

**ltuurma
r in Dev
eenmaal,
andermmaal...
verkocht?**

02/21

**Culturele
Raad
Deventer**
juni 2002

Colofon

Tekst: DSP-groep, Amsterdam

Interviews: VB Copy, Deventer

Eindredactie: Culturele Raad Deventer

Ontwerp: Mikser, bureau voor grafisch ontwerp, Deventer

Leeswijzer

Onder hoofdstuk 2 wordt kort beschreven wat de cultuurmakelaar doet (*projectomschrijving*).

In hoofdstuk 3 worden de belangrijkste punten omschreven die voortkomen uit de inventarisatie/analyse die de cultuurmakelaar heeft gedaan. De belangrijkste conclusies en aanbevelingen worden in hoofdstuk 4 beschreven. Tenslotte, het werkplan is apart opgenomen.

HOOFDSTUK 1: **Inleiding**

In Deventer is per 1 september 2001 een cultuurmakelaar actief. Hij brengt mensen/partijen bij elkaar en is op zoek naar initiatieven van wijkbewoners, jongeren en allochtonen in Deventer. De cultuurmakelaar stimuleert initiatieven, spoort talenten op, zorgt voor samenwerking en brengt groepen in contact met culturele instellingen in de stad. De Deventer cultuurmakelaar is in dienst bij de Stichting Culturele Raad Deventer.

In deze rapportage voor de gemeente Deventer wordt teruggeblikt op het werk van de cultuurmakelaar in de afgelopen periode. Centraal in deze rapportage staan vragen als: wat doet de cultuurmakelaar, wat zijn de knelpunten maar bovenal: waar gaat de cultuurmakelaar de komende tijd mee aan de slag.

Er is geen blauwdruk waarin staat hoe een cultuurmakelaar moet werken. De cultuurmakelaar is een nieuw fenomeen in Deventer. Dus dat betekent in het begin zoeken hoe de cultuurmakelaar het best kan worden ingeschakeld. Het gaat in zekere zin om pionierswerk.

De cultuurmakelaar heeft zich de afgelopen 9 maanden eerst goed georiënteerd voordat de definitieve koers is bepaald. De afgelopen periode was een periode van 'ruiken' aan de mogelijkheden, het opsporen van kansen, maar ook het leggen van contacten met de verschillende organisaties en mensen die in Deventer zijn betrokken bij het vergroten van het cultuurbereik. Daarnaast is er ook al een aantal concrete activiteiten van start gegaan dankzij de cultuurmakelaar. In deze rapportage zijn deze er uitgelicht en in een kader geplaatst.

HOOFDSTUK 2: **De cultuurmakelaar; wat doet-ie?**

PROJECTOMSCHRIJVING

In Deventer zijn ruim 3000 mensen actief in amateurgroepen en verenigingen op het terrein van kunst en cultuur. Ruim 2000 mensen nemen jaarlijks deel aan cursussen van de Centra voor Kunsteducatie en voor Muziek en Dans. Daarnaast is de infrastructuur in Deventer redelijk tot goed te noemen. De Leeuwenbrug is een modern cultureel centrum. Deventer heeft het eigenzinnige theatercafé Bouwkunde en heeft een bijzonder centrum voor jongerencultuur (het Burgerweeshuis), een bekend Filmhuis (de Keizer) en niet te vergeten het Centrum voor Beeldende Kunst. Kortom wat ontbreekt er?

Eigenlijk ontbreekt er niet zo erg veel zou je zeggen. In bepaalde mate is dat ook zo. Er is een goed aanbod en infrastructuur. Toch ontbreekt er iets. Niet alle groepen in de stad komen genoeg aan bod of worden bereikt. In 'zwart-wit' termen kun je zeggen dat blanke inwoners uit Deventer en omgeving met een bovenmodaal inkomen goed aan bod komen. Maar dat juist wijkbewoners, allochtonen en jongeren te weinig uit het huidige cultuuraanbod (kunnen) halen. De cultuurmakelaar richt zich op deze leemte. Niet door geheel iets nieuws op te zetten, maar groepen, voorzieningen, initiatieven en activiteiten bij elkaar te brengen.

Het project heeft zich ten doel gesteld om:

- de deelname te bevorderen van wijkbewoners, allochtonen en jongeren op het gebied van kunst en cultuur;
- het culturele leefklimaat in verschillende delen van de stad te bevorderen;
- de samenwerking te bevorderen tussen culturele instellingen, amateurkunstorganisaties, onderwijs, buurtwerk en de doelgroepen (wijkbewoners, allochtonen en jongeren).

De beoogde resultaten zijn als volgt geformuleerd:

1. een verscheidenheid van culturele activiteiten in verschillende wijken, waarbij bewoners actief betrokken zijn en die worden ondersteund door culturele instellingen;
2. goede samenwerking tussen doelgroeporganisaties en culturele instellingen.

Zowel de doelen als de resultaten die zijn meegegeven door de opdrachtgevers – de provincie Overijssel en de gemeente Deventer – zijn sterk proces gericht. De cultuurmakelaar is ook niet voor niks een makelaar. De schakel tussen vraag en aanbod.

Het project heeft een looptijd van 4 jaar. Het eerst jaar is een oriëntatie-jaar waarin een analyse wordt gemaakt van de bestaande situatie (*nulmeting*) en waarin meetbare doelen worden geformuleerd (*werkplan*).

Het project wordt gefinancierd uit Provinciale middelen en gelden van de gemeente Deventer (GSB/Wijkaanpak).

De 'ouwe lullen' hebben het hier niet voor het zeggen!

Schuttingtaal project voor én door jongeren

"De cultuurmakelaar vertelde tijdens een eerste kennismakingsgesprek over het idee voor Schuttingtaal." John Patrick Nijkamp is grafisch ontwerper en voorzitter van Stichting Broeikas, een platform voor toegepaste kunst in Deventer. Samen met Daniël Nijenhuis, filmmaker en Rob Philip, fotograaf (beide bestuursleden van Broeikas) vervult hij een adviserende rol.

Schuttingtaal staat voor de 'web- en wallsite' voor Deventer jongeren. Hun kunstuitingen presenteren ze op de interactieve website en op de schutting rondom het Waaggebouw aan de Brink. "We zijn begonnen met een aantal workshops voor jongeren die de redactie wilden vormen. Om hen te leren hoe je dat aanpakt. Ook hebben we in het begin veel op uitvoerend niveau met hen meegewerkt. Belangrijkste voor mij is dat het een jongerenproject blijft. Dat vind ik sterk aan Schuttingtaal. De inhoud wordt nu eens niet door 'de ouwe lullen' bepaald, maar de jongeren zijn en blijven zelf de baas."

Deelname is mogelijk voor een hele brede groep jongeren van 12 tot 21 jaar. "Nu zijn het nog voornamelijk jongeren die in verschillende verenigingen actief zijn. Het wordt tijd om deze groep uitbreiden en ook meer 'vrije jongeren' te benaderen. Dat kan bijvoorbeeld via de scholen. Dat staat op dit moment al op de agenda." John Patrick is enthousiast.

Hoe kunnen deze jongeren boven zichzelf uitstijgen? "Wij, Daniël en ik, en natuurlijk de cultuurmakelaar zijn bij de redactievergaderingen aanwezig. Er zijn zoveel enthousiaste ideeën. Onze rol is dan vragen stellen en meekijken hoe je een idee

kunt waarmaken. Zo komt er meer ruimte voor strategie en blijft het project op niveau. We coachen en dat vind ik ontzettend leuk om te doen."

