

# UNICO

# CO

# W

# R



Leisure in  
een bubbel

Uncover is een uitgave van het domein Leisure & Events van Breda University of Applied Sciences.

#### Redactie

Peter Horsten en Simon de Wijs

#### Contactgegevens

Peter Horsten horsten.p@buas.nl

Simon de Wijs wijs.s@buas.nl

#### Uncover

Uncover staat voor samen ontdekken. Dit magazine biedt Breda University of Applied Sciences een platform om onderzoek en projecten te delen met haar netwerk. Middels deze Uncover proberen we rondom kennisdeling en kennisontwikkeling expliciet ons voltallige netwerk te bereiken en samen te brengen: ondernemers, overheid, onderwijs, onderzoek en maatschappelijk organisaties. Naast de publicatie van Uncover magazines worden ook Uncover meetings georganiseerd onder de noemer 'future perspectives on leisure & events'.

#### Domein Leisure & Events

Het domein Leisure & Events biedt de HBO Bachelor opleiding (International) Leisure & Events Management aan met tracks op het gebied van leisure, events, social innovation, attractions & theme parks, (e-)sports, cultural venues en urban life and placemaking. Daarnaast worden ook academische opleidingen, te weten de Bachelor en Master of Science Leisure Studies, en Master opleidingen in Imagineering en Strategic Event Management aangeboden. Binnen het domein Leisure & Events wordt onderzoek gedaan naar 'Imagineering and Business Innovation', 'Storytelling and Consumer Experiences', 'Events and Placemaking'.

#### Adresgegevens

Breda University of Applied Sciences

Domein Leisure & Events

Mgr. Hopmanstraat 2

4817 JS Breda

076-533 2203

www.buas.nl

#### Vormgeving

studio CEL

Van Glymesstraat 12

4715 AW Rucphen

www.studiocel.nl

#### Drukker

Q-Promotions BV

Andromedastraat 2-B

5015 AV Tilburg

www.q-promotions.nl

#### Oplage

1.000 stuks

## Inhoud

3

Inleiding  
In een bubbel

4

De toekomst van de stad

7

Column wethouder  
Jeroen Klaasse

8

Verandering en verrijking

12

Cowboys en corona

14

De virtuele buurt?

16

Van Gogh Homeland  
Experience

18

Cultuur ten tijden van corona

20

Creative tourism

22

Interview with  
Professor Keith Still

26

Business as usual?

28

Testevenementen dragen  
bij aan de heropening

30

How's live?

32

Coronacrisis vergroot  
verschillen in sportdeelname

34

Sterke verbanden  
maken sportverenigen  
toekomstbestendig

36

Herinnering en beleving

38

'Het is maar verf'

40

Samenwerkplaatsen,  
samen bouwen aan de  
toekomst van de wijk

42

Ruimte voor recreatie gevraagd

43

Maak samen ruimte

44

Hopelijk liggen de  
rampjaren achter ons

47

Column  
Roland Kleve

# Inleiding In een bubbel

Peter Horsten en Simon de Wijs vormen de eindredactie van Uncover



*Vol bewondering tonen we in deze Uncover diverse voorbeelden van veerkracht in de vrijetijdsector. Van sport en attracties tot cultuur en evenementen. Goed om de flexibiliteit, vindingrijkheid en vastberadenheid te zien die tot nieuwe concepten en businessmodellen leiden, waarbij veelal wordt gewerkt op basis van meerdere scenario's.*

Echter gelijktijdig rijst de vraag of dit slechts een doekje voor het bloeden is. Wanneer je ziet dat kraters geslagen worden in de jarenlang opgebouwde infrastructuur en collega-werknemers en ondernemers in de vrijetijdbranche (massaal) een drastische carrièreswitch overwegen of genomen hebben.

Natuurlijk zullen aspecten van de online en hybride belevingen binnen musea, poppodia en zakelijke evenementen blijvend impact hebben. Het blijft (soms) toch vooral voelen als een slap surrogaat. De meerwaarde, vooral het kosten-, tijds- en milieuvoordeel, wordt weldegelijk onderkend. Maar massaal wordt ook het gemis van fysieke ontmoeting en de real-life belevenissen aangegeven. Daadwerkelijke vernieuwing wordt slechts mondjesmaat gevonden terwijl velen de online kansen louter benut hebben om het oude in een nieuw jasje te stoppen. Er is zeker sneller geleerd en geïmplementeerd. Het onderwijs voorop. Maar grotendeels lijkt het een reproductie van het oude. Het nieuwe medium is omarmd als 'wagen zonder paard', als 'radio met beeld'. Daarmee onvoldoende als innovatie op zichzelf met eigen wetten, instrumentarium en mogelijkheden.

**Stuiteren we terug naar het oude of springen we vooruit**

Misschien is dat ook niet zo gek. We beschouwen de pandemie veelal als tussenpauze. Een lastige periode waar we doorheen moesten tot het voorbij zou zijn. Hebben we echter de consequenties van het feit dat er een nieuwe

werkelijkheid is voldoende geaccepteerd? Laten we daadwerkelijk de verandering toe? Of hunkeren en bewegen we krampachtig naar wat we gewend waren? Een cruciale vraag op het moment dat we langzaam weer opengaan. Wat is veerkracht? Stuiteren we terug naar het oude of springen we vooruit in een nieuw okay? En hoe verschillen leisure-organisaties enerzijds en anderzijds mensen op zoek naar hobby's, ontspanning, inspiratie en samenzijn hierin? Zijn er nieuwe organisatievormen ontstaan? Het is nog te vroeg om hierop een eenduidig antwoord te geven.

Leisure zal uit de bubbel komen waarin het lange tijd gevangen zat, zowel aan aanbod als vraagzijde. In het post-lockdown-tijdperk zullen mensen en organisaties zichzelf opnieuw moeten uitvinden. Katapulteren we ons terug naar een wereld vol vuurwerk, achtbanen, en overweldigende belevenissen. Of waarderen we de rust, ruimte en natuur die we zojuist zo intens ervaren hebben.

Enkelen zullen zich bevrijd voelen, schieten in een reflex van totale extase en proberen in eerste instantie in te halen wat gemist is. Om er daarna mogelijk ook weer achter te komen dat die overprikkeling en de angst om iets te missen een nieuwe druk geven. Anderen zullen voorzichtig(er) hun bubbel verlaten en misschien juist het comfort en de veiligheid ervan (gaan) missen. Weer anderen zullen angstig blijven zich onder groepen te begeven. En er zullen mensen zijn die nieuwe manieren van leven, werken en genieten hebben gevonden en dat blijven continueren. Hopelijk is er in ieder geval geleerd van de contraproductiviteit die de polarisatie tijdens de pandemie veroorzaakte en is er bewustzijn van het feit dat we samen sterker staan.

**Omarm de nieuwe context en groei**

Onderwijs, overheid en institutionele organisaties zijn vaak weerbarstige organen. Is de afgelopen periode met de abrupte onderbreking van patronen genoeg geweest om deze open te breken? Heeft de veranderde context aangezet out-of-the-box kansen te gaan ontdekken? Feitelijk kun je dat ook vragen voor ieder mens die zijn vrijetijd gaat inrichten. Is de pauze indrukwekkend genoeg geweest om

met gewoonten te breken en nieuwe inspirerende wegen te gaan ontdekken? Op sommige punten wel en andere waarschijnlijk niet. Maar leisure zal in of buiten de bubbel altijd boven komen drijven. Getuige ook het eerste irrelevante pleidooi op het moment dat de ic's van ziekenhuizen eindelijk minder belast zijn en praktisch iedereen is gevaccineerd. Ten aanzien van de vraag of we een coronaherdenking nodig hebben of toch meer een feestdag omdat we bevrijd werden, is ons antwoord als redactie van een 'leisure'-magazine: "Het is om het even voor onze sector. Linksom of rechtsom heeft blijkbaar het evenement als middel op geen enkele wijze aan waarde ingeboet!"

Veel inspiratie en leesplezier gewenst. Op welke wijze je de bubbel ook verlaat.



“

De waarde van leisure zal altijd boven komen drijven.

# De toekomst van de stad

Permanente tijdelijkheid als leidraad

Peter Horsten & Simon de Wijs



Peter Horsten en Simon de Wijs vormen de eindredactie van *Uncover*.

*In gesprek met Elma van Boxel & Kristian Koreman van ZUS (Zones Urbaines Sensibles) over de invloed van corona en de toekomst van de stad.*

**De huidige coronasituatie is voor onze generatie uniek. Zijn er vanuit historisch perspectief binnen jullie vakgebied soortgelijke gebeurtenissen van invloed geweest op de stad en welke lessen zijn daaruit getrokken?**

Er zijn meer momenten in de ontwikkelingsgeschiedenis die een harde incisie geven. Dat kan een natuurramp zijn of een bombardement. Dat zijn momenten waarop de stad even wordt



Elma en Kristian

stilgezet. Vergelijk het met de natuur. Op het moment dat dingen kapot gemaakt worden ontstaat ruimte voor nieuwe structuren.

Deze zijn vaak al latent aanwezig, maar kunnen van zichzelf nog niet doorbreken. Bijvoorbeeld het bombardement en de wederopbouw in Rotterdam. Er lag al een plan klaar om een nieuwe stad te bouwen. Het bombardement heeft daar eigenlijk bij geholpen door 75% van de bebouwing te verwoesten. De mens heeft vervolgens (een beetje) geholpen om een nieuw systeem te introduceren. Het systeem van de moderne stad met grote boulevards, autoverkeer en functiescheiding.

Tijdens de coronapandemie wordt vaak gerefereerd aan WO-II en het bombardement. Ook nu is alles al ruim een jaar vreselijk stil gezet door iets wat we niet vantevoren hadden zien aankomen. Maar tegelijkertijd zat het er wel aan te komen en is het ook een effect van de menselijke natuur en het omgaan met de natuur. In die zin mag het geen verrassing zijn dat het nu gebeurt. Met een oorlog is dat ingewikkelder, maar ook toen was er al heel lang sprake van spanningen en hing het in de lucht. Er zijn verhalen van mensen die de was al binnenhaalden omdat ze 'voelden' dat er iets aan zou komen. Zo ook met deze pandemie, die zou een keer gebeuren en dat dat zo laat pas gebeurt dat verbaast de virologen.

**Wat zijn de ontwikkelingen die juist nu dan actueel zijn door corona? Op welke wijze is corona voor de stad een versneller?**

Er waren al een aantal ontwikkelingen gaande die nog niet wilden doorzetten. Denk aan het hele digitale (thuis)werken wat we hebben moeten ontwikkelen. Alles was er al voor ingericht en nu we het daadwerkelijk doen merken we de effecten ervan. Dat we misschien niet alle snelwegen moeten verbreden, maar aandacht voor uitbreiding van het glasvezelnet moeten hebben. Bovendien hebben we ontdekt

dat bij de hele dag achter een beeldscherm ook wandelen en buiten zijn zeer waardevol is. En dat het prima is om in de directe woonomgeving je ontspanning, leisure, 'daily urban system' te organiseren. Globalisering was al heel erg doorgeschoten en is nu teruggeschroefd naar wat we 'lokalisering' kunnen noemen. Scannen wat er in je nabije omgeving is en een relatie opbouwen met je burens, werk of een park in de directe omgeving. Dat soort processen waren al gaande, maar veel langzamer. De thuiswerkgoeroes zeggen dat zonder de pandemie het zeker 15 jaar had gekost om te komen waar we nu in 1 jaar zijn geraakt.

**Je ziet tegelijkertijd ook de verdichting van steden, ruimtegebrek, parken die geslacht-offerd worden om woningen te bouwen? Is dat wel logisch dan?**

Steden als Arnhem, Zwolle of Amersfoort, waar wij projecten doen, zitten tegen hun stadsranden aan. Daarom maken we plannen om hoge binnenstedelijke kwaliteit te realiseren waarbij dat groen geïntegreerd is. In Zwolle bijvoorbeeld maken we een nieuwe wijk naast het station. Er komen 3000 woningen bij. De hele onderlaag van alle gebouwen offeren we op om er een groot

“

Het is geen bos, maar een stedelijk landschap waar je de behoefte aan zuurstof kunt vinden.

collectief landschap te maken met een micro-klimaat van kassen, tuinen, stadsnatuur en urban farming. Het is geen bos, het is geen landschap, maar het is een stedelijk landschap waar je de behoefte aan zuurstof kunt vinden en tomaten uit je eigen tuin plukt. Met daarboven gewoon torens van 70 meter.

**Het concept van de '15 minutes city' past heel goed in dit plaatje. Niet meer vliegen, geen asfalt, het bos overeind houden, het leven leven in de directe woonomgeving. Is dit dan ook het concept voor de toekomst?**

Jazeker, het idee van de '15 minutes city' leeft in de stedenbouw al veel langer. Misschien al vanaf de tuinstadgedachte toen men natuur en stad bij elkaar wilde brengen. Maar nu zijn we terug bij de gedachte dat als we met zoveel mensen in een stad willen wonen dan kunnen we niet alleen op de auto vertrouwen. Juist openbaar vervoersknooppunten maken het mogelijk om veel mensen te huisvesten die dan op een heel eenvoudige manier aan mobiliteit gekoppeld zijn. We noemen dat transport georiënteerde ontwikkeling. De 15 minuten zijn daarbij het denkraam voor de beleveningswereld van mensen: die kinderen naar de opvang brengen, zelf naar het werk kunnen, boodschappen doen en ook recreëren. Mensen werden helemaal gestresst om dat voor elkaar te krijgen. Dat kun je in je stadsontwikkeling aanpakken. Zorgen dat elke wijk die je maakt over alle basisfuncties beschikt. Een fietsenmaker, een wasserette, plekken om te eten. Liefst zelf geproduceerd zodat je het niet hoeft aan te voeren. Een compacte stad waarbij op daken, in hoven, in straten en met parken, wel voldoende groene kwaliteit gecreëerd wordt, zodat de behoefte om buiten de stad te gaan zoeken veel minder zal zijn. Je hoeft het niet perse te hebben van je 1.7 auto voor de deur, maar hebt de beschikking over mobiliteit als service. Je hoeft deze niet zelf te bezitten. Dat is eigenlijk de enige toekomstbestendige

“

Op het moment dat dingen kapot gemaakt worden ontstaat ruimte voor nieuwe structuren.



manier waarop we onze steden kunnen organiseren.

**Een leek denkt snel dat stedenbouwers bezig zijn met grote flagship projecten. Jullie boek over permanente tijdelijkheid gaat juist ook heel erg over kleinschaligheid, bottom-up en inspelen op de aanwezige dynamiek?**

Wij kijken naar de stad als levend organisme of als ecosysteem. Dan zie je dat stad en landschap gebaat zijn bij continu onderhoud en continue prikkels en voeding van dat systeem. Wanneer je alleen mikt op het eindresultaat van het plan dan mis je het hele stuk ertussen waarin je ook allerlei dingen kunt doen die weliswaar minder zichtbaar zijn of minder impact hebben, maar wel een bijdrage leveren aan het grote verhaal. Wij koppelen daarom altijd de korte termijn acties, waarmee je morgen al moet beginnen, aan een lange termijn strategie. Het tijdelijke en het permanente zijn voor ons twee zijden van dezelfde medaille. Net als het kleinschalige en het groot-schalige. Of natuur en cultuur, die ook niet te scheiden zijn. Je maakt niet een stad óf een landschap, je maakt niet een park óf een gebouw. Het liefst maak je iets dat een totaal-organisme is van landschap, stad, architectuur en infrastructuur.

Voor ons komt alles samen rondom het Rotterdamse Schieblock wat we onze Test Site noemen. Bovenop een dakakker, dwars door het gebouw een voetgangersbrug. En ook ruimte voor recreëren, innoveren en ondernemen. Het liefst hadden we er ook woningen in maar dat mocht toen niet. Nu zijn we bezig met plannen om het wonen juist toe te voegen.

**Hoe kijken jullie aan tegen de maakbare belevenisvolle stad, soms fantasy cities genoemd? Steden die als het ware allemaal via dezelfde blueprint, soms zelfs vanuit het niks, gemaakt worden. Is het project Almere**

**Duin een illustratie van die maakbaarheid en 'fantasy' of sluit het aan bij zaken die er al waren?**

Dat is juist een treffend voorbeeld. Almere was ooit de Zuiderzee. Vervolgens heeft men bedacht er een polder van te maken en daarna maakte men er een stad van. En nu wil deze stad weer groener worden, met meer landschap. Er zit al een cyclus in de afgelopen paar honderd jaar. En bedenk dat Almere eigenlijk de kustlijn van de zee is. We leven in de 'fantasy' van dijken, wat wel een hele slimme technologisch in elkaar gestoken 'fantasy' is. Het maakbaarheidsideaal is daarmee misschien juist wel de 'genius loci', de geest van die plek. Het feit dat je van een zee land maakt en daarna weer van land een zee. Je hebt er een zeedijk met voor die dijk een strand met bomen erop. We hebben dat 'sweet beach' genoemd. Voor ons waren die bomen op het strand de 'fantasy'. De duinen in Almere zijn tot 12 meter hoog opgespoten zodat mensen daar nu ruim boven NAP kunnen wonen. We willen voor iedereen de sensatie van genieten van water bieden en niet zoals in het alternatief een gold coast, waarbij alleen de happy few vanuit woontorens het water kan zien. Enerzijds een gecreëerde fantasie, maar tegelijkertijd niet ver gezocht.

“

Wij kijken naar de stad als levend organisme of als ecosysteem.

“

De echte survivors zullen de ketens zijn die met hun gebruikers bezig zijn, durven te vernieuwen en hybriditeit aan kunnen.

#### Maar wat vinden jullie van die maakbare dertien in een dozijn stedelijke ontwikkeling?

Wij noemen dat 'instant architectuur of instant stedenbouw'. Net als klop koffie. Het smaakt wel even naar koffie, de tweede slok wordt al minder en de afdronk is gewoon slecht. Dan kom je bij het prutje onderin. Hier zetten wij onze permanente tijdelijkheid graag lijnrecht tegenover. Wij stellen dat instant stedenbouw zo iets is als het sturen van een raket naar de maan. Je hebt 100-en specialisten nodig die allemaal in control rooms zitten. Als er ook maar een fragmet niet werkt dan gaat het al mis. Kijk de Rotterdamse Markthal. Als de huurprijzen net te hoog zijn, dan dondert zo het hele kaartenhuis in elkaar. Alleen als alles klopt krijg je de raket op de maan. De permanente tijdelijkheid zien we meer als het opvoeden van kinderen. Je kunt er van alles in stoppen, zeker de eerste 7 jaar. Daarna beginnen ze zelf dingen te vinden en moet je ruimte bieden, zij het met strakke kaders. Dan is er de puberteit en kun je het beste zorgen dat het niet helemaal misgaat. En daarna moet je het loslaten. Dan ontstaan de beste steden en plekken, waar de tijd en de gebruikers hun werk hebben gedaan.

#### Hoe moet naar jullie mening leisure in de stedelijke omgeving geregeld worden?

Leisure gaat voor ons over ontspanning en dat kan nogal divers zijn. De een crosst met zijn Harley door de stad en de ander zit vogels te kijken. En die twee staan op gespannen voet. De grootste kunst zal zijn om alle ideeën met elkaar te rijmen. Een mooi voorbeeld is de herprogrammering van het Museumplein in Rotterdam. Het gevecht om de ruimte is daar enorm. Op een heel groot dek van de parkeer garage ontstond tijdens corona een gigantische toeëigening van alles wat op wielen ontspant, sport of speelt. Een explosie met muziek, dans en schaafsjes. Terwijl de gemeente net had bedacht dat het moest vergroenen. Dus kwam er opstand. Uiteindelijk zijn we nu in gesprek met heel verschillende doelgroepen. Over hoe je natuurbeleving kunt organiseren naast een bruisend skatedomein met ook ruimte voor 60-plussers die graag bij Boijmans

een cappuccino van 8 euro willen drinken met zicht op de skaters en vogelwatchers. Daar is geen eenduidig recept voor. Het gaat ook om goed observeren hoe ruimtes worden gebruikt, wat er precies bij de toeëigening hoort en wat je minimaal moet doen en laten om dat mogelijk te maken.

#### Maar hangt balans tussen verschillende groepen en functies niet een beetje op een ideaalbeeld van mensen die tolerant zijn naar anderen? Terwijl er tegelijkertijd sprake is van polarisatie. Hoe ga je daarmee om?

Doordat de stad steeds compacter en intenser wordt staat de gedeelde ruimte ook meer onder druk. Er is onvoldoende ruimte om alle gebruikers tegelijkertijd een eigen domeintje te laten creëren. Dus dat moet je ook in de tijd gaan verdelen. 'Time is de new space', noemen we dat. De yoga-club in de ochtend, lunchtijd voor de bejaarden en de middag voor de skaters. Dan krijg je echter wel dat de openbare ruimte zelf steeds generieker ingericht wordt. Dat het niemand tegen de borst stoot. Voor iedereen wat wils, maar daarmee ook gigantisch vervlakt.

We hebben in dat kader een hele toepasselijke tentoonstelling (zomer 2021) in Leidsche Rijn. Voor ons is Leidsche Rijn het voorbeeld hoe generieke publieke ruimte eruit kan zien. Allemaal pleintjes en parkjes waar je eigenlijk niks van kunt vinden. 'Raum der Lusten', zoals de tentoonstelling heet, is geïnspireerd op 'Tuin der lusten' van Hieronymus Bosch. Er zijn drie landschappen gemaakt: de wereld, de hel en het paradijs. In de hel is zwarte lava waar je zoveel mag bbq-en als je wilt. Er staan twee schreeuwende poppen van Maarten Baas en Van Lieshout staat er met zijn Anusbar. In het paradijs zijn duinen. Een hippielandschap met een bad erin van Studio Ossidiana. Een puur luilekkerland is het. En de wereld heeft een productietuin waar mensen met elkaar op een verantwoorde manier voedsel verbouwen. We hebben compact de extremen die je ziet in de maatschappij vormgegeven. Bovendien is er een programma met allerlei eestfestijnen die bedoeld zijn om Jan en alleman uit te nodigen: een groep kinderen, een groep Marokkaanse vrouwen die helemaal losgaan op munt, de lokale motorvereniging voor een bbq-feestje. Het is misschien zelfs meer lowbrow dan highbrow. De jeugd gebruikt het al als hangplek.

#### Wat zijn gezien de hele coronasituatie thema's die komende jaren meer aandacht verdienen?

We hebben onze centra 30 jaar lang gebouwd rondom retail. Als je niet alle ketens in je centrumplan had, dan was het niet gezellig en klopte er iets niet. Wat je nu ziet, zeker door de corona-bril, is dat het centrum er minder toe doet. We kunnen prima leven zonder en dat gaat in de toekomst ook echt op de schop. Misschien maar goed ook want veel centra



ontberen de kwaliteit om er te zijn als je niet shopt. Er zijn nauwelijks plekken om te zitten en doorgaans weinig bomen. Als de overheidssteun stopt zal een deel van het winkelapparaat wegvallen en er komen minder winkels voor terug, zeker niet zoals we ze kenden. De echte survivors zullen de ketens zijn die met hun gebruikers bezig zijn, durven te vernieuwen en hybriditeit aan kunnen. Interessante vraag is wat er met de grote gebouwen (de voormalige V&D's, C&A's en Bijenkorf) zal gaan gebeuren.

Een van onze projecten focust zich juist hierop. Men zou er een datacenter van kunnen maken, daar is wel behoefte aan. Net zoals aan pakket-hub-diensten. Of om de logica vanuit een heel andere hoek te halen. Denk eens aan het idee van een waterfabriek in zo'n pand. Water is een basisbehoefte, die steeds lastiger fatsoenlijk vanuit de duinen aan te voeren is. Of wordt het iets dat veel beter kan aansluiten op de nieuwe ontwikkelingen voor gebruik van de publieke ruimte? Bijvoorbeeld voor allerlei manieren van ontspanning waarbij niet alles helemaal voorprogrammaerd is. Denk dan aan sport zonder vastgoed, horeca zonder vastgoed en kunst zonder vastgoed. Bootcamps die overal georganiseerd worden, barretjes die spontaan ontstaan. Het is niet ondenkbaar dat bootcampgebruikers, die nu gratis de publieke ruimte gebruiken, straks ook voor bepaalde omgevingen huur betalen of abonnementen afsluiten. Net als bij flexwerken het geval is. Het gaat om flexibilisering van de openbare ruimte waarbij het vastgoed vanzelf van onroerend meer roerend wordt.

#### Fotografie

- Reinbouw (Pag. 4 - boven)
- Inga Powilleit (Pag. 4 - onder)
- Walter Herfst (Pag. 5)
- Ossip van Duivenbode (Pag. 6)

“

De permanente tijdelijkheid zien we meer als het opvoeden van kinderen.

Jeroen Klaasse



# Hoe ga je op het gebied van leisure als gemeentebestuur om met de pandemie?

## Column Jeroen Klaasse - wethouder in Diemen

Jeroen Klaasse is wethouder in de gemeente Diemen sinds 2014. Daarvoor was hij achtereenvolgens werkzaam bij BUas (destijds NHTV) en Hogeschool Inholland. In 2010 was hij betrokken bij het opstellen van het landelijk competentieprofiel Leisure Management. In zijn huidige functie als wethouder heeft hij naast Onderwijs, Zorg & Welzijn en Economische Zaken ook 'Leisure' (Sport, Kunst en Cultuur, Evenementen en Citymarketing) in zijn portefeuille.

*Thuiswerken. Teamsvergaderingen. Geen openbare toespraken meer met veel publiek. Net als voor veel mensen zorgt corona ook bij wethouders voor een verandering in de werksituatie. Vanuit de gemeente zijn we met veel instellingen en verenigingen in gesprek om te horen waar zij tegenaan lopen. Dat varieert van ondernemingen, zorginstellingen, scholen, maar zeker ook de (gesubsidieerde) instellingen en verenigingen die actief zijn binnen de vrijetijdsector. Dit 'gesprek' verloopt moeizamer dan voorheen. Waar de lijnen korter waren door op zaterdagochtend in de sportkantine het informele contact op te zoeken, moeten tegenwoordig digitale vergaderingen worden ingepland. Terwijl juist nu de verenigingen tegen nieuwe uitdagingen aanlopen.*

Dat zijn meer dan eens financiële uitdagingen. We treffen daarom (in aanvulling op de regelingen van het Rijk en de Provincie) allerlei steunmaatregelen, zoals incidentele subsidies en kwijtschelding van huur en belastingen. Verder trachten we zelf ook in aanmerking te komen voor financiële compensatie vanuit het Rijk en Provincie, bijvoorbeeld voor het exploitatietekort op het gemeentelijk zwembad en het opvangen van de verliezen van het theater.

Het is mooi om te zien dat instellingen en verenigingen zelf ook met allerlei creatieve oplossingen komen om hun bezoekers en leden toch zo veel mogelijk te kunnen bieden. Voorbeelden hiervan zijn: judo op het grasveld, danslessen op de parkeerplaats en digitale muzieklessen. Van de verenigingen horen we dat hun leden nog niet massaal het lidmaatschap opzeggen. In combinatie met kostenbeheersing en financiële compensatie kunnen de meeste verenigingen gelukkig het hoofd

boven water houden. Bovendien houden ze met nieuwsbrieven en digitale activiteiten zoals een online pubquiz binding met hun leden.

