CULTUURNOTA

's-Hertogenbosch

CULTUUR MAAKT MENSEN

PROFIEL

Versterken van het PROFIEL: we versterken onze kracht door het profiel waarmee we ons onderscheiden en dat door veel mensen herkend wordt aan te scherpen. Onze speerpunten zijn:

De toonaangevende positie van muziekfestivals, theaterfestivals en –gezelschappen verder ontwikkelen, mede in samenhang met de podia

De aantrekkingskracht van de musea in ’s-Hertogenbosch versterken

AANBOD

Vernieuwen van het AANBOD: we blijven toekomstbestendig door nieuwe ontwikkelingen in gang te zetten. Onze speerpunten zijn:

Jonge talenten op het gebied van visuele kunsten en cross overs sterker ondersteunen en zichtbaarder maken

Urban arts als cultuurvorm in al zijn verschillende uitingen verder ontwikkelen

MENSEN

Verbinden van MENSEN: we betrekken meer verschillende mensen bij het culturele leven, en we betrekken ze sterker door cultuur toegankelijker te maken. Onze speerpunten zijn:

Samenhang in het aanbod van cultuureducatie voor kinderen verbeteren

Amateurkunsten, met name muziek, toegankelijker maken

Actieve en receptieve deelname aan cultuur van nieuw publiek vergroten (publiekswerking)

Het bereik van het bestaande cultuurpubliek, bewoners en bezoekers, versterken (publiekswerving)

SAMENVATTING
SAMENVATTING
SAMENVATTING

Cultuur brengt zoveel. Het is een bron van vernieuwing en zet aan tot creëren, beleven en denken. Het brengt mensen samen, en het draagt bij aan de aantrekkelijkheid van onze stad als woon- en werkgemeente en aan de lokale economie. Cultuur is van waarde voor iedereen. Culturele voorzieningen, evenementen en activiteiten spelen een belangrijke rol in het dagelijkse sociale leven in 's-Hertogenbosch en karakteriseren ons als gemeente. In die zin vormt cultuur de identiteit van een stad.

Allemaal redenen om ons blijvend in te zetten voor een rijk cultureel aanbod. We willen een aantrekkelijk en vernieuwend cultureel klimaat, waarin ook jongeren zich herkennen. Ons huidige cultuurbeleid is van 2009. De beleidslijnen zoals daarin staan, sluiten niet meer voldoende aan bij de huidige ontwikkelingen en ambitie. Daarom is herijking van het beleid nodig. Deze Cultuurnota richt zich op de periode vanaf 2021.

Het is onze ambitie om onze kracht verder uit te bouwen en de positie van Cultuurstad van het Zuiden te versterken. Een dergelijke ambitie betekent dat we moeten blijven innoveren, verrassen en investeren. Hiermee houden we de gemeente ook in de toekomst levendig voor onze huidige bewoners en aantrekkelijk voor nieuwe bewoners. Dit draagt eveneens bij aan het vestigingsklimaat voor bedrijven en maatschappelijke organisaties. We willen ook in de toekomst een aansprekend, prikkelend en divers cultureel aanbod voor onze bewoners hebben, waarin iedere inwoner op zijn of haar manier kan deelnemen aan cultuur. Daarnaast willen we ervoor zorgen dat meer cultuurtoeristen de weg naar 's-Hertogenbosch blijven vinden voor kwaliteitsaanbod. Dat is niet alleen belangrijk voor de vitaliteit van de culturele organisaties, maar ook voor economische spin-off. Door te versterken waar we goed in zijn, door het blijvend innoveren van het aanbod, en door cultuur en mensen nog beter aan elkaar te verbinden, blijven we ook in de toekomst dé Cultuurstad van het Zuiden voor onze bewoners en bezoekers.

We hechten aan de veelzijdigheid die we in de afgelopen jaren hebben opgebouwd. Om optimaal effect te realiseren uit onze inspanningen is het nodig accenten te leggen. Dit doen we op de punten waar we kansen zien ter versterking en kansen ter verbetering.

1. Versterken van het PROFIEL: we versterken onze kracht door het profiel waarmee we ons onderscheiden en dat door veel mensen herkend wordt aan te scherpen. Onze speerpunten zijn:

a. **De toonaangevende positie van muziekfestivals, theaterfestivals en –gezelschappen verder ontwikkelen, mede in samenhang met de podia**
b. **De aantrekkingskracht van de musea in 's-Hertogenbosch versterken**

2. Vernieuwen van het AANBOD: we blijven toekomstbestendig door nieuwe ontwikkelingen in gang te zetten. Onze speerpunten zijn:

a. **Jonge talenten op het gebied van visuele kunsten en crossovers sterker ondersteunen en zichtbaarder maken**
b. **Urban arts als cultuurvorm in al zijn verschillende uitingen verder ontwikkelen**

3. Verbinden van MENSEN: we betrekken meer verschillende mensen bij het culturele leven, en we betrekken ze sterker door cultuur toegankelijker te maken. Onze speerpunten zijn:

a. **Samenhang in het aanbod van cultuureducatie voor kinderen verbeteren**
b. **Amateurkunsten, met name muziek, toegankelijker maken**
c. **Actieve en receptieve deelname aan cultuur van nieuw publiek vergroten (publiekswerking)**
d. **Het bereik van het bestaande cultuurpubliek, bewoners en bezoekers, versterken (publiekswerving)**

Langs deze drie beleidslijnen geven we ons cultuurbeleid voor de komende periode vorm. Om dit voorgenomen beleid uit te voeren zijn er verschillende instrumenten. We hebben structurele meerjarige en eenjarige subsidierelaties in de Bossche Culturele Basis (BCB), de flexibele financiering via onze cultuurfondsen, co-financiering met andere beleidsterreinen, de co-financiering met provincie en Rijk, en investeringen in gebouwen.

We herijken de samenstelling van de BCB op basis van de inhoudelijke voorgestelde lijnen Versterken, Vernieuwen en Verbinden, en de speerpunten die we daarin hebben aangegeven. Binnen de BCB creëren we ruimte voor nieuwkomers uit de fondsen. We blijven oog houden voor de diversiteit in aanbod en bereik, kenmerkend voor Cultuurstad van het Zuiden.

De drie beleidslijnen krijgen een centrale plaats in de subsidiering aan alle organisaties, of het nu meerjarige, eenjarige of projectsubsidies betreffen. We nodigen de sector hiermee uit deze lijnen verder aan te scherpen en verantwoordelijkheid te nemen voor de inhoudelijke invulling van Cultuurstad van het Zuiden. Hierbij beseffen we dat niet alle organisaties op alle onderdelen even zwaar kunnen inzetten. We verwachten wel dat we door de variatie tot een evenwichtige spreiding over de beleidslijnen komen.

De ambitie om onze positie van Cultuurstad van het Zuiden te versterken, de ontwikkeling van nieuwe initiatieven in de gemeente, en autonome kostenontwikkelingen in het veld zorgen voor een grotere financieringsbehoefte. Dit kunnen we deels binnen de huidige budgetten dekken. We verwachten dat we binnen de programma's podiumkunsten, musea en beeldende kunst ruimte kunnen creëren door 'oud voor nieuw' en aanpassingen in de taakstelling. Ook blijven we investeren in cultuur met de bouw van een nieuw theater, de bijdrage aan een bouwhal van de Oeteldonksche Club, en in de huisvesting van de gefuseerde Babel-organisaties.

We geven vorm aan de invulling van de geformuleerde ambities in deze cultuurnota binnen de financiële kaders zoals uw raad die stelt bij de Voorjaarsnota in 2020. Omdat dit raadsvoorstel niet op uw integrale afweging vooruit kan lopen, presenteren we u tijdens de Voorjaarsnota een eerste financiële doorkijk op basis van het nieuwe beleid, zodat u indien gewenst aanvullend richting kunt bepalen.

1.	AANLEIDING	06
2.	CULTUUR KENMERKT ’S-HERTOGENBOSCH	08
2.1	MAATSCHAPPELIJKE WAARDE VAN CULTUUR	09
2.2	SAMENWERKING IN CULTUURBELEID	10
3.	WAAR KOMEN WE VANDAAN?	13
3.1	MAKEN, MEEMAKEN, MEEDOEN – BOSSCHE CULTURELE BASIS & CULTUURFONDSEN	14
3.2	DE BELANGRIJKSTE PUNTEN UIT DE EVALUATIE	16
4.	SPEERPUNTEN VAN CULTUURSTAD VAN HET ZUIDEN	18
4.1	VERSTERKEN VAN HET PROFIEL	21
4.2	VERNIEUWEN VAN HET AANBOD	23
4.3	VERBINDEN VAN MENSEN	26
5.	FINANCIEEL EN INSTRUMENTEEL KADER	29
5.1	BCB EN CULTUURFONDSEN	29
5.2	ANDERE INSTRUMENTEN EN FINANCIERINGSSTROMEN	32
6.	PLANNING	33
7.	COLOFON	34

1. AANLEIDING
1. AANLEIDING
1. AANLEIDING

In de gemeente ’s-Hertogenbosch vinden we een bloeiend cultureel leven belangrijk en willen we hierin blijvend investeren. Ons huidige cultuurbeleid en het nieuwe financieringssysteem hebben eraan bijgedragen dat ’s-Hertogenbosch zich heeft ontwikkeld tot Cultuurstad van het Zuiden. We scoren tot nu toe hoog op de landelijke lijstjes, en de landelijke financiering die een aantal van onze organisaties ontvangt onderstreept de kwaliteit van ons aanbod. Dit biedt echter geen garantie voor de toekomst. In de afgelopen 10 jaar zijn ook de culturele sector en de maatschappelijke context veranderd. Het vigerende beleid, dat dateert uit 2009, sluit niet meer voldoende aan op de huidige ontwikkelingen en bij de ambitie om onze positie te versterken. Dit vraagt dan ook om een herijking van het beleid. Om de juiste stappen daarin te nemen hebben we uw raad meegenomen aan de hand van een discussienotitie en een evaluatie van het cultuurbeleid (1). In de evaluatie hebben we de stand van zaken in de cultuursector in de gemeente samengevat. De voorliggende cultuurnota bouwt voort op deze twee documenten.

Net als in de evaluatie ligt de nadruk in deze nota op het gesubsidieerde deel van cultuur. Dit laat onverlet dat wij een veelvoud aan initiatieven waarderen die niet of nauwelijks subsidie ontvangen en vaak op een andere wijze worden ondersteund, maar natuurlijk ook bijdragen aan Cultuurstad van het Zuiden, zoals Carnaval of commercieel cultureel aanbod. Erfgoed en cultuurhistorie, behalve de gesubsidieerde musea, is ondergebracht bij de afdeling Erfgoed. Daar waar relevant werken we samen.

Voor de evaluatie en de discussienota hebben we verschillende bronnen gebruikt om een breed gedragen en zo volledig mogelijk beeld te geven van de culturele infrastructuur in ’s-Hertogenbosch en de context waarin zij opereert. Deze hebben we ook gebruikt voor de verdere uitwerking van de voorgestelde kaders. We hebben gesprekken gevoerd met het culturele veld, fondsenaanvragers en –commissieleden, en een enquête gehouden onder bewoners. Daarnaast heeft de klankbordgroep van DOCIS(2) op diverse momenten in het proces feedback gegeven. Ook hebben we schriftelijke bronnen, zoals jaarverslagen van de BCB-organisaties, projectverslagen uit de fondsen, en relevante onderzoeken en (landelijke) beleidsdocumenten gebruikt.