Het Centrum voor Kunsteducatie ondersteunt bij de organisatie van workshops. "We hebben er al een aantal achter de rug: graffiti en tekenen. Hiervoor worden kunstenaars gevraagd die hun sporen verdiend hebben en die het leuk vinden om de jongeren te begeleiden."

Over de functie van de cultuurmakelaar in onze stad meldt John Patrick: "Het is prima dat er iemand is die met veel partijen in de stad contact heeft. Ik heb vanuit Broeikas veel met cultuur te maken en zie hoe hij groepen bij elkaar brengt. En dan met name jongeren en de georganiseerde groepen minderheden, dat is echt heel goed."



HOOFDSTUK 3: **Analyse**

In dit hoofdstuk wordt het speelveld waarin de cultuurmakelaar werkt beschreven; het beschrijft wat er speelt, de kansen, knelpunten en randvoorwaarden voor het project.

De cultuurmakelaar heeft voor het maken van deze analyse met verschillende mensen gesproken (zie bijlage 1).

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste bevindingen beschreven. In hoofdstuk 4 worden de hoofdconclusies op een rij gezet.

1. Cultuurparticipatie

Jongeren, allochtonen en autochtone wijkbewoners zijn in Deventer vrijwel alleen actief in de 'eigen cultuur' of 'eigen leefwereld', bleek uit verschillende gesprekken. Daar is een aantal kanttekeningen bij te maken:

- De meeste mensen hebben weinig behoefte om iets te doen buiten de eigen leefwereld/'eigen cultuur' (denk hierbij aan de verschillende uitspraken die zijn gedaan in de Cultuurdebat discussie);
- In essentie maakt het weinig verschil of we het hebben over jongeren, allochtonen of over wijkbewoners (zie ook punt 2);
- Een kleine groep heeft wel behoefte om een verandering door te maken en heeft behoefte om te worden betrokken bij nieuwe initiatieven die verder gaan de 'eigen leefwereld'/'eigen cultuur';
- Zonder dat hier een waardeoordeel aan vast zit, ligt het accent van de doelgroep in de eigen leefwereld op: consumptie en het reproduceren van de eigen cultuur;
- Minder of niet aan de orde is: (mede)verantwoordelijkheid nemen, zelf initiatief ontplooiën, zelf produceren, eigen zeggenschap en invloed uitoefenen in culturele uitingen;
- Het is belangrijk dat doelgroepen 'de voeten in de eigen cultuur hebben'. Het is de basis;
- Er liggen mogelijkheden in de stad en in de wijken om de 'eigen cultuur' verder te verstevigen (voor voorbeelden zie verderop);
- Er is weinig plek in activiteitencentra voor de doelgroepen of er zijn belemmeringen (weinig ruimte, zaalhuur);
- De doelgroepen zijn nauwelijks zichtbaar in culturele organisaties of bijvoorbeeld actief betrokken bij de productie en programmering van professionele kunst;
- De culturele en de maatschappelijke organisaties (scholen, sociaal cultureel werk) werken veelal niet met elkaar samen. Voor hen is het verbeteren van het cultuurbereik voor specifieke groepen nu eenmaal geen kerntaak ('core business');
- Als jongeren, allochtonen en autochtone wijkbewoners in Deventer actief zijn in de 'eigen cultuur', dan gebeurt dat eigenlijk alleen in informeel verband en in zelforganisaties. Deze organisaties hebben echter vaak andere doelen dan culturele expressie. Een goed voorbeeld waarin dat wel plaatsvindt is Anadolunun Sesi; de muziek- en dansvereniging voor Alawitische Turken. Maar zoals gezegd, dat is een uitzondering. Maar de 'kiemen' zijn er her-en-der in de stad wel;
- Er zijn mogelijkheden voor doelgroepprogrammering van culturele instellingen (voorbeelden zie verderop). Deze mogelijkheden zijn wel beperkt. Maar er zijn een aantal concrete initiatieven op dit vlak (bijv. schouwburg en Turkse programmering);
- Het culturele aanbod in Deventer is over het algemeen stedelijk georganiseerd en niet wijkgericht;
- Vooral de VVV (Evenementen) en het Burgerweeshuis bepalen de agenda in de stad op het vlak van culturele ontwikkelingen en brengen daarbij kwaliteiten in die interessant zijn in het kader van cultuurbereik. Beide organisaties maken gebruik van bronnen uit de stad zelf. Bij de VVV (Evenementen) is bovendien grote betrokkenheid bij amateurgroepen en ondernemers. Bij het Burgerweeshuis ligt het accent sterk op: cross over van populaire muziek en andere kunstvormen gericht op amateurs en op

professionals. Bij deze organisaties zit veel expertise en er is affiniteit met cultuurparticipatie. Oftewel: er liggen kansen en mogelijkheden voor samenwerking.

Het vorige brengt voor de cultuurmakelaar een aantal zaken met zich mee:

- De eigen leefwereld of 'eigen cultuur' is vertrekpunt voor het project;
- Het op een 'hoger plan tillen' van de 'eigen cultuur' is een doel van de cultuurmakelaar (*verbeteren/vernieuwen van de eigen culturele activiteiten door deskundigheidsbevordering en organisatievorming*). Overigens liggen hier ook duidelijke parallellen met de Culturele Raad als geheel die op dit vlak een rol speelt;
- De 'eigen cultuur' zal meer zichtbaar moeten worden gemaakt;
- De cultuurmakelaar heeft veel te winnen bij een goede samenwerking tussen o.a. culturele- en maatschappelijke organisaties;
- Culturele- en maatschappelijke organisaties zijn bereid om te werken aan cultuurparticipatie. Partijen zijn o.a. scholen, sociaal cultureel werk, VVV (evenementen), CBK, CKE, bibliotheek, schouwburg en de partijen uit de wijkaanpak).

2. De doelgroep

De doelgroepen voor het project zijn niet exact te omschrijven. Dit bleek uit de gesprekken die de cultuurmakelaar heeft gehad en uit een kort onderzoek naar mogelijke bronnen (statistieken, monitor). Er zijn eenvoudig te weinig bruikbare operationaliseringscriteria en bestaande meetinstrumenten (monitor, ander datamateriaal) voor deze criteria. Toch is het nodig de doelgroepen iets duidelijker te formuleren.

WIJKBEWONERS EN ALLOCHTONEN

De cultuurmakelaar richt zich zowel op wijkbewoners als allochtonen. Grofweg zijn de volgende sleutelwoorden in de selectie van belang:

- betrokken op de 'eigen leefwereld',
- beneden modaal inkomen en
- laag opleidingsniveau.

Dat is een weinig exacte benadering vinden wij, maar wij kennen geen betere. Per project zal worden gekeken of de doelgroep hieraan beantwoordt. In principe zijn de selectiecriteria voor wijkbewoners en allochtonen gelijk. Uit de gesprekken kwam nog wel een nadere specificatie naar voren. Bij wijkbewoners gaan de gedachten vaak uit naar ouderen/of 'echte' oud-Deventernaren. Deze groep wordt expliciet genoemd als een belangrijke aandachtsgroep.