#### Daarom Diemen

Bij ondernemers is de impact van de coronapandemie en de daaruit voortvloeiende beperkende maatregelen zeer divers. Waar de kledingzaken in het winkelcentrum in Diemen amper het hoofd boven water kunnen houden, beleven verswinkels en de wekelijkse markt gouden tijden. Vanuit de gemeente komen we retail en horeca tegemoet, door standplaatsen in de openlucht toe te staan, en de uitbreiding van terrassen mogelijk te maken. Vanuit onze 'citymarketing' Daarom Diemen lanceren we verschillende campagnes zoals Koop Lokaal, Steun Horeca Diemen en Wensmaaltijden. Voor een beetje extra omzet maar vooral ook om het moraal bij de ondernemers hoog te houden. Ondanks de beperkende maatregelen die we vanuit het Rijk moeten handhaven, proberen we tegelijkertijd vanuit de gemeente ook mee te denken wat er wel mogelijk is.

Alle publieke evenementen hebben helaas geen doorgang kunnen vinden in het coronajaar. Dat is spijtig, want vanuit Daarom Diemen was de evenementenkalender de afgelopen jaren sterk uitgebreid. De organisatoren krijgen toch een deel van hun reguliere subsidies, om kosten die wel gemaakt zijn te kunnen dekken. Met commerciële evenementenorganisatoren en met name cateringbedrijven doen we leuke acties in het kader van Daarom Diemen, maar voor deze organisaties voeren we vooral Rijksregelingen zoals de TOZO uit.

Afgelopen jaar zijn andere vormen van vrijetijdsbesteding juist populairder worden. Zoals wandelen in de natuur. Hier spelen we vanuit Daarom Diemen op in, door de ondersteuning

van een nieuwe vogelkijkwandelroute in het Diemerbos en geocaching in het groene buitengebied van Diemen.

#### Investeren in goede voorzieningen

Een belangrijke uitdaging is natuurlijk dat straks alles weer goed opstart als dat weer kan. Diemen is een snel groeiende gemeente. Daarom is het belangrijk om te investeren in goede voorzieningen, ook op het gebied van vrije tijd. Denk aan een nieuwe sporthal, de herinrichting van het sportpark, de verhuizing van de bibliotheek en een uitbreiding van het cultureel centrum. We zijn gewoon doorgegaan met deze projecten in het afgelopen jaar en hebben ons niet door de coronapandemie laten afremmen. Voor verenigingen en instellingen, zoals sportverenigingen, de bibliotheek en het theater, geeft dit nieuwe perspectief iets extra's om naar uit te kijken.

“

Ondanks de beperkende maatregelen die we vanuit het Rijk moeten handhaven, proberen we tegelijkertijd vanuit de gemeente ook mee te denken wat er wel mogelijk is.

# Verandering en verrijking

## Hoe de cultuursector zich herpakt tijdens de pandemie

Iris van den Boezem



Iris van den Boezem is freelance tekstschrijver bij Iris - Oog voor Tekst.

“

Er zijn zoveel mooie, nieuwe initiatieven ontstaan.

Een jaar geleden veranderde de wereld rigoreus. Kroegen en restaurants sloten, handen schudden mocht ineens niet meer, en ook een bezoek aan concert, museum of festival werd een droom uit vervlogen tijden. In de zoektocht naar herstel van een bruisend cultureel leven, is het tijd om in een interview met Mirjam Hament (adviseur Business Development bij cultuurfonds Brabant C) terug te kijken op het afgelopen jaar.



Mirjam Hament van Brabant C

### De wereld is je publiek

Met één been in het bedrijfsleven, en met het andere in de cultuursector. Dat is hoe je Mirjam Hament in professioneel opzicht zou kunnen omschrijven. Door haar kennis van beide sectoren helpt ze culturele organisatie (nieuwe) zakelijke kansen zo goed mogelijk te benutten.

Ook (of misschien wel: juist ook) in tijden van een pandemie. Als adviseur hield ze steeds vinger aan de pols bij organisaties in de cultuursector - zowel bij bestaande projecthouders van Brabant C, als bij potentiële nieuwe aanvragers van financiering. En wat ze daar de afgelopen anderhalf jaar zag, was een bijzonder flexibele sector. Ondanks dat kunst en cultuur in ons land veel te lijden had onder de pandemie, is er ook een hoop gebeurd. Makers pakten door, organiseerden zich anders en stoomden verder, alternatieven voor bestaande evenementen ontstonden, naast geheel nieuwe projecten, die zonder corona misschien nooit het levenslicht hadden gezien. Ze vertelt: "Er zijn zoveel mooie, nieuwe initiatieven ontstaan. Theaterfestival Boulevard onderzocht bijvoorbeeld hoe je in een anderhalvemeter-samenleving toch nader tot elkaar kan komen. En de Dutch Design Week daagde ontwerpers uit om zich te verhouden tot dit 'nieuwe normaal' en een format te ontwikkelen om bezoekers op een veilige, maar impactvolle manier door het festival te gidsen. Of [IM] POSSIBLE BODIES, waar bezoekers virtueel kunstwerken ontdekten en digitaal konden socializen."

De opvallendste verandering voor de cultuursector is volgens Mirjam het gebruik van online middelen als presentatiemogelijkheid, in de



breedste zin van het woord. Door corona heeft dit een boost gekregen. Dat is op zichzelf geen nieuws meer. Maar, zo legt Mirjam uit, in zakelijk opzicht biedt dat wél weer nieuwe mogelijkheden voor de cultuursector. Zeker op het vlak van internationalisering, iets dat Brabant C stimuleert. "Door intensiever in te zetten op het gebruik van de mogelijkheden die er online zijn, is de wereld je publiek geworden", redeneert Mirjam. Iedereen kan meekijken, meedoen. Of je je nu in Brabant of in Brazilië bevindt. "Dat maakt kruisbestuiving mogelijk. Een interessante lezing tijdens DDW kan nu ook door bijvoorbeeld SXSW (internationaal vermaarde cultuurconferentie, red.) worden gedeeld. En een STRP Talk kijk je nu net zo makkelijk vanaf je bank. Dat verlaagt de drempel, want je kijkt het tussendoor, wanneer het jou uitkomt. En zonder dat je ervoor naar Eindhoven hoeft te reizen."

### Online verdienen

Met deze nieuwe initiatieven ontstaan ook nieuwe uitdagingen. Digitaal is er (legaal en illegaal) al enorm veel cultuur gratis beschikbaar. Hoe zorg je er dan voor dat je bezoekers toch gaan betalen voor een online evenement?

### Reporter in het culturele veld

Studenten van de track Cultural Venue Management (CVM) oriënteren zich in het tweede studiejaar op het werkveld. Ze verdiepen zich in de cultuursector en ze ontdekken zo welke thema's en organisaties hen aanspreken. "We doen dat met opdrachten waarbij de studenten zélf actief aan de slag moeten in het culturele veld. Goed voor hun ontwikkeling en voor hun netwerk", meldt Peter Horsten, docent CVM. "Brabant C stuurt onze studenten op pad om als reporter verslag te doen van de projecten die zij financieren. Dat lijkt simpel, maar in het proces onderhouden studenten contact met allerlei partijen met vaak heel verschillende meningen. En dat doen ze ook nog eens buiten het vertrouwde schoolgebouw. Tijdens de interviews merken de studenten al snel dat ze een passie delen en dat de sector ook oprecht geïnteresseerd is in hen. En dat alleen al is bijzonder waardevol." Brabant C-directeur Frans van Dooremalen geeft studenten uitleg over de rol van het fonds, over projecten en over de veranderende financiering en cultureel ondernemerschap in de sector. Daarnaast krijgen de studenten een workshop van freelance tekstschrijver Iris van den Boezem/ Iris - Oog voor Tekst. Tijdens het hele proces zijn er verschillende feedback momenten vanuit Brabant C, tekstschrijver Iris, geïnterviewden, docenten en medestudenten. Dit helpt de studenten bij het schrijven van een voor de sector aansprekend, publicabel artikel. Milou Vogels (communicatie-coördinator Brabant C): "Dit jaar was er een hoog percentage aan artikelen dat hieraan voldeed. Het traject is intensief, maar waardevol. Wij zetten de samenwerking graag voort."

"Op dit moment zien we dat organisaties daar nog mee worstelen. Toch is dat een belangrijke volgende stap. Toeschouwers moeten gaan betalen, ook voor online content," bepleit Mirjam. Aan de contouren van de cultuursector tekenen zich succesvolle initiatieven af. Mirjam noemt een voorbeeld van filmfestivals, die een gedeelde betaalfunctie ontwikkelden. En poppodium de Effenaar is betrokken bij een streamingdienst waar concertzalen en festivals samen gebruik van kunnen maken. "Slim: zo deel je de kosten en bouw je aan een gezamenlijke publieksbase."

De echte overgang naar een degelijk online verdienmodel staat nog in de kinderschoenen. Het vraagt om een emancipatie - van de cultuurorganisatie, maar ook van de bezoeker. Die laatste is er nu eenmaal aan gewend dat (bijna) alles online gratis beschikbaar is. "Als cultuursector moet je dus méér bieden dan wat er online al te vinden is. Kwalitatief hoogstaande voorstellingen, waar bezoekers maar al te graag voor betalen. En dat kan ook. Het gebeurt al. Internationaal Theater Amsterdam telde bij een livestream van de Romeinse Tragedies 3500 betalende bezoekers. "Zelf was ik erg onder de indruk van de online try-out van de theatervoorstelling. Je kunt me gerust een geheim vertellen van Matzer theaterproducties waarin de maker een monoloog hield", licht ze toe. "Die voorstelling kwam binnen, juist omdat ik 'm alleen vanachter mijn laptop bekeek. Het was alsof de acteur het alleen tegen mij had. Dat gevoel kun je in een zaal moeilijk evenaren."

### Rol Brabant C

Toen bleek dat corona langer zou duren dan een paar weken, kwam het team van cultuurfonds Brabant C meteen in actie. "We hebben een plan gemaakt. En we zijn gaan bellen met onze projectpartners. We hebben meteen heel actief op het ondersteunen van de sector ingezet." Dat adviseren en meedenken was natuurlijk al onderdeel van het takenpakket van Brabant C, maar de nadruk kwam hier het afgelopen jaar nog sterker op te liggen.

"Samen met projectpartners onderzochten we: wat is nog wél mogelijk?", legt Mirjam uit. "Dan bekeken we bijvoorbeeld of we de projecttermijn konden verlengen. Of dat we de afgesproken deliverables konden aanpassen." Ook was er extra geld beschikbaar - voor bestaande projecten om coronagerelateerde kosten te dekken, en ook voor speciale coronawerktrajecten. "We wilden de sector steunen, door nieuwe initiatieven te faciliteren. Zoals Cor Unum, dat nu Designers in Residence plekken biedt. En Dutch Invertuals, die een online Academy hebben opgezet."

Een uitdaging, voor zowel bestaande projectpartners als voor nieuwe aanvragers, is het schrijven van businessplannen in coronatijd. "De wereld is onzeker. Je weet niet hoe de situatie over een half jaar of over een jaar is. Hoe kun je dan je strategie uitzetten?" Werk met scenario's, adviseert Mirjam. Op deze manier kun je verschillende mogelijkheden doorrekenen, zodat je toch iets meer regie hebt in deze vreemde tijd. "Het afgelopen jaar keken we coulanter naar de meerjarenplannen, we knipten de plannen bijvoorbeeld op per jaar. Wat is dit jaar mogelijk?" Het jaar erna ging Brabant C opnieuw rond de tafel om naar de update van de plannen te kijken. "Ook vroegen we hen een coronascenario te maken. Kan het plan doorgaan als deze situatie onverhoopt langer duurt? Als financier vinden we het belangrijk cultuur mogelijk te maken. Ook in deze tijd. En dat vraagt dan om net iets meer flexibiliteit, ook van ons."

“

Toeschouwers moeten gaan betalen, ook voor online content.

“

Door de online mogelijkheden is de wereld je publiek geworden.





### Drie CVM-studenten (2020-2021) blikken terug op het project:

"Terugkijkend op het interview ben ik blij met hoe het is gegaan. Ons contact vertelde erg enthousiast over zijn vak en over het festival. Door dit interview zie ik nu in dat de leisure industrie veel breder is dan ik in eerste instantie dacht."

• *Lisanne van de Vijfeijken*

"Het was zwaarder dan verwacht, om als student te werken aan een professioneel stuk voor het werkveld. Er komt veel communicatie bij kijken, en je moet heel veel dingen drie keer controleren. Dat ons artikel uiteindelijk op de site en social media kanalen van Brabant C en BUAs is gepubliceerd, zie ik als een heel mooi compliment!"

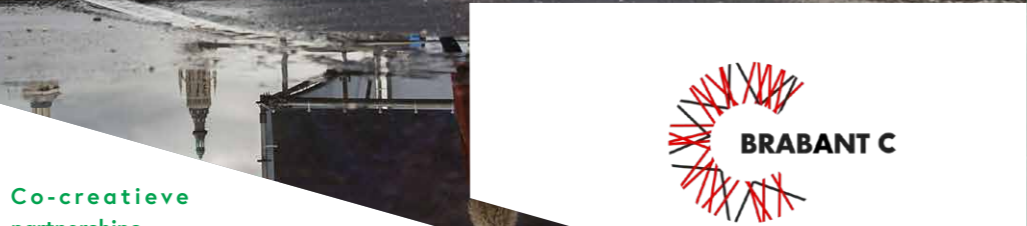
• *Rein van den Muijsenberg*

"Ik heb veel geleerd van dit project. Over het stellen van open, maar ook gerichte vragen. En over wat er allemaal komt kijken van transcript tot eerste versie, dan nog drie keer nalezen, feedback vragen en verbeteren tot uiteindelijk een mooi artikel. Ik vond dit een leerzame en geslaagde opdracht."

• *Kyra Kipping*



Brabant C stimuleert daarbij het aangaan van co-creatieve partnerships.



### Co-creatieve partnerships

Een andere inkomstenbron voor cultrele organisaties - naast financiering via fondsen, subsidies en verkoop van onder meer tickets - is het aangaan van partnerships. Voor (cultureel) ondernemers is netwerken daarom een belangrijk onderdeel van hun aanpak. En helaas lukt dat online eigenlijk nog maar heel mager, merkt Mirjam. "Nieuwe partnerships met het bedrijfsleven komen nu moeilijk tot stand. Je komt elkaar nu niet zo snel tegen en veel bedrijven maken ook pas op de plaats. De bestaande partners zijn vaak trouw, die blijven wel. Maar investeren in iets nieuws zit er nu even niet in."

Alles bij elkaar opgeteld is deze tijd van verstilling en verandering wel bijzonder geschikt om als culturele organisatie nog eens heel goed na te denken over je missie en over de bijbehorende strategie, denkt Mirjam. Wat wil je teweeg brengen? Welke impact beoog je? Brabant C stimuleert daarbij het aangaan van co-creatieve partnerships. Dat betekent: verbindingen met bedrijven, en met andere sectoren dan de cultuursector, waarbij je echt samen optrekt. "Dus niet: 'we hebben een voorstelling gemaakt, wil jij daaraan meebetalen?' maar: 'wat zou een voorstelling voor jou waardevol maken?'" Als voorbeeld haalt Mirjam Biobased creations van Stichting Nieuwe Helden aan. Met hun Growing Pavilion

verleidt dit collectief de bouwsector om biobased te gaan bouwen. In samenwerking met partners uit diezelfde sector. Ze besluit: "Natuurlijk is het makkelijk praten voor mij, vanuit een fonds, maar ik denk echt dat je deze tijd kunt benutten om je visie nog scherper te krijgen. Zodat je, als het weer mag, op volle kracht en met een frisse blik vooruit kunt."

### Fotografie

- *Lieve Eek (Pag. 8 - onder)*
- *Ron Magielse (Pag. 8 - boven)*
- *Ron Magielse (Pag. 9)*
- *Ron Magielse (Pag. 10 - boven)*
- *Petra Janssen (Pag. 10 - onder)*
- *Jostijn Ligtvoet (Pag. 11)*



Als het weer mag gaan we op volle kracht en met frisse blik vooruit.



Studenten van de track Cultural Venue Management interviewden projectpartners van Brabant C, en ze stuitten daarbij op een aantal inspirerende voorbeelden van flexibiliteit en veerkracht. Hieronder zijn er vier uitgelicht:

### Festival Circolo

Interview met festivaldirecteur Marc Eysink Smeets door BUAs-studenten Marissa Brand en Lisanne van de Vijfeijken:

"Nadat we op 30 september alles moesten annuleren, zijn we bij elkaar gaan zitten voor het volgende plan. We wilden jonge makers van de circusscholen tóch een podium geven. En daarnaast waren er ook nog twee premières van producties waarvan we coproductant waren. Poppodium 013 bleek toen plek te hebben voor één van die premières en heeft ons daarmee geholpen. Zo konden we toch iets laten zien en doen. De jonge makers wilden we bij elkaar brengen in de koepelhal in Tilburg."

Festival Circolo: The Alternative hebben we zo in vijf dagen tijd opgezet. Er volgden enorm veel positieve reacties op. Tot er op 13 oktober weer nieuwe restricties kwamen, en alle evenementen opnieuw moesten worden geannuleerd. We zijn weer gaan brainstormen. De twee voorstellingen voor de circusopleidingen moesten hoe dan ook gespeeld worden, omdat deze onderwijsprojecten moesten worden afgerond. Deze voorstellingen en één van de premières werden voor een handjevol eigen volk gespeeld, en we hebben ze geregistreerd voor op ons videokanaal. Eén van de coproductie premières hebben we nog kunnen verplaatsen naar België, waar die gespeeld is.

We hebben in vijf dagen een festival weten op te bouwen. Daar doet iedereen zijn stinkende best voor, en dat zorgt voor een sterkere band. Als team zijn we echt dichter bij elkaar gekomen. We zijn trots op wat we samen hebben weten neer te zetten dit jaar."

### BredaPhoto

Interview met Fleur van Muiswinkel (directeur) en Theo Andriessen (business manager) door BUAs-studenten Anke Lin en Rachel Koning:

"Gezien de op dat moment geldende maatregelen is BredaPhoto in alternatieve, hybride vorm doorgegaan. Voor het lokale en nationale publiek organiseerden we fysieke tentoonstellingen. In aanvulling daarop is een krant ontwikkeld om ons landelijke publiek betrokken te houden bij het festival. Deze krant is uiteindelijk verstuurd naar 290.000 lezers en ingebracht bij de Volkskrant en BN DeStem. Het internationale publiek boden we een online programma met activiteiten aan."

De beleving van het festival is niet in ons online verhaal terug te vinden, omdat we online geen tentoonstellingen hebben georganiseerd. Wat we vooral online deden, waren The Artist Talk Shows, webinars en ontmoetingen. Dat werkte goed en het leverde ook voldoende deelnemers op. Aan de andere kant mis je de beleving die je normaal ervaart op een festival. We hebben digitaal veel bereikt en dat willen we ook verder meenemen, maar het is geen alternatief voor de live beleving die je hebt tijdens een festival."

We zijn trots dat we erin geslaagd zijn om een heel kwalitatieve, interessante serie aan tentoonstellingen neer te zetten. En we zijn erg trots dat het ondanks COVID-19 is gelukt om de kwaliteit overeind te houden. Tijdens de vorige editie verwelkomden we 80.000 bezoekers, en nu waren dat er 55.000. Wij zijn natuurlijk ontzettend blij en trots dat ons festival in deze tijden door zoveel mensen is gezien."

### Social Label

Interview met initiatiefnemers Simone Kramer en Petra Janssen door BUAs-studenten Sophie Hovens en Rein van den Muijsenberg:

Social Label brengt ontwerpers (bijvoorbeeld Piet Hein Eek, Kiki van Eijk) samen met mensen die minder makkelijk meedoen in de samenleving. Hierdoor leren groepen mensen van en met elkaar. De producten die hieruit voortkomen worden zowel in de shop van Social Label als online verkocht. Al relatief snel na de eerste lockdown in 2020 ontstond het idee voor Radio Social Label. In de uitzendingen staan de makers, de mensen in de werkplaatsen en woonvoorzieningen in de zorg, centraal. Tijdens de Dutch Design Week waren ook de ontwerpers te horen in de uitzendingen. Daarnaast kwamen andere interessante sprekers langs uit het werkgebied van Social Label. De dj's die normaal op festivals en in de club draaien zorgden voor de techniek rondom de uitzendingen."

Simone: "In radio hebben we een medium gevonden waar mensen zelf ook hun verhaal konden vertellen en zich met elkaar verbonden voelen." Social Label Radio, ontstaan tijdens de coronapandemie,

biedt nieuwe kansen voor de toekomst van Social Label. In een radiostudio kan live aan makers gevraagd worden waar ze op dat moment mee bezig zijn in de werkplaats. Petra: "Tijdens corona zijn we bovendien host geweest van een internationaal webinar van het World Hope Forum, dat Lidewij Edelkoort en haar partner hebben opgestart midden in de coronacrisis. Op deze manier wilden ze hoop geven aan de internationale design community. Het is natuurlijk heel prettig om daaraan bij te kunnen dragen."

### Dutch Design Week (DDW)

Interview met hoofd programmeur Jorn Konijn door BUAs-studenten Annick Nederlof en Raïsa Groen:

"De virtuele editie van Dutch Design Week wilden we energiek en levendig maken. Dit was voor ons wel een uitdaging, want hoe zorg je online voor de interactie? Uiteindelijk kozen we voor livestreams met verschillende ontwerpers, waarbij het mogelijk was om als bezoeker vragen te stellen via de chatfunctie. Dit hebben we op meerdere platformen gedaan om een zo breed mogelijk publiek aan te spreken. Daarnaast hebben we meerdere online Dutch Design Week party's georganiseerd. Bezoekers konden hieraan deelnemen via Zoom, Facebook livestream en Vimeo."

Online is de sfeer anders en heb je een hele andere dynamiek dan bij een offline evenement. Bij een lezing zitten normaal gesproken ruim 200 bezoekers in de zaal. Nu zijn de lezingen gemiddeld 3.500 keer teruggekeken. Het bereik van een online lezing is wereldwijd een stuk groter. En Dutch Design Week heeft veel internationale bezoekers. Het reizen naar Eindhoven kan voor sommigen een reden zijn om geen bezoek te brengen. Dat hebben we met deze virtuele editie getackeld. Ook hebben we gemerkt dat onze website veel meer – en vooral veel langer – werd bezocht dan voorheen. Toch zijn er ook nadelen aan een volledig virtuele editie. Vooral voor de zichtbaarheid en de beleving is een volledig virtuele editie niet ideaal. Dit is voor een volgende editie punt van aandacht."



# Cowboys en corona

Kunst en social practise op veilige afstand

Arjan Gebraad



Arjan Gebraad (Tilburg Cowboy, theatermaker, performer, vader, echtgenoot) is opgeleid als cultuurwetenschapper (Tilburg University) en regisseur (Toneelacademie Maastricht). Hij woont in Tilburg en kan niet paardrijden.

Dinsdag 27 april 2021. Veel mensen zoeken naar manieren om tijdens de lockdown samen te komen, zeker op een dag als Koningsdag. Het is de dag voordat de eerste versoepelingen worden ingevoerd, dus mensen staan te popelen. Een van de plekken waar mensen in (te) grote getalen samenkomen is het Spoorpark in Tilburg. Dit park, het grootste burgerinitiatief van de Benelux, is pas een paar jaar open en nog gedeeltelijk in opbouw. Hierdoor is de logistiek van de afvalstromen, sanitair en horeca nog niet optimaal op orde.

## Gewichtige Koningsdag

Voorbij de ingang van het Spoorpark van Tilburg staat een weegbrug. Bezoekers worden inclusief tassen gevuld met kleedjes, consumpties, zonnebrandcrème, en alles wat zij verder meehebben, door een groep in uniform gewogen en krijgen een bonnetje mee met daarop hun totaalgewicht. Op het bonnetje staan de titel 'Prikactie Containerbegrip' en een praktische uitleg. Bij het verlaten van het

park worden de bezoekers nogmaals gewogen. Het doel is met een verschil van nul kilo, of zelfs wat lichter, naar buiten te komen. Dit betekent namelijk dat ze al hun afval hebben meegenomen of wellicht wat extra hebben opgeruimd.

Een aantal keer haalde het Spoorpark samen met het Vondelpark in Amsterdam en Park Sonsbeek in Arnhem het nieuws vanwege ontruiming en de enorme berg afval die bezoekers achterlieten. Om daar iets aan te doen, staat er dus een weegbrug. Aanvankelijk reageren mensen verrast of verbaasd op deze actie en lopen ze met wat verwarring of vragen de weegbrug op. Maar heel vaak gaat men meteen mee in het systeem en wordt de werkelijkheid waar men in terecht komt geaccepteerd: een check van het gewicht om te zien of mensen wel opruimen. Als gaandeweg het gesprek over eigen afval gaat en tussen de kieren de handtekening van Tilburg Cowboys doorsijpelt, komen ook begrip, interesse, eigen beleving en interactie met de kunstenaars tevoorschijn. Of het gedrag van de bezoekers daadwerkelijk verandert blijft natuurlijk een persoonlijke afweging, maar door de interactie met Tilburg Cowboys is er in ieder geval een eerste stap gezet. Wanneer bezoekers bij het verlaten van het park daadwerkelijk 'nul op de teller' hebben, ontvangen ze een Kus van de Cowboys: een fikse, rode kusmond die op 1,5 meter uitgedeeld wordt middels een stempel op een bezemsteel. Zo worden bezoekers beloond voor hun individuele verantwoordelijkheid, hun bijdrage aan het schoonhouden van het park en het tonen van hun zogenaamde 'containerbegrip'.

## Wij zijn Tilburg Cowboys

Sinds 2001 maakt Tilburg Cowboys sociaal-artistische projecten en cultuurparticipatie -avant-la-lettre. We worden nationaal en internationaal erkend en herkend als pioniers en vernieuwers in het domein van social practice en community art. Tilburg Cowboys heeft een eigen manier van denken over kunst. Met een positief-kritische bril reflecteren we op de wereld om ons heen en met onze projecten maken we de samenleving actief deelgenoot van onze bevindingen. Het liefst maakt Tilburg Cowboys kunst die niet in eerste instantie als kunst herkend wordt. Ons werk kan niet bestaan zonder actieve deelname van het publiek. Het liefst is de afstand tussen de kunstenaar, de partners en het publiek zo klein mogelijk. Dat het maatschappelijk draagvlak voor de kunsten in het algemeen op deze manier vergroot kan worden, is een belangrijk neveneffect van onze projecten waar we trots op zijn. De verschijningsvorm van de projecten staat altijd volledig open en de Cowboys schuwen geen enkel medium of discipline. Mede hierdoor staat Tilburg Cowboys aan de wieg van succesvolle, zelfstandig doorgegroeide projecten zoals Human Rights Tattoo en Festival Kaapstad. Human Rights Tattoo is het project van Sander van Bussel dat tot doel heeft alle 6773 letters van de Universele Verklaring voor de Rechten van de Mens één voor één op deelnemers van het project te tatoeëren. Kaapstad is een meerdaags festival in de Tilburgse binnenstad waarin kunstenaars de stad als het ware 'kapen' en als podium en speelplaats gebruiken voor kunst in de openbare ruimte.

