

Toef Jaeger

Grote steden zetten internationaal cultuurbeleid al jaren in om het vestigingsklimaat aantrekkelijker te maken of toeristen te lokken. Maar in de nieuwe cultuurnota's wordt kunst steeds breder ingezet om gemeenten een gezicht te geven.

Hoe doen ze dat?

Van cultuur voor iedereen naar cultuur door iedereen

Ik wil af van de term subsidies. Veel liever spreek ik van investeringen. Want elke euro die naar cultuur gaat, betaalt zich dubbel en dwars terug, letterlijk en figuurlijk, direct en op langere termijn' (Gemeente Rotterdam 2020, 3). Met deze woorden sluit de Rotterdamse wethouder van cultuur Said Kasmi zijn voorwoord af van de nota *Stad in transitie, cultuur in verandering*, waarin de uitgangspunten van het cultuurbeleid voor 2021-2024 uiteengezet worden. Het idee van cultuur als investering is niet nieuw. Internationaal cultuurbeleid wordt in de grote steden al langer ingezet om het vestigingsklimaat aantrekkelijker te maken of om toeristen te lokken. In de cultuurnota's voor de komende vier jaar is echter wel een verschuiving waarneembaar: kunst wordt steeds breder ingezet om de gemeente een gezicht te geven.

Leerzaam

Waar de nota's, die deze zomer werden gepresenteerd, nog geen rekening mee konden houden, is de coronacrisis. 'Hoe het cultuurbeleid nu ingevuld gaat worden, is nog niet te zeggen. De impact van de crisis is nog niet te meten',

legt de woordvoerder van Kasmi uit. Wat wel zeker is, is dat de verlamdende werking van de pandemie steden dwingt om de keuzes te herijken die voor de komende vier jaar zijn gemaakt, wat cultuurbeleid betreft als middel om toerisme en vestigingsklimaat te stimuleren. Hoe dat zal gebeuren, is natuurlijk nog onduidelijk, maar het is leerzaam geweest, aldus de woordvoerder van de Amsterdamse cultuurwethouder Touria Meliani: 'Corona maakt ons internationale cultuurbeleid nog relevanter omdat we veel kunnen leren van creatieve ideeën vanuit andere grote steden in Europa en de wereld. Hoe om te gaan met de lokale effecten van corona op bijvoorbeeld culturele instellingen en publieksstromen? Kennis uitwisselen doen we intensief via het World Cities Culture Forum en ACCESS, een nieuw netwerk van Europese hoofdsteden op het gebied van inclusie en diversiteit, onder leiding van Amsterdam.' Ook de noodgedwongen aanpassingen en coronamaatregelen zijn handig, stelt ze. 'Veel instellingen zijn de internationale verbindingen op digitale wijze gaan vormgeven en uitvoeren, bijvoorbeeld het Holland Festival of De Balie en DutchCulture met het *Forum on European Culture*.'



Bezoekers voor *Het Melkmeisje* van Johannes Vermeer in het Rijksmuseum, Amsterdam.
Fotografie: Arie Kievit en Dirk van Egmond

Ook zonder de pandemie werd in Nederland op lokaal niveau al veel nagedacht over internationalisering. Steden richten zich meer op de marketing van een stad, en cultuur is daarin een belangrijk speerpunt. Tegelijkertijd blijkt uit de cultuurnota's dat in de grote steden ook meer aandacht is voor decentralisatie, niet voor het beeld naar buiten, maar voor de samenhang van wijken. In hoeverre dit een daadwerkelijke beleidskeuze is, en niet een gevolg van bezuinigingen, is lastig te zeggen. Zonder twijfel spelen ook de hoofdlijnen van de landelijke politiek een rol, in de laatste jaren wordt de nadruk gelegd op lokaal of nationaal bepaald erfgoed. Dat kunst goed is voor het imago van een stad of land, en ook goed kan werken als 'export-product', dreigt onder invloed van opkomend populisme steeds meer ondergesneeuwd te raken.

Veel geld

Dat Nederlandse kunst op het internationale vlak financieel lucratief is, toonde *NRC* toen er een top 100 werd gemaakt van Nederlandse kunstenaars die internationaal gezien hoog werden aangeschreven.¹ Zo kwam in 2017 de

schrijver Arnon Grunberg op de eerste plek terecht, niet alleen omdat hij op veel internationale podia te zien was, maar ook omdat er 450 verschillende vertalingen waren van zijn romans.

Andersom geldt hetzelfde: kunst en evenementen kunnen in Nederland veel geld opleveren, bijvoorbeeld door buitenlands bezoek waarvan horeca en hotels profiteren. Zo liet het Internationaal Film Festival Rotterdam (IFFR) dit najaar uitrekenen hoeveel het festival de stad opleverde. Jaarlijks krijgt het in totaal 1,2 miljoen euro aan subsidie. Elke editie levert – zo rekende adviesbureau PricewaterhouseCoopers Advisory uit – de stad tussen de 9,8 en 16,1 miljoen euro aan inkomsten op, dankzij het verblijf van buitenlandse bezoekers aan Rotterdam die specifiek voor het filmfestival komen. Ook onderzochten ze welk effect het festival had op het imago van Rotterdam. Van de bezoekers vond 93 procent dat het festival een positieve uitstraling heeft op de stad Rotterdam (Tezel 2020).