Daarnaast is de groep allochtonen nog verder afgebakend. Want ook deze groep is pluriform. Hebben we het dan over de relatief kleine groep Italianen, Bosniërs, Surinamers en Spanjaarden in Deventer of juist over de grotere groep Turken en Molukkers?

Wij vinden dat de cultuurmakelaar in principe voor alle etnische groepen werkt. Toch pleiten wij er voor om met name de aandacht te richten op de Turkse gemeenschap (overigens een pluriforme groep). Deze is qua presentie in Deventer, omvang, maar ook de kansen die er liggen om te werken aan het verbeteren van het cultuurbereik, de belangrijkste groep.

JONGEREN

De groep jongeren valt grotendeels samen met de bovengenoemde omschrijving: betrokken op de "eigen leefwereld", beneden modaal inkomen (of uit huishouden met een modaal inkomen) en laag opleidingsniveau. In de praktijk zullen het vaak jongeren zijn die voldoen aan de bovengenoemde criteria, tussen de 10 - 25 jaar oud zijn, op een VMBO school/ROC zitten en van Nederlandse of Turkse origine zijn.

De cultuurmakelaar richt zich op aandachtsgroepen. Dat wil helemaal niet zeggen dat deze groepen 'zwak en zielig' zijn. In het geheel niet! In de 'eigen cultuur' zit vaak veel vitaliteit. Deze 'eigen cultuur' kan echter wel beter zichtbaar worden gemaakt. Hierin zitten veel kansen in de toekomst (zie ook punt 5).

Belangrijke vraag is: **hoe zijn de bovengenoemde doelgroepen te vinden?**

De cultuurmakelaar zal vaak niet zelf een groep om zich heen verzamelen. Hij zal deze veelal vinden via 'vindplaatsen'. Dat kan zijn via: het welzijnswerk/opbouwwerk, maar ook via zelforganisaties, het verenigingsleven, scholen, de horeca en de vrijetijdsbranche.

Conclusies voor de werkwijze/aanpak van het project zijn:

- beperk de doelgroep zoveel mogelijk tot de pure definities zoals omschreven
- bekijk per project of de doelgroep wordt bereikt

3. Wijken met prioriteit

Een open deur, maar met name jongeren, allochtonen en bewoners van de oude wijken rondom het centrum zijn duidelijk minder betrokken bij het culturele leven in de stad.

Welke wijken zijn dat? Wijken met een gemiddeld laag besteedbaar inkomen, laag opleidingsniveau en veel allochtonen zijn: wijk 3 (Rivierenwijk), wijk 4 (Keizerslanden) en wijk 2 (Voorstad Centrum).

De cultuurmakelaar zal zich zoveel mogelijk richten op deze genoemde wijken, waarbij vooral wijk 3 en wijk 4 mogelijkheden bieden. Uit de voorgesprekken die zijn gevoerd, zijn een aantal projecten of mogelijke projecten uit met name deze wijken voortgekomen.

Overigens andere wijken worden door de cultuurmakelaar niet uitgesloten, maar de genoemde wijken hebben prioriteit. De cultuurmakelaar heeft niet de mogelijkheden verkend in de dorpen rond Deventer. De tijd heeft hiervoor eenvoudig ontbroken. De cultuurmakelaar ziet hier echter wel mogelijkheden om met cultuurbereik aan de gang te gaan (voor prioriteiten zie verderop).

Er liggen grote kansen om via de wijkaanpak en het sociaal cultureel werk in contact te komen met de doelgroepen en te werken aan het verbeteren van het cultuurbereik. Middels een aanpak van onderop kan worden geanticipeerd op initiatieven uit de wijken. Te denken valt hierbij aan kunst in de openbare ruimte. De wijk kan een goede vindplaats zijn voor groepen en initiatieven. Voorbeeld. Raster werkt in het kader van een project gericht op sociaal cultureel werk en sociale activering, met een groep Antilliaanse vrouwen. Na enige aarzeling wilde deze groep vrouwen wel aan de slag met theater. Een docent van het Centrum voor Kunsteducatie deed een proefles theater. Dat was een succes. En er kon weer een stap verder worden gezet op weg naar het maken van een toneelstuk.

Ook werden de organisaties (Raster en het Centrum voor Kunsteducatie) door de cultuurmakelaar in een workshop bij elkaar gezet. Ze leerden elkaar kennen en afspraken maken. Uiteraard had een samenwerking tussen de organisaties wel tot stand kunnen komen zonder dat de groep Antilliaanse vrouwen aan de slag wilden met theater. Maar dat is toch minder succesvol. Als er een concreet idee of initiatief is loopt de samenwerking immers altijd beter.

Conclusies voor de werkwijze/voortgang zijn:

- Beperk het aantal wijken; dat vergroot de kansen tot succes (bereik doelgroep, organisatie voordeel);
- De wijk is een goede vindplaats voor doelgroepen via maatschappelijke organisaties. Maar er liggen ook

Cultuurmakelaar zette een wens boven aan zijn lijst

Antilliaanse vrouwen kunnen samen theater maken

"De cultuurmakelaar gooide tijdens het kerstdiner een balletje op. In de Rivierenwijk wilde een groep vrouwen gaan toneelspelen." Aan het woord is Marijke Blok Docent Drama en verbonden aan het Centrum voor Kunsteducatie in Deventer. Met de sociaal-cultureel werker van Raster kwam de groep al regelmatig bij elkaar. "Ze waren op het idee gekomen om iets meer over hun eigen cultuur en levensstijl te laten zien aan de andere bewoners in de wijk. Ze voelden zich niet goed geaccepteerd."

"We zijn begonnen met een workshop om te kijken of een voorstelling haalbaar was? Ik wilde niet een te lange spanningsboog. Zo'n project moet in 11 bijeenkomsten en een voorstelling gerealiseerd kunnen worden." Marijke spreekt bevlogen. "Ik heb vaker met groepen uit andere culturen gewerkt. Maar deze groep vrouwen was heel bijzonder. Zelf hebben ze het materiaal aangedragen. Ondanks dat ze geen ervaring met theater hebben, verliep dat heel vlot. We hebben verschillende acts gemaakt met spel, dans en muziek." De titel van het programma was 'Redu den kapsalon' (Roddels in de kapsalon). "De acts hadden als onderwerp Antilliaanse muziek en dans, religie, gastvrijheid, omgaan met elkaar en heimwee naar Curaçao. Allemaal zaken die tellen in hun leven."

"Ik wou in mijn aanpak niet te Hollands zijn. Bij dit project heb ik gezocht naar een mogelijkheid om mijn gevoel voor structuur en hun spontaniteit op een goed manier te combineren. De vrouwen groeiden in hun verantwoordelijkheidsbesef voor de eigen productie. Ook met humor valt er veel te bereiken. Belangrijk is dat je samen iets

goeds neerzet. En dat is gelukt zo getuigen de lachsalvo's die tijdens de uitvoering vanuit de zaal kwamen."

"Ik heb gezien dat deze groep boven de dagelijkse werkelijkheid uitsteeg door dingen te doen die ze niet eerder deden. Ze zijn in het licht komen te staan. Iedereen was zenuwachtig tijdens een extra (ingekorte) uitvoering in de Deventer Schouwburg. Ze hebben ontzettend veel lef. Ze doen de naam van de groep eer aan: 'Nos ké nos pòr' (wij willen en wij kunnen). Wat mij betreft verdient dit project een vervolg." Marijke weet dat er nog meer te doen is.

