse kampioenen Hip Hop op de

Grote Markt ziet. Of autonome kunstenaars en filmmakers die hun werk laten zien in ForumImages onder de noemer 'Groningse Nieuwe'. En het Jonge Harten festival en het Grand Theatre als talentlaboratorium? Er komen grote namen uit voort.

## Third Space

Groningen doet mee aan de *Creative City Challenge*, een creatief samenwerkingsverband in de Noordzeeregio. Ook ontwikkelingen rond de *Third Space* (de in opmars zijnde semiopenbare ruimte die als flexwerkplek vooral aantrekkingskracht uitoefent op creatieve zelfstandigen) gaan niet aan het noorden voorbij. Een mooi voorbeeld is Het Paleis in het voormalig scheikundig laboratorium, waar de creatieve sector zelf het voortouw heeft genomen voor de ontwikkeling van ateliers, creatieve bedrijven, een designhotel en appartementen. Nog dichterbij de binnenstad verrijst het tijdelijke Open Lab Ebbinge. Hier gaat op dit moment een tijdelijk atelierpaviljoen van start in nauwe samenwerking met NP3, podium voor experimentele hedendaagse kunst. Het wordt bijna een stadsdeel op zich. Ook is dit is een voorbeeld van 'kansen zien en ervoor gaan', vanuit een heel autonoom vertrekpunt. En laat autonoom nou in Van Dale bijna synoniem zijn voor eigenaardig...

## Forum

Met diezelfde mentaliteit zijn we ook met het Groninger Forum begonnen. 'We' zijn een groep mensen en instellingen die samen met de gemeente de parkeergarage achter de Grote Markt en de belovende bebouwing uit de naoorlogse haastperiode een echte impuls gaan geven, met de nodige inspraak van de bevolking. Het plan is goedgekeurd, de architect gekozen en vervolgens barstte een felle discussie los, want het Forum is deel van een grote stadsontwikkeling dus het duurt (te) lang voordat je er iets van kunt zien. Toch is via een paar omwegen het geld voor de bouw er gekomen, dus we gaan los.

Het Forum wordt een culturele verzamelen ontmoetingsplaats die aansluit op die mentaliteit van eigenzinnigheid en samenhang. Dat doen we met programmering langs twee wegen.



Bas van Kampen is jurist en heeft verder gewerkt in de offshore bouwwereld en marketing, reclame en hij is nu als directeur van het Groninger Forum verantwoordelijk voor de totstandkoming daarvan in het kader van de grote binnenstadsontwikkeling van Groningen (b.vankampen@groningerforum.nl).

Enerzijds top-down: we stellen exposities samen, tonen films, organiseren debatten en nodigen voorstellingen uit vanuit onze eigen visie en die van vele Groningse en (inter) nationale professionals. We zorgen voor inhoud vanuit verleden, heden en toekomst en hopen dat verrassend en entertainend te doen.

Tegelijkertijd werken we ook bottom-up: we hebben open podia, cinema *on demand*, *state of the art*-interactiviteit en vooral ook een luisterend oor; de onderwerpen die onze bezoekers belangrijk vinden gebruiken we als actueel museum van onze samenleving vaak als uitgangspunt. Bezoekers hoeven niet verbaasd te staan als ze een tentoonstelling aantreffen over de ontdekkingsreizen van Abel Tasman (uit Lutjegast), aangevuld met de ontdekkingsreizen die ze zelf willen maken door hun leven, door hun kindertijd, door hun lichaam, hun toekomst, hun buurt, het heelal, noem maar op. Het verbinden van de eigenaardigheid met de wereld; is dat niet heel Gronings?

