

UTRECHT

CULTURELE METROPOOL

IN ONTWIKKELING

DE STAD SPREEKT

Utrecht, stad in ontwikkeling. De stad groeit in omvang, profileert zich sterk op verschillende terreinen en ziet de samenstelling van haar bevolking snel veranderen. De komende jaren worden ambities en kansen op het gebied van diversiteit, innovatie, duurzaamheid en talentontwikkeling benoemd en verwezenlijkt. Een proces waar ook cultuur aan bijdraagt. Maar hoe wordt het culturaanbod ervaren door professionals van andere sectoren?

Op dinsdag 23 augustus 2016 vond een bijeenkomst plaats over de impact van cultuur in een groeiende stad. Met sprekers afkomstig uit verschillende sectoren die schetsten wat cultuur voor hun sector betekent en wat hun wensen voor de toekomst zijn.

Het komende seizoen zal het debat over cultuur in de stad op verschillende plekken worden voortgezet. Blijf op de hoogte via: www.facebook.com/UtrechtCultureleMetropool

Organisatie: De Coöperatie, Schweigman&, New Dutch Connections, Residenties in Utrecht/SCU, Metaal Kathedraal, Ensemble Insomnio, Het Nederlands Volksbuurtmuseum.

Albert Arp (Jaarbeurs): een gevarieerd cultureel aanbod in de stad is voorwaardelijk voor het aantrekken van toptalent voor het bedrijfsleven. Hier ligt een kanskaart voor de culturele sector en een bron van nieuwe verbindingen.

Kees Diepeveen (wethouder Cultuur): de hoge ambitie die spreekt uit het adviesrapport van commissie Van Dockum vraagt een bijdrage van ons allemaal. In een groeiende stad moeten we er voor waken om niet uit elkaar te groeien. Verbinding is van belang, cultuur speelt daarin een belangrijke rol.

Philomeen Lelieveldt (UU): houd oog voor het verborgen culturaanbod. Let bij het gebruik van de ruimte in de stad op de spanning tussen wat bewoners kunnen dragen en de ambitie van culturele ondernemers.

Jasper Willemsse (Triomf): naast geld is ruimte belangrijk. In regelgeving, en op fysieke plekken om projecten neer te kunnen zetten. Houd ruimte voor rauwe plekken in de stad. Culturaanbod zorgt voor werkgelegenheid voor een grote groep professionals.

Wim Derksen (bestuurskundige): Utrecht is de tweede stad op gebied van werkgelegenheid. Bij een groeiende stad hoort groeiend culturaanbod, de vraag is wie dat moet betalen. Een gezamenlijk cultuurfonds van bedrijven zou een gedachte zijn.

Roderik Ponds (Atlas voor gemeenten): de aanwezigheid van culturaanbod is belangrijk voor de vestiging van hoogopgeleiden en jongeren. Hoogopgeleiden zijn belangrijk voor de komst van bedrijven. In steden waar veel hoogopgeleiden wonen en bedrijven komen, zie je een sterkere groei van de economie.

Joyce Verdijk (Bijenkorf): samenwerking met (lokale) culturele sector is belangrijk voor retail. De zichtbaarheid van het culturele aanbod kan veel beter. Maak het groot, maak het internationaal.

Karel Millenaar (FourceLabs): betrek de gaming industry bij nieuwe ontwikkelingen in het culturele veld. Ga het experiment aan, creëer een cultuurhuis van interactie en spel.

Ron Stoop (EBU): maak je aanbod toegankelijk voor de 60.000 internationals in de regio, met meer meertalige voorstellingen en informatie. Culturaanbod biedt internationals de kans om kennis te nemen van de Utrechtse samenleving, en is belangrijk voor hun sociale integratie.

Leo Hollman (Karel V): hotels hebben belang bij verblijfstoerisme. Benader ons in een vroeg stadium voor samenwerking. Er is veel mogelijk, bijvoorbeeld op gebied van marketing.

Marjolein Titshof (Prof. Kohnstammschool): het culturaanbod in de stad is voor het onderwijs van onschatbare waarde. Omdat het echt is, en daar leer je meer dan van plaatjes kijken en lezen over cultuur. Koesteren dus.

Babah Tarawally (schrijver): het culturele aanbod is niet zo divers als de inwoners van de stad. Nieuwkomers in de stad moeten zich ook verbonden en gezien kunnen voelen.