Over de cultuurmakelaar: "Dankzij het initiatief van de cultuurmakelaar is de wens van de groep gerealiseerd. Raster heeft daar noch het geld noch de mankracht voor in huis. Voor mij is een cultuurmakelaar iemand die zaken boven aan het lijstje zet. Hij zoekt de mensen en organisaties bij elkaar zodat er een goede samenwerking kan ontstaan."



- mogelijkheden om culturele organisaties te betrekken die stedelijk actief zijn (zie ook punt 1);
- De wijk is de plek voor pilots die later elders kunnen worden benut;
- Concrete samenwerking begint vaak op een plek in een wijk en biedt dan kansen om verder uit te werken in randvoorwaarden op de langere termijn;
- De cultuurmakelaar heeft zich beperkt tot de stad Deventer. Hij ziet wel veel mogelijkheden in het realiseren van concrete initiatieven in de dorpen, maar ziet niet hoe deze dorpen goed kunnen worden bediend in de beperkte tijd.

4. Communicatie en samenwerking

Hoewel de stad klein is, is de coördinatie, communicatie en samenwerking tussen culturele instellingen onderling en culturele instellingen en maatschappelijke instellingen en doelgroeporganisaties matig. Een voorbeeld: er is nauwelijks contact tussen culturele instellingen en het welzijnswerk (de Kij, Raster). Dat geldt ook voor bijvoorbeeld VMBO-scholen. Ook hier is nauwelijks contact met de culturele instellingen waar te nemen. Door het ontbreken van contact ontstaan er logischerwijs ook geen concrete activiteiten.

De cultuurmakelaar zal deze communicatie op gang moeten brengen en op praktisch niveau de samenwerking op gang moeten brengen. In de praktijk zal dat niet in een keer gaan. Hij zal continu moeten schakelen om groepen met initiatieven goed terecht te laten komen.

Een goed voorbeeld is Radio What You Like. Nederlandse en Turkse jongeren maken radio. Ze vormen een redactie en maken twee uur radio per week. Een aansprekend en veelbelovend project. De organisaties die de jongeren ondersteunen zijn enthousiast, maar hebben vanuit hun kernactiviteit ('core business' jongerenwerk) geen capaciteit om dit structureel voort te zetten en uit te bouwen. Nu wordt het project primair ondersteund door de vrijwilligersomroep. De cultuurmakelaar houdt het gehele proces in de gaten, is smeermiddel en regelt de financiering en menskracht. Dat vraagt vanzelfsprekend tijd, energie en maatwerk. De cultuurmakelaar zal moeten schakelen tussen de verschillende organisaties en daar het beste uit halen.

Een ander voorbeeld van samenwerking die leidt tot een betere kwaliteit, is kunst in de openbare ruimte. Uit de inventarisatie van de cultuurmakelaar bleek dat er een aantal initiatieven waren op het terrein van beeldende kunst in de openbare ruimte in het kader van de wijkaanpak. Zo bleek dat er met regelmaat muurschilderingen worden gemaakt bij scholen. Dat liep niet allemaal even vanzelfsprekend. Hoe maak je een muurschildering die aansluit bij de belevingswereld van kinderen en die ook beantwoordt aan kwaliteitseisen die worden gesteld aan Kunst in de openbare ruimte? Hoe kun je kinderen bij het artistieke proces betrekken? Het bleek dat zowel de opdrachtgevers als de betrokken kunstenaars daarmee niet gestructureerd aan de slag gingen en bovendien geen gebruik maakten van de diensten van het CBK.

Er is nu besloten een aantal zaken eens goed op de rij te zetten en de ervaringen om te zetten in een model hoe kunst in de wijken goed kan worden opgepakt. Daarbij wordt aangesloten bij concrete initiatieven in het Oranjekwartier (kunstenaar Joep Zander), Keizerslanden (kunstenaar Frank Prinsen) het Roesink (kunstenaar Lies Kortenhorst); zie ook werkplan.

Aandachtspunten bij het verbeteren van de communicatie en de samenwerking zijn:

- Zoek naar concrete aanleidingen (lees initiatieven) om structurele samenwerkingen met organisaties te verbeteren;
- De cultuurmakelaar vindt de samenwerking tussen maatschappelijke organisaties en culturele instellingen van groot belang. Er liggen veel kansen, bijvoorbeeld tussen VMBO's/ROC's en culturele instellingen, maar ook bijvoorbeeld tussen de Brede school en Activiteitencentra (programmering en educatie). Ook zijn er verschillende mogelijkheden voor de cultuurmakelaar waarbij de wijkaanpak, bedrijfsleven en woningcorporaties en culturele instellingen zijn betrokken. In het kader van bijvoorbeeld

'What you like' kreeg structuur

Jongeren maken eigen radioprogramma bij Deventer Omroep

"De Deventer Omroep wilde graag eens een programma maken waar jongeren die minder kansen krijgen zelf bij betrokken waren." Joanne Saltet is voorzitter van de Deventer Omroep. "We vinden het belangrijk allerlei locale partijen meer bij onze omroep te betrekken." De eerste stap was contact leggen met Stichting Raster. "Via hen konden we jongeren die hieraan wilden meewerken vinden."

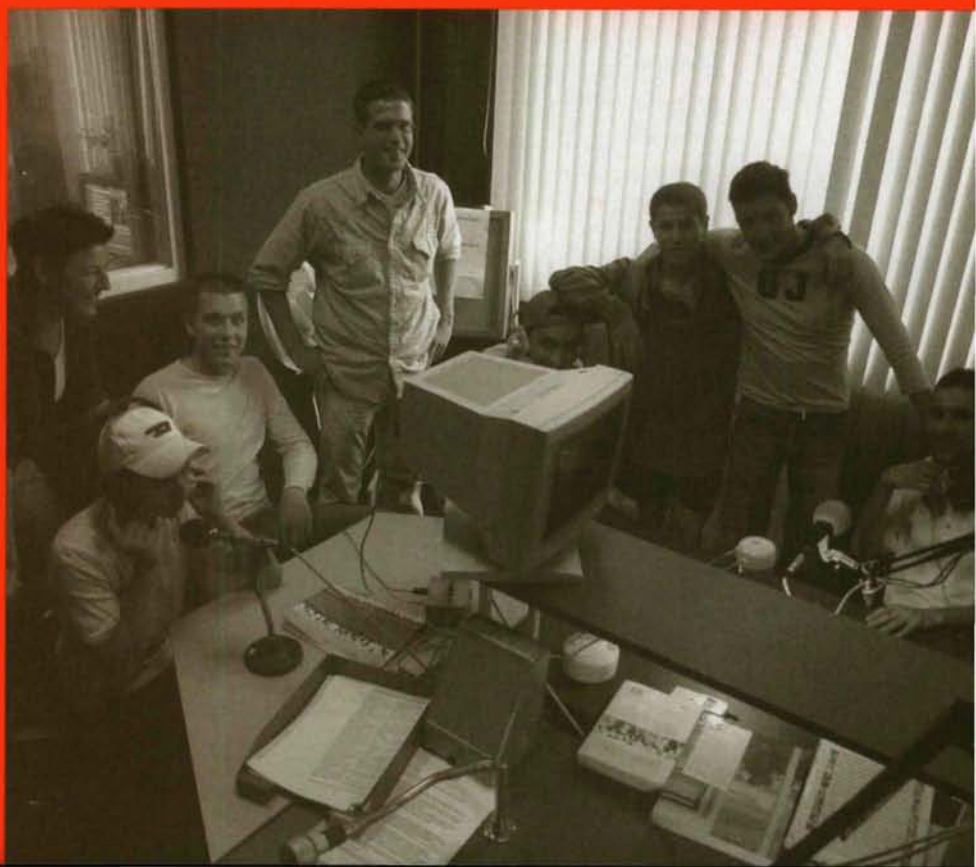
Op verzoek van de omroep ging jongerenwerker Floris Brandwagt van Raster samen met zijn collega Jamal Ammi van De Kij aan de slag. "We hebben gekozen voor jongeren die normaal niet veel met elkaar ophebben. Een groep uit Wijk 3 (Rivierenwijk, Knutteldorp en Hoornwerk) en een groep uit Wijk 5 (Colmschate). Er leefden bij beide groepen veel vooroordelen over elkaar." Floris is enthousiast over het project, want het betekent meer dan alleen maar radio maken.