# DE MODERNE DEVOTIE VAN ZWOLLE

## Het geheim achter de booming business in een onbekende Hanzestad

Tekst: Sonja Scholten

**Zwolle kampt met een gebrek aan bekendheid. Vanuit hun basisschoolperiode kunnen de meeste mensen het rijtje 'Zutphen-Deventer-Zwolle-Kampen' nog wel opdreunen. Monumentale Hanzesteden, omringd door gordels van water en lommerrijke stadsomwallingen. Herinneringen aan de economische hoogtijdagen van weleer. Zwolle is echter niet verstild in de tijd, ontdekken veel bezoekers tot hun verbazing als ze er eindelijk eens komen.**

Het landschap wordt, reizend vanuit Apeldoorn, steeds leger. Het hoge noorden is voelbaar en ineens doemt Zwolle op, een indrukwekkende verzameling kantoorlocaties en monumentale torens. Veel bezoekers die Zwolle voor het eerst bezoeken raken visueel verrast. En dat niet alleen; Zwolle is, anders dan velen weten, *booming business*. In meerdere economische rankings behoort Zwolle tot de koplopers.

Ook op creatief gebied heeft de stad veel te bieden, al springt het niet direct in het oog. Terwijl Eindhoven alom bekendstaat als designstad, Hilversum als stad van nieuwe media en Arnhem als modestad is over het creatieve leven in Zwolle maar weinig bekend. Iedereen heeft van de Librije gehoord, het driesterrenrestaurant van Jonnie en Thérèse Boer, maar dat Zwolle ook hoog scoort op het gebied van festivals, culturele evenementen en klassieke muziek weten maar weinigen.

ZWOLLE



→ Sfeerimpressie van de KIZ Café bijeenkomst in juni 2011, in Koperen Kees te Zwolle. (Foto: Ronny Greve)

### Religie

Een verklaring ligt in de historie van de stad. Zwolle telt nagenoeg 120 duizend inwoners. Bij een dergelijke omvang denkt men al gauw aan spannende creatieve milieus en rafelige randjes. Maar Zwolle is altijd een keurige dienstestad geweest. Het ontberen van industrieel erfgoed maakt dat Zwolle niet kan pronken met pareltjes als de Westergasfabriek (Amsterdam), de Van Nellefabriek (Rotterdam) of de oude Philipsgebouwen/Strijp S (Eindhoven). Het typisch Zwolse creatieve vermogen zal vanuit een andere hoek moeten worden aangeboord.

Wat mensen drijft in Zwolle is onder meer een hang naar religie en filosofie. Op het eerste gezicht is het niet direct opvallend, maar bij een nadere kennismaking met stad en bewoners wordt duidelijk dat religie de stad beroert en beweegt. Geen dogmatische leer maar een milde toon die het dagelijkse leven, werk en kunst beroert. Moderne devotie is een begrip in Zwolle. Je ziet het terug in de kunst en in het lezingencircuit. De regio is al jarenlang thuisbasis voor zowel de kunstacademie als de theologische universiteit. Een ogenschijnlijk bijzondere combinatie die bij nadere beschouwing een heel mooie symbiose heeft opgeleverd. Zwolle heeft een boodschap te brengen en doet dat ook, maar op eigentijdse wijze. Het is ook terug te vinden in de jongerencultuur. Zwolle wordt wel de hiphopstad van Nederland genoemd - en terecht. Rapformatie Opgezwolle en rapper Typhoon hebben in Zwolle hun thuisbasis en hebben de Nederlandstalige rap populair gemaakt.

### Vicieuze cirkel

Daarmee is een aantal interessante dragers van de Zwolse creativiteit de revue gepasseerd: historisch besef, (culinaire en klassieke) kwaliteit, festivalstad, moderne devotie, jongerencultuur. Helaas zijn deze kanshebbers nog niet tot een eenduidige, sterke drager samengesmeed.

Er is nog een andere kracht: het ruime aanbod aan creatief onderwijs. Het is alsof de regio zich hiervan niet voldoende bewust is, mogelijk omdat Zwolle (nog) geen imago heeft opgebouwd als studentenstad, of omdat

de regio geen (duidelijk) creatief imago heeft. De student die zich graag wil vestigen in een creatief milieu kiest daarom niet voor Zwolle, waarmee zich een vicieuze cirkel aandient. Er is niet voldoende aanwas van onderop om de sector sterker, groter en vernieuwender te maken. De creatieve sector in Zwolle blijft daardoor in absolute zin vooralsnog relatief klein.