Uiteraard hebben we ook de reacties naar aanleiding van de discussie in de Commissie Bedrijvigheid verwerkt. Bovendien zijn bestuurlijke gesprekken gevoerd met de 20 organisaties die op dit moment meerjarige subsidies ontvangen, en met andere vertegenwoordigers uit het culturele veld, waaronder de urban sector en de amateurkunsten. Begin oktober hebben we de conceptversie gepresenteerd aan het culturele veld en andere geïnteresseerden. Tijdens deze bijeenkomst en gedurende twee weken daarna heeft iedereen de gelegenheid gehad op de conceptnota te reageren. De reacties hebben niet geleid tot grote veranderingen.

(1) Uitgangspunten cultuurbeleid 2021-2024, reg. nr. 8895958 en Raadsinformatiebrief Evaluatie Cultuurbeleid, reg. nr. 8896109

(2) Directeurenoverleg Culturele Instellingen ’s-Hertogenbosch

Beleidsmatige context

Het thema Cultuurstad van het Zuiden beslaat de beleidsterreinen cultuur, citymarketing en evenementen, en heeft een link met economisch beleid en de cultuurhistorische identiteit van ‘s-Hertogenbosch. Een integrale benadering zorgt voor kruisbestuiving en versterking, en zorgt daarmee dus voor meer dan de som der delen. We werken aan samenhangend beleid rondom kwaliteiten die onze bewoners en bezoekers aan onze gemeente toekennen. Binnen het cultuurbeleid ligt het accent op de doorontwikkeling van ons culturele aanbod en op de betrokkenheid van het publiek bij dat aanbod. Daarmee houden we Cultuurstad van het Zuiden ook in de toekomst sterk en concurrerend. Met het evenementenbeleid willen we kunnen kiezen voor kwalitatieve evenementen waarmee we ons sterker profileren. En als één van de twee speerpunten van het Citymarketingbeleid kunnen we onze positie van Cultuurstad van het Zuiden verder uitdragen naar bewoners, bedrijven en bezoekers. We verbinden cultuur daarbij met gastvrijheid. Overkoepelend draagt het integrale thema bij aan meer kwaliteitsbezoek, waar ook ondernemers en maatschappelijke organisaties profijt van hebben. In deze nota bezien we Cultuurstad van het Zuiden vanuit het cultuurbeleid, en verwijzen we naar andere beleidsterreinen waar relevant.

2. CULTUUR KENMERKT ’S-HERTOGENBOSCH

2. CULTUUR KENMERKT ’S-HERTOGENBOSCH
2. CULTUUR KENMERKT ’S-HERTOGENBOSCH

Cultuur in de brede zin van het woord gaat over de manier waarop we in gezamenlijkheid vorm geven aan ons leven, onze gewoonten en gebruiken. In een smallere definitie hebben we het over ‘kunst en cultuur’, zoals muziek, theater, beeldende kunst, literatuur. Deze wordt vaak bedoeld in cultuurbeleid. In onze gemeente hangen de twee definities sterk samen. Culturele voorzieningen, evenementen en activiteiten spelen een belangrijke rol in het dagelijkse sociale leven in ’s-Hertogenbosch en karakteriseren ons als gemeente. In die zin vormt cultuur de identiteit van een stad.

2.1 MAATSCHAPPELIJKE WAARDE VAN CULTUUR

De sterke relatie tussen cultuur en een stad hangt ook samen met wat we de maatschappelijke waarde van cultuur noemen. Meestal wordt bij cultuurbeleid in Nederland uitgegaan van drie soorten opbrengsten van cultuur voor een gemeente, die met elkaar samenhangen. Aan de basis ligt de intrinsieke culturele waarde: de kracht van cultuur om iets los te maken bij mensen. In een culturele stad worden culturele producten gemaakt, zoals theater, muziek, visuele kunst, architectuur, we zien en beleven ze op festivals, bij podia en in tentoonstellingen, en ze worden op een gegeven moment onderdeel van ons culturele erfgoed. Als bewoners of bezoekers genieten we van cultuur, het laat ons verbazen en verwonderen, het inspireert ons en soms irriteert het ons. Cultuur zet ons aan het denken, of geeft ons inzichten die weer leiden tot iets nieuws. De culturele waarde wint aan kracht als cultuureducatie, het makerschap en het tonen en meemaken van cultuur goed op elkaar aansluiten, en als er aandacht is voor kwaliteit en vakmanschap. Kortom, de culturele waarde geeft de stad haar identiteit, en staat aan de basis van de sociale en economische waarde.

De culturele stad verrijkt niet alleen mensen, maar verbindt ze ook. Dit is de sociale waarde van cultuur: het zorgt voor cohesie en participatie en draagt bij aan educatie en talentontwikkeling. Onze podia en festivals spelen hierin een belangrijke rol, in de verbindingen tussen professionele kunst en amateurs en cultuur en publiek. We gaan naar Jazz in Duketown voor de muziek, maar ook om andere mensen te ontmoeten en samen het festival te beleven. Dat geldt natuurlijk ook voor Oeteldonk. Het wijktheater heeft een culturele waarde voor de deelnemers, maar zorgt ook voor nieuwe verbinding in de wijk. En muziek- en cultuureducatie leveren een belangrijke bijdrage aan de ontwikkeling van kinderen en jongeren en de ontwikkeling van 21st century skills.

De economische waarde van cultuur ten slotte, zit in het positieve effect dat cultuur heeft op het vestigingsklimaat, de (indirecte) werkgelegenheid en de aantrekkelijkheid van een gemeente. Die economische waarde vertaalt zich ook in de economische spin-off van de cultuurtoerist, de bezoekers van buiten de gemeente aan Bossche culturele activiteiten. We hebben daarvan een duidelijke illustratie gezien met het Jeroen Boschjaar.

2.2 SAMENWERKING IN CULTUURBELEID

Integraal werken binnen de gemeentelijke beleidsterreinen

Deze verschillende waarden laten zien dat cultuur en cultuurbeleid niet op zichzelf staan. Het raakt aan veel andere sectoren, vaak impliciet. We werken toe naar meer integraliteit, om zo cultuur nog meer te laten bijdragen aan de realisatie van beleidsdoelen op andere terreinen. En uiteraard ook omgekeerd.

Onze culturele festivals en de musea trekken binnen- en buitenlands publiek naar 's-Hertogenbosch, de economische waarde van de cultuurtoerist hebben we net al genoemd. Cultuurstad van het Zuiden is niet voor niets een van de twee pijlers in het Citymarketingbeleid. Onze grote evenementen, maar juist ook de veelzijdigheid in ons aanbod dragen bij aan de positieve beeldvorming van onze gemeente en maken van 's-Hertogenbosch een aantrekkelijke plek voor bewoners en bedrijven. Die aantrekkelijkheid hangt ook samen met de aanwezigheid van creatief talent en vernieuwing. Er zijn ook mogelijkheden om cultuur nog sterker te verbinden aan onze data-ambities, zoals de samenwerking tijdens de Den Bosch Data Week laat zien. Op het gebied van welzijn en zorg werken we bijvoorbeeld samen om eenzaamheid onder senioren aan te pakken. De link met erfgoed, zowel in de historische binnenstad als op industriële erfgoedlocaties, maar ook via de verhalen van bewoners en voor bezoekers, is evident. Ook met onderwijs en sport zijn er raakvlakken. In de activiteiten van bijvoorbeeld Babel, Citytrainers, en Sjors Creatief & Sportief is die samenwerking deels al aanwezig, maar zijn er kansen voor verdere ontwikkeling, bijvoorbeeld op het gebied van urban.

We zien ook ruimtelijke verbinding. Veel culturele organisaties zijn gehuisvest in monumentale panden met een heel eigen identiteit. Met een hedendaagse culturele invulling blijft ons erfgoed toegankelijk voor alle Bosschenaren en houden we de binnenstad levendig. Ook de Tramkade is natuurlijk een goed voorbeeld van herbestemming, uitgegroeid tot een culturele hotspot, waar nieuwe initiatieven zich kunnen ontplooien en waar een nieuw en jong publiek wordt bereikt. De uitdaging voor dit gebied is om de culturele dynamiek vast te houden in de definitieve invulling en goed te kijken naar een goede mix van functies. In de ontwikkeling en zichtbaarheid van stedelijke gebieden is de kracht van cultuur bekend. Bij de nieuwe opgaven is de betrokkenheid van cultuur dan ook van toegevoegde waarde, zowel in gebieden waar cultuur al aanwezig is, als op plekken waar dat nog niet het geval is. Verder zien we ook kansen voor het verder ontwikkelen van het beleid Kunst in de Openbare Ruimte. Door grotere statements te maken, kunnen we de stad, wijken, dorpen en kernen meer kleur en herkenning geven en de beleving van de buitenruimte versterken. Zo profileren we 's-Hertogenbosch nog sterker als Cultuurstad van het Zuiden.

De toegevoegde waarde van cultuur werkt goed als er in die stedelijke ontwikkeling voldoende ruimte is voor cultuur, of het nu gaat om grotere opgaven zoals het Theater of het Museumkwartier, of kleinere organisaties of individuele makers. Met name kleinere culturele spelers moeten steeds vaker plaatsmaken voor andere ontwikkelingen. Dit terwijl het voor hen, net als voor andere ondernemers, belangrijk is een plek te hebben waar ze kunnen werken, experimenteren en uitwisseling kunnen organiseren. Door blijvend ruimte te bieden voor experiment houden we onze gemeente levendig en aantrekkelijk. En ook door beschikbare ruimte te mixen en creatieve makers te verbinden met andere ondernemers kunnen zij ook elkaars potentieel benutten.

Samenwerking in de culturele sector en met de cultuursector

Ook binnen de culture sector zien we mogelijkheden om elkaars potentieel beter te benutten. Op verschillende vlakken werken organisaties in de stad al samen. Zo vinden organisaties elkaar vrij makkelijk in en rond de Verkadefabriek, de Willem Twee Fabriek, en Pand 18, en werken de meeste culturele organisaties samen met Babel op het gebied van cultuureducatie. We zien mogelijkheden om de samenwerking binnen en buiten de sector te vergroten, niet alleen op individueel niveau, maar ook als sector als een groter geheel.

Op zichzelf is het niet vreemd dat culturele organisaties zich primair richten op hun eigen culturele bedrijf. Zeker in de afgelopen jaren hebben veel organisaties te kampen met bezuinigingen en hebben daardoor meer interne prioriteiten. Nu wordt echter vaak naar de gemeente gekeken, terwijl initiatieven ook binnen en door de sector opgepakt kunnen worden. We willen daarom ook in de relatie tussen de gemeente en de cultuursector meer aandacht voor de rolverdeling en verwachten meer initiatief vanuit die sector.