De omvang en samenstelling van de doelgroepen is zeer divers en verschilt per project. Het publiek komt uit alle windstreken, uit alle lagen van de bevolking en verschilt in culturele, religieuze en sociale samenstelling. De primaire doelgroep van Tilburg Cowboys zijn de deelnemers aan de projecten. Zij zijn niet alleen

toeschouwer, maar worden onderdeel van het project. Of het nu wijkbewoners, festivalbezoekers, voorbijgangers, vluchtelingen, mensenrechtenactivisten, schoolkinderen, bouwvakkers of kermisbezoekers zijn, het publiek doet mee en maakt de projecten tot wat ze zijn. Tilburg Cowboys hebben de meest uiteenlopende ideeën, maar ze werken pas als de interactie wordt aangegaan met het publiek. Zonder Tilburg Cowboys is er geen project, maar zonder publiek is er geen resultaat. Verbinding is de kern van de strategie: tussen makers, met publiek en met partners.

## Cowboys in tijden van corona

Culturele en sociale waarden zijn in deze coronajaren enorm onder druk komen te staan. Tilburg Cowboys zien het als kunstenaars meer dan ooit als taak om mensen opnieuw te laten kijken naar dat wat normaal aan het worden is. Om nieuwe mogelijkheden te scheppen, te verwonderen, te verbinden en om luikjes in hoofden te openen. Prikactie Containerbegrip is daar een voorbeeld van: we willen tóch naar buiten en tóch de interactie aangaan binnen de gegeven afspraken die nu gelden in de samenleving. We merken ook dat onze acties en projecten werken en dat

“

We merken ook dat onze acties en projecten werken en dat corona geen beperkende factor hoeft te zijn, we werken ze enkel op een andere manier uit.

corona geen beperkende factor hoeft te zijn, we werken ze enkel op een andere manier uit.

Een tweede voorbeeld daarvan is Radio Straatpiraat dat vorig jaar en dit jaar de straten van Tilburg intrekt. Radio Straatpiraat is een mobiele radiozender die live radio maakt op locatie. We gaan de wijk in om mensen te vragen naar hun eerste single en het verhaal dat daarbij hoort. Persoonlijke, gevoelige, grappige en onthullende verhalen, die anders misschien niet zo snel verteld zouden worden. Aan het einde van de dag worden de liedjes en bijbehorende verhalen uitgezonden in een live radio-uitzending die op locatie in de wijk wordt gemaakt. De uitzending is live te beluisteren via twintig luisterzuilen die gedurende de uitzending in de wijk geplaatst worden. Zo kunnen buurtbewoners samen naar de uitzending luisteren en komt men letterlijk en figuurlijk samen. Radio Straatpiraat versterkt bestaande relaties in een buurt, maar ondersteunt ook het maken van nieuwe contacten.

Met de versoepelingen in mei 2021, bleef het theater dicht. Tilburg Cowboys heeft toen in samenwerking met Theaters Tilburg en Fontys Hogeschool voor de Kunsten 'The Red Light Orchestra' geësceneerd. Een protestactie vóór de opening van de zalen, waarbij muzikanten in de foyer van de Concertzaal in eigen hokjes één op één een kort muziekstuk speelden voor een bezoeker. Iedere bezoeker had zo de unieke ervaring van een persoonlijk optreden van vijf minuten. Het geluid van de optredens werd versterkt naar buiten, waar tweehonderdvijftig mensen stonden te kijken. De reacties van de kijkers buiten, de muzikanten binnen én hun bezoekers lieten zien dat iedereen snakt naar kunst, cultuur én cultuurparticipatie. De actie was zeer succesvol, heeft de nationale media gehaald en heeft zo geholpen om het debat intensiever te kunnen voeren.

## Hoop, humor, houvast en verwarring

Voor ons als makers is het noodzakelijk om in 'live' contact te staan met ons publiek. Dit

“

Of het nu wijkbewoners, festivalbezoekers, voorbijgangers, vluchtelingen, mensenrechtenactivisten, schoolkinderen, bouwvakkers of kermisbezoekers zijn, het publiek doet mee en maakt de projecten.

betekent ook dat we andere vormen hebben moeten vinden om onze projecten te kunnen delen. We zijn ervan overtuigd dat er een behoefte blijft bestaan aan kunst, maar ook aan sociale interactie. We zullen ons publiek blijven vinden, en zij ons. Zoals het er nu naar uitziet, zullen de versoepelingen langzaam meer ingevoerd worden. Of we écht terug kunnen naar een samenleving als voor de pandemie is nog allerm minst zeker. Wat wel zeker is, is dat Tilburg Cowboys projecten zal blijven maken. Mocht er meer mogelijk zijn tegen die tijd, dan reageren we daarop. Maar tot het zover is werken we binnen de door de overheid gegeven kaders, waarbinnen we de eigen maximale vrijheid zoeken voor interactie en deelname. Ons werk biedt hoop, humor, ontspanning, verwarring en houvast ongeacht de manier waarop we dat aanbieden. We zien aan het werk dat we maken dat zelfs ten tijde van een maatschappelijke crisis veerkracht en innovatie drijvende krachten zijn voor ons als makers en verbinders.

# De virtuele buurt?

Over de wisselwerking tussen digitale en fysieke werkelijkheid



Esther Peperkamp studeerde antropologie aan de Radboud Universiteit en promoveerde in 2006 aan de Universiteit van Amsterdam. Zij is werkzaam als onderzoeker en docent bij Breda University of Applied Sciences.



De virtuele verbondenheid is meer een community of interest dan een community of place.

*Waar ik als kind buiten speelde met kinderen uit de buurt, zit mijn zoon van twaalf te gamen met een jongen uit Berlijn. Ik hoef hem niet te zoeken om te melden dat we gaan eten, maar tegelijkertijd is hij veel verder weg dan ik als kind ooit ben geweest op zijn leeftijd. Het is tekenend voor de tijd waarin we leven en onderwerp van debat: hoe belangrijk is onze woon- en leefplek nog nu we via internet zo makkelijk gelijkgestemden kunnen treffen?*

Er is al veel geschreven over wat digitale communicatie met de samenleving doet. Aan de ene kant zijn er zorgen om de teloorgang van lokale gemeenschappen. Zo stelde Putnam in zijn *Bowling Alone* in 2000 al dat de komst van televisie een negatieve invloed had op sociale contacten en vroeg hij zich af of internet in dat opzicht een soort televisie of een soort telefoon zou worden, dat wil zeggen: of internet gebruikt zou worden voor passief en individueel vermaak of om sociale contacten te onderhouden. Inmiddels zijn anno 2021 de zorgen om de televisie volledig vervangen door zorgen rondom internetgebruik dat - net als eerder de televisie - geassocieerd wordt met sociale isolatie.

## Sociale netwerken in de digitale wereld

Sociale netwerken zijn steeds minder plaatsgebonden. Deze trend was al langer zichtbaar, maar de komst van internet heeft deze trend in een stroomversnelling gebracht. Digitale communicatie maakt het niet alleen makkelijker om in contact te blijven met bestaande contacten zoals vrienden of familieleden die verspreid over het land of zelfs de wereld wonen, maar ook om nieuwe contacten te leggen met gelijkgestemden. Als beoefenaar van een exclusieve hobby is het makkelijker om een medebeoefenaar te vinden via internet dan via contacten in de buurt. Mensen vinden elkaar op fora over hardlopen, diamond painting, tuinieren, vogelspotten en noem maar op. Deze virtuele gemeenschappen kunnen net zo betekenisvol zijn voor individuen als fysieke contacten, zeker als deze virtuele contacten in de context van serious leisure zijn. Stebbins' concept van serious leisure verwijst naar een vrijetijdsactiviteit waar mensen niet alleen een groot deel van hun tijd aan besteden, maar waaraan ze ook een stukje identiteit ontleen en waaromheen ze ook een deel van hun sociale leven organiseren. Het gebeurt niet zelden dat online contacten ook resulteren in offline contacten. Op deze manier kunnen digitale sociale netwerken belangrijker worden dan lokale netwerken en kan men zich afvragen of ze ook niet ten koste gaan van lokale sociale contacten.

Daarnaast bestaat met deze verschuiving van sociale netwerken naar de online omgeving ook het risico van een tweedeling in de samenleving, waarbij verschillende groepen mensen niet dezelfde toegang hebben tot digitale gemeenschappen. Tenslotte is niet iedereen technologisch even goed onderlegd; daarnaast kan er sprake zijn van een taalbarrière. Gebruik van internet vergt tenslotte een goede taalbeheersing. Zoals sociale exclusie bestaat in fysieke gemeenschappen, zo bestaat sociale exclusie ook in virtuele gemeenschappen.

## Virtuele verbondenheid versus fysieke verbondenheid

Goat virtuele verbondenheid ten koste van fysieke verbondenheid, of kunnen deze typen van verbondenheid ook naast elkaar bestaan en elkaar wellicht versterken? Lange tijd werden de digitale en fysieke werkelijkheid als twee gescheiden werelden gezien. Zo spreekt Castells (2002) van de space of flow tegenover de space of place, oftewel ruimtes die gekenmerkt worden door netwerken en beweging (zoals vliegvelden) tegenover ruimtes die gebaseerd zijn op een historisch gegroeide ruimtelijke organisatie (zoals een dorp). Traditionele ruimtes worden in deze gedachtegang niet meer als vanzelfsprekendheid beschouwd, zoals ook de groeiende aandacht voor placemaking laat zien. Allerlei invloeden, waarvan digitalisering er één is, maken dat plekken minder betekenis (lijken te) krijgen, niet alleen voor bezoekers, maar ook voor bewoners, wat resulteert in allerlei projecten en beleid om de binding in en met de buurt te stimuleren.

Het digitale is echter zoveel onderdeel geworden van het dagelijks leven dat een binaire oppositie tussen virtuele en fysieke plekken als een anachronisme beschouwd moet worden. Dat de virtuele en fysieke werkelijkheid met elkaar verbonden zijn, en dat deze werkelijkheden ook gerelateerd zijn aan een lokale



Wordt internet gebruikt voor passief en individueel vermaak of om sociale contacten te onderhouden?



Als beoefenaar van een exclusieve hobby is het makkelijker om een medebeoefenaar te vinden via internet dan via contacten in de buurt.

wereld wordt duidelijk met apps als Pokémon Go en Strava. Met Pokémon Go 'vang' je niet alleen pokemons in de buurt, maar kun je je verzamelde pokemons ook laten vechten met de pokemons van anderen. Apps als Strava creëren een community van sportbeoefenaars. De app is niet alleen een manier om je eigen performance te monitoren, maar laat ook zien waar andere gebruikers mee bezig zijn. De app brengt de sport terug naar het lokale niveau met concepten als local legend, waarbij sportbeoefenaars in specifieke gebieden (segmenten) het tegen elkaar opnemen door hun scores in te voeren en te vergelijken. Deelnemers sporten alleen en toch ook weer niet. Het traditionele beeld van sportbeoefening in ofwel de sportschool, ofwel eenzaam rennend is meer en meer aan het verdwijnen, wat nog eens versterkt is door de coronacrisis, zoals ook Van der Poel betoogt.

## Corona

Met de komst van corona heeft de vraag over de interactie tussen virtuele en fysieke werkelijkheid een nieuwe dimensie gekregen. De beperking van fysieke contacten heeft lokaal voor een virtuele impuls gezorgd.

Te denken valt aan de 'berenspeurtocht' waarbij mensen via Facebook werden aangespoord om een beer voor hun raam te zetten om de dagelijkse wandeling door de wijk op te leuken. Het initiatief haalde de krant en was 1 van de initiatieven die ervoor zorgde dat mensen hun wijk met andere ogen konden bekijken. Virtuele contacten droegen op deze manier bij aan lokale ontmoetingen. Na de berenspeurtocht volgden nog tal van andere speurtochten en werden huiskamerramen omgetoverd tot kunstgaleries (initiatief 'Kunst voor het Raam').

In een ander geval resulteerde een lokale kinderbingo in een grotere digitale toeloop dan verwacht, omdat deelname geen fysieke aanwezigheid vereiste en daarmee toegankelijk werd voor kinderen buiten het verzorgingsgebied van het lokale wijkcentrum.

Het digitaliseren van ontmoetingen werd uit noodzaak geboren en veel van deze initiatieven zijn incidenteel of van tijdelijke aard in afwachting van de terugkeer naar het oude 'normaal'. Een groot deel van deze initiatieven zal waarschijnlijk niet meer terugkeren. Als de coronacrisis namelijk iets heeft geleerd, is het wel dat mensen behoefte hebben aan sociale contacten in levenden lijve, alle memes en grappige video's van videovergaderingen ten spijt. En na alle ommetjes in de eigen buurt die inmiddels geblinddoekt gemaakt kunnen worden, snakken mensen juist naar een andere omgeving. Maar wellicht blijft er iets van deze periode behouden en wordt de digitale werkelijkheid nog meer onderdeel van ons dagelijks leven dan het al was, óók op lokaal niveau.

## Vragen voor de toekomst

Kan virtuele verbondenheid ten goede komen aan fysieke, lokale verbondenheid? Tenslotte beperkt de virtuele verbondenheid zich vaak tot een gedeelde interesse zoals een specifieke hobby en is daarmee meer een community of interest dan een community of place. In andere gevallen zoals de berenactie is er sprake van een

incidenteel evenement dat gebruik maakt van bestaande digitale en fysieke netwerken, maar draagt het ook bij aan versteviging of uitbreiding van die netwerken? Er bestaan weliswaar digitale buurtplatforms en lokale Facebook-pagina's en WhatsApp-groepen, maar deze zijn meestal instrumenteel van aard en gericht op het delen van informatie of het vragen en aanbieden van hulp. Deze bieden dus niet dezelfde belevingswaarde als digitale platforms waar mensen elkaar ontmoeten en waar mensen een stukje van hun identiteit aan ontleen. Het zou interessant zijn om de (lokale) werking van verschillende digitale omgevingen met elkaar te vergelijken. Kennis over hoe de digitale en fysieke wereld zich tot elkaar verhouden kan gebruikt worden in uiteenlopende projecten die als doel hebben om lokale gemeenschappen te versterken om op deze manier de kwaliteit van leefplekken te bevorderen.

## Bronnen

- Castells, M. (2002). *Local and global: Cities in the network society*. Tijdschrift voor economische en sociale geografie, 93(5), 548-558.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster.
- Stebbins, R. A. (2007). *Serious leisure: A perspective for our time*. New Brunswick, NJ: AldineTransaction.
- Van der Poel (2020). *Sport en Corona*. *Vrijetijdstudies* 2020-3.



Na alle ommetjes in de eigen buurt die inmiddels geblinddoekt gemaakt kunnen worden, snakken mensen juist naar een andere omgeving.





# Van Gogh Homeland Experience

VAN GOGH  
HOMELAND  
EXPERIENCE

Joost Melis  
&  
Lian Duif

## Brabantse innovatie en verbeelding

Lian Duif is partner House of Leisure en Joost Melis is directeur House of Leisure.

In 2016 namen de grootste Brabantse werkgevers in de vrijetijdsector, de Efteling en Libema, samen met Midpoint Brabant het initiatief tot de oprichting van de stichting House of Leisure met als doel de versterking en vernieuwing van onderscheidend leisure-aanbod in Brabant. Een belangrijke ambitie is ontwikkeling van een 'derde iconische leisure hotspot', naast De Efteling en Beekse Bergen, die de Brabantse identiteit versterkt. Om daarmee de aantrekkingskracht van Brabant als (inter)nationale toeristische bestemming te verstevigen en het dag- en meerdaags bezoek te bevorderen en te spreiden in tijd en ruimte. Na een oriëntatie op voornamelijk internationale partners verschoof het vizier naar de geboortegrond van de bekendste Brabantse meester allertijden: Vincent van Gogh.

Vincent van Gogh (1853 – 1890) wist als geen ander het Brabantse landschap van zijn tijd te portretteren; met ongekende artistieke verbeeldingskracht vereeuwigde hij zijn geboortegrond - zijn homeland. Al decennialang laat hij ons op een ongeëvenaarde manier kijken naar de ziel en schoonheid van zijn Brabantse leefomgeving. Van Gogh was een innovator pur sang; zijn eigenzinnige manier van denken en werken leidde op den duur tot een elementaire kentering in de moderne kunsten, hij veroorzaakte een transitie die sindsdien generaties kunstenaars wereldwijd heeft beïnvloed. Weergaloos wist hij zijn diepe verbondenheid met de natuur vorm te geven; met zijn open en vooruitstrevende blik legde hij de fitnesses van de Brabantse wereld om hem heen treffend bloot in vernieuwende schilderijen vol details en affectie. Van Gogh laat je het landschap ervaren, toen en nu.

Met de Van Gogh Homeland Experience wordt in de voetsporen van de Brabantse meester getreden. Het verklarende inzicht van Van Gogh én de verbeeldingskracht van de vrijetijdsector worden gebruikt om een gemeleerd publiek de grote uitdagingen van deze tijd te laten ervaren. Van Gogh Homeland Experience wekt de nieuwsgierigheid, voedt het verlangen, deelt kennis, vergroot draagvlak én presenteert beelden van de toekomst. Met creativiteit en experiment, inzicht en plezier, kennis en talent. En met Van Gogh's liefde voor het Brabantse landschap als onuitputtelijke inspiratiebron.

### Leisure for a better society

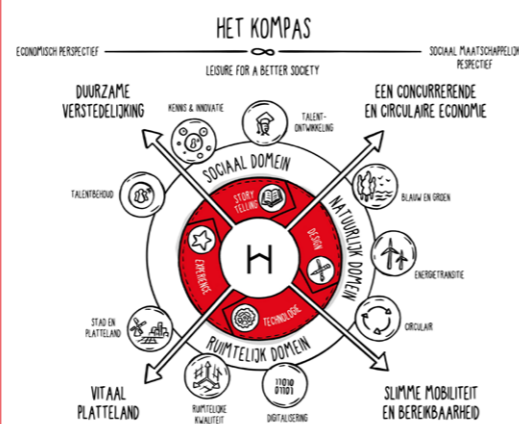
Van Gogh's tijd is vergelijkbaar met de onze. Zoals destijds het boerenleven wedijverde met de industriële ontwikkeling, staan ook nu leefbaarheid en natuur onder druk en verandert het landschap. Vraagstukken als landbouwhervorming en CO2-reductie, mobiliteit en energie-opgaven vragen om aanpassingen in de ruimte, om nieuwe inzichten en andere perspectieven, om breed beseft en nabije betrokkenheid. Ze vragen om hoopvol uitkijken, maar bovenal om daden. Er dienen essentiële stappen te worden gezet. In de voedselproductie en de energievoorziening bijvoorbeeld, in watergebruik en materiaalkeuze, om gezond te blijven en de biodiversiteit te beschermen. De scenario's voor morgen dienen nu geschetst te worden. Met een sterk groeiend bewustzijn en gedragsverandering bij de Brabander, de consument, de bezoeker, de ondernemer.

De Van Gogh Homeland Experience gebruikt het vrijetijd domein als experimenteerterruimte. Door niet te vertellen, maar door te laten ervaren. Je kijkt of luistert niet alleen naar de verhalen over duurzaamheidsuitdagingen, maar ervaart

ze zelf. Je maakt er deel van uit, je speelt de hoofdrol. Je co-creëert mee. Het verhaal van de transitie wordt op die manier ook jouw verhaal, de omgeving waarin het plaatsvindt is jouw omgeving - jouw homeland.

### Corona

Overduidelijk heeft de coronacrisis ook zijn sporen nagelaten in de vrijetijdsector. De behoefte aan vrijetijdsbesteding is groot, recreatie dichterbij huis is evident en er is een breed verlangen naar 'buiten'. Reikhalzend



“

De observatoria worden energieke pleisterplaatsen, waar het goed toeven en ontmoeten is.

naar het moment dat de bloeiende inspireer-ruimte weer draait. Maar na de pandemie zal ook nieuwe druk gereguleerd moeten worden. Bij het (economisch) herstel kan gelijktijdig niet voorbijgegaan worden aan de fikse transitie-uitdagingen die ons te wachten staan. Hoe kan een ieder, dicht bij huis en in de vertrouwde leefomgeving, bijdragen aan een betere wereld en onderdeel worden van de oplossing van grote maatschappelijk vragen, zoals die door de United Nations zijn geformuleerd in de SDG's? Om de noodzaak maar vooral ook de uitdagingen van die transitie inzichtelijk en invoelbaar te maken, kan de liefde van de Brabantse meester voor zijn homeland als kleurrijke leidraad gebruikt worden. Hoe zou Van Gogh vandaag kijken naar zijn Brabantse landschap? Hoe zou hij ons de veranderingen laten ervaren?

### Living Lab & Transitie-Ateliers

Medio 2021 start het 'Living Lab Leisure for a better society' met de volgende fase in de ontwikkeling van de Van Gogh Homeland Experience. Er zullen zeven Transitie-Ateliers ontstaan. Dit zijn de experimenteerterruimten van het Living Lab. Verbeelding is de drijfveer in deze creatieve werkplaatsen, inventiviteit het motief. Hier gedijt het onderzoek en woekt de inspiratie, floreert de vooruitgang en groeit de kennis. Hier ervaart de bezoeker de opgaven, wordt hij deel van de uitdaging, maakt hij de ontwikkelingen mee. In de Transitie-Ateliers trekken experts uit het (Brabantse) werkveld doelgericht op met scholieren en studenten van alle onderwijsniveaus, uit alle sectoren.

Zo wordt in de ateliers, co-creatief met partners en locaties, onderzocht welke transitieopgaven straks worden belicht. Hoe de abstracte thema's toegankelijk gemaakt kunnen worden voor een groot publiek. En hoe de ervaringen tot groeiend bewustzijn en gedragsverandering gaan leiden. Daarnaast worden hier de perspectieven van de locaties onderzocht en de eerste conceptontwerpen geschetst. Welke gebieden in Van Gogh Nationaal Park

“

Een belangrijke ambitie is de ontwikkeling van een 'derde iconische leisure hotspot' naast De Efteling en Beekse Bergen.

lenen zich voor een observatorium? Waar past wat? En welke bouwvormen lenen zich voor de specifieke landschappen? Zoals de transitie-opgaven zich continu ontwikkelen, zo zijn ook de Transitie-Ateliers blijvende kraamkamers van nieuwe bewegingen. De Transitie-Ateliers voeden zo de Van Gogh Homeland Experience met kennis en programmering, onderzoek en actuele inzichten.

### Iconische observatoria

Zeven observatoria vinden vanaf 2023 hun bestemming, verspreid maar verbonden als een kralensnoer van markante bouwwerken. Een permanente buitenexpo. De bouwwerken zullen eigentijdse installaties zijn, ontworpen door vooraanstaande architecten, gebouwd naar de nieuwste biobased inzichten. Elk observatorium behandelt een transitievraagstuk. De nieuwste technologieën en veelbelovende innovaties prikkelen er de zintuigen en scherpen de geest. Ze



inspireren en overtuigen, verleiden tot meedoen en ervaren. De observatoria bieden belevenissen, die aansluiten bij de leefwereld van een groot en gevarieerd publiek. Ze maken de ecologische uitdagingen inzichtelijk op menselijk niveau, zodat iedere bezoeker, informeel en avontuurlijk, doordrongen raakt van de grote vragen én antwoorden die voor ons liggen. En bieden eenieder zo de praktische handvatten om er ook zelf mee aan de slag te gaan.

Zie én proef bijvoorbeeld hoe vertical farming mogelijk een oplossing biedt voor de tuinbouw. Doorgrond de principes van kringlooplandbouw, met je handen diep in de warme aarde. Ervaar zelf, vanuit verschillende uitkijpunten, het perspectief van de vogel, de eekhoorn, de kikker en de regenworm. De observatoria liggen verspreid door het Van Gogh Nationaal Park, de veelzijdige binnentuin van de vijf grootste Brabants steden. Ze beantwoorden daarmee aan de actueel sterk groeiende vraag naar ontspanning en avontuur in de natuur, naar cultuur als verbinder tussen stad en land. Veilig

in de anderhalvemeter economie en bereikbaar voor iedereen. Dichtbij huis, in de eigen, vertrouwde omgeving.

### Brabantse coöperatie

De kracht van de Van Gogh Homeland Experience gaat verder dan de verbeelding. Het is vooral ook de kracht van coöperatie, van het verbond van een groot aantal (Brabantse) partners die zich herkennen in de thematiek en vorm en daarmee in de exploitatie ervan. Er liggen immers grote kansen, voor zowel bedrijven, onderwijsinstellingen, overheden als organisaties. Zo zijn de zeven observatoria daadwerkelijk 'in bedrijf'. Er wordt ontwikkeld: pioniers doen er, interactief en toegankelijk voor een geïnteresseerd publiek, wetenschappelijk en artistiek onderzoek met talenten uit het onderwijs en bedrijfsleven. Het zijn uitkijkposten: vanuit hier is de groene omgeving uniek te beleven, wordt de bezoeker gericht en verkla-

“

Door heel veel 'kleine dingen' te verbinden, gaan 'grote dingen' gebeuren.

rend gewezen op specifieke kenmerken in het Brabantse landschap. En de zeven bouwwerken zijn iconen in hun omgeving: de couleur locale weerspiegeland ontvangen ze gastvrij en culinair, bieden ze plaats aan lokale initiatieven en bedrijven, worden ze deel van de gemeenschap eromheen.

### Grote dingen

"Grote dingen gebeuren niet alleen door een impuls, maar als een opeenvolging van kleine dingen die met elkaar verbonden zijn", schreef Vincent van Gogh. Hij schetst ermee treffend het veelbelovende programma waarmee we anderhalve eeuw later zijn Brabantse geboortegrond gebruiken om samen stappen te zetten richting een leefbare toekomst. Door in de Van Gogh Homeland Experience eensgezind heel veel 'kleine dingen' te verbinden, gaan 'grote dingen' gebeuren.

De Van Gogh Homeland Experience vormt zo het vlaggenschip van het Smart Leisure-programma Leisure for a better society.

# Cultuur ten tijden van corona

Wat gingen we missen?

Andries van den Broek is onderzoeker bij het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) en speelt accordeon in een folkpunk band. Hij schreef eerder het beleidssignalement: *Corona en de betekenis van het culturele leven.*

"Wat was in essentie ook alweer de betekenis van kunst en cultuur voor mensen individueel en voor de samenleving als geheel?" Om het antwoord op zijn vraag scherp te krijgen, bedacht voormalig OCW-directeur Thijse Adams een kleine 10 jaar geleden de hypothetische situatie van een cholera-epidemie. Terug naar nu en we bevinden ons in een allerm minst hypothetische coronapandemie. En hebben we inmiddels aan den lijve kunnen en moeten ervaren dat het genot van cultuur ten tijden van corona danig onder druk staat.