Friesland kwam eveneens met opvallende cijfers nadat Leeuwarden culturele hoofdstad was geweest. In 2018 trok niet alleen de stad, maar de hele provincie ongeveer 5,4 miljoen →

bezoekers dankzij de evenementen die in en rond de culturele hoofdstad waren georganiseerd. Er werd naar schatting 230 miljoen tot 320 miljoen euro verdiend aan horeca en kaartverkoop, en de stad had 6 procent meer internationale bezoekers (Mik 2019). Het was voor Leeuwarden niet alleen een mooie gelegenheid om culturele projecten te starten en om weer aandacht te vragen voor Fries erfgoed, maar er werd ook veel aandacht besteed aan internationale samenwerking. Er werd gezocht naar internationale uitwisseling, maar ook naar een soort culturele import, waarbij het ging om het 'binnenbrengen van onderscheidende en vernieuwende internationale cultuur,' legt Wiepkje van Dijk, verantwoordelijk voor de persvoorlichting van de gemeente Leeuwarden, desgevraagd uit.

Bredere impact

'De meeste steden in Nederland beseffen dat wanneer je je internationaal onderscheidend wilt positioneren, je dat ook met cultuur kunt doen. Kunst dient meerdere doelen, waaronder het aantrekken van bezoekers en talent. Het draagt bij aan een aantrekkelijk vestigingsklimaat', vertelt Conrad van Tiggelen, directeur Strategie & Branding bij NBTC Holland Marketing. De eerste vraag die je je als stad moet stellen, is volgens Van Tiggelen wat de invloed van toerisme is op de omstandigheden in een stad. Er is volgens hem een verandering waarneembaar in toerismebeleid: aanvankelijk lag het accent vooral op bezoekersaantallen en op de economische kant, maar die is verschoven naar wat de bredere impact is op de samenleving. Dus niet alleen economisch, maar ook sociaal-logisch en ecologisch. Het NBTC kiest met partners een thema, dat was in 2019 het Rembrandtjaar. Hiervoor hebben 580.000 bezoekers speciaal een tentoonstelling in een Nederlands museum bezocht. Dat vertegenwoordigt een economische waarde van 1,3 miljoen euro. In 2021 is gekozen voor het thema 'Ode aan het landschap', waarbij niet alleen wordt ingezet op het aantrekken van bezoek voor natuurschoon, maar juist ook aandacht wordt gevraagd voor thema's als het verdwijnen van de biodiversiteit en de impact van de mens op het landschap. De ontwikkeling is er een van toeristisch interessant naar maatschappelijk relevant, aldus Van Tiggelen.

Toerisme indammen

Het een sluit het ander ook niet uit, stelt Rimone Dielesen, persvoorlichter van de gemeente Maastricht: 'Afhankelijk van de aard van de samenwerking kan de nadruk komen te liggen op het maatschappelijk of economisch belang, maar voor Maastricht gaan die samen. Niet alleen de grensligging, maar ook de vele internationale instituten die zich in de stad gevestigd hebben, dragen maatschappelijk, economisch en cultureel bij aan de stad.'

Door de coronacrisis is het type bezoeker veranderd. Niet alleen doordat er nauwelijks meer toeristen van buiten Europa zijn gekomen, maar ook wat het beleid betreft. Amsterdam zuchtte onder de toeristen en veel Amsterdammers stelden dat de stad nog nooit zo mooi was geweest als in maart toen het land in een 'intellectuele lockdown' zat en de stad ongekend rustig was. Ook de gemeenteraad wil toerisme in de

Veel musea zijn financieel afhankelijk van buitenlandse bezoekers

toekomst indammen. Daar kleeft echter een risico aan. 'Als je daarvoor kiest, moet je niet alleen kijken naar de economische impact, maar ook naar wat dat voor de cultuursector betekent', aldus Jeroen Kreijkamp, directeur-bestuurder Hilversum Marketing. Veel musea, denk alleen al aan het Rijksmuseum, het Van Gogh Museum, het Anne Frank Huis of het Rembrandthuis, zijn financieel afhankelijk van buitenlandse bezoekers. De twee laatstgenoemden moeten het zonder landelijke subsidie doen, dus die komen in de problemen met hun eigen inkomsten als je buitenlands bezoek bewust terugdringt. Het wordt wel geprobeerd: het Gooi is daar een voorbeeld van. 'Hilversum is een stad van makers, creatievelingen, maar dat komt niet uit boven het nationale niveau', aldus Kreijkamp.