Concreet denken we dat er meer en een sterkere verbinding mogelijk is op het gebied van publieksbereik, aanbodvernieuwing en maatschappelijke thema's. We roepen het culturele veld op nog meer samenwerking te zoeken met maatschappelijke organisaties, dan dat er nu al gebeurt. Als voorbeeld kan dienen de samenwerking met Quiet, Cello of Jeroen Bosch Ziekenhuis. Ook in de verbintenis met het bedrijfsleven zijn er waarschijnlijk meer mogelijkheden. Culturele ontmoetingsplaatsen vormen een warm welkom voor bedrijven en hun relaties en voor de bedrijvennetwerken in de stad. De sector kan hierop inspelen en de bedrijven ook gezamenlijk aan de cultuursector binden. Op het gebied van citymarketing menen we dat het bedrijfsleven en de culturele organisaties gezamenlijk hun investering in de campagne van Cultuurstad van het Zuiden moeten voortzetten, in samenwerking met Den Bosch Partners. Maar in lijn met het bestuursakkoord verwachten we ook van culturele organisaties dat zij nog sterker programmatisch en thematisch invulling geven aan Cultuurstad van het Zuiden. Hiervoor verwachten we meer samenwerking en afstemming.

Lokaal – provinciaal - landelijk

Ons cultuurbeleid is ook verbonden met provinciaal en landelijk cultuurbeleid. In de regio BrabantStad werken we samen met de Provincie Noord-Brabant en de andere B5-steden, net als binnen veel andere beleidsterreinen. Deze samenwerking bestaat al langer en is een goede basis om invulling te geven aan de plannen van de minister om het Rijkscultuurbeleid 2021-2024 meer af te stemmen op de regio. Een toekomstbestendig en sterker cultuursysteem kan zich niet alleen ontwikkelen vanuit Den Haag, maar evenmin alleen vanuit Brabant.

Deze samenwerking is in de huidige periode geconcretiseerd in het regioprofiel Brabantstad 2021-2024 BrabantStad maakt het: een innovatieve culturele regio als geen ander. Dit regioprofiel hebben we in november 2018 aangeboden aan de Minister van OCW[(3)]. Hierin staan vier programma's centraal: (1) cultuureducatie & participatie (2) talentontwikkeling (3) internationalisering en (4) publiekswerking.

Dat deze samenwerking succesvol is, blijkt uit het feit dat de minister de BrabantStad-investering voor de realisatie van de proeftuin Internationalisering heeft verdubbeld naar € 800.000. Hiermee ondersteunen we onze organisaties die de ambitie hebben om internationaal te werken, onder meer op het gebied van publieksbereik en internationale samenwerking. In deze proeftuin leggen we expliciet de verbinding met de andere programma's, zodat de investeringen breder landen. We werken op dit moment aan de implementatie van de vier programmalijnen.

Daarnaast werken we conform het Regioprofiel aan de afstemming van subsidie- en adviestrajecten in BrabantStad. Hierbij zijn we begonnen met de afstemming van de meerjarige subsidies voor organisaties die bij tenminste twee overheden subsidie aanvragen[(4)]. Door meer harmonisatie is een betere inhoudelijke afstemming mogelijk en verminderen we de administratieve druk voor culturele organisaties.

(3) Zie ook Collegebrief 11 oktober 2018

(4) zie ook Raadsinformatiebrief, reg. nr. 9114271

3. WAAR KOMEN WE VANDAAN?
3. WAAR KOMEN WE VANDAAN?
3. WAAR KOMEN WE VANDAAN?

Het huidige cultuurbeleid en het nieuwe financieringssysteem hebben een stevige basis gevormd voor de Cultuurstad van het Zuiden die we zijn. Op deze basis bouwen we in de komende periode verder, waarbij we een aantal verschuivingen voorstaan om onze positie van Cultuurstad van het Zuiden ook in de toekomst te kunnen behouden. Deze speerpunten bespreken we in het volgende hoofdstuk. We blikken nu eerst terug op de bestaande beleidskaders en het financieringssysteem en geven een korte samenvatting van de belangrijkste bevindingen uit de evaluatie, die we in het voorjaar 2019 hebben gepresenteerd(5).

(5) Raadsinformatiebrief Evaluatie Cultuurbeleid, reg. nr. 8896109

3.1 MAKEN, MEEMAKEN, MEEDOEN – BOSSCHE CULTURELE BASIS & CULTUURFONDSEN

Aan de basis van het huidige cultuurbeleid ligt de opvatting dat cultuur kan prikkelen en ontspannen, en een belangrijke bijdrage levert aan de vitaliteit en aantrekkelijkheid van onze gemeente. Hiermee heeft cultuur vanuit haar intrinsieke waarde ook een sociale en economische waarde voor 's-Hertogenbosch. Dat uitgangspunt is nog steeds relevant.
De huidige kaders zijn breed geformuleerd in de drie lijnen Maken, Meemaken en Meedoen, waarmee de productie, presentatie en participatie van cultuur een plek hebben in het beleid. Daarnaast beoogden we een optimale mix in voorzieningen die vooral op lokaal niveau actief zijn en voorzieningen die zich kunnen meten met de landelijke top, en op die manier van waarde zijn voor onze culturele stad. Dit is vertaald in de dragers Lokaal Effectief en Landelijk Onderscheidend. De onderliggende lijn richt zich op Cultureel Ondernemerschap.

In 2016 hebben we het nieuwe financieringssysteem beleidsarm ingevoerd, en bleven de bestaande beleidskaders uit 2009 van kracht. Het nieuwe financieringssysteem is in feite een instrument dat bestaat uit twee elementen: de Bossche Culturele Basis (BCB) en de Cultuurfondsen. Met de BCB bieden we meerjarige zekerheid en zorgen we voor stabiliteit binnen de organisaties en het Bossche culturele veld. De cultuurfondsen geven ruimte voor dynamiek en nieuwe spelers. De beleidscyclus van de BCB omvat steeds vier jaar en loopt parallel met de kunstenplanperiodes van het Rijk en de Provincie-Noord-Brabant.

Bossche Culturele Basis

De organisaties die we beschouwen als het culturele 'fundament' binnen onze gemeente, vormen samen de BCB 2017-2020. De BCB vertegenwoordigt 20 culturele organisaties met meerjarige subsidies, de amateurkunstenverenigingen, en kleinere organisaties die structureel eenjarige subsidies ontvangen, zoals wijktheaters en buurtpodia, carnavalsverenigingen, Oranjeverenigingen, en bijzondere muziekuitvoeringen.

Conform het raadsbesluit is de samenstelling van de huidige BCB gebaseerd op de situatie van 2016. U heeft daarbij ook besloten deze samenstelling voor de periode 2021-2024 te herijken. Daarbij is het mogelijk dat nieuwe organisaties instromen, maar ook dat bestaande organisaties uitstromen, een deel van het budget moeten afstaan, of budget erbij krijgen.

Met een aantal organisaties in de BCB hebben we meerjarenafspraken gemaakt[6]. De huidige BCB loopt van 2017-2020, waarvan het eerste jaar een transitiejaar was. De meerjarige afspraken zijn gemaakt over de periode 2018-2020[7].

(6) Raadsinformatiebrief "Meerjarige subsidieafspraken cultuur 2018-2020", reg. nr. 7406238
Met een paar organisaties zijn eenjarige afspraken gemaakt. Dit zijn organisaties waarmee het niet mogelijk was om meerjarige afspraken te maken vanwege een organisatieverandering, verandering in programmering, kwetsbaarheid in de bedrijfsvoering of omdat de organisatie in afwachting is van een evaluatie. Van deze organisaties is wel een meerjarenperspectief opgenomen.

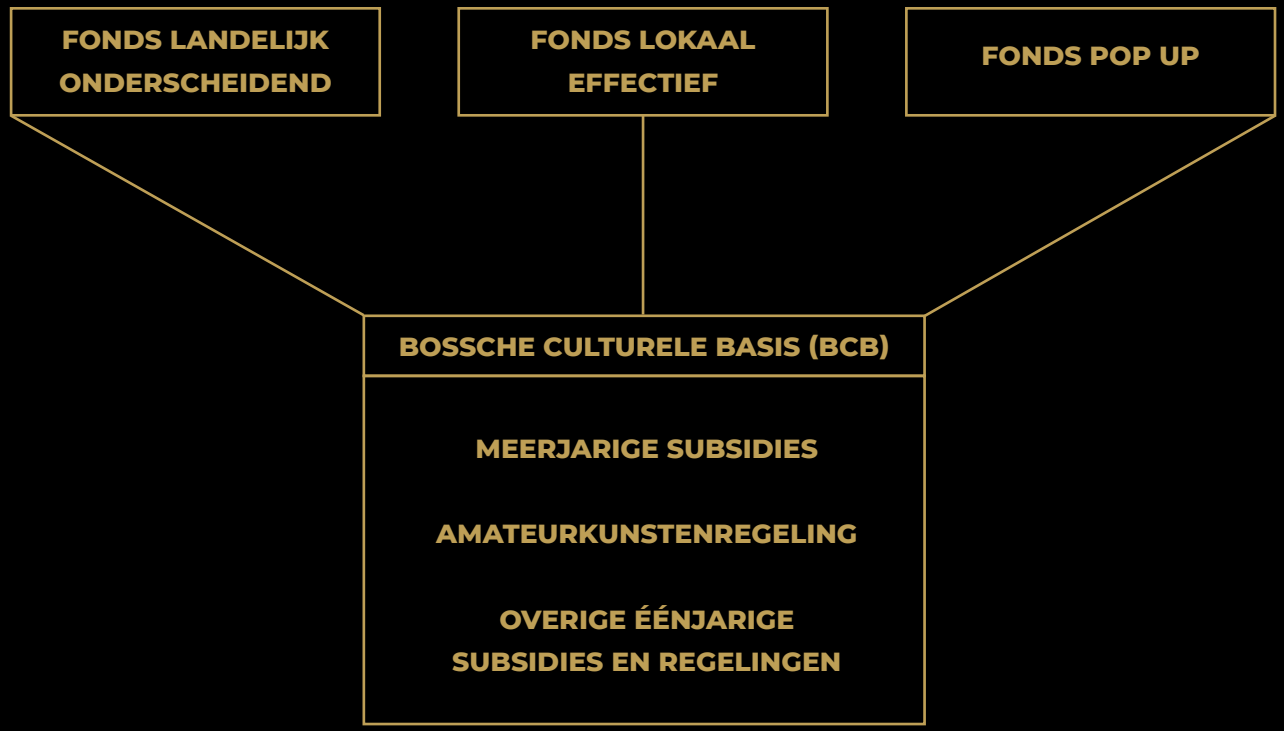
(7) De 20 organisaties in de BCB zijn: Atelier Beheer Stichting; Babel; Cabaretfirma; Design Museum Den Bosch; Festival Cement; Grafisch Atelier; IVC; Jazz in Duketown; JBAC; Koningstheaterakademie; Matzer; Museum Slager; Het Noordbrabants Museum; November Music; Panama Pictures; Stichting WILLEM TWEE; Theater aan de Parade; Theater Artemis; Theaterfestival Boulevard; Verkadefabriek. Inmiddels zijn Bibliotheek, Muzerije en Bureau Babel gefuseerd in de nieuwe organisatie Babel. Wave of Tomorrow is per 2019 gestopt met haar activiteiten, en maakt daarom geen deel meer uit van de BCB.

Cultuurfondsen

Met het nieuwe financieringssysteem introduceerden we naast een structurele subsidiering van de BCB een flexibele financiering van culturele projecten via de Cultuurfondsen. Hiermee beogen we te zorgen voor dynamiek, ruimte voor nieuwe initiatieven en doorstroming. De Cultuurfondsen kennen drie regelingen: Landelijk Onderscheidend, Lokaal Effectief en Pop-Up, alle drie met een eigen hoofddoelstelling. Het schema laat zien hoe de twee elementen zich tot elkaar verhouden.