### Profilering

De eerste voorzichtige stappen zijn gezet om de creatieve sector te verstevigen. De regio kende tot voor kort alleen sectoraal overleg. Sinds vier jaar werken provincie, gemeente, onderwijssector, bedrijfsleven, woningbouwsector en de creatieve sector samen in de Stichting KIZ (Kreatieve Industrie Zwolle). KIZ heeft zich in eerste instantie toegelegd op het vormen van een gezamenlijk (digitaal) netwerk en het bieden van laagdrempelige netwerkbijeenkomsten, waardoor de sector al aan zichtbaarheid heeft gewonnen. De komende periode zal de focus meer en meer liggen op het stimuleren van innovatie en cocreatie, waarbij provinciebreed wordt samengewerkt. Ook het bedrijfsleven in de regio begint initiatieven op dit vlak te ontplooiën, meestal in de vorm van brainstormsessies waarbij creatieven hun concrete kijk op vraagstukken kunnen inbrengen.

Profilering en versterking van de sector in de regio Zwolle zal in grote mate afhangen van de wil en inzet van belanghebbenden en het innoverend vermogen van de creatieve sector zelf, zeker nu de overheid zich op dit domein meer en meer begint terug te trekken als subsidiegever.



Sonja Scholten is sociaal geograaf en werkzaam als zelfstandige op het gebied van regionaal-economische ontwikkeling. Ze is onder andere projectleider bij de stichting Kreatieve Industrie Zwolle (KIZ) ([s.scholten@kiz-zwolle.nl](mailto:s.scholten@kiz-zwolle.nl)).

# HEEFT BREBURG POTENTIE ALS CREATIEVE REGIO?

## Tilburg en Breda met de rug tegen elkaar



→ Textiellab Audax Textielmuseum Tilburg. (Foto: Audax Textielmuseum Tilburg)

Tekst: Simon de Wijs

**De steden Tilburg en Breda strijden samen met Eindhoven, Helmond en Den Bosch (met zijn vijven BrabantStad) om de titel Culturele Hoofdstad van Europa 2018. Maar floreren Tilburg en Breda, samen wel eens Breburg genoemd, ook echt als creatieve regio?**

### Beeldcultuur

Een decennium geleden stond Breda vooral bekend als stad van het Breda Jazz Festival, het Chassé Theater en de historische binnenstad. De afgelopen jaren is een onderscheidend creatief profiel gevonden in de beeldcultuur, die een paraplu biedt voor een zwerm aan beeldende disciplines in de stad: grafische vormgeving, audiovisuele kunst, film en animatie, fotografie, mediadesign en *gaming*. De meeste van die disciplines worden gedoceerd aan de kunsthogeschool St. Joost, daarnaast zijn er de NHTV, met onder meer Gaming en Imagineering, en de opleiding Communicatie Multimedia Design van Avans. Werkplekken zijn er voldoende met de Triple O Campus, 'de creatieve hotspot voor de creatieve industrie', en het Huis voor Beeldcultuur. Zulke fysieke plekken zijn belangrijk want alleen al op grafisch ontwerpgebied zijn in Breda ruim honderd eenpitters, collectieven en bureaus actief, bleek uit de in 2008 verschenen *Grafische Almanak Breda*. In 2009 becijferde TNO dat de audiovisuele sector in Breda ruim twaalfhonderd banen telt, goed voor 1,2 procent van de totale economie van de stad. Musea en

festivals (Graphic Design Museum, International Film Festival, Graphic Design Festival) dragen daar in belangrijke mate aan bij.