"We zijn begonnen met twee Turkse meiden (Wijk 3) en twee Nederlandse meiden (Wijk 5) en werken inmiddels met een groep van gemiddeld 10 jongeren. Niet iedereen is elke dondermiddag aanwezig voor het maken van het programma, maar dat kan prima."

Joanne: "In het begin hebben de jongerenwerkers er veel extra tijd en energie ingestoken. Daar konden ze natuurlijk niet mee doorgaan. Het is goed om zo'n idee niet te laten liggen en er direct mee aan de slag te gaan. Tijdens de rit zijn we echter in contact gekomen met de cultuurmakelaar en hebben gezamenlijk een aantal zaken vastgelegd. Om voor subsidie in aanmerking te komen zijn heldere voorwaarden en een goede

taakverdeling noodzakelijk. Iedere partij heeft zijn eigen insteek. Het is sociaal gezien een interessant project, maar het blijft belangrijk dat we ook als omroep kwaliteit kunnen leveren."

Floris: "Onze taak is teruggebracht tot het stimuleren van jongeren om mee te doen, hen te begeleiden en ervoor te zorgen dat het binnen de groep lekker loopt. Straks gaan we ook andere groepen jongeren betrekken. Onder andere via het COACH-project. De omroep heeft twee presentatoren die de jongeren begeleiden bij de technische kant en de presentatie op de radio. Door de betrokkenheid van de cultuurmakelaar is er in het programma meer ruimte gekomen voor de hele jongerencultuur. We besteden nu bijvoorbeeld ook aandacht aan activiteiten van andere clubs, zoals bijvoorbeeld het Burgerweeshuis. Voor ons is het plezierig dat de cultuurmakelaar met ons meedenkt."



kunst in de openbare ruimte worden inspirerende voorbeelden gerealiseerd, komen nieuwe opdrachtgevers naar voren en worden nieuwe financiën aangesproken (zie ook werkplan).

- Een tweede categorie samenwerkingen die voor het project van groot belang is, is de samenwerking tussen het welzijnswerk en de culturele instellingen. Het welzijnswerk staat dicht bij de doelgroepen en de culturele instellingen hebben veel expertise. Om gericht te werken aan de 'eigen cultuur' is deze samenwerking van grote betekenis (zie ook werkplan).
- De cultuurmakelaar zal veel moeten schakelen tussen organisaties in de beginfase. Echter, het is belangrijk dat de cultuurmakelaar gaandeweg probeert zichzelf overbodig te maken door duurzame samenwerkingen tot stand te brengen, randvoorwaardenscheppend bezig te zijn en niet te veel in de uitvoering te blijven zitten (zie ook hoofdstuk 4).

5. Stimuleren van de 'eigen cultuur' en doelgroepprogrammering van culturele organisaties

Goede voorbeelden van 'de eigen cultuur' in Deventer zijn te vinden in de Turkse gemeenschappen (de bruiloften). In de eerste plaats is dat een zaak van mensen zelf. De cultuurmakelaar kan groepen echter wel stimuleren zelf creatief inhoud te geven aan de eigen cultuur en de doelgroepen kunnen deskundig worden ondersteund.

De genoemde uitingen zijn belangrijk. Belangrijk voor de eigen groep. Er wordt nog nauwelijks een brug geslagen naar andere groepen. Of concreet; een Hollandse volksdans wordt snel folklore en heeft weinig betekenis voor de gemiddeld Turk. Dat geldt evenzo goed voor een Turkse volksdans.

Hoe kan dat wel worden bereikt?

Ervaringen elders, zoals in het Dunya festival in Rotterdam, leren dat het veel tijd kost om na een eerste contact met de groepen ook te komen tot een klimaat waarin cultuuruitingen een meer publieke plek krijgen buiten de eigen bevolkingsgroep. In dit festival wordt gewerkt met 'dorps podia' waar verschillende culturen zich presenteren. De kunst is om die presentaties op kwalitatief goede wijze te doen en om een gelegenheid te bieden tot 'cross over' met andere culturen. In Deventer moet hiervoor nog een goede formule worden gezocht (mogelijk idee voor een Turkse week?).

Ook kost het veel tijd om gevestigde culturele instellingen toegankelijker te maken voor een cultureel aanbod dat zich niet via de reguliere kanalen aandient. Dat geldt in het algemeen meer voor de theaters en de musea dan voor de instellingen voor kunstzinnige vorming en bibliotheken, die van oudsher al meer werken in de wijken en met verschillende doelgroepen.

In het project zal worden geprobeerd 'de eigen cultuur' te benutten en deze om te zetten in publieke kunst. De cultuurmakelaar is er van overtuigd dat dit wel mogelijkheden geeft om een brug te slaan tussen culturen.

Wanneer we het hebben over doelgroepenprogrammering dan is het belangrijk om onderscheid te maken tussen verschillende soorten culturele organisaties. Een gangbare indeling is de podia (de Deventer Schouwburg, theater Bouwkunde, Filmhuis de Keizer, het Burgerweeshuis), de kunstzinnige vorming, de bibliotheek en de musea.

De afgelopen maanden zijn er initiatieven op gang gekomen die zijn gericht op het bevorderen dat doelgroepen de programmering mede bepalen of dat er rekening wordt gehouden met wensen. De schouwburg en een groep Turken is aan tafel gaan zitten met als doel meer professionele groepen en producties naar de schouwburg te halen.

In de praktijk bleek dit nog een moeilijke klus te zijn. Turkse producties konden niet voldoen aan de levertijd die de schouwburg al lang van te voren stelt (1 jaar van te voren). Toch zal het initiatief worden voortgezet.

6. De cultuurmakelaar; duizendpoot of 'gewoon makelaar'?

De rol van de cultuurmakelaar moet zich nog uitkristalliseren. Hij moet zijn waarde nog bewijzen en er zullen nog keuzes moeten worden gemaakt ten aanzien van de wijze van werken. De cultuurmakelaar is teveel een duizendpoot die allerlei projecten trekt.

De rol als makelaar is onbetwist en biedt een echte meerwaarde. Ook de rol als ontwikkelaar en scout om nieuwe initiatieven en groepen te ontdekken en verder te brengen is belangrijk.