Wekelijks hebben Nederlanders (van 12 jaar en ouder) zo'n 44 uur vrije tijd, dat is royaal meer dan een derde van de tijd dat men niet slaapt. De inbreuk van corona op de vrije tijd is dus een inbreuk op een aanzienlijk deel van het leven, met name op activiteiten met anderen en/of buiten de eigen woning. De vrije tijd is bij uitstek de tijd voor ontspanning, ontplooiing, ontmoeting, ondersteuning en onderscheiding. Voor velen is cultuur deel van het vrijetijdsrepertoire en platform voor die vijf o's. Deelname aan het culturele leven kan bestaan uit mediagebruik, fysiek bezoek, beoefening en/of ondersteuning. De laatste drie staan door corona in wisselende mate onder druk, wat maar zeer ten dele door meer mediagebruik te compenseren valt.

## Cultuurbezoek

Cultuur vormt voor velen een belangrijke bron van ontspanning. Al dan niet in de context van een avondje uit of een weekendje weg schenkt een bezoek aan een voorstelling (concert, toneel, ballet) of tentoonstelling velen het

genoegen enige tijd in een andere wereld te verkeren, voor- en napret inclusief. Circa tweederde van de bevolking bezoekt eens of vaker per jaar een vorm van podiumkunst, eveneens tweederde een filmvoorstelling, en de helft een museum. Elk van deze 'uitjes' bleek ten tijde van corona niet of slechts onder strikte voorwaarden mogelijk. Daarmee heeft cultuurbezoek als een vorm van ontspanning veel aan betekenis verloren. Het vermeerde digitale aanbod (live streams, virtuele rondleidingen) heeft dat gat maar zeer gedeeltelijk kunnen vullen. Het is de vraag hoe snel post-corona het aanbod aan en de animo voor cultuurbezoek weer op het oude niveau zullen terugkeren. Vaccinaties en testen lijken uitkomst te bieden, maar vormen ook een drempel. Zo geven vaccinaties geen 100% zekerheid, wat kwetsbaren, ouderen en andere risicomicijders van een hernieuwd cultuurbezoek kan weerhouden. Bovendien wil niet iedereen gevaccineerd en/of telkens getest worden. Hoewel enerzijds velen smachten naar de mogelijkheid weer naar de film of een festival te gaan, ligt het anderzijds in de rede te verwachten dat het in het beste geval enige tijd zal duren voordat het culturele aanbod weer op het oude niveau is en voordat alle groepen cultuurliefhebbers zich daaraan weer durven laven.

Cultuurbezoek is in de regel een activiteit die men met anderen onderneemt. Het wegvallen van cultuurbezoek betekent derhalve ook het wegvallen van een mogelijkheid tot het onderhouden en aangaan van sociale contacten (ontmoeting). Evenmin bood cultuurbezoek tijdens corona nog de mogelijkheid om zich te

laten voorstaan op de bijzondere concerten of tentoonstellingen die men bezocht (onderscheiding).

## Cultuurbeoefening

Daarnaast ervaren velen dankzij cultuur ontspanning door zelf te musiceren, te schilderen, toneel te spelen of in een historische vereniging actief te zijn. Dergelijke cultuurbeoefening wordt gerekend tot de 'vital experiences': negatief geformuleerd voorkomen ze verveling, positief geformuleerd brengen ze geluk en 'flow'. Op jaarbasis behoort circa de helft van de bevolking tot de incidentele of de frequente kunstbeoefenaars. Niet voor elk daarvan betekent corona een belemmering, want voor 80% van hen is die kunstbeoefening een solistische activiteit, door in hun eentje een instrument te bespelen of beeldende kunst te beoefenen. Voor wie serieus probeert zich in zijn of haar discipline verder te bekwamen is kunstbeoefening ook een vorm van ontplooiing. Ook dat kan op eigen houtje, al voor corona ook met tal van vormen van digitale ontplooiingsmogelijkheden, in welk geval corona ook geen sta-in-de-weg hoefde te zijn. Sterker nog, vanwege restricties op andere activiteiten zullen sommigen zich er juist met des te meer

“

Vrije tijd is bij uitstek de tijd voor ontspanning, ontplooiing, ontmoeting, ondersteuning en onderscheiding.

“

Het wegvallen van cultuurbezoek betekent derhalve ook het wegvallen van een mogelijkheid tot het onderhouden en aangaan van sociale contacten.

enthousiasme op gestort hebben. Probleematischer is corona echter voor degenen voor wie kunstbeoefening geen solo-activiteit is: mensen die in ensembles, fanfares of bandjes musiceren, die in koren zingen of die toneel spelen. En voor mensen die zich in hun kunst discipline willen bekwamen door daarin lessen of workshops te volgen. Dit laatste betreft dan niet meer alleen podiumkunsten maar ook beeldende kunst. Corona maakte het voor langere tijd onmogelijk om gezamenlijk te oefenen (om over optredens maar te zwijgen). Ook individuele en groepslessen waren lange tijd uit den boze, groepslessen zijn dat op het moment van schrijven (eind mei 2021) nog steeds. Corona maakte de niet-solistische ofwel sociale vormen van kunstbeoefening nagenoeg onmogelijk. In hoeverre de combinatie van vaccinaties en testen daarin op korte termijn verandering gaat brengen is vooralsnog de vraag. Te vrezen valt dat ook de infrastructuur voor kunstbeoefening (verenigingen, oefenruimtes, gelegenheden om op te treden) van corona een klap gekregen hebben. Niet te voorzien is hoe snel aanbod en animo om aan kunstbeoefening te doen zich zullen herstellen. Tot dan betekent dit voor velen een aanslag op een voor hen belangrijke manier om zich te ontspannen, te ontplooiën, anderen te ontmoeten en zich met

hun hobby van anderen te onderscheiden.

## Cultuur ondersteunen

Een aanzienlijk deel van het culturele leven draait op ondersteuning vanuit de samenleving, in de vorm van donaties (al dan niet via vriendenverenigingen) en van vrijwilligerswerk. Vanwege corona liepen de inkomsten van culturele instellingen sterk terug. Net als bij de eerdere bezuinigingen op cultuur prikkelde dat de bevolking niet tot extra donaties. "Het publiek is bezorgd over de crisis in de cultuursector, maar doneert weinig", meldde het Prins Bernard Cultuurfonds medio 2020 beteuterd. Onbekend is nog in welke mate mensen precies (zullen) hebben afgezien van het terugvragen van geld voor gekochte tickets.

Vrijwilligerswerk is van groot belang voor grote en kleine festivals, voor kleinere musea en podia, en uiteraard voor fanfares en andere vormen van verenigingsleven. Op jaarbasis doet één op de tien mensen (eens of vaker) cultureel vrijwilligerswerk. Dat is van belang voor de culturele infrastructuur: verenigingen, kleinere podia en musea, grotere en kleinere evenementen zijn zonder die vrijwillige inzet niet denkbaar. Dat is ook van belang voor die vrijwilligers: het biedt hen een onderscheidende bezigheid, sociale contacten en zinvolle maatschappelijke participatie (onderscheiding, ontmoeting en ondersteuning). De coronarestricties op voorzieningen, festivals en evenementen gingen en gaan ten koste van de mogelijkheid tot het doen van cultureel vrijwilligerswerk, en daarmee ten koste van de voldoening en de binding die dat met zich meebrengt.

## Cultureel mediagebruik

Uiteraard bieden oudere en nieuwe media toegang tot cultuur. De keuze is reuze: men kan boeken openslaan, tv- en radioprogramma's volgen, audio en video opnames beluisteren en bekijken en digitaal contacten erover onderhouden. Wat bij dat alles mist is de 'live experience' en het sociale contact. Dit speelt mogelijk het meest voor jongeren, die de corrigerende ogen van hun ouders bij

“

Het vermeerde digitale aanbod heeft het gat maar zeer gedeeltelijk kunnen vullen.

tijd en wijle willen verruilen voor de welwillende aandacht van hun peers. Anderzijds zijn juist jongeren er heel bedreven in om via social media contact te houden. Cultureel mediagebruik kan echter maar heel beperkt het gemis aan sociale kunstbeoefening vervangen, en nog minder het gemis aan de mogelijkheid tot het doen van cultureel vrijwilligerswerk.

Er is bij culturele ontmoeting meer in het geding. Deelname aan het culturele leven staat te boek als een mogelijkheid om mensen met een andere 'walk of life' te ontmoeten. Coronarestricties staan deze optie tot het bestaan en ontstaan van 'bridging' en sociale cohesie danig in de weg.

## Tot slot

Cultuur is niet alleen persoonlijk maar ook ruimtelijk onderscheidend. Steden gelden mede als aantrekkelijk dankzij hun culturele infrastructuur. De optie er van alles aan cultuur te kunnen doen en beleven maakt steden tot aantrekkelijke verblijfsplaatsen voor toeristen en voor mensen die graag in zo'n omgeving wonen. Dat laatste zou weer bijdragen aan de aantrekkingskracht van steden als vestigingsplaats voor bedrijven. Eventueel blijvende schade aan het stedelijke culturele leven kan de stedelijke aantrekkingskracht eroderen.

## Bronnen

• [www.scp.nl/publicaties/publicaties/2020/11/20/corona-en-de-betekenis-van-het-culturele-leven](http://www.scp.nl/publicaties/publicaties/2020/11/20/corona-en-de-betekenis-van-het-culturele-leven)

“

Een aanzienlijk deel van het culturele leven draait op ondersteuning vanuit de samenleving, via donaties en vrijwilligerswerk.

# Creative tourism

## Bouncing back or forward?

Greg Richards

Greg Richards is Professor of Placemaking and Events at Breda University of Applied Sciences and Professor of Leisure Studies at Tilburg University.

The pandemic has forced us to re-think tourism. With travel bans in place worldwide, the idea of tourism as an almost natural part of leisure is being re-assessed. There is little doubt that post-pandemic tourism will look different. In particular, one might expect challenges for forms of tourism based on close personal contact, such as creative tourism. This paper considers the impact of Covid-19 on creative tourism and outlines how it might develop in future. Do we want a return to old fashioned mass tourism, or should we be seeking to develop alternative scenarios for the future?

### Return or Re-think

The global tourism industry still seems firmly wedded to the idea of 'resilience', usually as a means of 'bouncing back' after the pandemic. The UNWTO sketches a path forward for tourism, based on response, recovery, and resilience. Resilience is seen as a longer-term issue – the need to make systems resistant to future shocks. However, the type of resilience usually favoured by the UNWTO is engineering resilience - resilience as bouncing back. This tends to favour a return to old forms, rather than involving any systemic change.

An alternative is an ecological resilience approach – seeing systems as adapting and changing in response to external shocks, or 'bouncing forward' to a new future. To bounce forward and generate a more proactive response to crisis, things need to change. In the context of tourism and leisure, there is also no point in developing resilience for these sectors alone. They are so closely linked with other economic, cultural and social activities in the destination that resilient tourism or culture without overall

'place resilience' makes little sense. Place resilience is a concept originally derived from disaster studies, so it seems particularly fitted to the pandemic, but it has the potential to be employed more widely.

### Need for creative capacity

Tourism transformation, I would argue, cannot be achieved without creative capacity: the ability to envision and construct a future vision that can ensure a high level of stakeholder support. As recently argued elsewhere (Richards, 2020), what places need is creative development strategies that can utilise available place resources more effectively to give meaning to cultural, social and economic life, which in turn requires creativity.

One means of kick-starting the process through tourism is by developing 'creative tourism', defined by Richards and Raymond (2000) as tourism that offers active involvement in the creative life of the destination for tourists. Creative activities can instigate new dynamic relationships between people, places and creative resources. Creative tourism makes extensive use of the exoticisation of the everyday: or as Diana Zuluaga, a creative entrepreneur from Bogotá, Colombia puts it: creative tourism is the act of transforming everyday life into engaging experiences. These experiences are not simply for tourists: they also provide an opportunity for locals to see their creative life from the perspective of the outsider, and therefore regain a sense of enchantment in the everyday. This re-grounding of tourism in local creativity is important because not only have mass tourism attractions become untenable during the pandemic, but they are likely to be less popular in the future as well. Arguably many tourists are already disillusioned with the

shallow experiences offered by mass cultural tourism to overcrowded heritage sites and are looking for deeper and more meaningful ways of being in places.

### Creative tourism

This new mood was captured by a recent campaign launched by Tourism New Zealand, urging people to 'stop travelling under the social influence', and to do something different from the crowd. The aim of travel should not be sightseeing, but 'life seeing'. Creative tourism develops relationships between tourists, creative producers and local people. Creative tourists are keen to find out the stories behind local creativity, and how creativity fits into the lives of locals.

Examples of creative tourism include many experiences related to craft, which provides link to local communities and the materials that feed their creativity (Richards, 2020). In Thailand DASTA has set up a network of creative villages where tourists can learn many different local crafts, ranging from making ceramics or noodles to weaving textiles and crafting paper lanterns. In larger places, DASTA is keen to identify distinctive local creativity that can be used as the basis for a UNESCO Creative City designation.

“

Resilient tourism or culture without overall 'place resilience' makes little sense.



“

Re-grounding of tourism in local creativity is important.

Diana Zuluaga's company, 5Bogota, positions itself as a 'local friend' for visitors, providing creative experiences with an emphasis on the five senses. 5Bogota was founded by Diana when she returned to Colombia after a period abroad, eager to rediscover her own country again. Crafted creative itineraries and local experiences are designed to allow outsiders to see, smell, touch, taste and hear the 'real' Bogotá through a local lens.

### Digital pivot

The pandemic is a major challenge for creative tourism experiences based on personal contact. The solution for 5Bogota was to embrace the 'digital pivot' to provide creative experiences online. In the space of two weeks Diana created a series of virtual cooking classes, enabling families and friends to briefly escape the lockdown. People could learn to cook empanadas or veggie tamales at home, using a pack of ingredients supplied by a local market in Bogotá.

Art Safari, which normally runs painting holidays in Europe, Africa and Asia also made the digital pivot. During the pandemic participants could take virtual classes with a tutor to learn techniques and skills related to painting or drawing landscapes in a particular destination. These 'virtual holidays' included painting 'seabirds and clifftops' on a virtual tour of

Orkney, or sketching lions or elephants in the kitchen.

### Physical experiences

Creative strategies can also be employed to support physical experiences, even during the pandemic. In the Portuguese city of Evora, Play Evora offers a creative tourism play pack for visitors to discover the city on their own, guided by a quiz that links street art and gastronomic offerings with the cultural heritage of the city. There is also a Play Evora 'Kids' kit, with a playbook, pencils, historical bookmarks gifts and vouchers. The American company Craftours offers 'Cocoon' courses that provide an immersive experience of crafting, in which the focus on an absorbing activity enables people to isolate themselves from everyday stress (and the pandemic) in a safe environment. The city of Barcelos in Portugal developed measures to support the city's creative tourism programme during the pandemic. The municipality began purchasing artworks directly and giving financial support for the development of creative tourism activities.

### Geographic limitation

After the pandemic there will be more demand for smaller scale, local travel experiences, which give people the opportunity to re-discover their own culture and creativity. This re-discovery also helps visitors and locals to see places with new eyes and to understand the need for change. Creative tourism helps to focus attention on the non-economic forms of value that can be generated, including the promotion of creative skills, the strengthening of local identities and social cohesion and increased sustainability.

### References

- Richards, G. (2020a) *Designing Creative Places: The role of creative tourism*. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). *Creative tourism*. *ATLAS news*, 23(8), 16-20.

“

The aim of travel should not be sightseeing, but 'life seeing'.



“

Travel should not just consume the places that people visit, but also help to transform them.

# The world's leading expert in crowd science reflects on the impact of Covid-19

Interview with Keith Still

Peter Horsten and Simon de Wijs are both editors of *Uncover* and lecturers at Breda University of Applied Sciences.

*Uncover* editors in conversation with Keith Still (Professor of Crowd Science at Manchester University) on the impact of the pandemic on the events industry and crowd management in particular.

**You regularly indicate that crowd management is learning by doing, and that it is important to apply science and educate crowd managers with solid knowledge. As an introduction into your work, can you explain this experience?**

My work focuses on incorporating the element of science into crowd management. Thirty years ago, it was all learning by doing, which meant you could only do it better after something went wrong. When we look back in history, we can see that accidents had a typical characteristic set of failures. My entire focus was initially on, "What are the causes of accidents and incidents and what do we need to put it in place to prevent them happening again?" That meant working with computer simulations, as you could not test a crowd to destruction. Simulations of crowds can help us understand how incidents can occur. There is a proportion of mathematics and a proportion of understanding psychology and influences involved. I started teaching in 1999 to crowd managers and quickly learned

that I had to bring down the core science lessons from the simulations down to practical useful tools that managers could implement. I spent 5 years trying just to understand how to teach the principles of crowd safety and crowd risk analysis. There is a difference between the crowd scientist, who tries to understand situations, and a crowd manager, who reacts on what he learned before. Anything we develop from the computer simulations, as computer scientists, was far away from the level that people who needed to implement crowd science to keep crowds safe.

**Looking at the pandemic, did the body of knowledge from crowd science help to improve crowd management?**

I am not an epidemiologist, but it was factoring into our risk assessment methodologies for the Covid-19 situations. It was nice to see that when covid came around, the tools of risk analysis were instantly applicable. We designed a universal set of tools to understand risk and crowd safety and primarily how best to communicate with crowds. The focus is on influencing crowd behavior. Understanding how their behavior will be affected by their perceptions of risk, not necessarily actual risk, the perception of covid transmission. So, most of the work we developed in risk assessment was just a change in the basic numbers. In practical terms,

we used to talk about maximum safe density, being 4 people per square meter in a queueing space, but now parameter just changed to 2 square meters per person for prevention of transmission. The formulas, principles and applications of the risk and safety assessments are not different, but the values you, the basic numbers you apply were different.

**In Europe we chose to stay into lockdown while in Asia already big events are going on. Why is this possible over there?**

It is important to note that a lot of communities from Asia are used to wearing face masks. The transmission of airborne diseases was regulated and controlled and there is a different starting protocol for diseases like corona. That may well have a significant factor on mass gatherings. Levels of proximity and levels of hygiene are very different in different societies. Wearing face masks is ingrained in other societies, but new to the Western World. Here in the UK, you still have an amount of people who don't understand how to wear a mask properly. So, there is a risk of transmission, if you want to put them in close proximity; such as screaming and shouting, enjoying themselves and touching. I think you need to map how we used to behave at events and how we expect to behave in the future before we even consider mass events starting again. The rules are still difficult to comprehend. In the UK I

counted dozens of guidance rule changes last year. You cannot expect society to know the norms anymore, and these rules are still changing.

The problems are these changing cultural norms and evolving rules of behavior in public spaces. People adapt to their environment and this defines behavioral norms as opposed to cultural norms. An example is that you will accept high density in front of a stage, but you would not accept the same density queuing in a canteen. The environment shapes your behavioral norms. A year ago, basically the rules were torn up. I do not shake hands with people anymore which is really odd. Now you have the entire structure of your life suddenly changed. What are the new behavioral and cultural norms, now and in the future?

We have behavior that is acceptable in certain environments that are not acceptable if you go somewhere else. So, I think it is dangerous to lump multiple variables together and say that events are safe, because we see it happening in China.

**We see a trend of people polarizing on their perceived reality. Corona is a serious problem regarding a hoax, no more than a flu. Are risk perceptions of visitors in the context of the pandemic becoming more crucial?**

You need to understand that the perception of the risks of catching covid, of then becoming very ill from covid, and their perception of the rewards of joining an event and where the risk/reward is balanced in the mind of the participant. I've seen people risk climbing 100m drainpipes to get into a stadium, even if there is a 100m drop on the other side. Risk is weighed against reward, that's the way to understand how people may behave.

It's not about numbers or understanding how many people you can socially distance at an event. It's about how do you think they are going to behave

given this balance of factors in their minds: the risks, the rewards, the perceived freedom of act, the beliefs whether covid exists or not, whether vaccinations work. You can calculate the capacity of a space, and ensure that social distancing can occur, but when people enter that space, they may cluster, talk, meet, socialize and the calculation means nothing. We're seeing that at venues as they re-open. We're social animals and have a need to cluster, to talk, to share experiences.

In risk analysis you must take these sorts of perceptions into account. Public perception of risk needs to be managed. But when you are competing with social media messages, for example that Bill Gates is microchipping everybody with these vaccinations – really – you have a mobile phone that tracks your location and which websites you visit. Even if it were possible, there is a system you already subscribe to tracks you already.

However, there are all manners of sub fringes in society who believe anything. You need to monitor and manage that when you organize an event. To highlight this, there are three types of crowd behaviors that are currently emerging covid Cautious (following the rules, wearing masks, observing social distancing), Celebratory (exuberant) or Contentious (protesting). In the covid cautious examples, we need to plan for, and manage spaces differently, we need to consider security screening/searching Compliance to the local/Govt regulations (and these are changing almost by the week). Essentially, the Govt guidance is outlining the processes for this classification of crowd behaviour. However, there we are seeing a rise in the exuberant behaviour "it's warm, sodd the rules, let's party" which, by the nature of the crowd, leads to conflict with the authorities. The third type is the crowds that are protesting. As observed at the recent protests against the super league. The problem we are seeing is that this doesn't fit into our conventional planning models since the behavioural aspects and covid safe planning can be at odds with the crowds.

Three very different types of behaviour that you may need to factor into your planning. That might be very different next year, or next month, or tomorrow.

**Could you say that one person who might act in a certain way involving risk is enough to monitor these kinds of possible perceptions and behaviors? It can have large consequences if others copy the behavior.**

We call that cascade dynamics. What is the influence of one, two, three going into a direction and what if this grows exponential? A good example of this is a person climbing to the top of a festival tent (such as the incident

in California a few years ago) 'If he/she can do it, I can do it too'.

But there are physical limits, limits that break the system, with, potentially, hundreds of people getting injured. We see that effect, and it's often the cause of mass injuries. An example is the rumor cascade. 'There is a shooter or a snake on the bridge!' That kind of information can cause a crowd reaction. However, if you understand how a cascade dynamic propagates, then you can mitigate those types of risks.

In the context of covid there will always be a proportion of people who will obey the rules, a proportion of people who will ignore the rules and a proportion of people who never will understand the rules.

“

It was nice to see that when covid came around, the tools of risk analysis were instantly applicable.

“

It is a wise man that learns from his own mistakes, but it is a wiser man that learns from mistakes of others.





These proportions will differ per event, per environment. What we try to do, is to assess that proportionality. When we have indicators that 50% of our audience never believed that covid exists then we plan accordingly. If it is 10%, we will work on leading by example, sometimes called the elevator effect.

**So you can also use this effect in your advance?**

There is a famous social engineering examples of how people stand in an elevator. The experiment shows how easily people adapt to the people around them. In an elevator, most people stand facing towards the door. But when the person in the elevator decides to stand facing towards the back of the elevator, the second person entering the elevator will probably do that too. Then afterwards everybody will stand with their faces towards the wall.

When all the staff are wearing masks, and a bunch of guests are wearing masks people are likely to be influenced by that example and comply with mask wearing. But when you state a rule in advance that you must wear a mask to get in, that can lead to conflict. There will be groups who decide in advance that this is not how they are going to behave, they may rebel against mask wearing. Enabling compliance by example is much easier to implement. You can create that level of reinforced behavior by using imbedded information and giving people a reason why this is the norm. That's the work we do.

**Do you have an example of influencing crowds to do the right things, the safest things?**

Before covid I was working on a project where they wanted to reduce the number of bags people brought into an event. The organization used all kind of signs 'don't take bags', but every time someone was stopped, they had all kind of discussions and conflict. People behind the

bag's carriers, arguing their rights to of access, started complaining. It was a big problem with crowd management at that specific venue. It was more effective to say that you can bring your bag but need to go to the back entrance for a safety check - which is the farthest away, with the slowest operators. You facilitate their apparent needs, but now make it longer, more inconvenient, to get into the venue. After experiencing two events people will then leave their bags at home. People get rewarded coming without a bag by quicker entrance.

And it will be the same if you find such solutions for using a mask. There should be multiple ways to reward positive behavior and discourage unwanted behavior. If you refuse to wear a mask, that is okay; you have to be in this area way back from the stage with the worst acoustics. Look for psychological tricks to offset behavior.

It is also important that you choose a bottom-up approach. If you impose top-down restrictions, you must think about all the exceptions and be careful with changes. If you apply bottom-up rules, then you can evolve adaptive behavior. Listing rules of things you cannot do is basically suppressing the crowd and people can resent that. We like to encourage positive behavior and turn it into lists of things you can do. Fundamental change is only implemented with understanding the consequences of actions and risks. So, explain the situation in common sense terms, rather than induce top-down rules.

**What will be the big challenges for the upcoming times?**

There will be different types of crowd risk associated with the transition phase from getting from lockdown back to (new) normality. We may need to understand the new norm of crowd behavior after lockdown to write a new rule book. How are we going to regulate crowds going forward, into the new normal? What type of coordinating do we need? How do we establish behavioral norms for this type of events that are going to be forthcoming, for the new normality?

At the time of this article, there is a balance between trying to control a pandemic when the public and the politicians really want to celebrate their release from lockdown and return to freedom and normality. My concern is that politicians are basically hedging their bet. It takes months to put big events together and it takes many more months for people to understand what the new rules for events are. We've seen politicians waiting until a few weeks before the event to decide to give the green light, the go-ahead, it's a recipe for disaster.

What if politicians say the event can go ahead and we suffer a massive spike of covid infections? Is the politician who made the decision responsible for the deaths? Do we leave the decision to the last-minute hoping that a scientist somewhere will say 'it is all over' that is just not going to happen? It's a balance between public safety and public acceptance of the current situation.

**Will there be sustainable effects of the pandemic on the short and long run?**

First, there is an economic supply chain issue. The event sector is a huge industry with a lot of involved support companies. An event organizer needs a large group of lightning engineers, staging engineers, site engineers, tent suppliers, barriers, toilets, food and beverage companies and so on. But all these people have had zero income for months. Many went bankrupt and may not want to come back in the event industry that is so uncertain. Insurance policies and financial structures will change. For example, they may need to get paid in advance, that may change the economic balance for future events. The whole event horizon is shifting. The supply chain and costing may be completely different.

Secondly, there is a behavioral issue. People will fall into two distinct categories: 1. a group who wants to go back because they always enjoyed events, and 2. a group who feels that being in crowds will possibly cost lives. I know from polls that 60% wants to go back and 40% believes now that they never go to an event ever, because it's too risky. This percentage may shift if we get a better grip on the virus. Vaccination passports, local testing, lateral flow testing, it's a massive social engineering and there are currently pilot studies to monitor the situation as events open again, but slowly.

**And what about insurance? Is it strange that we did not see claims yet?**

There were no big events, most/all were cancelled. For smaller events or visiting a shop it's hard to prove causality of the likelihood that an infection five days after visiting it. So insurance claims

may be filtering through the system. But slowly. If large numbers of people, visiting a big event, triggers a spike of infections afterwards, this is statistically different to smaller crowds at smaller events. However, legal cases can take several



The whole horizon is shifting. The total supply chain and cost structures will become completely different.

years to come to court and there is a burden of proof required. Two years from now we may see legal cases relating to covid-infection, its uncertain at the moment.