Beeldcultuur leent zich uitstekend om verbindingen aan te gaan met andere sectoren, wat belangrijk is voor de ontwikkeling tot creatieve regio. Zo wordt *gaming* bijvoorbeeld gekoppeld aan *maintenance* en defensie en worden film en grafisch ontwerp gekoppeld aan de zorgsector. En de lokale vuilniswagens in Breda rijden al jaren rond met beeldcultuuruitingen. In tegenstelling tot wat misschien verwacht wordt is Breda niet zozeer gefocust op naaste buur Tilburg, maar zijn er banden richting West-Brabant (regionaal ontwikkelingsprogramma Pieken in de Delta), Vlaanderen en Rotterdam. Samenwerking met Tilburg lijkt vooral politiek geografisch in het grotere geheel van BrabantStad te verlopen. Hoe is dit vanuit Tilburgs perspectief gezien?

### Weefsel

Het culturele of creatieve profiel van Tilburg is moeilijker te duiden. De stad biedt haar vele makers ruimte voor experiment en cross-overs. Er gebeurt veel, maar het wordt slecht voor het voetlicht gebracht. Enerzijds is er live entertainment (met als humuslaag de kunstacademies gericht op muziek, dans, musical, circus en conservatorium), anderzijds nieuwe media en textiel. Met creatieve clustering in het Veemarktkwartier, dat zich al bijna twintig jaar ontwikkelt rond muziek

en media, was Tilburg zich vroeg bewust van cultuur als motor voor de economie. Tegenwoordig geven vele culturele festivals, vaak met een alternatieve twist, kleur aan de stad: Incubate, Playgrounds, Roadburn... Met het programma *Tilburg Textiles* benadrukt de stad dit jaar het sociale weefsel en de verbindingen die haar sterk en onderscheidend maken. Deze sociale weefsels worden als onderdeel gezien van de sociale innovatie waarop de regio Midden-Brabant met het regionale ontwikkelingsprogramma *Midpoint Brabant* inzet. Het bedt Tilburg in in de regio en legt de brug tussen cultuur, maatschappij en economie.

### Breburg

Breda en Tilburg trekken niet bepaald gezamenlijk op in de creatieve economie. De steden liggen dicht bij elkaar, maar er tekenen zich duidelijke grenzen af. Breda als stad van beeldcultuur richt de blik eerder op west dan op oost. De stad onderhoudt vooral banden met West-Brabant (het regionaal ontwikkelingsprogramma Pieken in de Delta), Vlaanderen en Rotterdam. Tilburg, met haar keuze voor sociale innovatie, richt zich vooral op Midden-Brabant.

Dat is een gemiste kans; veel sociale innovatieprojecten worden immers met inzet van beeldcultuur ontwikkeld, versneld of gecommuniceerd. Wellicht dat het samenwerkingsverband BrabantStad en de strijd om de titel Culturele Hoofdstad 2018 de twee steden wat dichter bij elkaar kan brengen.

BrabantStad kent met Eindhoven (design en technologie) en Den Bosch (bestuurshoofdstad en Jheronimus Bosch) al grote spelers met een eigen focus. Juist de koppeling van Breda en Tilburg kan bijdragen aan de ontwikkeling van BrabantStad tot creatieve regio. Op dit moment lopen de lijnen vooral bottom-up, via creatieve netwerken, festivals en ondernemers, die wél de grenzen overschrijden. De bestuurders en steden echter staan, hoe goed ze elkaar ook zouden kunnen aanvullen, eerder argwanend met de rug naar elkaar gekeerd. Hun focus is die van de regionale economische ontwikkelingsprogramma's en die houden Breda en Tilburg juist uit elkaar.



Simon de Wijs is docent en onderzoeker aan de NHTV. Hij is onder meer teammanager van de specialisatie Management in Creative Industries en projectleider van creatief netwerk Colin ([www.colin.nl](http://www.colin.nl)). Recent publiceerde hij met enkele collega's het boek *Culturele hoofdstad van Europa, meer dan een jaar viering* ([simon@colin.nl](mailto:simon@colin.nl)).