De cultuurfondsen kennen alle drie een andere hoofddoelstelling. Het hoofddoel van Landelijk Onderscheidend is het versterken van landelijk onderscheidend cultureel aanbod in de gemeente 's-Hertogenbosch en daarmee het versterken van het 'merk' 's-Hertogenbosch voor bewoners, bezoekers en bedrijven. Het hoofddoel van Lokaal Effectief is kunst en bewoners verbinden door bewoners te stimuleren actief kunst te maken en voor Pop-Up is dit het stimuleren van innovatieve en verrassende culturele interventies in en voor de gemeente 's-Hertogenbosch.

Aanvragen onder € 2.000 (procedure klein) kunnen het hele jaar door zonder vastgestelde deadlines worden ingediend. Over deze kleine aanvragen wordt binnen 3 weken een ambtelijk besluit genomen door de fondssecretaris. Aanvragen vanaf € 2.000 worden 2 keer per jaar beoordeeld door een adviescommissie, de Commissie Bosch Cultuursysteem. Hiermee borgen we de objectiviteit in de inhoudelijke en kwalitatieve beoordeling.



3.2 DE BELANGRIJKSTE PUNTEN UIT DE EVALUATIE

Veelzijdig en kwalitatief aanbod, maar soms versnipperd

Karakteristiek voor Cultuurstad van het Zuiden is het brede en diverse aanbod. In 's-Hertogenbosch is er op cultureel vlak veel te zien, te beleven of zelf te maken in het hele spectrum aan culturele disciplines. Amateurs en professionals, commercieel en kunstzinnig, hebben allemaal een plek hier. We hebben ook een aanbod van hoge kwaliteit. Dit blijkt onder meer uit de financiële steun van provinciale en landelijke overheden en fondsen aan Bossche organisaties, en uit de aantrekkingskracht van onze musea en culturele festivals op landelijke bezoekers. Inhoudelijk gezien ligt onze kracht bij de podiumkunsten. De andere disciplines zijn aanwezig, maar minder sterk over de volle linie ontwikkeld. Met name in de visuele kunsten en de muziek zien we de potentie om de samenhang op specifieke onderdelen te verbeteren.

Een trouw en betrokken publiek, kansen voor een groter bereik

Karakteristiek is ook de band met het publiek. Zowel de grote publiekstrekkers als de organisaties die zich op een kleiner segment richten hebben een trouw publiek. De culturele sector kent een groot draagvlak, dat zich onder meer vertaalt in de grote betrokkenheid van vrijwilligers in allerlei vormen, van publieksbegeleiding bij grote festivals als Jazz in Duketown en Theaterfestival Boulevard, besturen en commissies, gastgezinnen tijdens IVC, tot de betrokkenheid bij amateur- en carnavalsverenigingen. Bovendien trekken we, zoals gezegd, landelijk veel publiek. Een deel van de mensen bereiken we nog niet of onvoldoende met ons aanbod. Onderzoeken geven aan dat er nog publiek te winnen is met het huidige aanbod, door bijvoorbeeld meer en doelgerichtere promotie. Maar we kunnen het publieksbereik ook verbreden door nieuw aanbod dat past bij de doelgroep. Zo zien we dat de recente aandacht voor urban culture een heel nieuwe groep cultuurdeelnemers heeft opgeleverd.

Stabiliteit in de BCB, meer dynamiek door fondsen

Een deel van onze Bossche Culturele Basis bestaat uit culturele organisaties met wie we meerjarige afspraken hebben. Deze structurele relatie zorgt voor rust en stabiliteit, waardoor de organisaties gemakkelijker meerjarige plannen en ambities kunnen ontwikkelen. De fondsen zijn een succes, ze leveren op wat we voor ogen hadden: ze geven nieuwe spelers een kans en zorgen voor nieuwe initiatieven. Inhoudelijk zorgen de fondsen voor uiteenlopende projecten, van kleinschalige activiteiten, artistieke experimenten, cultuurparticipatie, initiatieven in de dorpen en kernen, tot projecten die de basis zijn van grotere ontwikkelingen.

De context van ons culturele veld verandert

De culturele sector is onderdeel van een groter geheel, dat aan veranderingen onderhevig is. Het feit dat de samenleving vergrijst, diverser wordt en individualiseert, zijn relevante maatschappelijke ontwikkelingen. In de sector zelf zien we steeds vaker aanbod dat bestaat uit een mix van disciplines en nieuwe vormen van cultuur (zoals digitale kunst en urban). Ook wordt cultuur steeds vaker gepresenteerd in de vorm van festivals en op bijzondere locaties, wat bijdraagt aan de beleving van cultuur.

Profilering Cultuurstad van het Zuiden

In de afgelopen jaren is er in 's-Hertogenbosch geïnvesteerd in en bezuinigd op cultuur. Zo hebben we geïnvesteerd in het Museumkwartier en in het JB500 jaar. Voorgenomen investeringen betreffen het Theater aan de Parade en Babel. In de nieuwe meerjarenbegroting is structureel financiering voor de Legacy Jeroen Bosch en het fonds Landelijk Onderscheidend opgenomen. In 2013 (€1,8 mln) en 2015 (0,8 mln) is er structureel bezuinigd op cultuur. De bezuinigingen hebben de 'bewegingsruimte' in de begrotingen van de organisaties verkleind. Dit maakt het lastig voor organisaties om te investeren in vernieuwing, maar ook in personeel. Organisaties leunen steeds vaker op vrijwilligers voor activiteiten waar professionaliteit en expertise voor nodig is, en professionals in de culturele sector krijgen vaak onderbetaald. Dit is bedreigend voor de beroepsgroep en maakt de organisaties kwetsbaar. De landelijk geïntroduceerde Fair Practice Code zet aan tot verandering, maar zal in de uitvoering nog zwaarder drukken op de begrotingen. Daarnaast zien we toenemende concurrentie tussen steden in Nederland en onzekerheid ten aanzien van de landelijke financiering. De positie die we hebben is in de toekomst niet vanzelfsprekend.

4. SPEERPUNTEN VAN CULTUURSTAD VAN HET ZUIDEN

4. SPEERPUNTEN VAN CULTUURSTAD VAN HET ZUIDEN

4. SPEERPUNTEN VAN CULTUURSTAD VAN HET ZUIDEN

Veelzijdigheid en kwaliteit

De Cultuurstad van het Zuiden kenmerkt zich door de veelzijdigheid en de kwaliteit van kunst en cultuur. Het palet is breed: alle cultuurdisciplines zijn vertegenwoordigd; er is gesubsidieerde en commerciële cultuur; er is professionele kunst, amateurkunst en volkscultuur; er is laagdrempelig aanbod en (inter)nationaal toonaangevend aanbod; er is aanbod gericht op de lokale, regionale en (inter)nationale bezoeker; en het aanbod vindt plaats in het centrum, de wijken en de dorpen. Van levenslied tot IVC, van schildercursus tot Van Gogh-tentoonstelling, van November Music tot Carnaval, van Bossche Komeedie tot jeugdtheater Artemis: samen vormen zij de rijkdom van de culturele stad en brengen zij mensen met cultuur, met de stad en met elkaar samen. Hier mogen we uiteraard trots op zijn.

We hechten aan de veelzijdigheid die we in de afgelopen jaren hebben opgebouwd. De pijlers Maken, Meemaken, en Meedoen uit ons voorgaande cultuurbeleid zijn in die zin nog steeds relevant. In een culturele stad is het belangrijk dat culturele producten worden gemaakt, ze te zien en te beleven zijn en dat mensen zelf ook met kunst en cultuur bezig kunnen zijn. Cultuureducatie, amateurkunsten, presentatie-instellingen, gezelschappen en kunstenaars zijn onderdeel van ons cultuurbeleid. Instellingen als een bibliotheek, een poppodium, maar ook een Lokale Omroep, Carnaval, harmonieën en fanfares hebben hierin vanzelfsprekend een plek. Binnen deze bredere context willen we in het nieuwe beleid accenten leggen op de punten waarin we kansen zien ter versterking en kansen ter verbetering. We gaan niet uitvoerig in op de brede context, maar zetten in dit hoofdstuk de speerpunten in ons nieuwe beleid uiteen.

Cultureel Ondernemerschap

Net als in de vorige beleidsperiode is Cultureel Ondernemerschap een wezenlijk onderdeel van cultuurbeleid, van het culturele veld en van de individuele culturele organisaties. In het verleden werd de betekenis van cultureel ondernemerschap vaak teruggebracht tot zakelijk rendement of eigen inkomsten. In 2017 heeft de raad de invulling van cultureel ondernemerschap uitvoerig besproken. Op basis daarvan zien we cultureel ondernemerschap in een bredere betekenis, waarin er sprake is van cultureel, maatschappelijk en zakelijk rendement. Dit betekent dat we van organisaties niet alleen een goede mix van inkomsten verwachten, maar ook aandacht voor vernieuwing van het aanbod, maatschappelijk draagvlak en transparantie. Daarbij hoort ook het onderschrijven van de Governance Code Cultuur, Fair Practice Code en Code Culturele Diversiteit. Hiervoor geven we hen de ruimte en vertrouwen, en gaan we uit van maatwerk; onze verschillende culturele organisaties dragen allen op hun eigen wijze bij aan het geheel.

Cultuurstad van het Zuiden in de toekomst

Het is onze ambitie om onze kracht verder uit te bouwen en de positie van Cultuurstad van het Zuiden te versterken. Hiervoor moeten we blijven investeren; als je zelfgenoegzaam bent en niet steeds ambitie houdt raak je die positie kwijt. Daarnaast ontwikkelt de wereld om ons heen zich: het culturele veld, het landelijke beleid, andere steden en regio's en onze inwoners.

(8) Discussienota Cultureel Ondernemerschap, reg. nr. 7434579

Met een dergelijke ambitie is het onontbeerlijk te blijven innoveren en verrassen. Hiermee houden we de gemeente ook in de toekomst levendig voor onze huidige bewoners en aantrekkelijk voor nieuwe bewoners. Dit draagt eveneens bij aan het vestigingsklimaat voor bedrijven en maatschappelijke organisaties. We willen dit zo houden. En ook in de toekomst een aansprekend, prikkelend en divers cultureel aanbod voor onze bewoners hebben, waarin iedere inwoner op zijn of haar manier kan deelnemen aan cultuur. Daarnaast willen we ervoor zorgen dat meer cultuurtoeristen de weg naar 's-Hertogenbosch blijven vinden voor kwaliteitsaanbod. Dat is niet alleen belangrijk voor de vitaliteit van de culturele organisaties, maar ook voor economische spin-off. Door te versterken waar we goed in zijn, door het blijvend innoveren van het aanbod, en door cultuur en mensen nog beter aan elkaar te verbinden, blijven we ook in de toekomst dé Cultuurstad van het Zuiden voor onze bewoners en bezoekers.

Om optimaal effect te realiseren uit onze inspanningen, is het nodig accenten te leggen. We investeren in onze culturele stad via de volgende samenhangende strategieën: Versterken, Vernieuwen en Verbinden. De drie strategieën zijn relevant voor alle onderdelen van het cultuurbeleid en voor iedere organisatie. Maar in de komende periode kiezen we binnen iedere strategische lijn voor een beperkt aantal speerpunten.