Inmiddels worden er meer pogingen gedaan toeristen te lokken met architectuur, erfgoed (zoals de gebouwen van Duiker en Dudok) en de omroephistorie. Plannen om de Gooi- en Vechtstreek toeristisch aantrekkelijk te maken, gaan nog niet heel hard. 'Er zijn dagjesmensen, congresbezoekers en mensen die voor de bossen en hei komen, maar de bewoners van die dorpen zitten niet op massatoerisme te wachten.'

Cultuur door iedereen

Het accent binnen cultuurbeleid is bepalend voor de bezoekers die je bereikt. Als oud-wethouder economische zaken in Utrecht was Kreijkamp zich daar zeer van bewust. In Utrecht werd het Evenementenfonds opgezet, dat bijdraagt aan de uitstraling van de stad. Ook kwam er meer aandacht voor erfgoed als de waterlinie, kastelen en Romeins erfgoed in de stad. 'Het is een trend dat mensen daar meer van willen weten' – al gaat het hier wel primair om een nationaal publiek.

De plannen overziend, valt op dat ook de grote steden de komende beleidsperiode actief inzetten op een meer lokaal beleid. Waar het de voorgaande jaren meer ging om cultuur 'voor iedereen', verschuift dat nu naar een cultuur 'door iedereen'.

In Utrecht prijst men de wijkcultuurhuizen; waar die in andere steden 'verdwijnen of dreigen te verdwijnen, floreren ze in Utrecht als waardevolle plekken waar intersectioneel, inclusief en dwars door alle domeinen en lagen van de samenleving wordt gewerkt. Utrecht heeft een volwassen infrastructuur van goed functionerende wijkcultuurhuizen, ieder met een eigen aanpak' (Comvalius 2020, 34). In Amsterdam zet wethouder Meliani voor de komende jaren in op meer aandacht voor en investeren in kunst en cultuur in de wijken, experiment, innovatie en nachtcultuur en cultuureducatie.

Het wijkgerichte is volgens de woordvoerder van wethouder Kasmi van Rotterdam niet alleen bedoeld om een verschuiving in gang te zetten van internationaal naar lokaal. Integendeel, stelt hij. 'Door meer in te zetten op cultuur in de wijk, spreiden we het toerisme en maken we meer wijken aantrekkelijk voor investeerders.' In Maastricht richten ze zich ook op de regio juist door dat breder aan te pakken. Er wordt gewerkt aan 'een euregionale uit-agenda, zodat de

inwoners van de euregio in een overzicht kunnen zien wat er zich op het gebied van kunst en cultuur afspeelt in de hele regio', aldus Dielesen. 'Maastricht profileert zich als een aantrekkelijke stad voor makers van cultuur door hen op alle niveaus te stimuleren en te ondersteunen, zowel professionals als amateurs, binnen en buiten de meer gevestigde en gekende cultuur.'

Maastricht is in zekere zin een uitzondering, want daar is de regio al internationaal. En wat opvalt aan deze rondgang langs de gemeenten, is wel dat de ambities om het cultuurbeleid te internationaliseren op enkele uitzonderingen na groter zijn dan in de praktijk wordt verwezenlijkt.

Dit beeld wordt wel vertekend door de coronacrisis, waardoor het aantal reisbewegingen wordt ingeperkt, en daarmee de mogelijkheden aan zowel de kant van de maker als de kant van de gebruiker. Dat laatste is vooral een probleem voor de musea die het van een internationaal publiek moeten hebben. Maar ook aan de makerskant veranderen dingen: internationale kunstprojecten worden onzeker wanneer zij zich niet vrij kunnen bewegen.

Gecombineerd met de neiging die in beleidsplannen aanwezig was om aandacht te besteden aan de regio en aan erfgoed, betekent dat onontkoombaar dat de balans de komende tijd zal doorslaan naar een meer lokale inbedding van erfgoed en cultuur. De investeringen waarover de Rotterdamse wethouder Kasmi het heeft, zullen niet ver van huis gedaan worden. ●

Literatuur

Comvalius, E. (voorz.) (2020) *Nieuwe kleuren op een rijk palet: adviesrapport adviescommissie Cultuurnota 2021-2024*. Utrecht: Gemeente Utrecht.

Gemeente Rotterdam (2020) *Cultuurplan 2021-2024: stad in transitie, cultuur in verandering*. Rotterdam: Gemeente Rotterdam.

Mik, K. de (2019) 'Alles met een pompebléd erop verkocht tijdens Leeuwarden Culturele Hoofdstad'. In: *Trouw*, 28 februari.

Tezel, G. (2020) *Study of the impact of IFFR 2020 on the city of Rotterdam*. Amsterdam: PwC.

Noot

1 cultuurtop100.nrc.nl/



Toef Jaeger is redacteur bij *NRC Handelsblad*. Haar boek *De jongens van Barber* verschijnt in mei 2021 bij uitgeverij Querido