Echter de cultuurmakelaar zal niet de rol van projectleider van diverse projecten/producties op zich moeten nemen. Dat zullen de diverse organisaties zelf moeten doen. De verleiding het te toch te doen is groot. Vooral als andere organisaties deze rol niet op zich (kunnen) nemen.

Een juiste rol voor de cultuurmakelaar is dat hij in de initiatieffase nauw is betrokken bij het project, maar dat zijn rol in de uitvoering langzaam verdwijnt.

De culturele raad zal zelf deze rollen goed bewaken.

HOOFDSTUK 4: **De belangrijkste conclusies op een rij**

De belangrijkste conclusies zijn:

- De cultuurmakelaar voorziet in een behoefte. Deventer kent een redelijk goed aanbod en infrastructuur, maar bepaalde doelgroepen worden niet of nauwelijks bereikt.
- De cultuurmakelaar heeft zich de eerste periode georiënteerd op het culturele veld en enkele concrete projecten opgezet.
- Er moeten keuzes worden gemaakt t.a.v. de werkwijze en fasering. De cultuurmakelaar werkt nu zowel met de doelgroepen (zelforganisaties) als wijkgericht, zowel met de culturele instellingen als met het onderwijs. Bovendien werkt hij als projectleider/meewerkend voorman aan projecten. Dat is veel van het goede.
- De cultuurmakelaar is 'de spin in het web' binnen de culturele infrastructuur of kan daar toe uitgroeien. We moeten echter wel oppassen dat deze spin niet verstrikt raakt in zijn eigen web. Dat betekent keuzes maken. In het werkplan zijn dan ook keuzes gemaakt en prioriteiten gesteld.

Hoofdkeuzes zijn:

- Concentreer de aandacht op enkele wijken;
- Concentreer de aandacht op de bewoners van deze wijken en met name op allochtonen en jongeren;
- Sluit aan bij 'de leefwereld' / 'eigen cultuur';
- Werk met concrete activiteiten en organiseer dat met de culturele instellingen;
- Doelstelling is om in de samenwerking telkens kwaliteit toe te voegen;
- Stimuleer de toegankelijkheid van de gevestigde (professionele) culturele instellingen voor deze groepen als publiek en als 'maker';
- Daarbij moet worden gestreefd naar een beperkte uitvoeringsrol van de cultuurmakelaar.

De cultuurmakelaar is op weg een echte makelaar te worden tussen partijen in de stad, maar het is niet zo dat alle kaders duidelijk zijn. Of anders gezegd: het is niet eenmaal, andermaal... verkocht! Toch zit er genoeg perspectief om van het project in de toekomst een groot succes te maken.

BIJLAGE 1: **Belangrijke gesprekspartners**

Wethouders

Gosse Hiemstra, *Cultuur*
Martin Knol, *Jeugd en Migranten*

Ambtenaren

Jos Haarman, *Cultuur*
Ellen Wichard, *Cultuureducatie*
Johan Kuiper, *Deventer Internationaal*
Marleen Munneke, *Jeugdbeleid en Migranten*
Monique Peltenburg, *hoofd wijkaanpak*
Zafer Aydogdu, *expertisepunt migranten*

Wijkambtenaren

Jan Dijkstra
Azime Gulhan
Jose van Bruggen
Edwin Broekman
Wil Bouman
Lya van Arum

Loodsopbouwwerkers

Karin Smit
Nuray Uguray
Henk Damen
Benjamin Beerthuis
Andre Loskamp

Raster

Wim Snoeijs
Ap van Straaten
Annet Murre
Jan Schepers

Opbouwwerkers

Berna de Graaf
Djodjie Rinsampessy
Anis Patty
Ronald Cadogan

Jongerenwerkers

Floris Brandwagt
Monica Wijngaart
Frank Borkent
Bernie Schil, *beheerder*

Culturele Instellingen

Sander van der Schaaf, *Theater Bouwkunde*
Rob Kramer, *Poppodium Het Burgerweeshuis*
Mieke Conijn, *Centrum voor Beeldende Kunst*
Willem Groot Nibbelink, *Filmhuis de Keizer*
Jacques Janssen, *Centrum voor Kunsteducatie*
Wim Fiselier, *Centrum voor Muziek en Dans*
Greetje van Gemert, *Openbare Bibliotheek*
Yolanda Mergler, *Deventer Schouwburg*
Nina Herweijer, *Gemeentemuseum de Waag*
Margriet Veeneman, *Openbare Bibliotheek*
Petra Groothuis, *Gemeentemuseum de Waag*

Jongeren- en migrantenorganisaties

Tjalling Visser, *Walhalla*
Henri Koerkamp, *Don Bosco*
Oran Arslan, *BARIS*
Hassan Ugural, *ABTW*
Memet Surmeneli, *UFUK*
Resul Yavuz, *Anadolonun Sesi*
Mili Goris

Etty Hillesum Lyceum

Fred Kulik
Johan Koers
Gre Leffers

Overig

Hein te Riele, *VVV*
Ad van der Kreeft, *Sectieplatform Culturele Raad*
Jose van Wijnroten, *Brede School*



Laboratoriumplein 61

7411 CH Deventer

tel. 0570-611416

fax 0570-649272

internet www.cultureleraad.nl

e-mail info@cultureleraad.nl

De Culturel eraad deventer



ltuurma r in Dev

: bijlage

Werkplan

september 2002 - september 2003

BIJLAGE 2: **Werkplan cultuurmakelaar**

SEPTEMBER 2002 - SEPTEMBER 2003

Sinds september 2001 is de cultuurmakelaar voor 28 uur per week werkzaam in Deventer. Na een oriëntatiefase, waarvan de neerslag terug te vinden is in het rapport 'De Cultuurmakelaar in Deventer', is door de cultuurmakelaar een aantal activiteiten in gang gezet. Om deze activiteiten te prioriteren en te structureren stelt de cultuurmakelaar jaarlijks een werkplan op.

In zijn algemeenheid kan gesteld worden dat er meer dan voldoende 'werk aan de winkel' is.

De cultuurmak

Hij moet er wel voor waken eindverantwoordelijk en uitvoerder van elk project te worden.

Het werkplan van de cultuurmakelaar is als volgt ingedeeld:

1. Projecten
 - Jongeren
 - Gekleurd
 - Wijken
2. Organisaties aan de slag
3. De kraamkamer

De indeling van het werkplan in 'projecten' en 'organisaties aan de slag', sluit aan bij de doelstellingen en beoogde resultaten van dit project:

- het bevorderen van deelname van wijkbewoners, allochtonen en jongeren aan cultuur.
- de samenwerking bevorderen tussen instellingen en organisaties.

In de 'kraamkamer' worden de ideeën genoemd die potentieel interessant zijn, maar nog verder uitgewerkt moeten worden om een mooie toekomst tegemoet te gaan.

Overlappingsen bij bovenstaande indeling komen voor. Een werkplan blijft natuurlijk in beweging. Een aantal activiteiten zijn al volop in gang gezet, anderen zijn voorzichtig begonnen. Het werkplan kijkt ongeveer een jaar vooruit en stelt prioriteiten. Aan het einde van een werkplan-periode wordt geëvalueerd en wordt het jaarplan aangepast.