Versterken van het PROFIEL: we versterken onze kracht door het profiel waarmee we ons onderscheiden en dat door veel mensen herkend wordt aan te scherpen. Onze speerpunten zijn:

a. **De toonaangevende positie van muziekfestivals, theaterfestivals en –gezelschappen verder ontwikkelen, mede in samenhang met de podia**

b. **De aantrekkingskracht van de musea in 's-Hertogenbosch versterken**

Vernieuwen van het AANBOD: we blijven toekomstbestendig door nieuwe ontwikkelingen in gang te zetten. Onze speerpunten zijn:

a. **Jonge talenten op het gebied van visuele kunsten en crossovers sterker ondersteunen en zichtbaarder maken**

b. **Urban arts als cultuurvorm in al zijn verschillende uitingen verder ontwikkelen**

Verbinden van MENSEN: we betrekken meer verschillende mensen bij het culturele leven, en we betrekken ze sterker door cultuur toegankelijker te maken. Onze speerpunten zijn:

a. **Samenhang in het aanbod van cultuureducatie voor kinderen verbeteren**

b. **Amateurkunsten, met name muziek, toegankelijker maken**

c. **Actieve en receptieve deelname aan cultuur van nieuw publiek vergroten (publiekswerking)**

d. **Het bereik van het bestaande cultuurpubliek, bewoners en bezoekers, versterken (publiekswerving)**

Cultuurstad van het Zuiden in de toekomst

VERSTERKEN	VERNIEUWEN	VERBINDEN
VERSTERKEN VAN HET PROFIEL	IN GANG ZETTEN VAN NIEUW AANBOD	MEER MENSEN EN MEER VERSCHILLENDE MENSEN VERBINDEN MET CULTUUR
Theater Muziek Musea	Visuele kunst/crossovers Urban	Cultuureducatie Amateurkunst, focus muziek Publiekswerking en publiekswerving

Langs deze drie lijnen geven we ons cultuurbeleid voor de komende periode vorm. Daarnaast krijgen deze strategische thema's een centrale plaats in de subsidiering aan alle organisaties, of het nu meerjarige, eenjarige of projectsubsidies betreffen. We nodigen de sector hiermee uit deze lijnen verder aan te scherpen en verantwoordelijkheid te nemen voor de inhoudelijke invulling van Cultuurstad van het Zuiden. Hierbij beseffen we dat niet alle organisaties op alle onderdelen even zwaar kunnen inzetten. We verwachten wel dat we door de variatie tot een evenwichtige spreiding over de strategische thema's komen.

De drie strategische lijnen werken we in de volgende paragrafen uit. Ze zijn vanzelfsprekend met elkaar verweven maar voor de helderheid bespreken we ze hieronder aan de hand van accenten.

Meer inhoudelijke focus:
theater, muziek, musea

Wat willen we bereiken?

‘s-Hertogenbosch is onderscheidend in Nederland en behoort tot de top van de culturele steden van Nederland

De toonaangevende positie van muziekfestivals, theaterfestivals en –gezelschappen verder ontwikkelen, mede in samenhang met de podia

De aantrekkingskracht van de musea in ’s-Hertogenbosch versterken

4.1 VERSTERKEN VAN HET PROFIEL

Toonaangevende podiumkunsten

We versterken ons profiel door inhoudelijk te kiezen voor onze kracht: de podiumkunsten. In het bijzonder theater en muziek zijn toonaangevend en hebben nationale en steeds vaker internationale erkenning. Samen brengen de festivals en de podia een divers aanbod en hebben een relatief groot publiek, zowel lokaal als nationaal. Het zijn landelijk onze ‘uithangborden’. Dat geldt natuurlijk ook voor onze gezelschappen. Dat zij toonaangevend zijn komt ook doordat zij op internationaal niveau werken en van belang zijn. November Music en Theaterfestival Boulevard vervullen deze rol als internationaal platform voor podiumkunsten en dragen bij aan uitwisseling. Theater Artemis doet dit onder meer door steeds vaker over de grenzen te spelen en internationale coproducties te maken. Dit podiumkunstenprofiel willen we versterken, door het belang van dit type organisaties voor ’s-Hertogenbosch als cultuurstad te erkennen en hun ambities en ontwikkeling financieel te ondersteunen.

We willen een blijvend en bloeiend podiumkunstenklimaat met lokale en (inter) nationale impact. Dit klimaat is gebaat bij een intensievere samenwerking tussen de partijen op lokaal en regionaal niveau. Presentatie-instellingen zijn steeds vaker betrokken in het productieproces van muziek of theater. De podia kunnen deze rol nog actiever pakken door met lokale makers coproducties te ontwikkelen. Ook wat betreft publieksbereik kunnen makers en podia elkaar versterken door samenwerking op het gebied van marketing en communicatie. Bovendien wordt de impact van het podiumkunstenprofiel groter met een betere afstemming in de programmering: dit zorgt voor een afwisselender aanbod, minder concurrentie en daarmee een beter publieksbereik voor onze podia.

Een bloeiend podiumkunstenklimaat betekent ook dat er plaats moet zijn voor experiment en voor nieuwe makers. Zij krijgen kansen binnen de festivals, maar om onze toonaangevende positie kracht bij te zetten moeten we deze beweging doorzetten naar de podia. Door ruimte voor innovatief theater- en muziekaanbod en dit meer te verbinden met de (lokale) podia, krijgt ons podiumkunstenprofiel een nog sterkere betekenis. We vernieuwen ook door via onze festivals en podia makers van buitenaf een bepaalde periode in onze gemeente te laten werken, in de zogenaamde residencyprogramma’s of simpelweg door tijdelijk werk- en woonruimte beschikbaar te stellen.

VOORBEELD VOORBEELD VOORBEELD

Theaterfestival Boulevard, Festival Cement en Theater Artemis werken samen in Broedplaats ’s-Hertogenbosch (in Pand 18), waar jonge makers de gelegenheid krijgen om een aantal weken te werken aan hun artistieke profiel en dit te presenteren.

Een recentelijk voorbeeld van een coproductie is WIJ, een ode aan de Bossche Volkswijk, een samenwerking tussen Paleis voor Volksvlijt en de Verkadefabriek.

Een dergelijke uitwisseling is ook goed voor de (inter)nationale netwerken waarin onze podiumkunstenorganisaties opereren. Daarnaast versterken we ons profiel door onze landelijke spelers te zien als onze ambassadeurs, die met innovatief theater/muziek 's-Hertogenbosch laten zien in de rest van het land en de wereld. Ook als gemeente kunnen we dit sterker uitdragen door deze iconen beter te benoemen en benutten in onze citymarketing, met name de festivals als Theaterfestival Boulevard, Jazz in Duketown en November Music. Met het Bosch Requiem en de Bosch Parade geven we vanuit de Bosch-legacy ook een impuls aan de versterking van muziek en podiumkunsten.

VOORBEELD VOORBEELD VOORBEELD

De internationale waardering voor het werk van Jetse Batelaan, artistiek leider van Theater Artemis, blijkt onder meer uit de toekenning van de Zilveren Leeuw van de Biënnale van Venetië in de zomer van 2019. November Music en Theaterfestival Boulevard maken deel uit van verschillende internationale samenwerkingsverbanden en netwerken, en worden daarin ondersteund met middelen van Creative Europe.

Aantrekkelijke musea

Met het Museumkwartier hebben we een sterke trekker in onze gemeente van hoge kwaliteit. De inhoudelijke doorontwikkeling die in de afgelopen jaren heeft plaatsgevonden zorgt voor veel publiek en voor landelijke en internationale aandacht in de pers. Ook in de (inter)nationale netwerken hebben onze musea een betere positie verworven. Het afwisselende aanbod, van breed aantrekkelijke tentoonstellingen tot gespecialiseerde bijzondere tentoonstellingen, zorgt voor continue aandacht in de media en spreekt een brede groep bezoekers aan die vaker naar het Museumkwartier komt. Ter versterking van het museumprofiel verwachten we een sterkere samenwerking van de beide musea. Zo kunnen zij nog actiever inzetten op het vergroten van het publieksbereik. Wij kunnen als gemeente deze ontwikkeling verder ondersteunen door de musea nog centraler te stellen in onze citymarketing, zoals we net ook hebben aangeven voor de festivals. We verwachten daarbij dat wij bij deze initiatieven op steun kunnen rekenen van andere partijen die profiteren van de aanwezigheid van cultuurtoeristen.

In het Jeroen Bosch Kwartier hebben we een tweede cluster van musea, allemaal met een specifiek aanbod. Meer samenwerking in dit gebied, onder meer gezamenlijke marketing en communicatie en gezamenlijke ticketing, zorgt voor meer bezoekers voor de musea en een duidelijker profiel van het Jeroen Bosch Kwartier. Hiermee sluiten we aan bij een bredere ontwikkeling van de binnenstad. Ook de ontwikkeling van het Vestingmuseum, als museum weliswaar geen onderdeel van deze cultuurnota, draagt bij aan het museumprofiel van de stad. We koppelen de sterkere aandacht voor het Jeroen Bosch Kwartier mede aan de promotie van ons erfgoed, waaronder het Vestingmuseum, de vaartochten en stadswandelingen en het Huis van Bosch in het pand De Kleine Winst.

VOORBEELD VOORBEELD VOORBEELD

In de zomer en herfst van 2017 waren er in het Museumkwartier tegelijkertijd een grote publiekstrekker en kleinere bijzondere tentoonstellingen te zien. Het Noordbrabants Museum programmeerde De jaren 80 en de hedendaagse kunsttentoonstelling Between the Lines van Chiharu Shiota. Het Design Museum toonde Future Bodies van Bart Hess.

We zetten nieuwe ontwikkelingen in aanbod in gang

Wat willen we bereiken?

Een toekomstbestendig cultureel aanbod

Jonge talenten die nieuwe ontwikkelingen in gang zetten en nieuwe technieken gebruiken, sterker ondersteunen en zichtbaarder maken, met focus op visuele kunsten en crossovers

Urban Arts als cultuurvorm verder ontwikkelen

4.2 VERNIEUWEN VAN HET AANBOD

Meer aandacht voor jonge talenten in vernieuwende visuele kunst en crossovers

Vernieuwing is nodig om de positie van Cultuurstad van het Zuiden toekomstbestendig te maken. We leggen hierbij het accent op de vernieuwende visuele kunst. Uiteraard houden we ook aandacht voor andere disciplines en ondersteunen we blijvend de ontwikkeling van een divers aanbod. Maar zoals we hebben geconstateerd in de evaluatie, blijft de ontwikkeling van nieuwe visuele kunst in onze gemeente achter, terwijl er een groot potentieel aanwezig is. Zo hebben we met de aanwezigheid van de Kunstacademie al een continue aanwas van nieuwe (visuele) kunstenaars en van nieuwe visuele kunst. We vergroten de zichtbaarheid van jonge talenten met tentoonstellings- of verkoopplekken in de gemeente, zoals tijdelijke winkelpanden, presentatie-instellingen, of de openbare ruimte. We denken hierbij nadrukkelijk ook aan plekken die door nieuwe makers of een kunstenaarscollectief zelf worden gerund (artist-run space).