Safety is going into a new dimension in terms of contagious diseases and insurance. Insurance policies have always considered the known risks. We ran a workshop in the USA, looking at the worst-case scenario of a multiple-day event where on day 3 an outbreak of food poisoning emerged. What to do? There are 2 more days to run, but there is a suspicion that you might be the source. Are you insured for the consequences and subsequent potential claims? That depends on the contracts with your vendors - it's complicated. What would happen if, say, 10 days after an event there is a spike of covid infections in a local community? For example, when Real Madrid played in

Liverpool, there was a spike of covid infections in Liverpool afterwards. There is liability? Might there be lawsuits involved with that? Talk to any insurance company about what happens when your event is associated with a spike of covid infections, and there is a lawsuit against you because you failed to have an appropriate safety process/procedure or policy. What do you think might happen?

Can you still insure events? Can you organize events without insurance? Even before, many festivals barely could cover the costs. And now there is more uncertainty about ticket sales and at the same time, the costs will go up. You need to sell more tickets to higher prices with a more fragile infrastructure needed to get paid in advance. Some events need large numbers to cover the costs of performers and suppliers. Even city-wide based events may struggle with insurance and smaller budgets, and higher costs because we need to increase the police presence to enforce new measures on safety. Break-even analyses will become the fundamental driver for future events.

**And what does this mean for education on events and crowd management?**

I think the whole dimension of economics and logistics will be more important for event planning. The importance of crowd science in support of managing risks is important and changing as we learn more about the nature and transmission of the virus.

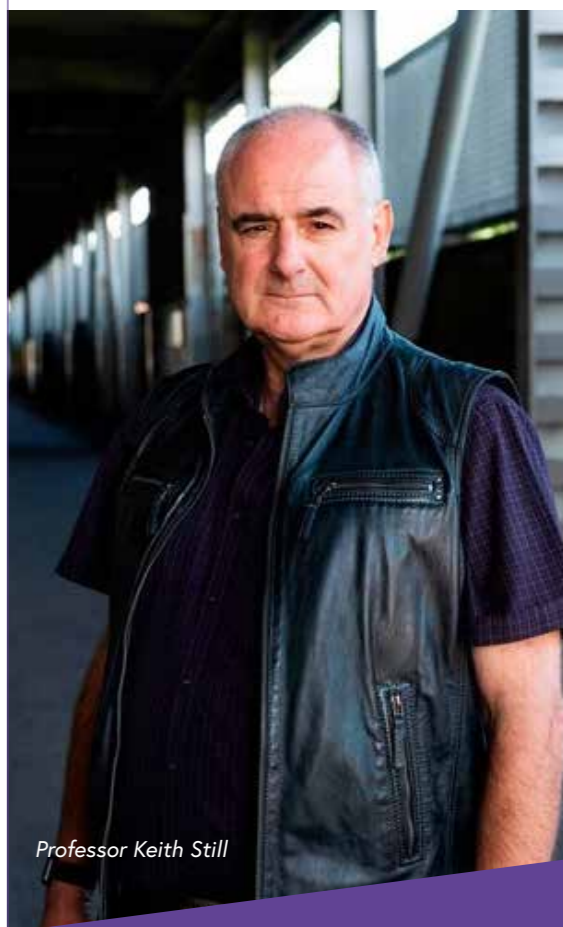
Besides that, the appreciation of crowd psychology is needed in terms of the public perception of risk and the whole dimension of influencing your crowd, your sponsors, your staff and other stakeholders is going to need a rethink.

A new set of new skills is needed, such as how to convince your insurance company, suppliers,

banks, city government, or audience of the following:

1. That it is safe to start major events again
2. That managing the supply chain payment stability of your finance chain is essential
3. That you have a robust risk assessment and insurance policy
4. That you can tackle new logistic challenges
5. That you manage site/event security if it is problematic to touch people (consider the search process)

We are going to see some major challenges ahead as we adapt to the new normal.



Professor Keith Still



I think it is dangerous to lump multiple variables together and say that events are safe, because we see it happening in China.



We leave the decision to the last-minute hoping that a scientist somewhere will say 'it is all over.'

# Business as usual?

## De nalatenschap van Covid-19 op de zakelijke evenementenmarkt

Frank Ouwens is docent Experience Design, Imagineering & Concepting bij Breda University of Applied Sciences & gastdocent bij ArtEZ Popacademie. Daarnaast is hij freelance conceptontwikkelaar & copywriter in de evenementenindustrie.

De wereld van zakelijke evenementen staat in brand. Waar de branche na 2001 (aanslag World Trade Center New York) en 2008 (financiële crisis) dacht dat het niet erger kon is de huidige coronacrisis de overtreffende trap die niemand zag aankomen. Dit jaar hebben we te maken met 'double digits' afnames en zelfs halveringen van wat ooit de standaard was voor de branche.

De cijfers laten immers een onheilspellend beeld zien. Het Eventplatform van overkoepelende branche- en vakverenigingen uit de Nederlandse eventindustrie berekende dat van de oorspronkelijk verwachte omzet in 2020 van 7,4 miljard euro nog maar 3,9 miljard overbleef. Een daling van maar liefst 47%. Een daling die samengaat met een banenverlies van 48.000 waarbij vooral ZZP-ers en flexwerkers de dupe zijn. En tussen al die events wordt de zakelijke markt hierbij nog eens extra hard getroffen. Zo'n 69% van het totale omzet- en banenverlies is hier terug te vinden (Respons, 2020).

Internationaal gezien ziet het er niet veel beter uit. Volgens de UFI The Global Association of the Exhibition Industry Global Barometer (2021) nam de omzet voor beurzen in 2020 zelfs met 72% af ten opzichte van 2019. Daarnaast verwachtte men dat dit voor 2021 nog steeds 42% minder zou zijn dan in 2019. Experts, event managers en diverse bureaus spreken zich uit over de (blijvende) nalatenschap van Covid-19 op de zakelijke evenementenbranche. Hoe verder?

### Moe van online

De afgelopen 1,5 jaar heeft ons vooral geleerd dat juist het antwoord op die vraag onmogelijk te voorspellen is. De branche is kwetsbaar, al lijken de eerste voortekenen van herstel zich voor te doen: "Ik denk dat vanaf de zomer van 2021 er een explosie van live evenementen volgt", aldus Nathalie Brekelmans,

verantwoordelijk voor de eventstrategie van de provincie Noord-Brabant. "Je merkt dat er een soort 'metaalmoetheid' is met betrekking tot online events." Jos van den Broek van Fijnevent beaamt dit: "In 2021 zijn we het hele jaar druk geweest, zowel met online events, communicatie en campagnes, maar ook omdat veel bedrijven inzetten op live events in het najaar."

De ervaring van de laatste 1,5 jaar heeft het landschap dan ook blijvend veranderd. Een viertal trends en ontwikkelingen komen bovendienrijven.

### Online als blijvend volwaardig alternatief van onsite

Allereerst hebben de online events een vlucht genomen en is de expertise bij zowel bureaus als opdrachtgevers enorm gegroeid. En meer kennis leidt tot andere toekomstige overwegingen. Zo zijn online events vooral efficiënt gebleken voor informatieoverdracht en zijn bovendien grotere doelgroepen bereikt dan voorheen tijdens live evenementen. Nathalie Brekelmans beaamt dit: "We hebben méér Brabanders bereikt met onze online nieuwjaarsreceptie dan voorheen tijdens de receptie in het provinciehuis. In de toekomst gaan we daarom bewustere keuzes maken wanneer we live ontmoeten om zo doel- en maatgericht te werken." Riemer Rijkema, voorzitter van het Eventplatform en directeur bij CLC-VECTA Centrum voor Live Communication beaamt dat: "De vanzelfsprekendheid van de ons bekende live events is niet meer zo vanzelfsprekend." De conclusie lijkt dat klanten en bureaus live ontmoetingen meer dan ooit gaan evalueren om zo de meerwaarde kritisch te beoordelen. Het gevolg is dat in de toekomst er een duidelijker onderscheid wordt gemaakt tussen kennis en relatie events. Online events hebben immers een groter bereik

en 'on demand' kijkmogelijkheden ten opzichte van live events. Een mooi voorbeeld hiervan is het ESC Congress 2020, uitgevoerd door Live Legends (zie kader). Ook vakbeurzen met een salesfunctie zullen permanent veranderen. Veel bedrijven hebben het afgelopen jaar alternatieven zoals online events en roadshows ontwikkeld om hun producten aan klanten te tonen.

### Doorontwikkeling op inhoud, communicatie en vormgeving

Bovenstaande ontwikkeling leidt voor online events tot meer focus op inhoud met effectievere communicatie. Bovendien vindt er een snelle doorontwikkeling en professionalisering van formats, interactieve mogelijkheden en vormgeving plaats. Allemaal relevant om het medium online events nog belevingsvoller te maken. Ad de Haan, Creatieve Director van Live Legends beaamt dit: "De uitdaging is hoe we mensen betrokken houden. Er zal veel meer aandacht komen om online events visueel aantrekkelijk te maken. Bovendien zal ook interactiviteit hierin een doortonwikkeling doormaken. Ik verwacht dat in de toekomst online

events visueel, interactief en inhoudelijk grote stappen gaan maken." Ad de Haan ziet bovendien een andere interessante

“

Online events gaan visueel, interactief en inhoudelijk grote stappen maken.

ontwikkeling: "Sprekers worden gedwongen om hun verhaal compacter en korter over te brengen, eenvoudigweg omdat een presentatie van een uur online niet werkt. En nu blijkt dat het ook kan. Sterker nog, dat het nog veel beter is."

### Kostenoverwegingen & duurzaamheid

Een andere overweging die samenhangt met deze heroverweging is kostengerelateerd. Na de crisissen in 2001 en 2008 trad al een versobering op van zakelijke events. De afgelopen 20 jaar lag de focus meer op inhoud en een effectieve communicatie en vermeden organisatoren uitbundigheid of een opzet die als verspilling gezien kon worden. Mede door de coronacrisis zal deze trend doorzetten. Waar publieksevenementen wellicht groots uitpakken wanneer het weer kan, is de verwachting dat zakelijke live events weliswaar veelvuldig gaan plaatsvinden om ontmoeting weer mogelijk te maken, maar dan wel met een nog soberder karakter. Dit wordt nog extra versterkt door de toegenomen aandacht voor duurzaamheid en door kritisch te kijken of reisbewegingen met auto of vliegtuig de live bijeenkomst verantwoordt. Vooral voor grote internationale sales events en incentives zal deze overweging gemaakt worden.

### Veranderend arbeidslandschap en opleidings-eisen

Al deze ontwikkelingen vragen ook andere dingen van de (toekomstige) event professional. Ook al hebben veel event professionals zich bijgeschoold op het gebied van online events, er bestaat binnen de branche een grote zorg over de toekomstige aanwezigheid van (vooral uitvoerend) event personeel. Allereerst omdat het afgelopen jaar veel werknemers met kennis, al dan niet gedwongen vanwege de crisis, zijn weggevloeid. Zal dit zich herstellen? De verwachting is daarom dat in de toekomst de verschillen in schaalgrootte tussen eventbedrijven toenemen. Aan de ene kant specialistische ZZP-ers en kleine bureaus met een met hoogwaardige (technische) kennis, ervaring en netwerk. Aan de andere kant de grote event leveranciers met vast personeel die vooral uitvoerend sterk zijn.

### Tot slot

Voor onderwijs hebben deze al ontwikkelingen uiteraard ook grote gevolgen. Toekomstige event managers zullen nog meer vanuit duidelijke geformuleerde doelstellingen en kennis van bezoekers live én online formats moeten kunnen samenstellen. Ook voor BUAs een ontwikkeling om op in te spelen; wellicht een combinatie van media en events als toekomstig afstudeerprofiel?

“

Live events gaan weliswaar veelvuldig plaatsvinden om ontmoeting weer mogelijk te maken, maar dan wel met een soberder karakter.

Dus 'Business as usual' voor zakelijke events? Waarschijnlijk niet. Deze derde crisis in 20 jaar zal impactvoller dan ooit zijn en een ander landschap nalaten waarbij disciplines fuseren en andere focus wordt gevraagd. Hoe het precies afloopt? Over 5 jaar weten we meer.

### Best practice van offline naar online ESC Congress 2020

**Bureau: Live Legends, Abcoude**  
Het European Society of Cardiology organiseert jaarlijks haar 4-daagse kenniscongres voor beroepsprofessionals. Het event zou in 2020 in Amsterdam plaatsvinden en ging uit van:

- 👤 35.000 deelnemers
- 🗣️ 3.500 presentatoren
- 📅 650 sessies van 60 tot 90 minuten in 35 zalen
- 📍 100 betrokken landen

Vanwege Covid-19 besloot de organisatie om het binnen 3 maanden om te vormen tot een online event. Live Legends uit Abcoude kreeg de uitdaging om dit voor het volledige evenement mogelijk te maken. Een succes met aansprekende cijfers:

- 👤 110.000 deelnemers online
- 📺 800 thuis opgenomen presentaties en 80 keynote presentaties vanuit een digitale studio
- 📍 210 betrokken landen
- 📺 Meer dan 4.000.000 online views van presentaties
- 👤 60.000 mensen keken tegelijkertijd online naar de live sessies
- 📄 50.000 nieuwe lidmaatschappen
- 📄 8.300 publicaties n.a.v. het congres met een bereik van 2,4 miljard mensen

### Bronnen

- Respons (2020), Impactanalyse COVID-19 op de Nederlandse eventbranche, Breukelen, Eventplatform.
- UFI - The Global Association of the Exhibition Industry (2021), 26th UFI Global Barometer January 2021, Paris.

### Fotografie

- Crowd (Pag. 26)
- Live Legends (Pag. 27)

“

Je merkt dat er 'metaalmoetheid' is met betrekking tot online events.

“

De verschillen in schaalgrootte tussen eventbedrijven zullen toenemen.



# Testevenementen dragen bij aan de heropening van de evenementenindustrie

Breda University of Applied Sciences en Logistics Community Brabant betrokken bij Fieldlab Evenementen

Joep Coolen & Justin van de Pas



Joep Coolen is docent Leisure en Events bij Breda University of Applied Sciences en senior project medewerker bij Logistics Community Brabant. Justin van de Pas is docent Evenementenlogistiek bij Breda University of Applied Sciences en senior project medewerker bij Logistics Community Brabant.

Fieldlab Evenementen is een gezamenlijk initiatief vanuit de evenementensector, verenigd in het EventPlatform, de Alliantie van Evenementenbouwers en de Overheid. Het heeft als hoofddoel de evenementenbranche terug naar het oude normaal te brengen. Op 15 februari 2021 vond het eerste testevenement plaats in de Jaarbeurs Utrecht. Naast dit zakelijke congres zijn er in de periode februari-mei 2021 meerdere testevenementen georganiseerd.

Fieldlab Evenementen voerde tussen 15 februari en 20 maart 2021, de eerste fase van het onderzoek, acht praktijktoetsen uit. Het draaide in die pilots om beantwoording van de hoofdvraag: Hoe beperken we het risico dat ontstaat door evenementen? In de tweede fase vond een reeks opschalingstesten met een hogere bezoekersdichtheid plaats waarbij voldaan moest worden aan diverse criteria, zoals opschalen, verbreden en verdiepen. Daarnaast werden doorstromlocaties toegevoegd aan het onderzoeksprogramma. De onderzoeken zijn gericht op het testen van de voorwaarden waaronder veilig de 1,5 meter kan worden losgelaten in verschillende sectoren. Centrale vraag is of de maatregelen, zoals die bij de eerdere pilots zijn ingevoerd en goed zijn gebleken, ook werken bij een verhoogde bezoekersdichtheid of bezoekersaantal.

## Samenwerking

Docenten en studenten van de minor Crowd Safety van Breda University (BUAs) en

medewerkers van Logistics Community Brabant (LCB) zijn onderdeel van het onderzoeksteam bij de testevenementen. Het werken aan relevante en praktische opdrachten, waarbij de studenten naast ervaring ook hun netwerk kunnen opbouwen, is cruciaal binnen de minor en is tevens een van de uitgangspunten van LCB. LCB is een samenwerking tussen Technische Universiteit Eindhoven, Tilburg University, Nederlandse Defensie Academie en BUAs. Samen met studenten van de verschillende partners wordt er onderzoek gedaan naar innovaties en vernieuwing binnen het thema evenementenlogistiek.

## Opzet en focus onderzoek

Vanuit Fieldlab Evenementen zijn er diverse bouwstenen bepaald die bijdragen aan preventie en reductie van het risico van transmissie van het coronavirus. De bouwstenen zijn gebaseerd op de customer journey van evenementenbezoekers. Denk aan bouwstenen als gedrag, track & trace, luchtkwaliteit, bezoekersdynamiek, (snel)testen etc. Binnen de organisatie van de evenementen moet dit proces in een gecontroleerde omgeving plaatsvinden. Door aandacht voor procesmanagement en capaciteitscalculaties, wordt een veilige omgeving gecreëerd waarbinnen de gewenste bezoekersbezetting tijdens evenementen weer mogelijk



is. Naast LCB en BUAs zijn onder andere TU Delft, TU Eindhoven, diverse werkveldpartners en leveranciers betrokken bij het onderzoek.

Om de evenementen opnieuw te laten plaatsvinden, is het belangrijk om maatregelen op korte termijn wetenschappelijk te laten valideren. Hierdoor kan deugdelijke onderbouwing worden verkregen

“

Toetsen van de effectiviteit van maatregelen bij verhoogde bezoekersdichtheid en -aantallen.

voor nieuwe regelgeving. Hiervoor is het van belang om tests in een echte evenementomgeving te laten plaatsvinden, in concrete pilots tijdens live evenementen; op een gecontroleerde, veilige en betrouwbare manier. Het vertrekpunt hierbij is het testen, onderzoeken en analyseren van de verschillende processen en het gedrag op een evenement. De focus van de onderzoekers vanuit LCB en de studenten van de minor was vooral de bouwsteen Groepsdynamiek. Door het in kaart brengen van de contactmomenten konden de onderzoekers antwoord geven op vragen over bezoekersgedrag. Wat zijn de contactmomenten? Wat is de contactduur? Wat is de dynamiek van een contact? Wanneer er antwoord is op de vragen bij de verschillende bouwstenen, is het mogelijk te komen tot een reeks risicobeheersende maatregelen en risicomodel waarmee een verantwoorde evenementomgeving ontstaat. Het gevolg is een mogelijk toetsingsinstrument voor overheden, regionale en lokale vergunningverleners.

## Verzamelen van data

Voor het verzamelen van betrouwbare data op de Fieldlab Evenementen, is gebruik gemaakt van studenten van de BUAs minor Crowd Safety in Hubs & Events. De betreffende studenten hebben, onder supervisie van medewerkers van LCB, de bezoekersstromen en processen op de evenementen in kaart gebracht. Tijdens de evenementen is LCB verantwoordelijk voor het verzamelen van de data ten behoeve van het wetenschappelijk onderzoek. Binnen dit onderzoek wordt onder andere gekeken naar het aantal contactmomenten, contactduur en de processen tijdens de instroom, circulatie en uitstroom van de evenementen. De metingen worden uitgevoerd door middel van tags, in combinatie met videoanalyse en observaties. Tijdens de onderzoeken wordt zeer nauwkeurig de afstand gemeten tussen mensen in het publiek, in combinatie met de contactduur.

De studenten startten met een basis waarbij de verschillende risico's in kaart zijn gebracht aan de hand van het DIM-ICE model, de RAMP-analyse en Congestion mapping (Still, 2014). Vanuit deze risicoanalyses

zijn door de studenten de verschillende processen in kaart gebracht en geanalyseerd. Bijvoorbeeld de toegangscapaciteit en het uitdelen en innemen van de tags bij de ingang van het evenement. De studenten zijn vervolgens ingezet voor de uitvoering van de operatie en het verzamelen van de data.

Er is gekozen voor verschillende soorten evenementen met verschillende doelgroepen, omdat je dan de verschillen kunt zien en eventueel aan de hand van de verschillen maatregelen kunt nemen. Per evenement worden er verschillende bubbels onderzocht met ieder een eigen dynamiek en doelgroep met verschillende instructies. Denk hierbij aan bubbels bij een voetbalwedstrijd waarbij je 1,5 meter uit elkaar moet blijven, vrij mag plaatsnemen in een vak, mondkapje op of af, vrije horeca of wel of niet zingen in een stadion.

## Uitkomsten van het onderzoek

Gedurende de dataverzameling op de verschillende evenementen was er een schommeling zichtbaar in de samenleving. Enerzijds was er kritiek op de regels gericht op de verspreiding van Covid-19. Anderzijds was er sprake van oplopende aantallen patiënten op de IC's.

In de eerste fase van het onderzoek werd zeer positief gereageerd op de Fieldlab Evenementen. Voor de tweede fase was er meer kritiek op de noodzaak van het onderzoek in relatie tot de mogelijke derde golf in april 2021. Bovendien was het noodzakelijk om te testen met grotere groepen omdat er in een context met meer bezoekers mogelijk sprake is van ander gedrag. Dit is gedaan bij evenementen als MUD Masters, Eurovisie Songfestival, EventSummit en Ready for Takeoff in Enschede, een hardloopevent voor zowel recreatieve als wedstrijdlopers. Zowel richting de media, de wetenschap en de samenleving was het belangrijk om op dat moment goed uit te leggen dat Fieldlab Evenementen geen medisch onderzoek is.

Eén van de belangrijkste lessen is dat het aantal contacten, in elk geval tijdens voetbalwedstrijden en theatervoorstellingen, lager ligt dan de meeste mensen zullen vermoeden. Vooral de binnenkomst, het weggaan en de pauze zijn riskante momenten. Het maakt ook uit of mensen

tijdens de pauze aan de bar iets bestellen of dat ze een uitgereikte lunch eten op hun stoel. Uiteindelijk is aan de hand van het eerder benoemde risicotaxatie-instrument in kaart gebracht hoeveel risico iemand per uur loopt: om corona te krijgen, in het ziekenhuis te belanden of zelfs te sterven. De belangrijkste voorwaarde voor het heropenen van evenementen is wel dat organisatoren een sneltest vragen van de bezoekers, hoewel dit achterwege kan worden gelaten voor zogenaamde Type I-evenementen in het stadion Waakzaam. Ook moet men zorgen voor een goede ventilatie en kan bij een hoge prevalentie de helft van de capaciteit benut worden. Bij het risiconiveau Zorgelijk kan echter onder voorwaarden 100% van de bezoekerscapaciteit worden benut. Mondkapjes zijn verplicht, in elk geval tijdens pauzes en andere momenten dat bezoekers gaan rondlopen.

Fieldlab Evenementen concludeert, naar aanleiding van de gehouden praktijktoetsen en aansluitende opschalingstesten, dat hogere bezoekersaantallen bij evenementen mogelijk zijn, zelfs bij een hoog risiconiveau. Daarnaast bepleit Fieldlab onder voorwaarden een 100% bezetting van de beschikbare capaciteit in het risiconiveau Zorgelijk, stap 4 in het openingsplan. Dat geldt voor alle type evenementen, zoals die door Fieldlab Evenementen zijn geformuleerd. Dat is de voornaamste conclusie van de onderzoeken die in de afgelopen maanden onder leiding van hoofdonderzoeker Andreas Voss van Radboudumc zijn verricht. De conclusies zijn vertaald in een concrete maatregelenmatrix. De Alliantie van Evenementenbouwers en Eventplatform roepen het kabinet op de conclusies te beoordelen en mee te nemen bij het formuleren van het beleid.

## Bronnen

- Still, G. K. (2014a) *Introduction to Crowd Science*. 1 edition, Boca Raton: CRC Press.

## Fieldlab Evenementen heeft een viertal soorten evenementen geformuleerd:

- Type I Binnen, Passief (Theatervoorstelling en Congres)
- Type II Binnen, Actief (Concert en Dance event)
- Type III Buiten, Actief (Voetbalwedstrijd)
- Type IV Buiten, Actief Festival (Dancefestival of Muziekfestival)

“

Hierdoor kan deugdelijke onderbouwing worden verkregen voor nieuwe regelgeving.

EUROVISION  
SONG CONTEST  
ROTTERDAM 2021

Welcome back!

# How's live?

Live muziek op zoek naar alternatieven

Peter van der Aalst is opleidingsmanager en docent Leisure & Events Management bij Breda University of Applied Sciences.

Corona sloeg voorjaar 2020 wereldwijd toe en verlamde de wereld van de live muziek. Touragenda's werden leeg geveegd, beloftevolle internationale carrières leken in de knop gebroken, inkomsten uit optredens vielen weg. En dat was niet best, want het geld wordt sinds lange tijd niet meer met de verkoop van muziek maar met live optredens verdiend. Creatieven zouden echter geen creatieven zijn, als er niet tóch een weg gevonden werd om met de nieuwe situatie om te gaan, contact met fans te houden en geld te verdienen.

## Nieuwe mogelijkheden voor supersterren en jong talent

Rapper Travis Scott was er snel bij. In april vorig jaar verscheen hij als avatar in Fortnite voor een show van amper tien minuten voor maar liefst 30 miljoen gamers. Volgens zakenblad Forbes heeft hij daarmee zestien miljoen euro verdiend aan de verkoop van merchandise, streaming van muziek en promotiefee betaald door Epic Games. Dat verdiende hij in 2019 ongeveer met twintig liveshows van ruim een uur. Nu dus met weinig inspanningen en investeringen in dure tours.

Na het succes van Travis Scott doken verschillende artiesten op in games als Minecraft en GTA en verplaatste het muzikale speelveld zich van de echte naar de virtuele wereld. Wave (www.wavexr.com), het mixed-reality concertplatform dat zich profileert met de slogan 'The show must go beyond; we bring people together through virtual entertainment', zette grote stappen met onder andere een interactieve TikTok show van The Weekend. Het verloop van de show was direct te beïnvloeden door de fans.

De Zuid-Koreaanse band BTS verdiende in juni 2020 met een livestream van één concert 17 miljoen euro uit ticketverkoop. Al snel werden

“

Het muzikale speelveld verplaatste zich van de echte naar de virtuele wereld.

de eenvoudige livestreams, het 1-op-1 streamen van concertregistraties zonder publiek, artistiek doorontwikkeld door sterren als Billie Eilish, Gorillaz en Dua Lipa. Billie Eilish zette de toon en creëerde met behulp van technologie een nieuwe virtuele concertbeleving, een wereld die live vooralsnog niet te evenaren is. Door de chatfunctie maakten fans deel uit van de totaalbeleving, die door miljoenen werd bijgewoond en die ongetwijfeld bijzonder lucratief was. Niet alleen omdat de tickets voor de livestream 25 euro kostten, maar ook omdat voor aanvang van het concert naar hartenlust online geshopt kon worden in de merchandise winkel.

Erykah Badu bouwde haar eigen streaming platform en deed direct zaken met haar fans, zonder commerciële tussenschakels. Ze streamde haar muziek live vanuit haar slaapkamer, verkocht nieuwe merchandise en verdiende volgens Forbes in een paar minuten tijd 100.000 dollar met de verkoop van 100 smoke kits, om de beleving van haar muziek te versterken.