1: Projecten

JONGEREN

Schuttingtaal

De Waag wordt de komende twee jaar ingrijpend gerenoveerd. Rond De Waag zijn daarom voor een lange tijd schuttingen nodig waarachter aannemers hun werk kunnen doen. Niet zo'n leuk gezicht. De cultuurmakelaar en de jongerenredactie van Schuttingtaal maken van deze nood een deugd. De schutting is inmiddels een podium voor (kunst)uitingen van Deventer jongeren geworden.

Wat beoogt het project? In de eerste plaats een 'Web en Wall-site' van en voor Deventer jongeren: een virtuele ontmoetings- en presentatieplaats die stimuleert tot creatieve uitingen met (nieuwe) media en een fysieke ruimte op de schutting rond De Waag. Het wordt een afwisselende expositie met de meest aansprekende resultaten van de jongeren en de workshops.

Het project streeft naar een interactieve website en circa 40 expositiepanelen op de wall-site met minimaal 4 verschillende exposities. De Waag zelf is nu ook voorzien van de foto's van de Click It! editie 2001.

De cultuurmakelaar is op dit moment initiator en projectleider van Schuttingtaal. De jongerenredactie is medeverantwoordelijk voor de uitvoering van het project. Zij krijgt daarbij ondersteuning van het Projectbureau Kunstcircuit van het Centrum voor Muziek & Dans, het Centrum voor Kunsteducatie (coaching, workshops), Stichting Broeikas (inspiratie, praktische haalbaarheid) en het Platform Deventer Jongerenorganisaties (link naar jongeren) en Jongerenorganisatie Walhalla (onderdak, faciliteiten). Verder participeren de bibliotheek, Raster, de KIJ, Tactus, de Deventer Wijk aanpak en diverse scholen. Voor de cultuurmakelaar heeft dit project prioriteit. Het project is aansprekend, vernieuwend en vele organisaties doen mee. Daarnaast is het project zeer zichtbaar voor iedereen (De Waag en de website). Gezien de brede opdracht van de cultuurmakelaar, is het wenselijk voor de voortgang van dit project een aparte projectleiding te formeren. Het project is veeleisend qua tijd, geld en aandacht en zou bij continuering van de huidige inzet ten koste kunnen gaan van de andere doelstellingen van de cultuurmakelaar.

Schuttingtaal heeft prioriteit in 2002. Het is een concrete activiteit waar meer culturele instellingen het komende seizoen een rol in gaan spelen. De kwaliteit wordt gewaarborgd door het aanstellen van een projectleider. Subsidie is beschikbaar gesteld tot 1 december 2002. De projectleider zal een nieuwe aanvraag indienen bij de provincie. Na 'de eerste kus' wordt gestreefd naar 'vaste verkering'.

Radio project: Radio What You Like - jongeren maken radio

In 2001 is een start gemaakt met het radioproject 'Radio What You Like'. Een samenwerking tussen de Deventer Omroep, Raster Welzijnsgroep en Stichting de KIJ. Het doel van de samenwerking was een brug te slaan tussen allochtone jongeren uit wijk 3 en autochtone jongeren uit wijk 5. Voor de uitwerking van dit initiatief is de cultuurmakelaar erbij betrokken. Zijn rol is om een breder netwerk te creëren en het programma van meer kwaliteit te voorzien en uit te breiden. Aandachtspunten zijn het bevorderen van de deskundigheid, meer aandacht te krijgen voor jeugdcultuur, samenwerking te zoeken met andere radioprojecten en Deventer Televisie en het verbeteren van de public relations. Deze fase loopt van 1 mei 2002 tot 1 januari 2003. Het is belangrijk om bij de samenstelling van de groep meer jongeren uit andere wijken te betrekken. Ook zal een jongerenredactie gevormd worden. De cultuurmakelaar brengt in deze activiteit de juiste personen bij elkaar. Zo zijn nu een aantal jongerenwerkers betrokken van Raster en de KIJ. Deventer Omroep is eigenaar van het

project en verzorgt de noodzakelijke infrastructuur.

De cultuurmakelaar blijft betrokken als het gaat om nieuwe samenwerkingsverbanden en bij een eventueel vervolg in 2003.

GEKLEURD

Antilliaanse theatergroep

In de multiculturele wijk Rivierenwijk nemen Antilliaanse bewoners een vrij onzichtbare plaats in. Antilliaanse vrouwen willen hier verandering in brengen door zich als groep te profileren en andere bevolkingsgroepen in de wijk te laten kennismaken met het leven van Antilliaanse vrouwen en hun cultuur.

De cultuurmakelaar heeft Raster en het Centrum voor Kunsteducatie/Kunstcircuit bij elkaar gebracht. De Antilliaanse vrouwen wilden heel graag een theatercursus volgen. Een docent drama van het CKE heeft een tiental lessen gegeven en samen met de vrouwen aan de hand van spelimprovisaties materiaal verzameld. Ter afsluiting is een presentatie gegeven op 1 juni in een druk bezocht activiteitencentrum dDe Venen.

De groep vrouwen willen een vervolg op de theatercursus. De rol van de cultuurmakelaar is om ondersteuning te bieden bij de nodige deskundigheid als de vrouwen besluiten om een amateurvereniging te worden (zie verenigingsondersteuning). Raster zal zorg moeten dragen voor de verdere begeleiding van de groep.

Schouwburg en Turkse programmering in de schouwburg

Doel is tot een kwalitatief en kwantitatief bevredigende programmering te komen van producties vanuit de Turkse cultuur en dat deze voor een breed publiek toegankelijk worden.

De cultuurmakelaar onderzoekt samen met het Schouwburgmanagement en de Turkse particuliere "programmeurs" hoe de programmasamenstelling, financiering en organisatie te optimaliseren. Het betrof in 2002 ondermeer voorstellingen georganiseerd door UFUK, TURKUL, Anadolunun Sesi (jubileum 20 jaar) en de Koerdische Culturele Vereniging. Eventuele cofinanciering vindt plaats vanuit het reguliere fonds Deventer Internationaal.

DE WIJKEN

Beeldende kunst

In Deventer zijn een aantal initiatieven gericht op kunst in de wijk, maar er is weinig tot geen beleid en samenhang. De cultuurmakelaar neemt samen met het Centrum Beeldende Kunst (CBK) het initiatief om tot een algemeen beleid te komen ten aanzien van kwaliteit, procedures voor opdrachtgevers zoals de wijkaanpak, woningcorporaties en het bedrijfsleven.

Hiertoe heeft een inventarisatie plaatsgevonden welke projecten in verleden zijn geweest en welke plannen er liggen in de toekomst. De betrokken kunstenaars, het CBK en leden van de Adviesraad voor de Kunst in de Openbare Ruimte, zijn in juni voor een eerste keer rond de tafel gaan zitten. De cultuurmakelaar heeft het initiatief genomen voor dit overleg en is betrokken bij het verloop van een aantal pilots.

Muurschildering Het Roesink

Een muurschildering met als thema 'jungle', waarbij kinderen actief betrokken zijn bij het ontwerp van het kunstwerk. De cultuurmakelaar heeft basisschool Het Roessink en de wijkaanpak in contact gebracht met het CBK. Hij begeleidt het proces van selectie van kunstenaar Lies Kortenhorst en de aanbesteding. De schildering is inmiddels uitgevoerd in de periode januari tot mei 2002.