Daarnaast is het hebben van een werkplaats of atelier essentieel. Zoals eerder gesteld, is het moeilijk voor jonge talenten om een werkplek te vinden. Het is zaak dat we bestaande locaties blijven borgen en nieuwe locaties blijven creëren. Hiermee voorzien we niet alleen in de behoefte van makers, maar geven we ook een extra impuls aan de creativiteit en dynamiek in de gemeente. En in sommige gevallen aan de ontwikkeling van een gebied. Om deze ruimte beschikbaar te houden, zoeken we naar mogelijkheden binnen de herijking van het accommodatiebeleid.

Bovendien beschouwen we dit vraagstuk ook meer integraal door het sterker te verbinden met ons economisch en ruimtelijk beleid en dat van maatschappelijk vastgoed.

Het huidige atelierbeleid sluit onvoldoende aan bij de behoefte van jonge talenten. We vernieuwen het atelierbeleid naar een werkplaatsbeleid. Hierin besteden we meer aandacht aan de instroom van jonge talenten en kruisbestuiving. Het tonen van werk aan een groter publiek wordt explicieter onderdeel van dit nieuwe beleid. We onderschrijven vanzelfsprekend het belang van werken in de luwte tijdens het creatieproces. Tegelijkertijd verwachten we van de gebruikers van de werkplaatsen en ateliers dat zij meer de verbinding zoeken met hun publiek, bijvoorbeeld door het openstellen van de ateliers of het organiseren van tentoonstellingen.

Verder kunnen we een impuls geven aan de ontwikkeling van de beroepspraktijk van jonge talenten door hen aan andere jonge ondernemers te koppelen en hen aan laten sluiten bij de bedrijvennetwerken in de gemeente. In die zin moeten we jonge creatieve talenten explicieter zien als ondernemers, vergelijkbaar met starters in andere branches, die met hun culturele activiteiten een impuls geven aan de stad.

VOORBEELD VOORBEELD **VOORBEELD**

In ’s-Hertogenbosch zijn verschillende ateliercomplexen en werkplaatsen, waar meerdere kunstenaars samen werken. Dit jaar hielden o.a. de Gruyterfabriek, de Bartjesschool en Noorderlicht open ateliers om een breder publiek kennis te laten maken met de kunstenaars en hun kunst.

In de visuele kunsten zien we steeds vaker toepassingen van technologie, data en crossovers naar andere disciplines. In ’s-Hertogenbosch is dit nog relatief onontgonnen gebied, maar we zien mogelijkheden om aan deze ontwikkelingen een impuls te geven. De culturele programmering tijdens de Data Week is een eerste verkenning van de mogelijkheden op het gebied van Datakunst en heeft potentie om verder uitgebouwd te worden, al dan niet autonoom. Ook zien we dat kunst en creativiteit een toegevoegde waarde kan hebben in andere domeinen. Zo kunnen we studenten en alumni van de Kunstacademie betrekken bij het vraagstuk studentenhuisvesting.

**We zien met Kunst in de Openbare Ruimte mogelijkheden om visuele kunst, data en bewoners dichter bij elkaar te brengen. De openbare ruimte is een laagdrempelige locatie, waarin jonge talenten kunnen experimenteren, al dan niet met digitale toepassingen, in directe relatie met het publiek. Door internationale kunstenaars een periode hier te laten werken via een residency voor digitale kunst in de openbare ruimte geven we niet alleen een impuls aan deze ontwikkeling, maar ook aan het makersklimaat in onze gemeente.
De Kop van ’t Zand (Spoorzone-Noord: Willem Twee Fabriek, Tramkade, Orthenpoort-Zuid) is de voor de hand liggende locatie waar nieuwe initiatieven en jonge makers primair een plek kunnen hebben. In de Spoorzone hebben we de ontwikkeling van responsieve/slimme buitenruimte al in gang gezet. We zien hier potentie om verschillende gebieden met elkaar te verbinden: ambacht, visuele kunsten, technologie en data zijn in dit gebied al aanwezig met de Kunstacademie, SPARK en IoT Lab. Bovendien kunnen cultuur en creatieve geesten een sterke impuls geven aan de verdere ontwikkeling van dit gebied.**

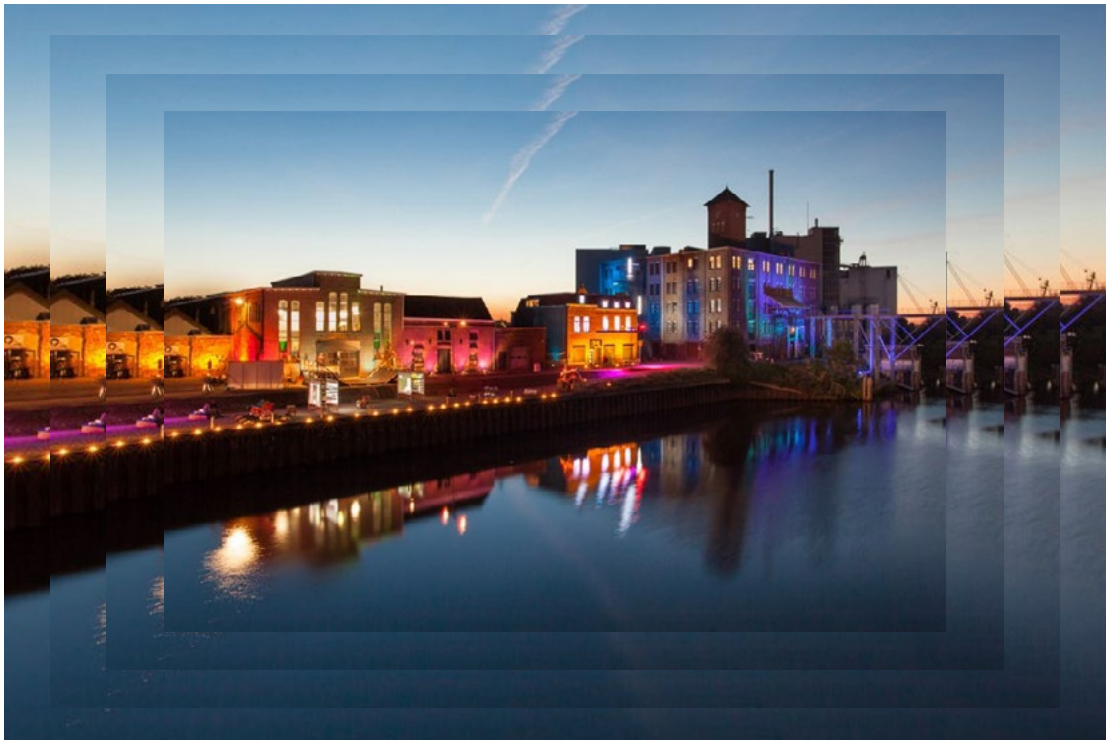
Meer aandacht voor Urban Arts

Voor vernieuwing in het aanbod focussen we ook op urban arts in al zijn verschillende uitingen. Een discipline die voor een brede groep interessant is, maar in ons beleid willen we hiermee vooral jongeren in onze gemeente bedienen. De term urban arts is een verzamelnaam voor kunstvormen die voortkomen uit straatcultuur. Zo verstaan we onder urban arts o.a. breaken streetdance, vogue, hiphop, r&b, spoken word, en graffiti. Er zijn ook allerlei mengvormen, ook met andere (bestaande) disciplines en met urban sports. Met aandacht voor deze kunstvorm verbreden we het cultuurpubliek, doordat we beter aansluiten bij hun interesses. Door de hechte communities die rond de discipline bestaan kent urban ook een verbindende component. Beide voordelen willen we optimaal benutten.

We ondersteunen vernieuwing van het culturele spectrum door het aanbod en de zichtbaarheid van urban arts te vergroten. We denken hierbij aan meer urban programmering op onze podia en andere locaties, ondersteuning van jongeren (o.a. via Cityboost/combinatiefunctionaris) die met de discipline aan de slag willen, iconische murals in de openbare ruimte en het naar de gemeente halen van kansrijke initiatieven. We denken ook aan het professionaliseren van de bestaande urban-initiatieven en aan artistieke kwaliteitsontwikkeling van het aanbod, waardoor we in de volgende periode een urban-speler van bovenregionale impact in onze gemeente hebben.

Ook fysieke ruimte is belangrijk. In de afgelopen jaren is het gebied Skatehal/Tramkade de plek geworden waar urban geland is in onze gemeente; in de nieuwe Skatehal willen we hier wederom ruimte voor hebben. Om hier en op andere plekken in de gemeente ruimte voor urban beschikbaar te houden, werken we intensief samen met andere beleidsterreinen, zoals Sport, Jongerenparticipatie en Stadsontwikkeling.

Deze samenwerking zoeken we ook in de ontwikkeling van een tweede lijn, namelijk het betrekken van kinderen en jongeren bij urban arts. Passend bij de hybride vorm van urban arts is het logisch om over de beleidsterreinen heen te kijken. Urban arts, Sport, Jongerenparticipatie en initiatieven als PowerUp073 hebben de potentie elkaar te versterken door het gebruik van elkaars netwerken, expertise en aanbod. We zorgen voor toegankelijkheid van deze kunstvorm door activiteiten niet alleen in het centrum te concentreren, maar juist de spreiding over de wijken, waar veel al plaatsvindt, te ondersteunen. Daarnaast zien we mogelijkheden om onderwijs en urban steviger aan elkaar te koppelen door de ontwikkeling van een doorlopende leerlijn urban en een steviger plek van deze discipline in het aanbod van cultuureducatie en -participatie.



VOORBEELD VOORBEELD **VOORBEELD**

In het najaar van 2019 vonden een voorronde en de finale van Nederlandse Breaking League plaats in ’s-Hertogenbosch. Hiermee hebben we een jong en kansrijk urban-initiatief, mede opgericht door een Bossche breakdancer, naar ’s-Hertogenbosch gehaald.

Wat willen we bereiken?

Meer mensen en een grotere diversiteit aan mensen die zich verbonden voelen met cultuur

- **Samenhang in het aanbod van cultuureducatie voor kinderen verbeteren**
- **Amateurkunsten, met name muziek, toegankelijker maken**
- **Actieve en receptieve deelname aan cultuur van nieuw publiek vergroten (publiekswerking)**
- **Het bereik van het bestaande cultuurpubliek, bewoners en bezoekers, versterken (publiekswerving)**

4.3 VERBINDEN VAN MENSEN

Cultuureducatie aan de basis

Deelnemen aan cultuur begint vaak met het breed kennismaken met professionele kunst van goed niveau. We streven er naar dat ieder kind in de gemeente die kennismaking krijgt. Zoals eerder aangegeven heeft dit een sociale waarde. Ook legt het een basis voor toekomstige cultuurdeelname. Vrijwel alle culturele organisaties kennen een cultuureducatieve component. Er is een belangrijke regierol bij Babel neergelegd om de kwaliteit daarvan te borgen en om het aanbod te structureren voor de scholen. Hoewel we al een groot bereik hebben, is er ruimte voor verbetering in de inhoudelijke en organisatorische afstemming. De culturele organisaties zijn sterk in het ontwikkelen van nieuwe initiatieven op educatief vlak, de wensen en behoeften van scholen zijn ook voortdurend in ontwikkeling. De opgave aan Babel is om deze op een actievere wijze bij elkaar te brengen.