Streamingdiensten als Disney en Netflix, voor veel mensen lichtpuntjes in het schrale aanbod van vrijetijds mogelijkheden in coronatijd, boden een relatief nieuw podium voor artiesten. Taylor Swift wist bijvoorbeeld de vruchten van corona via streamingdiensten te plukken. Ze creëerde een studio in haar eigen huis en filmde hoe ze samen met de door haar ingeschakelde muzikanten aan de slag ging. Dat resulteerde in een documentaire over een popartiest in coronatijd en een volledig nieuwe doelgroep van Taylor Swiftfans voor Disney. Win-win dus.

Ook beginnende Nederlandse artiesten veroverden afgelopen jaar volledig online de muziekindustrie, met miljoenen streams, gouden platen en tienduizenden fans op social media. Drillrappers Qlas & Blacka scoorden in maart 2020 met de track 'Corona' een grote hit en zitten inmiddels op meer dan 95 miljoen streams op Spotify. Ook jonge artiesten als

Yade Lauren en Froukje, die nog nooit een concert gegeven hadden, braken door. "Er is een hele online wereld. Dus voor mijn carrière maakt corona niets uit. Het is een goed jaar", aldus Yade, tot nu toe goed voor 113 miljoen Spotify-streams, op NOS.nl.

## Roadburn Redux

Sommige festivals vonden noodgedwongen een nieuwe vorm, althans voor de duur van de pandemie, die veel verder ging dan zomaar een livestream. Het Roadburn Festival, dat jaarlijks duizenden internationale fans van heavy muziek naar Tilburg trekt, ging als Roadburn Redux volledig online. Met unieke voor deze editie ontwikkelde artistieke content, op hoge kwaliteit gestreamd vanuit een tot professionele tv-studio omgebouwd 013. Om de trouwe bezoekers vanuit de hele wereld samen te kunnen brengen werd een digitaal platform ontwikkeld, waar bezoekers elkaar online konden ontmoeten. Het gratis online event trok ruim 78.000 unieke website bezoekers, de laatste live editie van Roadburn in 2019 trok ruim 15.000 betalende bezoekers.

## Wat blijft er over?

Volop online initiatieven dus, tijdens de coronalockdown, maar hoe zal de live muzieksector er na de pandemie voorstaan en wat zal er uiteindelijk van de ontdekte nieuwe mogelijkheden overblijven? Niet kunnen wachten om live te spelen of om als publiek van fysieke optredens te genieten, dat is toch wel een veelgehoorde verzuchting. Het Fieldlab testevent 538 in Breda ging na veel maatschappelijke onrust niet door, maar het is veelzeggend dat meer dan een miljoen mensen probeerden om één van de 10.000 tickets te bemachtigen.

Vooralsnog hebben de popzalen de pandemie met overheidssteun overleefd. In het najaar zal er vrijwel alleen Nederlands aanbod zijn, maar vanaf begin 2022 lijken de internationale tours weer op gang te komen. Als er geen nieuwe kinken in de kabel komen dan zou de sector zich moeten kunnen herpakken.

“

Het mixed-reality concert is een totaal ander belevingsconcept dat een eigen waarde en specifieke doelgroep heeft.

## Post-corona veranderingen in de sector

Er zal zeker blijvend en steeds slimmer ingespeeld worden op het verdienen via online aanbod, de pandemie heeft de zakelijke online ontdekkingsreis van de muziekindustrie flink versneld. De door corona gedreven ontwikkelde nieuwe artistieke content en daarbij behorende verdienmodellen bieden een structureel commercieel interessant perspectief voor grote artiesten. Livestreams, voor fans die bij de aanschaf van tickets achter het net visten of te ver weg wonen, zullen vast blijven bestaan. Maar ook voor de meeste grote artiesten zal de inspirerende kick en magie van live shows onmisbaar blijven. De vraag is tevens wie er betaalt voor een livestream van kleinere acts. En welk festival zal blijvend investeren in het bieden van een waardevolle en dus kostbare online variant, die mogelijk cannibaliseert op het publiek dat men live naar het festival wil trekken?

De mix van de gaming- en concertwereld, die grote artiesten via games of mixed-reality concert platforms als Fortnite en Minecraft en het Wave platform ontdekt hebben, zal zeker verder ontwikkelen en heeft veel potentie. Wave zegt vastbesloten te zijn om de wereld van online concerten spectaculair te vernieuwen. De mixed-reality concerten zijn geen vervanging voor de live beleving, het is een totaal ander belevingsconcept dat een eigen waarde en specifieke doelgroep heeft. Vooralsnog lijkt deze optie vooral aantrekkelijk voor grote artiesten en een relatief jong publiek te zijn, voor wie de virtuele wereld geen geheim kent. Deze doelgroep is snel afgeleid, gewend om te multi-tasken en zal vaak niet alleen voor de show komen, maar tegelijkertijd het event en een game beleven. Het publiek dat minder met de digitale realiteit heeft zal de voorkeur aan fysiek concert- en festivalbezoek blijven geven. Of misschien een livestream, als substituuat voor the real deal, die uitverkocht of te duur is of waarvoor te ver gereisd moet worden. Als de pandemie echter iets heeft blootgelegd, dan is het wel de diepgewortelde menselijke behoefte om fysiek samen te zijn, je ter plekke onderdeel van een community te voelen en samen iets mee te maken. Dat zal gelukkig nooit verdwijnen.

“

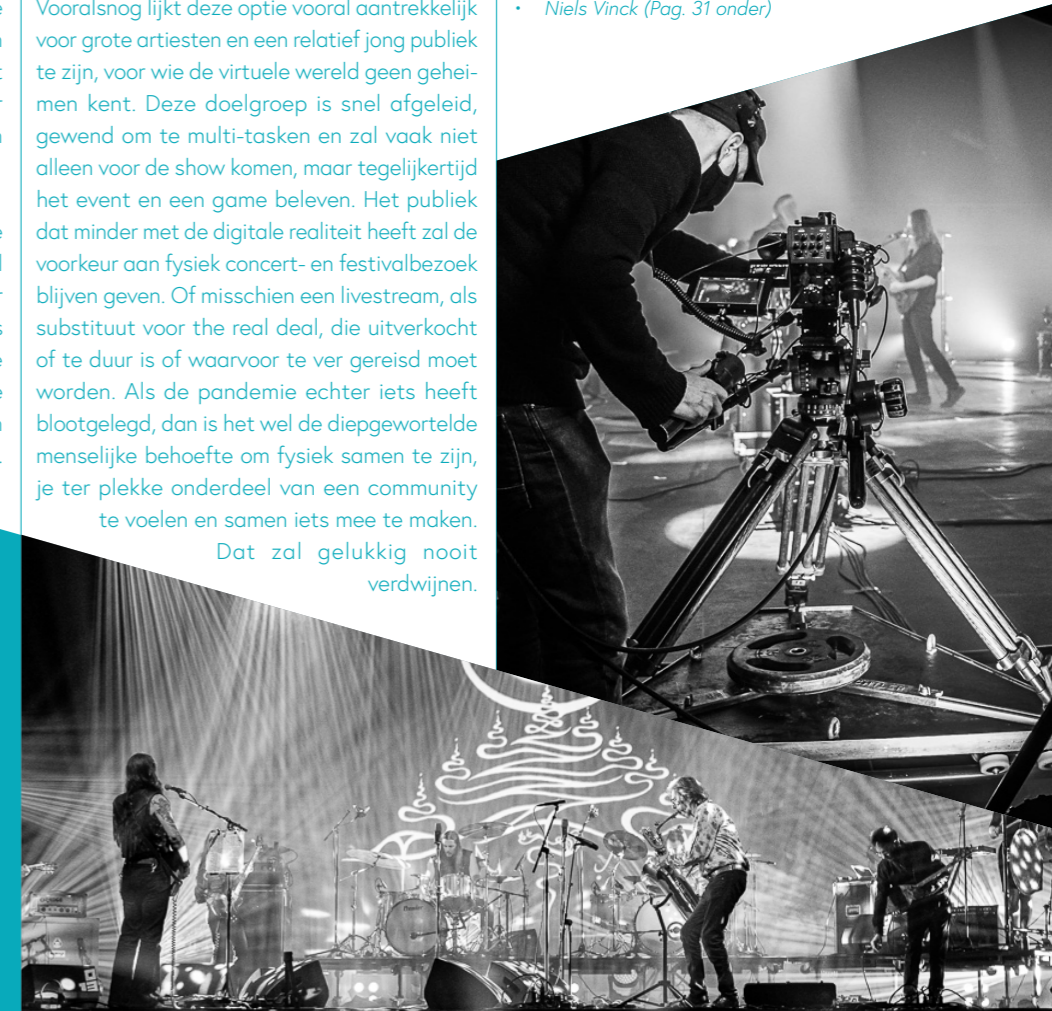
Door de chatfunctie maken fans deel uit van de totaalbeleving.

## Bronnen

- [www.forbes.com/sites/abrambrown/2020/11/30/how-hip-hop-superstar-travis-scott-has-become-corporate-americas-brand-whisperer](http://www.forbes.com/sites/abrambrown/2020/11/30/how-hip-hop-superstar-travis-scott-has-become-corporate-americas-brand-whisperer)
- [www.nos.nl/nieuwsuur/artikel/2366974-corona-artiesten-veroveren-muziekindustrie-met-miljoenen-streams](http://www.nos.nl/nieuwsuur/artikel/2366974-corona-artiesten-veroveren-muziekindustrie-met-miljoenen-streams)
- [www.rollingstone.com/pro/features/justin-bieber-the-weeknd-j-balvin-wave-concerts-1077941](http://www.rollingstone.com/pro/features/justin-bieber-the-weeknd-j-balvin-wave-concerts-1077941)
- [www.rollingstone.com/pro/features/music-business-changes-transformations-2020-1107373](http://www.rollingstone.com/pro/features/music-business-changes-transformations-2020-1107373)
- [www.volkskrant.nl/cultuur-media/de-grote-artiesten-hadden-stiekem-een-topjaar-met-livestreams-en-game-optredens](http://www.volkskrant.nl/cultuur-media/de-grote-artiesten-hadden-stiekem-een-topjaar-met-livestreams-en-game-optredens)

## Fotografie

- Alle beelden zijn van Roadburn Redux.
- Lotte Schrandler (Pag. 30 boven)
- Paul Verhagen (Pag. 30 onder)
- Paul Verhagen (Pag. 31 boven)
- Niels Vinck (Pag. 31 onder)





# Coronacrisis vergroot verschillen in sportdeelname

Tegenwind en rugwind voor verschillende vormen van sportbeoefening

Hugo van der Poel is directeur-bestuurder van het Mulier Instituut.

“

De fitnesssector is ontegenzeggelijk verzwakt, maar onderliggend een sector met veel potentie.

In coronatijd is a-sociaal gedrag het meest sociale gedrag dat je kunt vertonen: jezelf zoveel mogelijk isoleren, thuis blijven en direct contact met anderen vermijden. Daarmee is sporten in coronatijd voor een groot deel a-sociaal, want sport is meestal intensief fysiek contact met anderen. De verspreiding van het coronavirus gaat nog beter als voor de sportbeoefening moet worden gereisd en de sport binnen wordt beoefend, grote aantallen deelnemers en toeschouwers trekt en gepaard gaat met geschreeuw, gezang en gejuich. Dit zorgt voor een spagaat in het coronabeleid, want niet sporten heeft het gevaar in zich van teruglopende conditie, krachtverlies, eenzaamheid en overgewicht. Kortom, interen op onze gezondheid en bevattelijker worden voor (een ernstiger beloop van) Covid-19.

De gesignaleerde spagaat is terug te zien in het gedifferentieerde coronabeleid. Relatief snel is er versoepeld voor kinderen, sporten in de buitenlucht en gemiddelde topsport (voor de televisie, zonder publiek). Versoepelingen voor het binnen sporten,

bezoek en/of deelnemers trekkende sportevenementen, en competities met reisbewegingen moe(s)ten wachten. Voorjaar 2021 duurt deze situatie al meer dan een jaar en heeft het er alle schijn van dat die gaat voortduren tot eind zomer 2021. De vraag die opkomt is of de sport gaat terugveren naar de situatie van voor de coronacrisis of blijvend veranderd uit de crisis gaat komen?

## Tegenwind

Bepaalde delen van de sportsector ervaren de coronamaatregelen als sterke tegenwind. De aspecten van de sportsector die de meeste last hebben van tegenwind zijn de vormen van sport die worden gekenmerkt door (veel) verplaatsingen, grote deelnemers- en/of bezoekersaantallen, beoefening binnen, beoefening in teams, beoefening in competitieverband, hoge vaste exploitatielasten vanwege accommodatie en/of personeel in vaste dienst en (relatief) veel inkomsten uit losse (kaart- of kantine)verkoop. Hoe meer van deze aspecten zijn terug te vinden in een bepaald sportaanbod, hoe meer de coronamaatregelen hierop aangrijpen. Denk aan commercieel sportaanbod binnen (fitness), (zaal)sport in competitieverband (volleybal, basketbal), fysieke sportevenementen en de topsport, die afhankelijk is van start- en prijsgelden.

Hoe lastig het voor deze vormen van sportbeoefening zal zijn om terug te veren hangt af van de trendmatige stuwkracht achter de verschillende vormen van sport. Zo heeft de fitnesssector in 2020 een omzetverlies geleden van naar schatting 40 procent. Door kostenbesparing en opbrengsten uit steunmaatregelen zal de uiteindelijke schade kleiner zijn. Niettemin heeft de sector ingeteerd op eigen vermogen, meer schulden opgebouwd en zo'n 20 procent van het totale klantenbestand

verloren. De fitnesssector is daarmee ontegenzeggelijk verzwakt, maar onderliggend is het wel een sector met veel potentie, die gestuwd wordt door voor de sector gunstige trends, zoals digitalisering, individualisering en informatisering. De fitnesssector is verder binnen het sportaanbod relatief innovatief, adaptief en professioneel. Zijn aanbod speelt direct in op het (toenemend) belang dat mensen hechten aan gezondheid en een goed figuur, kent weinig risico's en is flexibel in hoe intensief, waar, wanneer en met wie je het beoefent. Kortom, dit is een vorm van sport waarvan je verwacht dat die terugveert als de tegenwind afneemt.

Dat ligt anders bij de traditionelere (verenigings)sporten in binnensportaccommodaties als sporthallen, gymzalen en zwembaden. Teamsportverenigingen binnen (volleybal, handbal, basketbal, korfbal) en racketsporten binnen (badminton, tafeltennis, tennis) zijn relatief klein en kampen al langer met teruglopende ledenaantallen en een negatieve spiraalbeweging. Verenigingen die kleiner worden krijgen problemen

“

Bij traditionelere verenigingssporten in binnensportaccommodaties komen negatieve ontwikkelingen in een versnelling.

“

Mensen hebben sportvormen ontdekt, wat waarschijnlijk over vijf of tien jaar toch was gebeurd.

met het vullen van teams. Als teams wegvallen, wordt het moeilijker een interessante competitie met gelijkwaardige teams te organiseren. Meer reistijd voor de resterende teams en leden maakt deelname aan de competitie onaantrekkelijker, waardoor teams en leden afhaken en de competitie nog verder wordt uitgedund. Bij minder leden stijgen de (vaste) kosten van de sport op verenigings- en bondsniveau en krijgen accommodaties last van onderbezetting, met mogelijk sluiting tot gevolg. In de tegenwind van de coronamaatregelen komen deze ontwikkelingen in een versnelling. Het is de vraag, als de tegenwind wegvalt, hoeveel veerkracht er is om met aantrekkelijk aanbod terug te komen.

Bij sportevenementen is net als bij fitness sprake van trendmatige stuwkracht. Er is zeker potentie om terug te veren wanneer je kijkt naar de vraag. Maar voor de organisatoren is wel van belang in welk scenario we terecht komen. Als Covid-19 endemisch is, af en toe oplaait door nieuwe mutaties en een voorbode is van nieuwe pandemieën, dan wordt het organiseren van grootschalige evenementen een risicovolle aangelegenheid, met kostprijsverhogende zaken als uitval van positief geteste atleten, hogere verzekeringspremies, toegangstesten en strengere hygiënemaatregelen. Ontwikkelt Covid-19 zich tot een beheersbare griep, dan komen we in een veel zonniger scenario en zal op termijn het aanbod van evenementen waarschijnlijk weer gaan lijken op dat van voor de coronapandemie.

## Wind in de rug

Er zijn ook vormen van sport die met de coronamaatregelen de wind in de rug hebben gekregen, zoals sport thuis, sport in openbare ruimte, e-sports en gemiddelde sportevenementen. Wat gebeurt hiermee als de rugwind wegvalt? Blijven ze groeien omdat ze profiteren van de stuwkracht van onderliggende trends, of blijkt dat ze profiteerden van het feit dat andere vormen van sport tijdelijk niet mogelijk waren?

Genoemde vormen van sport die in de coronatijd de wind in de rug hebben, groeiden over het algemeen al voor de coronapandemie in deelname. Te verwachten is dat ze na het wegvallen van de rugwind van de coronamaatregelen blijven profiteren van de stuwkracht van trendmatige ontwikkelingen als vergrijzing, individualisering, digitalisering en flexibilisering van tijd, plaats en gezelschap waarin wordt gesport. Zoals thuiswerken al lang werd voorspeld en nu, door omstandigheden gedwongen, in korte tijd normaal is geworden, geldt dat ook voor thuis sporten, e-sports en digitale competitie via apps als Runkeeper en Strava. Mensen zijn versneld vertrouwd geraakt met groepsles of yoga via een beeldscherm in hun eigen huis, en hebben bepaalde voordelen ervaren, zoals geen reistijd meer, niet bekeken worden en een grote mate van flexibiliteit. Of ze hebben een nieuwe sportfiets gekocht en ontdekt dat ze eigenlijk net zo lief wielrennen als hockeyen. Iets wat waarschijnlijk over vijf of tien jaar toch zou gebeuren, is bespoedigd door de coronamaatregelen.

## Verschillen in sportdeelname nemen toe

Intussen wijst het meeste onderzoek op een terugval in sporten en sportief bewegen in coronatijd. Er is wel groei in thuis sporten en sporten in de buitenlucht, maar die compenseert deze terugval niet. Hierbij neemt de al lang bestaande grote kloof tussen de groepen met verschillende sociaaleconomische status (SES-groepen) toe. Bij lage SES-groepen is de terugval in sporten en bewegen groter dan bij hoge SES-groepen. Meer dan ooit is de uitdaging de lage SES-groepen (weer) in beweging te krijgen, in het streven de grote gezondheidsverschillen tussen lage en hoge SES-groepen te verkleinen.

De Nederlandse Sportraad ziet dat de manier waarop de sport in Nederland is georganiseerd vooral de hoge SES-groepen aanspreekt, en stelt een Sportwet voor. Die wet maakt stimulering van sporten en sportief bewegen een publieke verantwoordelijkheid en moet leiden tot nieuw aanbod van sporten en bewegen dat de lage SES-groepen wél aanspreekt. Thuis sporten en sporten in de buitenlucht zijn twee vormen van sport en bewegen die niet alleen de wind in de rug hebben, maar ook interessant zijn voor een strategie gericht op het stimuleren van sporten en bewegen door lage SES-groepen. Ze zijn laagdrempelig, relatief goedkoop, flexibel te beoefenen en kunnen makkelijk georganiseerd worden door nieuwe partijen, zoals bedrijven, welzijnsinstellingen en de eerstelijnszorg. Een Sportwet helpt om het sportaanbod op lokaal niveau te borgen en proactiever in te zetten, als instrument in het kader van lokaal participatie- en preventief gezondheidsbeleid. De professionalisering van het

lokale sportaanbod kan worden bevorderd door opschaling van de al bestaande Brede Regeling Combinatiefuncties. Hiermee worden de zogenaamde buurtsportcoaches aangesteld, die zorgen voor op de doelgroepen aangepast aanbod. Inrichting van een bewegingsvriendelijke omgeving accommodeert en stimuleert de groeiende vraag naar sporten en sportief bewegen in de buitenruimte, zeker wanneer de prioriteit daarbij uitgaat naar de lage SES-wijken.

Bevordering van sportief bewegen draagt bij aan het verkleinen van de bestaande gezondheidsverschillen. De coronatijd maakt eens te meer duidelijk dat het van belang is dat de overheid hiervoor de publieke verantwoordelijkheid erkent en hier proactief beleid op ontwikkelt.

## Bronnen

- Nederlandse Sportraad (2020) *De opstelling op het speelveld. Naar een sterke sportbranche voor een vitale samenleving.* Den Haag: Nederlandse Sportraad.
- Pulles, I., Eldert, P. van, Nafzger, P. & Poel, H. van der (Red.). (2021) *Monitor Sport en corona III. De gevolgen van de coronamaatregelen voor de sportsector.* Utrecht: Mulier Instituut.
- Stam, W. van & Dool, R. van den (2020) *Sociale-economische status en deelname aan sport en bewegen van volwassenen (factsheet 2020/21).* Utrecht: Mulier Instituut.



“

Thuis sporten en sporten in de buitenlucht zijn geschikt voor het stimuleren van sporten en bewegen door lage SES-groepen.

# Sterke verbanden maken sportverenigingen toekomstbestendig

Overleven door maatschappelijke ruggensteun, loyale leden en het principe van verenigen

Resie Hoeijmakers is promovendus bij het Mulier Instituut en de Universiteit Utrecht en doet onderzoek naar factoren die van invloed zijn op de toekomstbestendigheid van sportverenigingen in Nederland.

De Nederlandse sportinfrastructuur leunt sterk op de 26.000 sportverenigingen verspreid door het land (CBS, 2020). Deze organisatievorm blijkt een veerkrachtig karakter te hebben. Met veerkracht wordt het vermogen van de vereniging bedoeld om de impact van de coronacrisis te absorberen en terug te veren naar de situatie van voor de crisis. Hoewel al sinds de jaren vijftig wordt geroepen dat de verenigingsvorm in gevaar en achterhaald is, zijn sportverenigingen nog steeds de meest voorkomende organisatievorm in de sport en bestaan veel verenigingen al meer dan honderd jaar. De coronacrisis, een van de roerigste tijden in de geschiedenis van sportverenigingen, legt een aantal overlevingsmechanismen bloot.

Het Mulier Instituut heeft in het afgelopen coronajaar vier onderzoeken uitgevoerd (op verschillende momenten in de periode van april 2020 tot en met april 2021) onder Nederlandse sportverenigingen om de gevolgen van de coronacrisis voor sportverenigingen in kaart te brengen. In het afgelopen jaar heerste bij sportverenigingen vooral onzekerheid over de duur, inhoud en consequenties van de beperkende maatregelen. Wel was vanaf het begin van de crisis duidelijk dat zij flink getroffen zouden worden en er veel gevraagd zou worden van de aanwezig veronderstelde veerkracht van sportverenigingen.

## Omvallen of terugveren?

Begin april 2020, toen alle sportverenigingen voor het eerst tot sluiting werden gedwongen, leek het voortbestaan van de verenigingen direct onder druk te staan. Vier op de tien sportverenigingen maakten zich (ernstige) zorgen over hun toekomst. Sportverenigingen waren

met name bezorgd om de abrupte inkomstenderving door de sluiting van de kantines en de opschorting van alle competities, toernooien en activiteiten, en over of hun leden zich loyaal zouden tonen aan de vereniging. Deze zorgen namen licht af gedurende de eerste helft van het coronajaar, toen versoepelingen plaatsvonden, maar bereikten een nieuw hoogtepunt toen verenigingen in het najaar van 2020 tot een tweede lockdown moesten overgaan: binnensportverenigingen en kantines moesten dicht en buiten mocht alleen op anderhalve meter afstand worden gesport.

De zorgen bij verenigingen bleken niet onterecht. Verenigingen kampten inderdaad met fikse inkomstenderving en leden van met name binnensportverenigingen, die het overgrote deel van de coronaperiode niet bij de vereniging konden sporten, zegden hun lidmaatschap op. Begin april 2021, als het vooruitzicht op opening en goed weer lonkt, nemen de zorgen bij verenigingen licht af en lijken de meeste verenigingen hun winterslaap overleefd te hebben. Begin april 2021 zegt 4 procent van de verenigingen op omvallen te staan. Voor andere verenigingen blijven de langetermijngevolgen spannend, aangezien bijna de helft van de verenigingen gedurende het coronajaar met ledendaling te maken heeft gehad.

## Groot vertrouwen in veerkracht

Wat op basis van de vier onderzoeken in het afgelopen coronajaar direct opvalt, is het onverminderd grote vertrouwen van bestuurders in de veerkracht van hun vereniging om de gevolgen van de coronacrisis te overleven. Dit optimisme lijkt logisch, aangezien verenigingen over het algemeen langlevende organisaties

zijn en veel ervan meer dan honderd jaar bestaan. Uit eerder onderzoek bleek dat sportverenigingen zich veerkrachtig toonden tijdens en na de economische recessie van 2008 door met creativiteit, contributieverhoging en de inzet van meer vrijwilligers de stijgende kosten en huurprijzen, lagere gemeentelijke bijdragen en dalende sponsor- en kantine-inkomsten op te vangen. Begin april 2021 hebben zeven op de tien verenigingen vertrouwen in hun veerkracht om de gevolgen van de coronacrisis te overleven.

## Maatschappelijke ruggensteun

Aan sportverenigingen worden veel maatschappelijke functies toegekend: ze brengen en houden mensen in beweging, ze zijn een plek voor saamhorigheid en sociaal contact, en ze stimuleren de ontwikkeling van democratisch gedrag. Om deze maatschappelijke functies te stimuleren en waarborgen kunnen sportverenigingen rekenen op ondersteuning vanuit de overheid en andere (sport)organisaties. Zo betalen veel verenigingen niet-marktconforme huurtarieven of ontvangen ze verenigingsondersteuning van (gemeentelijke) buursportcoaches en/of sportbonden. Deze maatschappelijke ruggensteun speelt een belangrijk rol tijdens de coronacrisis. Het kabinet heeft verschillende financiële maatregelen getroffen om sportverenigingen te ondersteunen, zoals opschorting van gemeentelijke huren en noodmaatregelen zoals de NOW, TVL en TOGS. De meeste verenigingen (zes op de tien) hebben hier dankbaar gebruik van gemaakt. Dit was noodzakelijk om de directe financiële problemen op te lossen. Bij verschillende sportverenigingen zorgden de potjes en besparingsmogelijkheden zelfs voor

een gemiddeld goed of beter financieel jaar. Zonder deze maatschappelijke ruggensteun zou de sportinfrastructuur er op dit moment ongetwijfeld anders voorstaan.