Expositie participatieve kunst (werktitel)

In de hal van Woonunie en het Kunstenlab van het CBK komt een expositie over participatieve kunst binnen en buiten Deventer. Bij deze kunst staat de interactie tussen kunstenaar en doelgroep centraal. De cultuurmakelaar heeft deze partners bij elkaar gebracht en zal een rol vervullen in de aansluiting van dit project op lopende kunstprojecten in de wijken. Doel van deze expositie is om bewoners, kunstenaars en opdrachtgevers te inspireren in de toekomst meer met beeldende kunst samen te gaan doen. Dit plan wordt door de betrokken partijen uitgewerkt in 2002.

Jongeren en podiumkunst in de wijk

Op dit moment is een programma voor en door jongeren in de wijk in voorbereiding. Twee Deventer theatergroepen, Theatergroep Ontroerend Goed (TOG) en TAM TAM ontwikkelen een programma voor dorpen in Overijssel. TOG heeft te kennen gegeven deze formule ook in Deventer wijken te willen plaatsen. De wijkaanpak zal worden benaderd om dit eventueel te kunnen realiseren. De cultuurmakelaar zal samen met de wijkaanpak een rol hebben in de voorwaardenscheppende sfeer.

Programmeren van podiumkunsten voor en door wijkbewoners in de wijk.

Op initiatief van de taakgroep Leefbaarheid van wijk 3 is een aanzet gedaan om theater in de wijk te brengen. In april stond Turkse Troel in activiteitscentrum De Venen. In mei werd het STUT-theater uitgenodigd met 'Het is hier Holland'. Omdat de wijkaccommodaties niet geschikt bleken voor deze productie werd deze in de schouwburg geplaatst. De wijkaanpak heeft de voorstelling aangeboden aan alle bewoners die in hun netwerk actief zijn. De respons was zeer positief. De organisatie was in handen van de cultuurmakelaar, de wijkaanpak en Raster.

De cultuurmakelaar onderzoekt in 2002 de mogelijkheden om het programma uit te breiden in de wijken 3 en 4. Culturele instellingen kunnen een bijdrage leveren aan het programma, ieder vanuit de eigen specifieke kwaliteiten en kennis. De cultuurmakelaar coördineert deze 'wijkprogrammering'.

Deze activiteit heeft prioriteit, omdat het zich concentreert op bewoners van de wijken 3 en 4 en een duidelijke rol is weggelegd voor culturele instellingen.

2: Organisaties aan de slag

Directies van Centra voor Kunsteducatie en Muziek en Dans en Raster rond de tafel

Tijdens de inventarisatie is gebleken dat zowel Raster als het CKE/Kunstcircuit culturele initiatieven ondersteunde bij verschillende doelgroepen. De twee instellingen hadden hierover geen onderling contact. Beide partijen bleken wel geïnteresseerd in een samenwerking. Op initiatief van de cultuurmakelaar is een overleg gestart tussen directies en medewerkers.

Hier zijn drie gezamenlijke workshops uit voortgekomen: een met jongerenwerkers, een met kinderwerkers en een met opbouwwerkers. Het beoogde resultaat is dat kunst en cultuur voor specifieke doelgroepen op de gezamenlijke agenda binnen het welzijnswerk en kunsteducatie gezet wordt. De cultuurmakelaar begeleidt de aankomende periode het plan van aanpak van beide organisaties.

Deze activiteit heeft prioriteit. De basis die nu gelegd is in de samenwerking en afstemming zal structureel moeten worden om het beoogde resultaat te behalen.

Verenigingsondersteuning

De cultuurmakelaar heeft de partijen Vrijwilligerscentrale, Sportsteunpunt en Culturele Raad samengebracht om te praten over gezamenlijke acties in deskundigheidsbevordering bij verenigingen en steunfuncties bij zelforganisaties. Acties kunnen zich richten op het runnen van een organisatie, zoals Baris en Ufuk, of artistieke deskundigheid bij toneelverenigingen.

Groepen, zelforganisaties en verenigingen waar vragen zijn:

- Anadolunun Sesi, harmonieën en fanfares in dorpen; muziek- en dansverenigingen; met name problematiek op scholing en doorstroming jeugd,
- Tahoungan; Togoleese muziek en dansgroep met professionele aspiraties en potentie, maar zonder status en ondersteuning van een culturele instelling,
- Ufuk, Baris en Koerdische Culturele Vereniging; management en organisatieondersteuning, migrantenverenigingen met nieuw bestuur en nieuwe plannen
- Deventer Omroep (jongerenredactie); organisatieontwikkeling en scholing
- Wellicht Antilliaanse vrouwen als ze beslissen een theatergroep te willen vormen.

Beoogde resultaten zijn kwalitatieve en kwantitatieve toename van het technisch en bestuurlijk kader van de doelgroepen en toename van cultureel ondernemerschap onder doelgroepen. De cultuurmakelaar signaleert de wensen en behoeften en speelt die door naar de betrokken partijen.

3: De kraamkamer

Deventer Blik (werktitel)

Project over de levensgeschiedenis en leefwereld van autochtone en allochtone Deventer arbeiders, naar aanleiding van het recente industriële verleden in Deventer. Het wordt eventueel beperkt tot één of enkele industrieën, zoals Thomassen en Drijver (blikfabriek). Het project wordt met professionele ondersteuning vormgegeven door en voor Deventer (oud)arbeiders.

Mogelijke werkvormen zijn onder meer: videodocumentaire (interviews), website (beelden), expositie (objecten), theater (expressie), basisonderwijs (module Deventer OVT), ontmoeting (Zebra/SOD). Totale productietijd tenminste een tot twee jaar.

Doelen:

- Allochtone en autochtone arbeiders ruimte bieden om over hun eigen verleden te verhalen. Hun elkaar laten ontmoeten in de gedeelde passie en/of het gedeelde verleden.
- Deze orale en sociale geschiedenis van het industrieel erfgoed in Deventer documenteren, toegankelijk en herkenbaar maken voor de jongere generaties.

In de kraamkamer krijgt dit project prioriteit. De cultuurmakelaar zal onderzoeken (de eerste fase) of dit project kans van slagen heeft met alle partijen die een rol kunnen spelen. Door de omvangrijkheid van dit project zal een (culturele) instelling (b.v. de Stads- en Atheneumbibliotheek) of projectleider dit moeten ontwikkelen en vormgeven.

De cultuurmakelaar en de dorpen

De cultuurmakelaar zal in het najaar van 2002 een kennismakingsronde doen in de dorpskernen van de gemeente Deventer. Aandachtspunten zijn de werving en scholing van jeugdleden bij de HaFaBra's en de culturele programmering bij de dorpscentra. Mogelijk kunnen actiepunten geïntegreerd worden in onderdelen van het bestaande werkplan.

De rol van de cultuurmakelaar is om te inventariseren welke ondersteuning nodig is en welke stedelijke instellingen (waaronder de Culturele Raad) hier een functie in krijgen.

Evenementen

De Cultuurmakelaar is betrokken bij de uitwerking van plannen om in 2003 een Turkse Week te organiseren in Deventer en een driedaags Wereldmuziek Festival in Busloo. De rol van de cultuurmakelaar is hier die van mede-initiator, inspirator en aanjager. Bij de organisatie van deze activiteiten denkt de cultuurmakelaar mee over professionele leiding en productie door derden, waardoor kwaliteit gewaarborgd is.