De verbindende kracht van amateurkunst

Zoals we ook al eerder beschreven, speelt de amateurkunst een belangrijke rol in Cultuurstad van het Zuiden. Veel Boschenaren doen aan amateurkunsten, het amateurkunstenleven is hier uitgebreid. We willen ook in de komende periode dat onze inwoners actief kunst en cultuur kunnen blijven maken en amateurkunst voor meer mensen toegankelijk maken. Amateurverenigingen als de fanfares en harmonieën, koren, toneelverenigingen, schilderclubs, de wijktheaters en de buurtpodia, de carnavalsverenigingen en Oranjeverenigingen dragen bij aan de brede basis en aan de verbinding van mensen aan cultuur en met elkaar. Deze organisaties zorgen voor een gevoel van samen doen en voor sociale cohesie. Daarmee zijn ze een belangrijk bindmiddel in onze gemeente, vooral ook in de wijken en dorpen, en van blijvend belang.

We ondersteunen de amateurkunsten nu via Babel (voorheen de Muzerije) en via de amateurkunstenregeling. Nu kunnen alleen verenigingen een beroep doen op deze regeling, en bereiken we een deel van de amateurkunstenbeoefenaars niet. We willen amateurkunst in de komende periode ook in niet-geïnstitutionaliseerd verband ondersteunen. Het groepsverband blijven we belangrijk vinden, juist omdat dat bijdraagt aan de verbinding. We passen de subsidieregeling voor amateurkunst aan, zodat we meer amateurkunst in groepsverband kunnen ondersteunen. Daarnaast ondersteunen we de amateurkunstenbeoefening door een efficiënter gebruik van de ruimtes. Accommodaties voor amateurkunst zijn de afgelopen jaren vaak duurder geworden door onder andere grotere schaarste van ruimtes[(9)]. Door meervoudig gebruik van ruimtes kunnen de kosten gedeeld worden en bieden we meer amateurorganisaties een plek. We hebben deze ontwikkeling al in gang gezet en zullen dit in de komende beleidsperiode uitbreiden.

(9) Zie Discussienota Herijking Accommodatiebeleid, reg. nr. 9300537 en Raadsinformatiebrief Herijking Accommodatiebeleid, reg. nr. 9300600.

Muziekbeoefening en muziekeducatie

In de komende periode blijven we amateurkunstenbeoefening in de breedte ondersteunen, maar richten we ons specifiek op muziek. We zien dat we een breed scala aan muziekactiviteiten hebben in de stad, wijken, kernen en dorpen, maar ook versnippering. Op het gebied van muziekeducatie hebben we na het grotendeels verdwijnen van de functie van de muziekschool bij de Muzerije, een impuls gegeven aan muziekinitiatieven. Daarnaast zijn er tal van particuliere initiatieven opgekomen. Individuele muziekdocenten, muziekscholen, harmonieën en fanfares hebben zich in de afgelopen jaren ingezet voor het verzorgen van gedegen muziekonderwijs aan onze jeugd. We constateren echter versnippering in het aanbod en het ontbreken van een duidelijke, toegankelijke en kwalitatief goede structuur voor onze inwoners. In de komende periode willen we die samenhang en toegankelijkheid wel goed op gang brengen. Hiermee versterken we de onderlinge relaties, vergroten we de zichtbaarheid en zorgen we bovendien voor een betere doorstroom van amateurs naar professionals. We zien hierin een sleutelrol voor het nieuwe Babel, dat niet meer is belast met de positie uit het verleden. Daarbij betrekken we ook uitdrukkelijk de muziekverenigingen zoals harmonieën en fanfares en muziekdocenten/muzikanten. Ook de podia zoals poppodium Willem Twee, de Toonzaal, Theater aan de Parade, en de grote festivals betrekken we hierbij. In eerste instantie gaat onze prioriteit uit naar de doelgroep jongeren, wat niet wil zeggen dat Babel zich daartoe hoeft te beperken.

Inclusieve cultuur, een nieuw publiek

Een deel van het geïnteresseerde publiek neemt nog maar beperkt deel aan het cultuuraanbod. Denk hierbij aan jongeren, senioren, mensen met lagere inkomens, mensen met een fysieke beperking, bewoners van de (buiten)wijken en dorpen, of internationaal publiek (studenten, expats, nieuwkomers). Dit kan zijn omdat het huidige aanbod niet geheel aansluit op de interesses of mogelijkheden, of omdat er fysieke, financiële of andersoortige belemmeringen zijn. Zo gaven sommige respondenten in de Cultuurmonitor aan dat zij wel meer aan cultuur zouden doen, als ze dat samen met iemand zouden kunnen doen in plaats van alleen.

Het begrip publiekswerking krijgt een belangrijke plaats in het bereiken van dit nieuwe publiek, Publiekswerking (en inclusiviteit) gaat verder dan meedoen en meemaken, en is niet hetzelfde als educatie of marketing. Bij publiekswerking gaat het erom vanuit de inhoud een nieuw en diverser publiek te verbinden aan culturele organisaties, door het verlagen van drempels en het aanbod beter af te stemmen op de behoeften/interesses. Dit kan door programma's te maken voor specifieke doelgroepen, maar vooral ook door deze interessant te maken voor meerdere groepen en ze zo met elkaar te verbinden. Publiekwerking betekent ook een meer integrale benadering: de voorstelling of tentoonstelling, de nabespreking, het communityproject in de wijk vormen samen het programma. Ieder onderdeel trekt publiek, waarmee het bereik van een artistiek product dus meer is dan alleen de bezoekersaantallen aan een voorstelling. Samenwerking met organisaties als Quiet en Kameraden, wat nu al op kleine schaal gebeurt, maakt cultuur ook toegankelijker. Een prikkelarme dag op een festival, een herinneringsproject in een museum, een gebarentolk bij een voorstelling zijn andere voorbeelden van hoe cultuur inclusiever kan worden.

Potentie van bestaande publieksgroepen benutten

Onze culturele organisaties hebben een trouw publiek: mensen die sterk geïnteresseerd zijn in cultuur, die zich verbonden voelen met cultuur, met de professionele makers, de amateurverenigingen, de podia en de festivals. Dit brede draagvlak komt niet alleen tot uitdrukking in het aantal bezoeken aan culturele plekken en activiteiten in onze gemeente, maar ook door de vele vrijwilligers die zich inzetten voor cultuur. Uit de Cultuurmonitor en uit landelijk onderzoek blijkt dat er voor het huidige aanbod een groter publiek mogelijk moet zijn. Dit publiek bereik je niet zomaar; culturele organisaties moeten in dezen wedijveren met andere vrijetijdsbestedingen. Het gaat dan om de combinatie van onderscheidend zijn in je aanbod en deze goed naar je doelgroep te communiceren. Hierin nemen ze het op tegen partijen als Netflix, die goed slagen in die combinatie.

Het publiek bestaat natuurlijk uit inwoners van de gemeente zelf, maar ook uit bezoekers uit de rest van de regio, en nationale en internationale bezoekers. Die kunnen we nog beter bereiken. De Cultuurmonitor laat zien dat onder andere een betere informatievoorziening ertoe bij zal dragen dat meer bewoners cultureel actiever worden in onze gemeente. Ook door samenwerking en afstemming kunnen we het huidige cultuurpubliek prikkelen andere typen cultuur te ontdekken en zo meer bezoekers te generen. We willen hierbij onder andere de groeiende groep internationale studenten, en internationale werkenden in de grotere regio meenemen, vooral in regionaal Brabantstadverband.

VOORBEELD VOORBEELD **VOORBEELD**

De samenwerking tussen Het Noordbrabants Museum en de Verkadefabriek tijdens Loving Vincent bracht filmliefhebbers naar het museum en omgekeerd.

Een ander voorbeeld is het (landelijke) initiatief We Are Public, dat zijn leden onbeperkte toegang geeft aan cultuur en het zo makkelijker maakt nieuwe disciplines te ontdekken.

Meer bezoekers van buiten ’s-Hertogenbosch zijn bovendien ook economisch interessant. In de evaluatie gaven we al aan dat de cultuurtoerist voor een relatief grote economische spin-off zorgt. De cultuurtoerist komt voor het kwalitatieve culturele aanbod, en maakt er een uitgebreidere dag of weekend van met winkelen en een hapje eten. Het Jeroen Bosch-jaar heeft laten zien dat we heel goed in staat zijn culturele bezoekers uit Nederland en buitenland aan ’s-Hertogenbosch te binden en dergelijke grote bezoekersstromen goed te begeleiden. Recent onderzoek laat zien dat we onze iconen, zoals Theaterfestival Boulevard, November Music, Jazz in Duketown en Het Noordbrabants Museum, nog sterker kunnen inzetten om meer bezoekers naar onze gemeente te trekken. Hiervoor is het van belang dat er scherper ingezet wordt op doelgroepen- en marketingbeleid, zowel door individuele organisaties, als gezamenlijk. Hiermee is met de campagne Cultuurstad van het Zuiden al een eerste aanzet gegeven.

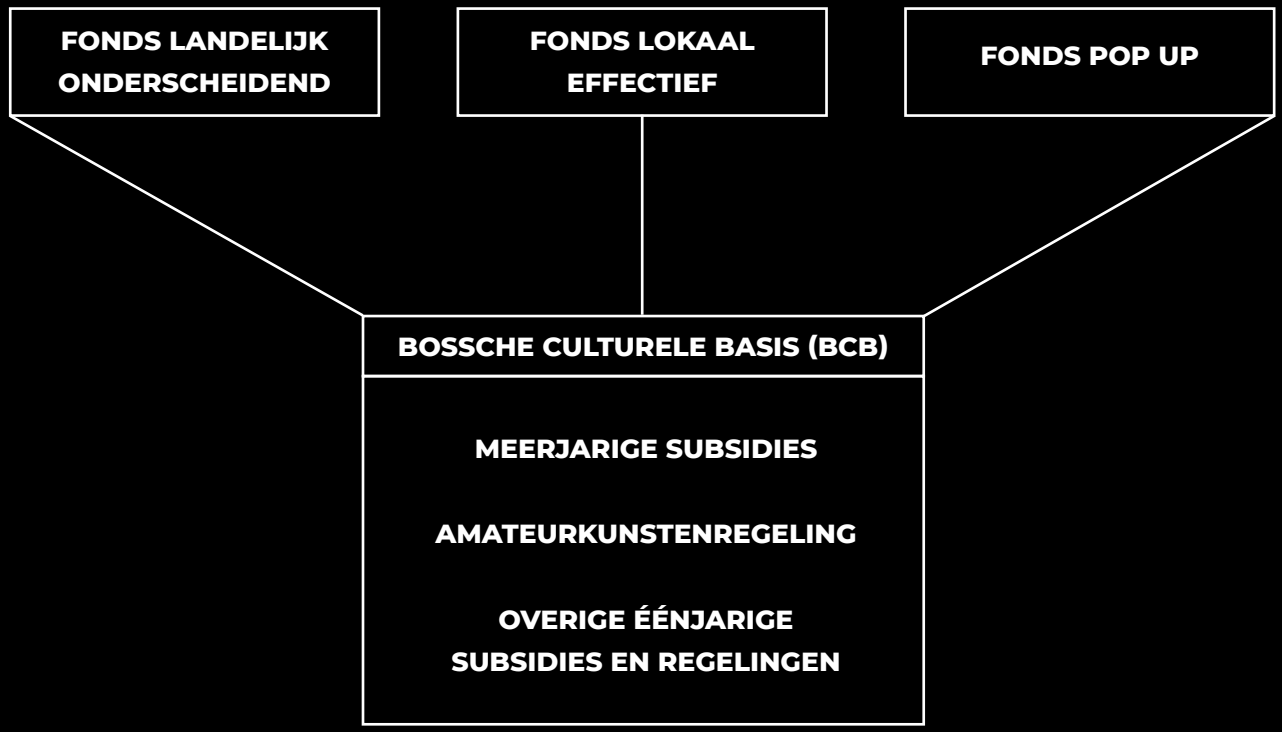
5. FINANCIEEL EN INSTRUMENTEEL KADER

5. FINANCIEEL EN INSTRUMENTEEL KADER
5. FINANCIEEL EN INSTRUMENTEEL KADER

Om dit voorgenomen beleid uit te voeren zijn er verschillende instrumenten. We hebben structurele meerjarige en eenjarige subsidierelaties in de BCB, de flexibele financiering via onze fondsen, co-financiering met andere beleidsterreinen, de co-financiering met provincie en Rijk, en investeringen in gebouwen.