## Loyale en daadkrachtige leden

Andere belangrijke verklaringen voor de veerkracht van sportverenigingen zijn het feit dat zij gewend zijn om continu op zoek te gaan naar nieuwe (financiële) middelen, hun betrokken vrijwilligers en hun constructieve relatie met leden. Verenigingen zijn in hun voortbestaan afhankelijk van leden: leden betalen de contributies, zorgen voor de kantine-inkomsten, organiseren activiteiten en besturen de vereniging. Doorgaand ledenverlies is vaak de factor die uiteindelijk leidt tot het opheffen van een vereniging. Ook in het afgelopen coronajaar is het toekomstperspectief van sportverenigingen kwetsbaarder gebleken naarmate zij met ledendaling te maken hadden. Dit betekent dat de toekomst van sportverenigingen sterk afhankelijk is van de bindingskracht van leden en vrijwilligers. Uit onderzoek is bekend

dat leden van sportverenigingen over het algemeen trouwer zijn aan hun vereniging dan leden van bijvoorbeeld commerciële sportcentra. Dit is waarschijnlijk deels het gevolg van gemiddeld hogere contributies of lesgelden bij commerciële sportcentra, maar vooral ook van de sociale binding met en tussen leden die de sportvereniging kenmerkt. Waar bij commerciële sportcentra gezondheid het belangrijkste motief is om lid te zijn, spelen gezelligheid en sociale activiteiten bij sportverenigingen een belangrijke rol.

## Stimuleren van sociale binding

De sociale binding tussen leden en de vereniging lijkt geen gegeven te zijn, maar te kunnen worden gestimuleerd door acties en activiteiten. Zo blijkt uit onderzoek dat sportverenigingen die in het afgelopen coronajaar aandacht hebben besteed aan strategieën gericht op het behouden en werven van leden en/of vrijwilligers, over het algemeen minder met een daling van het aantal leden en vrijwilligers te maken hebben. Met name verenigingen die zich (ernstige) zorgen maken over de toekomst van de vereniging zeggen vaak en uitgebreid te communiceren met leden om hen deelgenoot te maken van wat speelt binnen de vereniging. Ook doen verenigingen in hun communicatie naar leden een beroep op hun clubgevoel om hun lidmaatschap niet op te zeggen, bieden zij alternatief sportaanbod aan en organiseren zij alternatieve sociale activiteiten, zodat leden hun lidmaatschap als waardevol blijven ervaren. Daarnaast is blijven communiceren met en betrekken van vrijwilligers in het afgelopen coronajaar belangrijk gebleken voor het onderhouden van de sociale binding.

## Verenigen als geheim wapen

Kortom, het belangrijkste overlevingsmechanisme gedurende de coronacrisis blijkt het geheime wapen van sportverenigingen te zijn: het principe van verenigen. Verbinden, samenkomen en elkaar blijven betrekken is doorslaggevend voor de veerkracht en over-

“

Begin april 2021 hebben zeven op de tien verenigingen vertrouwen in hun veerkracht om de gevolgen van de coronacrisis te overleven.

levingskracht van sportverenigingen. Hierdoor heeft het gebrek aan mogelijkheden om te verenigen in het afgelopen coronajaar bij veel verenigingen tot een onzekere toekomst geleid. Niet voor niets floreren de sportverenigingen die coronaproof zijn doordat er in de buitenlucht en met anderhalve meter afstand kan worden gesport, terwijl met name de binnensportverenigingen die het overgrote gedeelte van het afgelopen coronajaar gesloten zijn geweest, het meest voor hun toekomst vrezen. Belangrijk is dan ook dat sportverenigingen snel weer volledig open kunnen en in staat zijn een beroep te doen op het clubgevoel, de passie en de inzet van hun leden. Dat zal niet makkelijk zijn. De verhoogde werkdruk voor vrijwilligers door alle (veranderende) coronaprotocolen en -maatregelen en de verminderde bereidheid door angst voor het virus leggen een extra druk op de al aanwezige behoefte aan extra vrijwilligers. Laten we hopen dat het gaat lukken, zodat we kunnen blijven genieten van onze unieke Nederlandse sportinfrastructuur.

## Bronnen

- CBS (2020). *Sportclubs; personeel, exploitatie, ledental, gebruik accommodaties. Geraadpleegd op 3 mei 2021 via <https://www.cbs.nl/nl-nl/cijfers/detail/70256NED>.*
- Pulles, Van Eldert, Nafzger en Van der Poel (red.) (2021). *Monitor Sport en corona III. De gevolgen van de coronamaatregelen voor de sportsector.* Utrecht: Mulier Instituut.

“

Leden van met name binnensportverenigingen zegden hun lidmaatschap op.



“

De toekomst van sportverenigingen is sterk afhankelijk van de bindingskracht van leden en vrijwilligers.

# Herinnering en beleving

Vrije tijd voor ouderen met dementie en meervoudig gehandicapten

Marco van Leeuwen is senior docent, onderzoeker en beleidsadviseur op het gebied van ethiek, duurzaamheid en de filosofie van de psychologie bij Breda University of Applied Sciences



Als een fles frisdrank, hevige geschud maar met de dop nog stevig vastgeschroefd, hebben veel mensen na ruim een jaar coronabeperkingen een gevoel dat 'knaldrang' genoemd wordt: zodra die dop los gaat, zal het daadwerkelijk 'los gaan'. Veel mensen willen zo snel mogelijk terug naar het oude normaal: het bezoeken van festivals, feestjes, attractieparken en sportclubs, en het flaneren door drukke winkelstraten vol funshoppers. Dit gevoel is goed te begrijpen, maar het is wel belangrijk te zien dat de genoemde vrijetijdsactiviteiten toegankelijk zijn voor mensen die min of meer gezond zijn, enig geld te besteden hebben, en zelf kunnen besluiten wat ze willen doen.

Via een tweetal casussen wordt hier getoond dat er kwetsbare doelgroepen zijn buiten de groep jonge, kapitaalkrachtige en beslisvaardige consumenten, die ook aan vrijetijdsbesteding willen doen, maar dat de vorm waarin dat kan anders is dan 'normaal'. De impact van de coronabeperkingen is voor deze groepen vaak nog groter.

## Football Memories

De jongere, meer zelfredzame gepensioneerden zijn vaak in staat om na het beëindigen van hun carrière actief te blijven, en houden zo hun sociale netwerk op peil, vooral via vrijetijdsactiviteiten zoals clublidmaatschap of vrijwilligerswerk. Er is ook een groep ouderen die kwetsbaarder is, die te kampen heeft met eenzaamheid, en het moeilijk vindt dat proces van toenemende sociale isolatie te doorbreken. Arjen Pijfers heeft enige jaren geleden 'Football Memories' bij de Tilburgse voetbalclub Willem II geïntroduceerd, om sociaal geïsoleerde ouderen te helpen.

Het concept van 'Football Memories' is dat eenzame ouderen, regelmatig ook met



beginnende dementie, in tweewekelijkse bijeenkomsten in het stadion van hun favoriete club, bijeen komen om voetbalherinneringen op te halen. Voor (beginnend) dementerenden is het geheugen vaak broos, met name wat kortetermijnindrukken betreft, maar het langetermijngeheugen is doorgaans nog een rijke bron van verhalen en gedeelde emoties van overwinning, verlies en kameradschap. Zeker waar het de voetbalclub betreft waarmee ze hun hele leven al lief en leed gedeeld hebben. In de bijeenkomsten stimuleren vrijwilligers, regelmatig ook mantelzorgers, partners of andere familieleden, laagdrempelige gesprekken. En met toonmateriaal (bijvoorbeeld krantenknipsels, spelersfoto's, clubsjaaltjes) wordt bij de deelnemers die passie voor hun club gereactiveerd. Vaak zie je de deelnemers (in hun normale situatie in zichzelf gekeerd, vereenzamend, steeds minder actief en cognitief vaardig) opleven en vrolijk verhalen van vroeger ophalen. Op deze eenvoudige manier wordt het welzijn van de deelnemers versterkt. Het plezier tijdens de bijeenkomsten werkt inspirerend voor henzelf én voor hun partners en verzorgers. Het geheugen wordt getraind en sociale contacten worden gevormd. Voor dementerende ouderen is de achteruitgang niet te stoppen, maar op

“

De tragiek voor de doelgroep is dat de weinige mogelijke activiteiten vrijwel helemaal stil zijn komen te liggen.

deze manier wel te vertragen, en de kwaliteit van leven wordt danig verhoogd.

De tragiek van Covid-19 voor deze doelgroep is dat de weinige activiteiten die nog mogelijk waren, vrijwel helemaal stil zijn komen te liggen. Dagbestedingsactiviteiten buiten de eigen bubbel zijn uitgesloten. De kwetsbare gezondheid van veel deelnemers staat het absoluut niet toe dat fysieke 'Football Memories'-bijeenkomsten georganiseerd worden terwijl het virus nog een gevaar vormt. De overgang naar vervangende activiteiten online is maar heel beperkt mogelijk voor deze groep. Behalve het feit dat slechts een enkeling digitaal vaardig is, is de kracht van het bij elkaar aan tafel zitten en samen praten, lachen en luisteren online nagenoeg afwezig. Andere initiatieven, zoals het bellen van deelnemers, ansichtkaarten versturen, online interviews met oud-spelers, dekken maar zeer ten dele de behoefte af.

De post-corona-herstart van fysieke bijeenkomsten is bijzonder gewenst, maar zal helaas

voor een deel van de deelnemers van vóór corona te laat komen: zij zijn ver achteruit gegaan of inmiddels overleden. Het positieve vooruitzicht is dat het 'Football Memories'-concept flink uitgebreid wordt. De Stichting Football Memories, de Eredivisie, de Keuken Kampioen-divisie en Stichting Alzheimer Nederland hebben een project opgezet om dit concept bij betaald-voetbalclubs door het hele land te introduceren. Grote clubs hebben vaak een stichting die maatschappelijke programma's ontwikkelt, zodat ze via hun uitstraling, slagkracht en organisatievermogen een positieve invloed kunnen uitoefenen op hun omgeving.

## DreamDiVR

Een andere, zeer diverse doelgroep die veel last ervaart van de coronabeperkingen betreft mensen met een fysieke en/of verstandelijke beperking. Vooral dat deel van de doelgroep dat te maken heeft met complexere beperkingen en in een zorginstelling woont heeft weinig mogelijkheden om buiten de instelling passende vrijetijdsactiviteiten te ondernemen. Zelfs in normale omstandigheden vergen recreatieve activiteiten voor deze doelgroep zorgvuldige planning en intensieve begeleiding. Voor mensen in een rolstoel is de toegankelijkheid van faciliteiten een belangrijke factor. Voor mensen met een stoornis in het autismespectrum moet er met de keuze voor activiteiten rekening gehouden worden met het risico op overprikkeling.

De vernauwing van vrijetijdsoplossingen vanwege corona heeft in deze gevallen grote impact. Vanwege de uitdagende logistiek van uitjes voor de groep met meervoudige beperkingen is een zorgvakantie in een gespecialiseerd vakantieoord vaak het brandpunt van de vrijetijdskalender. Het is juist dit soort activiteiten dat vanwege corona onmogelijk is. Ook kleinere evenementen (hobbyclubs en feestavonden) en kortere excursies buiten het instellingsterrein zijn slechts zeer beperkt mogelijk.

Zodra geschikte activiteiten na corona weer toegankelijk zijn voor deze groep, zal er ook weer ruimte zijn voor 'DreamDiVR',

“

DreamDiVR is een innovatieve vorm van zwemtherapie: een 'serious game' met een fantasievolle knipoog.

een innovatieve vorm van zwemtherapie die ontwikkeld wordt door Michael de Ridder, Kick Willems en Jeroen van Silfhout, en gebruik maakt van een waterbestendige virtual-reality-bril. Voor de hierboven omschreven doelgroepen is onder begeleiding zwemmen in een daarvoor geschikt (therapeutisch) bad een activiteit met verschillende positieve effecten. Voor mensen die vanwege hun beperking te weinig (kunnen) bewegen biedt het verminderde gewicht in het water een manier om alsnog lichamelijk actief te zijn. Voor mensen die snel overprikkeld zijn, biedt het water een ontspannende omgeving.

De fysieke sensatie van het water, en de oefeningen en hulp van de begeleider bieden al prettige indrukken; de DreamDiVR-bril kan deze belevingen verrijken met beelden van koraalriffen en veelkleurige tropische vissen. Deze beelden kunnen echt zijn (gefilmd met 360-gradencamera's in Burgers' Zoo in Arnhem of op duiklocaties in het wild), of geanimeerd, en dan zijn interactieve scenario's in een therapeutische of recreatieve context mogelijk. De DreamDiVR maakt zo belevingen toegankelijk die anderszins onbereikbaar zijn voor deze doelgroep; met verschillende beelden (rustgevende of stimulerende) of verschillende spelvormen (zoals volg de dolfijn, zoek de zeesterren) kan er een therapeutisch programma opgesteld worden dat helemaal afgestemd is op de specifieke zorgvraag van het individu: een 'serious game' met een fantasievolle knipoog.

Voor die situaties waarin een therapeutisch bad lastig bereikbaar is, is tevens een 'landvariant' van de onderwatervaring ontwikkeld. De 'zwemmer' kan op een groot, zacht luchtkussen gelegd worden, en met decorwanden, vissen en onderwaterplanten als decorstukken, en passende licht- en geluidseffecten, kan ook een beleving gecreëerd worden. De hele installatie is op locatie op te bouwen, maar wederom geldt dat dit slechts mogelijk is zodra de coronamaatregelen versoepeld zijn.

## Na Covid-19

De Ridder, Willems en Van Silfhout geven aan dat ze verwachten dat de maatschappijbrede ervaring met coronabeperkingen ertoe zal leiden dat meer mensen zich kunnen inbeelden wat het betekent voor

“

Het plezier tijdens de bijeenkomsten van Football Memories werkt inspirerend voor henzelf én voor hun partners en verzorgers.

mensen om permanent met beperkingen te maken te hebben. Als we daardoor beter kunnen zorgen voor de meest kwetsbaren (waaronder mensen met fysieke en mentale beperkingen, eenzame ouderen en dementerenden) en kunnen blijven werken aan innovatieve manieren waarop we die groepen het plezier en de verbeterde levenskwaliteit van fijne vrijetijdservaringen kunnen geven, hebben we alsnog iets waardevols geleerd.

Hier ligt een inhoudelijk zeer belangrijk gebied voor de vrijetijdspromotor: de combinatie van welzijn, gezondheid, zorg, en de samenwerking van burgers, overheid, (sport-)verenigingen en organisaties die samen waardevolle processen vormgeven. Je zou dit soort samenwerkingsverbanden 'welzijnsnetwerken' kunnen noemen. Om dit soort netwerken goed te kunnen aansturen is kruisbestuiving van competenties nodig als stakeholdermanagement, projectmanagement, innovatie, inzicht in welzijn als maatschappelijk-psychologisch fenomeen en een therapeutische sensitiviteit voor kwetsbare groepen. 'Football Memories' en 'DreamDiVR' zijn de voorbeelden die ons alvast laten zien hoe dat moet.

## Bronnen

- [www.footballmemories.nl](http://www.footballmemories.nl)
- [www.deridder.nu](http://www.deridder.nu)
- [www.dreamdivr.nl](http://www.dreamdivr.nl)

## Fotografie

- Football Memories Toin Damen (Pag. 36/37)



# 'Het is maar verf'

Over de kracht en impact van Blind Walls Gallery

Kristel Zegers  
&  
Dennis Elbers



Dennis Elbers is oprichter en directeur van Blind Walls Gallery. Kristel Zegers is docent en onderzoeker Leisure Studies bij Breda University of Applied Sciences en bestuurslid van Stichting Blind Walls Gallery.

Door toenemende druk van de commercie wordt de publieke ruimte van veel binnensteden steeds homogener. In Breda is er een tegenbeweging, daar geven muurschilderingen van Blind Walls Gallery de stad een eigen identiteit. Lokale verhalen vormen de inspiratie voor muurschilderingen door internationale kunstenaars; de teller staat inmiddels op ruim 100. Iedere schildering genereert tal van waarden: stimuleert gesprek, trekt bezoekers, verandert ongewenst gedrag, draagt bij aan kennis van geschiedenis, geeft de kunstenaar een nieuw podium, brengt bewoners bij elkaar, maakt mensen trots, draagt bij aan de kwaliteit van leefomgeving of is een te gekke achtergrond voor een selfie op Instagram.

## Kwaliteit van publieke ruimte

Het belang van onze publieke ruimte is afgelopen jaar extra zichtbaar geworden. De lockdown dwong tot thuisblijven, thuiswerken en thuisonderwijs. En daarom ook tot de wens om even aan de vier muren van het huis te ontsnappen en naar buiten te gaan. De publieke ruimte werd dan ook volop gebruikt: om te sporten, te spelen, te oefenen, te wandelen, muziek te maken en om op anderhalve meter afstand iemand te ontmoeten. Zeker als je zelf weinig buitenruimte hebt, waardeer je een aantrekkelijke publieke ruimte des te meer. Dan is het prettig om te zien dat initiatieven als Blind Walls Gallery je anders laten kijken naar die publieke ruimte, je verleiden om achterafstraatjes te pakken en je laten nadenken over de geschiedenis van de stad. Een ommetje

waarin je visueel geprikkeld wordt en de stad op een andere manier beleeft. Een mooi tegenwicht aan opgeschoonde binnensteden waar consumptiecultuur de boventoon voert.

Al langer is de rol van vrijetijd, events, kunst en cultuur als drager van ruimtelijke kwaliteit onderwerp van onderzoek. Na jaren waarin ze primair ingezet zijn als instrument voor het aantrekken van de creatieve klasse, bedrijven en toeristen - het 'op de kaart zetten' van de stad middels spektakel, iconische gebouwen en citymarketing - is de keerzijde van deze strategie inmiddels zichtbaar: onbetaalbare en gesegregeerde binnensteden, gedysneyfiseerd of gegentrificeerd, waarin weinig spontaan meer te ontdekken is, met een publieke ruimte die meer en meer gecommmercialiseerd en gepriyatiseerd is.

In plaats van een focus op korte termijn impact, wordt in toenemende mate gepleit voor een lange termijn strategie die een holistische benadering van placemaking hanteert. Hiermee wordt bedoeld dat er aandacht is voor zowel de fysieke stad, als de manier waarop de stad wordt ervaren en beleefd door gebruikers én hoe de stad middels symbolen en merken verbeeld wordt (zie Richards 2016 naar analogie van Lefebvre en Soja). Gezamenlijk 'maken' deze drie elementen een plek, vandaar de term placemaking. In de verbinding van deze drie elementen van plaats kan vrijetijd, events, kunst en cultuur een rol spelen. Immers, de kracht van deze sectoren is dat ze "betekenis aan plekken toekennen en op creatieve manieren zorgen dat deze betekenissen ingebed worden, waardoor ze aansluiten bij de wensen en capaciteiten van de stad" (Richards, 2016. p 12). Goede placemaking geeft een fysieke plek dusdanig vorm dat de ervaring van die plek betekenis krijgt voor bewoners en gebruikers. Een initiatief als Blind Walls Gallery slaagt erin een muur (fysieke plek) te koppelen aan

een lokaal verhaal (verbeeld in de schildering) waardoor de plek betekenis krijgt.

## Ontstaan en ontwikkeling

Na ruim een jaar soebatten worden in 2014 de eerste verfstreken op de muren rondom Mols Parking gezet. Als onderdeel van het Graphic Design Festival Breda (sinds 2017 Graphic Matters) wordt een eerste semi-permanente artistieke interventie uitgevoerd op deze 'vergeten' plek. Voor de organisatie is het een zenuwlopend moment. De lokale regelgeving geeft weinig ruimte voor dergelijke projecten en niet alle pandeigenaren hebben gereageerd op het toestemmingsverzoek. Het motto 'het is maar verf' stond klaar als repliek op boze handhavers, parkeerplaatsbeheerders en pandeigenaren. De reacties van voorbijgangers waren van een ander kaliber dan verwacht: ze waren verrast, blij en voelden zich veiliger door de schilderingen in de donkere steeg. Dergelijke spontane en oprechte reacties krijgen een kunstenaar niet in een museum. De 'white cube' is sowieso een plek waar de organisatie zich graag aan onttrekt. Kunst aanbieden op een onverwacht moment, op een toegankelijke locatie in een context, daar is het om te doen.

Na de eerste vijf schilderingen drong het bij de ambtenaren door dat deze werkwijze effectiever was

“

Goede placemaking geeft een fysieke plek dusdanig vorm dat de ervaring van die plek betekenis krijgt voor bewoners en gebruikers.

“

Het meest ultieme lockdown product is wellicht een Blind Walls Gallery puzzel van 1000 stukjes.

om de stad aanzien te geven dan graffiti voortdurend verwijderen. Nog een editie van het Graphic Design Festival zorgde ervoor dat er eind 2015 genoeg muurschilderingen waren, om er een doorlopend en zelfstandig project van te maken. Blind Walls Gallery werd opgericht. Niet alleen om schilderingen te maken, maar vooral ook om de verhalen achter de schilderingen te delen. Met een groei van twaalf muurschilderingen per jaar bleek een eerste papier plattegrond al snel verouderd. Avonds studenten bouwden een app en tijdens 3FM Serious Request in 2016 werden voor het eerst rondleidingen georganiseerd. Na het ontvangen van de Brabantse Erfgoed Prijs in 2017 - voor het op hedendaagse wijze ontsluiten van immaterieel erfgoed - werden er steeds meer blinde muren aangeboden door betrokken Bredanaars. De combinatie van lokale verhalen en internationale kunstenaars raakt de stad. Vanuit de binnenstad verspreidde Blind Walls Gallery zich richting de wijken.

## Werkwijze

Voor elke muurschildering is samenwerking met een groot aantal stakeholders nodig; diverse afdelingen binnen de gemeente, wooncorporaties, projectontwikkelaars, vastgoedeigenaren, bewoners, omwonenden en de meest uitdagende: vve's. Ze

“

Voorbijgangers waren verrast, blij en voelden zich veiliger door de schilderingen in de donkere steeg.



worden betrokken bij de keuze voor de locatie, het onderzoek naar verhalen, de selectie van de kunstenaar, het ontwerp, de uitvoering en financiering. Pas als na veel overleg het vertrouwen gewonnen is, en vooringenomen beelden uit de gedachten van de stakeholders gewist zijn, kan een kunstenaar aan het werk. Dit duurt over het algemeen maar een week. In andere steden waar veel street art voorkomt, zit het werk er dan op. Maar voor Blind Walls Gallery is dit het moment waarop we ons onderscheiden. De verhalen achter en over de schildering worden ontsloten via de pers, website, bijschriften, audioguides, plattegronden, rondleidingen, educatieve projecten en natuurlijk social media. Ook betrokken stakeholders dragen bij. Zo vertellen bewoners passerende kijkers spontaan over 'hun' muurschildering en bood de gemeente alle Brabantse parlementariërs een ingelijste foto en rondleiding aan. Bezoekers delen massaal hun foto's online en zo worden de verhalen verder verspreid vanuit trots, passend bij de eigen identiteit. De schaal van Breda draagt bij aan het succes: al wandelend of fietsend is de collectie te zien.

De collectie zorgt ook voor kansen op het gebied van ondernemerschap. Zelfs of wellicht juist dankzij corona; tijdens de lockdown maakte de organisatie een groei door. In plaats van twaalf geplande muurschilderingen, werden er in 2020 twintig gerealiseerd. Fysieke rondleidingen waren niet of beperkt mogelijk, waarop audioguides en tour-it-yourself-tassen werden ontwikkeld. Dat de muurschilderingen voorzien in de behoefte aan inspirerende ommetjes blijkt dagelijks uit het aantal keren dat routes online worden opgevraagd en QR codes naast het werk worden gescand. Zelfs in de wintermaanden waren er ieder weekend ruim 300 individuele gebruikers, die vaak samen met één of meerdere mensen aan het wandelen waren. Een museum op straat is nooit gesloten. Het 5-jarig bestaan werd gevierd met een jubileumboek, waarvan de eerste oplage in één week uitverkocht. Ook andere producten zoals T-shirts en caps zijn inmiddels te koop. Het meest ultieme lockdown product is wellicht een

Blind Walls Gallery puzzel van 1000 stukjes

## Meer dan verf

Steeds vaker vragen overheden om advies, bieden eigenaren een muur aan en willen gevestigde culturele instellingen en merken samenwerken. Dit kan alleen succesvol zijn indien de samenwerking ook inhoudelijke meerwaarde oplevert op het gebied van artistieke ontwikkeling en impact op de kwaliteit van de leefomgeving. Dit alles met het oog op ons hogere doel 'Hét Museum op Straat' te zijn.

De coronatijd heeft het belang van een goede publieke buitenruimte voelbaar gemaakt. Blind Walls Gallery creëert tal van waarde en draagt bij aan placemaking. Het is van belang dit in samenhang te zien en uit te dragen, zodat zichtbaar wordt dat Blind Walls Gallery zoveel meer is dan verf.

## Bronnen

- Richards, G. (2017). From place branding to placemaking: the role of events. *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 8 No. 1, pp. 8-23. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-09-2016-0063>

## Fotografie

- Buro Duizend Dingen (Pag. 38 kaders)
- Edwin Wiekens (Pag. 38 achtergrond)
- Rob Lipsius (Pag. 39)



# Samenwerkplaatsen, samen bouwen aan de toekomst van de wijk

Urban Living Lab Breda (ULLB) exploreert nieuwe wegen in stedelijke samenwerking

Ger Pepels is docent en onderzoeker Leisure & Events bij Breda University of Applied Sciences en kwartiermaker ULLB. Henk Schol is kwartiermaker ULLB, journalist, onderzoeker, dagvoorzitter en moderator. Marc Holvoet is docent en onderzoeker Built Environment & Logistics bij Breda University of Applied Sciences, eigenaar Nieuwbruut en kwartiermaker ULLB.



De duurzame sociale, ecologisch en economische ontwikkeling stelt Breda voor een substantiële uitdaging. Qua brede duurzame ontwikkeling (VNG 2020) neemt Breda overall de 204e plaats van 355 gemeentes in, voor het sociale kapitaal zelfs de 290e. Ook de Rekenkamer Breda laat zien dat de maatschappelijke ontwikkelingen bewoners en ook wijken in sterk uiteenlopende mate raken (Segregatie in Breda, 2021). Toch blijkt in tijden van corona dat bewoners in een sterk getroffen stad als Breda ook op elkaar aankunnen. Met de groeiende impact van de 'grote' transitievraagstukken zoals energie, klimaat en inclusie, staat de stad voor grote uitdagingen.

Dit artikel belicht de bijdrage die Urban Living Lab Breda (ULLB) wil brengen, in het bijzonder in haar Samenwerkplaatsen. ULLB wil bijdragen aan de gelijkwaardige verbinding van alle betrokkenen in de stad. In Samenwerkplaatsen staan de gelijkwaardige interacties van alle betrokkenen op wijkniveau centraal.

## ULLB

In ULLB werken uiteenlopende partijen aan verschillende programma's zoals: Nieuwe economie, Duurzame stad en Stad als community. ULLB stelt zich rondom de gezamenlijke transitievraagstukken op als actieve verbinder van inwoners, overheid, maatschappelijke organisaties, onderwijs en bedrijfsleven, en gaat op zoek naar nieuwe oplossingen voor een duurzame wereld en inclusieve samenleving. ULLB nodigt in Samenwerkplaatsen nadrukkelijk inwoners uit om vanaf de start mee te werken

aan nieuwe oplossingen voor een duurzame, gezonde, leefbare en voor iedereen toegankelijke stadssamenleving.