5.1 BCB EN CULTUURFONDSEN

Het systeem van structurele subsidies aan de Bossche Culturele Basis en flexibele subsidies voor projecten, dat we in 2016 hebben geïntroduceerd, is succesvol gebleken. We continueren dan ook dit systeem. De BCB blijft de basis, waaronder organisaties met meerjarige subsidies, de amateurkunstenregeling, en kleinere organisaties die structureel eenjarige subsidies ontvangen, zoals wijktheaters en buurtpodia, carnavalsverenigingen, Oranjeverenigingen, sinterklaasvieringen, gildes en schutterijen, heemkundekringen, en bijzondere muziekuitvoeringen. De fondsen blijven katalysator voor dynamiek.



Ten aanzien van de BCB geldt dat we de lijn uit het raadsvoorstel volgen zoals dat is vastgesteld door uw raad(10). We herijken de samenstelling van de BCB op basis van de inhoudelijke voorgestelde lijnen Versterken, Vernieuwen en Verbinden, en de speerpunten die we daarin hebben aangegeven:

- **Toonaangevende Podiumkunsten**
- **Promotie en samenwerking Museumkwartier en Jeroen Bosch Kwartier**
- **Jong talent visuele kunsten, technologie en crossovers**
- **Ontwikkeling Urban Arts**
- **Cultuureducatie**
- **Amateurkunst, met de focus op muziek**
- **Inclusiviteit en publiekswerking**
- **Publieksbereik**

(10) raadsbesluit "Nadere uitwerking financieringssysteem cultuur", reg. nr. 5606005

Daarbij blijven we oog houden voor de diversiteit in aanbod en bereik, kenmerkend voor Cultuurstad van het Zuiden. We gaan uit van een goede verhouding tussen de drie basispijlers van cultuur: productie, presentatie en participatie, tussen de verschillende disciplines, en tussen landelijk onderscheidende activiteiten en lokaal georiënteerde activiteiten.

Voor deze nieuwe periode kunnen alle organisaties in de huidige BCB en de gehonoreerde aanvragers in de fondsen met een meerjarig perspectief een meerjarige subsidieaanvraag indienen. We vragen aan de aanvragers in hun meerjarenplannen aandacht te hebben voor het voorgestelde beleid. Binnen de BCB creëren we ruimte voor nieuwkomers uit de fondsen. Dit betekent dat we in principe de positie van iedere organisatie in de huidige BCB heroverwegen.

De amateurkunstenregeling en het atelierbeleid maken ook onderdeel uit van de BCB. Beide gaan we herijken. De amateurkunstregeling herijken we om recht te doen aan nieuwe initiatieven en/of andere organisatievormen op het gebied van amateurkunst. We richten ons primair op muziek en op jeugd. We borgen de beschikbaarheid van werk- en oefenruimtes voor kunstenaars, muzikanten en amateurverenigingen door efficiënter gebruik te maken van de bestaande accommodaties en blijvend te zorgen voor tijdelijke ruimten, in overleg met andere gemeentelijke beleidsterreinen. Extra ruimte is voorwaardelijk aan de uitkomst van het accommodatiedebat. We herzien het atelierbeleid, en ontwikkelen dit naar een werkplaatsbeleid, waarbij we de focus leggen op ruimte voor jonge talenten en subsidies koppelen aan het zichtbaar maken van nieuwe kunst.

De structuur van de fondsen blijft gelijk: de drie fondsen Landelijk Onderscheidend, Lokaal Effectief en Pop-Up zijn succesvol gebleken. Binnen de fondsen geven we invulling aan de voorgestelde lijnen door deze op te nemen in de criteria. Om vernieuwing te stimuleren maken we de fondsen toegankelijker voor makers door een deelregeling in het fonds Pop-Up.

Financiering

De ambitie om onze positie van Cultuurstad van het Zuiden te versterken, de ontwikkeling van nieuwe initiatieven in de gemeente, en autonome kostenontwikkelingen in het veld zorgen voor een grotere financieringsbehoefte.

Deze behoefte kunnen we deels binnen de huidige budgetten dekken. We verwachten dat we binnen de programma's podiumkunsten, musea en beeldende kunst ruimte kunnen creëren door 'oud voor nieuw' en aanpassingen in de taakstelling. We realiseren een deel door 'oud voor nieuw': we creëren ruimte door plaats te maken voor (nieuwe) initiatieven en activiteiten die beter aansluiten bij de voorgestelde lijnen. De ruimte hiervoor is echter beperkt, omdat ombuiging in veel gevallen niet mogelijk is. Zo'n 75% van het huidige cultuurbudget gaat namelijk naar de grote organisaties, waar er ontwikkelingen zijn (nieuwbouw, fusie) of afspraken voor langere termijn (Verkadefabriek). Bij Het Noordbrabants Museum en het Design Museum zijn budgetten niet lang geleden verhoogd nadat de noodzaak daarvoor was aangetoond en bij Willem Twee is in de afgelopen periode een bezuiniging doorgevoerd.

Behalve 'oud voor nieuw' realiseren we een deel van de behoefte door binnen de bestaande budgetten met de organisaties andere afspraken maken. We vragen aan de gesubsidieerde organisaties om hun beleid in overeenstemming te brengen met de kaders die in deze nota staan, waarbij we rekening houden met de aard van de organisaties. Hiermee leggen we ook de wijze van uitvoering van ons beleid daar waar de expertise ligt. Ook zullen we meer sturen op het aanleggen van een innovatiereserve en op de manier waarop deze wordt ingezet.

We geven vorm aan de invulling van de geformuleerde ambities in deze cultuurnota binnen de financiële kaders zoals uw raad die stelt bij de Voorjaarsnota in 2020. Omdat dit raadsvoorstel niet op uw integrale afweging vooruit kan lopen, presenteren we u tijdens de Voorjaarsnota een eerste financiële doorkijk op basis van het nieuwe beleid, zodat u indien gewenst aanvullend richting kunt bepalen.

5.2 ANDERE INSTRUMENTEN EN FINANCIERINGSSTROMEN

We zorgen voor integrale afstemming en synergie daar waar functies/activiteiten aan meerdere beleidsterreinen raken, waarbij we dekking realiseren binnen de bestaande begrotingsposten. We zien onder meer kansen op het gebied van stadsontwikkeling, economische zaken, onderwijs, sport en welzijn.

Daarnaast dragen we als gemeente bij aan het culturele klimaat door te blijven investeren in – vaak ook monumentale – gebouwen. Organisaties krijgen daarmee goede en op maat ingerichte faciliteiten en worden sterker zichtbaar. Recente voorbeelden zijn de Verkadefabriek, het Museumkwartier, Babel (Hinthamerstraat/ Bank van Leening), en Willem Twee Fabriek. Maar ook tal van amateurverenigingen en kunstenaars kunnen hun werk doen omdat we (onrendabel) investeerden in de gebouwen waar ze gehuisvest zijn. Ook voor de komende periode blijven we investeren met de bouw van een nieuw theater, de bijdrage aan een bouwhal van de Oeteldonksche Club, en in de huisvesting van de gefuseerde Babel-organisaties.

We blijven ook inzetten op co-financiering van de provincie en het Rijk voor Bossche culturele organisaties. Onze huidige investeringen leveren een substantiële bijdrage vanuit de provincie en het Rijk op, die we voor de toekomst willen borgen. Hiertoe garanderen we matching vanuit onze subsidies met minimaal het huidige structurele bedrag in de begroting.

6. PLANNING
6. PLANNING
6. PLANNING

In de discussienota hebben we de stappen naar de nieuwe cultuurperiode uiteengezet. We zetten het hieronder nogmaals op een rij:

10 DEC. 2019	**VASTSTELLING NIEUWE BELEIDSKADERS CULTUUR DOOR RAAD**
1 JAN. 2020	**UITNODIGING AAN BCB-KANDIDATEN INDIENEN MEERJARENPLANNEN**
1 MRT. 2020	**DEADLINE INLEVEREN MEERJARENPLANNEN BCB-KANDIDATEN**
mrt. / apr. 2020	**DIALOOG MET BCB-KANDIDATEN (AMBTELIJK)**
jun. 2020	**VASTSTELLING FINANCIËLE KADERS (VJN)**
NOV. 2020	**DEFINITIEVE VASTSTELLING FINANCIËLE KADERS EN BCB**

7. COLOFON
7. COLOFON
7. COLOFON

Fotografen

Pagina 1	**Ruud van Bragt**
Pagina 2	**Karin Jonkers**
Pagina 2	**Ongekend**
Pagina 2	**Mike Harris**
Pagina 7	**Paul Jansen**
Pagina 8	**Karin Jonkers**
Pagina 9	**Ruud Konings**
Pagina 11	**Theater Artemis**
Pagina 12	**Willem Twee Fabriek**
Pagina 13	**Design Museum**
Pagina 17	**Ruud van Bragt**
Pagina 19	**Willem Twee Studio's**
Pagina 21	**Karin Jonkers**
Pagina 22	**Panama Pictures**
Pagina 23	**Ongekend**
Pagina 25	**Tramkade: Brabants Dagblad**
Pagina 26	**Mike Harris**
Pagina 27	**Peter Kasbergen**
Pagina 28	**Sandra Leijtens Photography**
Pagina 30	**Ben Nienhuis**
Pagina 31	**Het Noordbrabants Museum**
Pagina 32	**Gerard Suk**

Jheronimus Award 's-Hertogenbosch/
Studio Antigif

Aansluitend op de focus op jonge, ondernemende makers in de nota, hebben we voor het ontwerp van deze nota gekozen voor een opdracht aan de jonge ontwerpers van Studio Antigif. Zij wonnen twee jaar terug als 'meest ondernemende afstudeerders van de Kunstacademie' de Jheronimus Award 's-Hertogenbosch, ook wel de Atelierprijs genoemd. Met deze prijs beogen we afgestudeerde creatieve ondernemers op weg te helpen naar een succesvolle beroepspraktijk. Na een jaar onder begeleiding in de Willem Twee Fabriek te hebben gewerkt, hebben zij nu een creatieve werkplek in de Gruyterfabriek gevonden. Inmiddels zijn ze uitgegroeid tot een professionele ontwerpstudio in de gemeente 's-Hertogenbosch.