## Transformatieve sociale innovaties centraal

De aanpak van de geschetste uitdagingen vraagt de betrokkenheid van velen, zo niet allen. Samenwerkplaatsen verbinden grote maatschappelijke uitdagingen aan uitdagingen die ook op lokaal niveau herkenbaar zijn, zoals ongelijke kansen en uitsluiting. Samenwerkplaatsen richt zich op het mobiliseren van alle maatschappelijke krachten op een gelijkwaardig speelveld: bewoners en bewonersinitiatieven naast de overheid, bedrijven en maatschappelijke organisaties. De start is gemaakt in de wijken Hoge Vucht, Doornbos Linie, Schorsemlen en Fellenoord in september 2020.

De burger is als bewoner echter lang niet altijd direct betrokken bij de ontwikkeling- en besluitvormings- en uitvoeringstrajecten, zelfs niet bij onderwerpen die direct de eigen leefomgeving raken.

Samenwerkplaatsen willen de stedelijke dialoog over de brede verduurzaming structureel veranderen door ervoor te zorgen dat de bewoners ook direct kunnen bijdragen, naast de stem via de representatieve democratie. De aandacht van de inspanningen richt zich daarbij op het creëren van fundamenteel nieuwe relaties tussen de maatschappelijke actoren (governance). Afhankelijk van het onderwerp zullen ook technologische innovaties een rol spelen,

zoals bij de energietransitie en nieuwe vormen van stedelijke landbouw, maar deze vormen niet het startpunt van de zoektocht.

## Projecten overzicht ULLB

●		Samenwerkplaatsen
●		
●		
●		

Technische innovaties      Socio-technische innovaties      Innovaties van het sociale

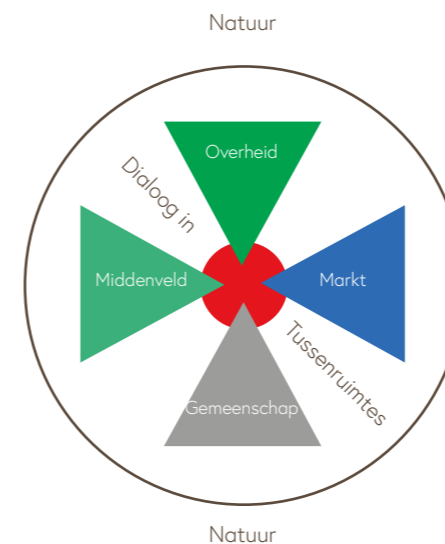
- Transformeren
- Verbeteren
- Lereren
- Begrijpen

Figuur 1 Samenwerkplaatsen

De aandacht in Samenwerkplaatsen gaat uit naar de ondersteuning van de bewoners en de gemeenschap bij de versterking van zowel de onderlinge dialoog als naar de dialoog met de institutionele spelers als de overheid, maatschappelijk middenveld en bedrijven.

Rond uiteenlopende vraagstukken (in figuur 2 verbeeld als rode stip), zoals de zorg voor

elkaar, de kwaliteit van de fysieke ruimte en de verduurzaming van de woningvoorraad, is het van belang en mogelijk om bewoners in verschillende rollen te betrekken. Natuurlijk blijft de bewoner gebruiker, maar steeds vaker kan hij/zij ook co-producent zijn. Tijdens Covid-19 traden vele bewoners naar voren om in onderlinge dienstverlening zelf zaken voor elkaar in de gemeenschap te regelen, waar zowel overheid, marktpartijen als maatschappelijke organisaties het lieten afweten.



Figuur 2 Gelijkwaardig maatschappelijk speelveld (Pepels 2020)

Afhankelijk van het vraagstuk zullen actoren meer of minder betrokken zijn bij een onderwerp en uiteenlopende rollen aannemen. Steeds vaker blijkt het relevant te zijn om ook de natuur als een relevante actor te zien.

## Kwetsbare wijk op zoek naar verbeterkracht

Breda-Noord, specifiek het stadsdeel Hoge Vucht, betitelen zowel de lagere als de centrale overheid als een kwetsbare wijk. Komende jaren investeren ze daar in verbetering van leefbaarheid en veiligheid. Het Rijksproject 'kwetsbare wijken' en de gemeentelijke inzet 'Verbeter Breda' - dat de hele stad betreft - komen hier samen.



ULLB is een initiatief van kwartiermakers uit Breda en het hoger onderwijs (Avans en BUAs).

Hoge Vucht is een stadsdeel dat de afgelopen jaren almaar verder op achterstand is geraakt bij het welvarender deel van Breda (Rekenkamer, 2021). Onderdelen van het probleem van kwetsbaarheid zijn het betrekkelijk hoog aandeel sociale huurwoningen, beschikbaar voor lage inkomens, en daarmee deels samenhangende de hoge graad van (multi)problematiek in huishoudens.

De wijkraad Breda-Noord is van mening dat de lokale politiek de wijk de facto in de steek heeft gelaten en dat welzijnswerk weinig heeft kunnen bijdragen. Derhalve vindt de wijkraad dat het nu aan bewoners zelf is om een agenda voor de toekomst te ontwikkelen die perspectief kan bieden. Daarbij gaan ze samenwerking niet uit de weg. Integendeel, maar de raad eist wel een hoofdrol op voor de wijk zelf.

De weg naar zo'n agenda is geplaveid met vele drempels. Het is in deze multiculturele, voorsnog versplinterde wijk, die - naar het gevoel van veel wijkbewoners - geregeld een nogal willekeurige of weinig betrouwbare behandeling heeft gekregen van de overheid, lastig bewoners te mobiliseren. Deels zijn er frustraties, veel mensen is nog nooit duidelijk geworden dat ze iets te vertellen kunnen hebben. Er is dus eerst een enorm opbouwkarwei te verrichten.

## Bijdrage van ULLB

Daarvoor heeft de wijkraad de hulp ingeroepen van ULLB. Middels enkele verkennende acties en onderzoeken op specifieke thema's door studenten zijn de eerste buurtbewoners betrokken. Deze activiteiten van studenten zijn slechts eerste stappen in de mobilisatiestrategie die de wijk beoogt.

Wel zijn intussen mensen gemobiliseerd voor digitale wijkbijeenkomsten. Eén bijeenkomst handelde over bouwplannen rond een voor-malige buurttuin. Buurtbewoners hebben hierover in een eerste consultatieronde hun opvattingen en ideeën gedeeld met de wijkraad en de eigenaar van de grond, een lokale woningbouwcorporatie. Ook raadsleden namen deel aan de consultatie.

In de tweede wijkbijeenkomst is op initiatief van de wijkraad de aftrap van het bredere verbeterproces 'Verbeter Hoge Vucht' gegeven met als doel groepen bewoners te interesseren en te mobiliseren om hun eigen toekomstagenda voor de wijk te maken. Na een korte toelichting op de plannen rond 'Verbeter Breda' door burgemeester Depla, gingen ruim 60 bewoners op een waarderende manier in gesprek over de beleving van de leefbaarheid van de wijk en de verbeterpunten. Gemeenteraadsleden, vertegenwoordigers van woningbouwcorporaties en andere maatschappelijke organisaties luisterden mee.



De aanpak vraagt de betrokkenheid van velen, zo niet allen.

## Asset-Based Community Development

De wijkraad wil de deelnemers aan de wijkbijeenkomsten betrekken bij verdere uitwerkingen en mogelijk realisaties. Op ULLB rust nu de dure plicht de wijkraad en geëngageerde wijkbewoners in die eerste stappen een handje te helpen en zo de organisatie van het proces op poten te krijgen. Daarbij wordt vanuit de ABCD-inspiratie gewerkt: Asset Based Community Development.

In ABCD gaat het erom dat de ontwikkelingen in de wijk door bewoners vorm krijgen en in dialoog bepaald worden. Interacties tussen instituties en bewoners schieten tekort als zaken vanuit een expert-positie gegeven worden aan bewoners en gedaan worden voor burgers. Zelfs het werken in co-creatie vanuit de instituties als dienstverlener, het werken met burgers, schiet tekort als de onderlinge verhoudingen onvoldoende gelijkwaardig zijn en/of de behoeften van bewoners of wijken alleen het uitgangspunt vormen.

'Asset-Based community development benaderingen gaan niet alleen verder dan 'top-down' (doen voor), ze gaan zelfs verder dan de 'doen met'-variant. ABCD gaat er vanuit dat veranderingen alleen duurzaam zijn als bewoners, ook in relatie met instellingen, leidend zijn'. (Cormac Russell, in: Altijd nieuw gedoe!, 2021).

De wijkraad is er zich van bewust dat bewoners zeker niet alles kunnen, en zal daarom waar nodig onder eigen regie samenwerken met de andere institutionele actoren.

## Afsluiting

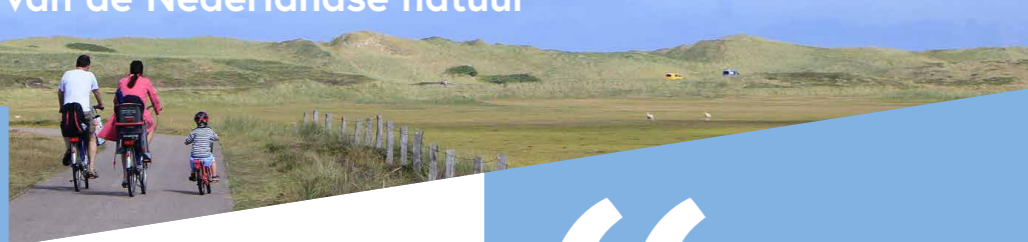
In Samenwerkplaatsen vult ULLB haar rol in als 'alongsider' (Russell, 2021) van bewoners. Allereerst voor de ontwikkeling van de onderlinge dialoog tussen bewoners, en op een later moment en waar mogelijk parallel, voor de dialoog met maatschappelijke actoren rond een zich steeds verbredend palet van onderwerpen. Zo wil ULLB bijdragen aan de versterking van de veerkracht van bewoners en daarmee steden in tijden van ingrijpende transities.

# Ruimte voor recreatie gevraagd

Herwaardering van de Nederlandse natuur



Marc Gerlings is hoofdredacteur van het vakblad *Recreatie & Toerisme*.



*De Covid-19-pandemie heeft het recreatiegedrag van de Nederlanders behoorlijk gewijzigd. Veel georganiseerde vormen van vrijetijdsbesteding bleken niet of heel beperkt mogelijk. Het vertier werd vooral in de buitenlucht gezocht waarbij het in de natuur veel drukker werd. Zo druk dat maatregelen en aandacht op (nieuwe) gedragsregels noodzakelijk waren. Ook economisch was de impact groot omdat de recreatie verschoof van betaalde activiteiten met horeca naar gratis vormen met meegebrachte etens- en drinkwaren. Wat zien we aan harde data die het beeld in de media een fundament geven? Hoe hebben beleidsmakers ingespeeld op de drukte op doorgaans rustige plekken? En hebben we in de toekomst wel genoeg ruimte voor recreatie?*

## Wandelen en fietsen populairder

Nederlanders zijn meer gaan wandelen in coronatijd. Dat blijkt uit onderzoek van de Stichting Wandelnet die zowel in april als in augustus 2020 Nederlanders naar hun wandelgedrag bevroeg. Van de respondenten is 66% dit jaar meer gaan wandelen. Een ruime meerderheid (69%) wandelt zowel in eigen omgeving als in andere gebieden. Er werd ook meer gefietst. In de periode half

maart t/m juli 2020 hebben Nederlanders gemiddeld iets meer gefietst dan in een normaal jaar. Het grootste deel (44%) fietste even veel, 29% vaker, 26% is minder vaak gaan fietsen en 1% heeft niet gefietst. Dat blijkt uit onderzoek van het Landelijk Fietsplatform. Mensen die meer zijn gaan fietsen noemen 'andere activiteiten vielen weg waardoor ik meer tijd had om te fietsen' (58%) en 'werken aan de gezondheid' (53%).

## Natuur- en recreatiegebieden

Gewijzigd recreatiegedrag zagen we ook in grote natuur- en recreatiegebieden. Uit gegevens van Google blijkt dat bezoekersaantallen van natuurgebieden fors toenamen. Het verkeer naar de categorie 'parks' groeide in april 2020 met maar liefst 62% en groeide in mei verder met 75%. Ook in oktober was er nog steeds meer verkeer naar parken, stranden en natuur, terwijl het overige verkeer juist minder druk was. Dat signaleert ook Natuurmonumenten die het bezoek aan de website met 40% zag groeien en de downloads zelfs verdubbelden. Verder zagen diverse Nederlandse recreatiegebieden het bezoek fors groeien. Noord-Hollandse recreatiegebieden noteerden in 2020 maar liefst 33% meer bezoekers dan in 2019 en de recreatiegebieden van LeisurELands in Midden-Nederland werden uitzonderlijk goed bezocht. De coronapandemie versnelde een ontwikkeling die al langere tijd zichtbaar is: de herwaardering van de Nederlandse natuur en de behoefte om in een natuurlijke omgeving te recreëren.

## Inspelen op drukte

In deze tijd met social distancing staan crowd control en visitor management hoog op de beleidsagenda. Nederlanders zijn zeker van goede wil om de 1,5 meter afstand te bewaken maar als het ergens onverhoopt te druk wordt, blijkt dat heel erg lastig. DMO's zijn daarom voortvarend aan de slag gegaan met drukte-apps, drukte-meters en heatmaps om Nederlanders op drukke en minder drukke plekken te wijzen. Ze hebben hiermee hun positie als expert in visitor management en crowd

“

Er was meer verkeer naar parken, stranden en natuur, terwijl het overige verkeer juist minder druk was.

control bevestigd. En passant zijn banden met beleidsmakers, ondernemers en terreinbeheerders versterkt. Grote vraag is hoe DMO's de drukte-apps toekomstbestendig maken in de periode na corona. Meekoppelen met andere doelen zoals onderzoek en plannings- en reserveringssysteem kunnen daarbij een optie zijn.

## Beleid

Al met al plaatst de hernieuwde belangstelling - voor wat we vroeger 'openlucht recreatie' noemden - beleidsmakers voor grote uitdagingen. Niet alleen vanwege de versnipperde beleidsaandacht tussen 12 provincies en 355 gemeenten. Ook de enorme druk op de openbare ruimte vanuit vele actoren speelt een grote rol. Het Planbureau voor de Leefomgeving ziet voor Nederland grote opgaven in een beperkte ruimte. De opgave is om in het leefomgevingsbeleid niet alleen nieuw ruimtegebruik in te passen, maar tegelijkertijd de omgevingskwaliteit te verbeteren. Dat vraagt om een nieuwe balans tussen de gebruikswaarde (economische benutting), belevingswaarde (perspectief van de burger) en toekomstwaarde (ecologische duurzaamheid) van de ruimte in Nederland. Maatschappelijk draagvlak is daarbij volgens het Planbureau essentieel. De betrokkenheid van burgers en het vertrouwen in overheidsbeleid vereisen in verschillende domeinen van het leefomgevingsbeleid lange termijn doelen, heldere kaders en een goed begrip van de leefwereld van burgers. Werk aan de winkel dus!

# Maak samen ruimte

Handreiking voor drukte in steden na de lockdown



Ton Vermeulen is hoofdredacteur van NRIT Media Vrijetijdsplatform en redacteur van NRIT Trendrapport.



“

Willen leidt niet altijd tot doen.

*Tijdens de coronapandemie werd het druk in de stedelijke buitenruimte. Met gesloten horeca, musea, theaters, dierenparken en andere attracties trokken de stedelingen massaal naar parken en pleinen. Gemeenten voelden zich genooddaakt in te grijpen om de 1,5 meter te handhaven. Repressie leek daarbij het enige instrument.*

Maar overheden hebben ook als taak de publieke ruimte bruikbaar en leefbaar te houden in een samenleving waar mensen afstand tot elkaar moeten houden. Actief regie voeren op drukte en doorstroming in de openbare ruimte is dan het devies. Maar hoe? Het antwoord kwam van het platform 'Maak Samen Ruimte' dat de handreiking 'Hoe bereid je je als gemeente voor op drukte en gedrag in de (binnen)stad na de lockdown?' maakte.

## Inzichten vanuit gedragspsychologie en crowd management

In de handreiking staan de meest recente inzichten vanuit de gedragspsychologie en crowd management en wordt ingegaan op ontlading bij burgers, schaarste in de binnenstad, een verkeerde sociale norm, negatieve associaties met de coronaperiode, een terugval naar oude gewoontes en dalende risicoperceptie.

## De meeste mensen willen

Algemene tip van de samenstellers is om uit te gaan van een positief mensbeeld want de meeste mensen willen zich gewoon aan de dan geldende maatregelen houden. Het is daarbij

wel zo dat willen niet altijd leidt tot doen. Dat zien we in de gedragspsychologie bijna altijd, er zit een enorm gat tussen intentie en gedrag. Allerlei complexe, onbewuste processen en (omgevings)factoren zijn van invloed op ons gedrag. Voor een effectieve aanpak moeten overheden daar rekening mee houden en de doelgroep helpen. Dat start voor een gemeente met een korte check in vijf vragen:

**Doel:** heb je als gemeente concreet doelgedrag voor ogen? **Weten:** weet de doelgroep wat er van hen verwacht wordt? **Willen:** is de doelgroep gemotiveerd om het doelgedrag te vertonen? **Kunnen:** is het doelgedrag mogelijk voor de doelgroep? **Doen:** help je de doelgroep het doelgedrag uit te voeren?

## Aan welke knoppen kun je draaien?

Gezien de draagvlakcijfers, lijkt er vooral potentie te zitten in de knoppen: weten, kunnen en doen. Dat neemt niet weg dat willen ook een cruciale knop is. Ga er kortom vanuit dat de meeste mensen zich wel aan de regels willen houden en dat je de overheid dus moet helpen bij weten, kunnen en doen. Beleidsmakers moeten daartoe allereerst bepalen welk gedrag ze willen zien van de doelgroep. Vervolgens moet per doelgroep worden bepaald of eventuele problemen ontstaan door niet weten, willen, kunnen of doen. Bovenal moet de aanpak GASTvrij zijn: Gemakkelijk, Aantrekkelijk, Sociaal en Tijds- of locatiegebonden.

## Vijf checkpoints

De handreiking sluit af met do's en don'ts rond vijf checkpoints.

✓ **1:** Concretiseer het doelgedrag: Een valkuil is om dit veel te abstract te houden, zoals: 'bezoekers moeten zich aan de regels houden'. Wat is dan precies het gedragsdoel?

✓ **2:** Weet de doelgroep wat er van hen verwacht wordt? Duidelijk communiceren van het gewenste gedrag, is een belangrijke stap. Maak de kennis daarom gemakkelijk te verwerken.

✓ **3:** Is de groep gemotiveerd om het doelgedrag te vertonen? Weerstand zijn factoren die ervoor zorgen dat bezoekers niet in beweging komen of zelfs met de hakken in het zand gaan. Motieven stimuleren juist beweging. Zie de weerstanden als de rem en de motieven als het gaspedaal.

✓ **4:** Is het doelgedrag mogelijk voor de doelgroep? Sommige barrières zorgen ervoor dat bezoekers gewenst gedrag niet vertonen, zelfs als ze het wel zouden willen. Neem dit soort barrières weg door het gewenst gedrag gemakkelijk en sociaal te maken.

✓ **5:** Help je de doelgroep het doelgedrag uit te voeren? Hoe onlogisch het ook klinkt: zelfs als men weet, wil en kan komt men soms toch niet in actie. Bezoekers die ondanks kennis en goede wil toch kiezen voor een bezoek aan een hotspot, doen dit veelal uit gewoonte of omdat het alternatief te veel 'moeite' kost.

## Bronnen

• De handreiking is te vinden op: <https://maaksaamenruimte.nl/wp-content/uploads/2021/04/Handreiking-Hoe-bereid-je-je-als-gemeente-voor-op-drukke-en-gedrag-in-de-binnenstad-na-de-lockdown.pdf>

“

Bovenal moet de aanpak GASTvrij zijn: Gemakkelijk, Aantrekkelijk, Sociaal en Tijds- of locatiegebonden.

# Hopelijk liggen de rampjaren achter ons

Attractieparken hadden afgelopen jaar de grootste krimp ooit

Goof Lukken



Goof Lukken is senior docent

Attractions & Theme Parks Management, Tourism and Leisure bij Breda University of Applied Sciences. Daarnaast is hij oprichter van [vrijtijds Kennis.nl](http://vrijtijds Kennis.nl) en betrokken bij de ontwikkeling van twee nieuwe dagrecreatie-concepten in Nederland.

De Top 50 dagattracties trokken in 2020 slechts 20 miljoen bezoeken. Dat is bijna 60% minder dan het recordjaar 2019. Door corona bleven de deuren van de Nederlandse attracties vorig jaar grotendeels gesloten. Dat had desastreuze gevolgen. Het omzetverlies als gevolg van wegblijvende bezoekers wordt geraamd op circa € 1 miljard. Met 2,9 miljoen bezoeken was De Efteling in 2020 wel weer Nederlands best bezochte dag attractie. Al trok het Noord-Brabantse park 2,4 miljoen bezoeken minder dan in 2019. De 24 aangesloten attractieparken, dierentuinen en musea van de Club van 11 zouden normaal gesproken een jaaromzet boeken van 690 miljoen euro. Afgelopen jaar zagen de bedrijven 350 miljoen euro aan omzet verloren gaan. Voor ruim 200 miljoen aan investeringen is geschrapt. Dave Storm, directeur van Attractiepark en Vakantiepark Slagharen startte op 2 september 2019 met zijn nieuwe baan. "Op dit moment kan ik zeggen dat ik meer ervaring opgedaan heb met het managen van een attractiepark dat gesloten is dan van een park dat open is", zegt hij. "Het geeft aan in wat voor een aparte tijden wij nu leven in deze branche".

## Unieke situatie

De uitbraak van de coronapandemie zorgde in het voorjaar van 2020 voor een unieke situatie. Diverse attracties, zoals Burger's Zoo gingen voor het eerst in hun historie dicht. De Keukenhof kon zelfs niet eens open en had geen enkele bezoeker in 2020 (in plaats van jaarlijks ruim 1,5 miljoen). De eerste lockdown dwong attractieparken en dierentuinen om snel te schakelen.

Er werd gekeken naar kostenreductie en maatregelen om de parken zo spoedig mogelijk weer te kunnen openen. In eerste instantie zochten de diverse directies elkaar ook op om binnen de gezamenlijke branche-organisaties (Club van 11, Gastvrij Nederland, De Nederlandse vereniging van Dierentuinen, HISWA-Recron en de Museumstichting) standaardprotocollen te ontwikkelen. Met deze protocollen en veel aanpassingen konden de parken weer open op 20 mei 2020. De grootste aanpassingen waren een kleinere capaciteit (van 30-50%) en het verplichte reserveren voor bezoek. Erik van Engelen, directeur van Wildlands Adventure Zoo Emmen hierover: "Het reserveren van een bezoek geeft ons wel de kans bezoekers beter te spreiden en inzicht in de hoeveelheid te verwachten bezoekers. Na de coronacrisis zouden wij reserveringen via de app graag behouden."

Daarnaast werd er gekeken naar compensatie voor de geleden verliezen. Veel attracties probeerden gebruik te maken van de regelingen die er door de Nederlandse regering beschikbaar werden gesteld. De Efteling slaagde erin in de derde lockdown om een aantal van hun personeelsleden uit te besteden binnen zorgorganisaties, ze in te laten zetten als verkeersregelaars of zelfs organisaties als Natuurmonumenten te ondersteunen.

## Extra subsidie of leningen

Met name dierentuinen hebben het zwaar in de lockdowns. Zij hebben te maken met grote vaste kosten, zoals de dagelijkse verzorging en voedsel van de dieren. Ondanks de extra steun

van de landelijke overheid (39 miljoen) moeten veel parken toch extra lenen. Met name dierentuinen die als stichting functioneren hadden voor de coronacrisis al een nauwsluitende begroting. Zij werden financieel nog harder geraakt. Bijvoorbeeld Diergaarde Blijdorp. De gemeente Rotterdam maakte bekend Blijdorp te steunen met een lening van 10 miljoen euro. "Met deze steun wenden wij een faillissement af", aldus directeur Erik Zevenbergen. Het is geen cadeautje, de herstructurering is als verplichting opgelegd, zegt Blijdorp. Die moet weer 3,75 miljoen euro opleveren, zodat de gemeente zeker weet dat het geld ooit terugkomt. Het gevolg is dat de directie van de dierentuin in het najaar van 2020 aankondigde dat mogelijk veertig arbeidsplaatsen verloren gaan. Inmiddels hebben tien mensen te horen gekregen dat ze hun baan verliezen. Harde besluiten maar wel noodzakelijk. Zevenbergen zegt hierover: "Iedere maand dat de dierentuin dicht is, kost 1,5 miljoen euro."

## Wildlands Adventure Zoo

Ook Wildlands, het nieuwste dierentuin van Nederland, ontving extra steun. Interim-directeur Erik van Engelen vertelt dat de coronacrisis voor deze nieuwe attractie extra zuur is. "Wildlands heeft zich, na een moeilijke start vijf jaar geleden, net



Het omzetverlies als gevolg van wegblijvende bezoekers wordt geraamd op circa € 1 miljard.



Na de coronacrisis zouden wij reserveren via de app willen behouden.

voor de coronacrisis herpakt. We hebben de organisatie kleiner gemaakt, een herfinanciering geregeld, een duidelijker focus op het dierentuinproduct gelegd en aantrekkelijkere prijzen kunnen bieden. Alleen toen we net weer zwarte cijfers gingen schrijven kwam corona. 2020 had een winstgevend jaar moeten worden, maar door het virus werd die doelstelling niet gehaald. Het bezoekersaantal daalde van 930.000 in 2019 naar 558.000 in 2020. Door capaciteitsbeperkingen en drie sluitingen werd er zo'n 8 miljoen euro minder omgezet dan begroot." De gemeente Emmen komt dierentuin Wildlands nu opnieuw financieel tegemoet. Het Drentse dierentuin ontvangt 1,2 miljoen euro van de gemeente om de klappen op te kunnen vangen. 881.000 euro van het bedrag is bedoeld voor het dekken van onvoorziene kosten. Verder is besloten om 295.000 euro aan huur kwijt te schelden.

## Creatieve steun

Ook wordt het publiek om steun gevraagd met diverse publieksacties, zoals het adopteren van dieren. Een creatief voorbeeld hierbij is de ludieke adoptie-actie van Dierentuin Amersfoort. Timo van Boekel (alumnus van het Attractions & Theme Park Management programma bij BUas en nu marketeer bij Dierentuin Amersfoort) vertelt. "Begin van 2021 riep een collega tijdens een brainstorm gekserend: 'Waarom laten we mensen niet de parasolmieren adopteren, die

hebben we genoeg!' Nadat we toevoegingen hadden gedaan aan het idee, was het concept 'Adopteer een Mier' geboren en mocht ik als projectleider aan de slag. Twee weken geleden konden we het geheel live zetten en het was meteen een succes! Nu staat de teller op 2.500 geadopteerde mieren en zijn velen lid geworden van de Mierenclub. Leden van dit genootschap ontvangen ook een leuk, maar vooral educatief, Kriebelpakket. Daarin dagen we kinderen uit om bijvoorbeeld hun eigen insectenhotel te bouwen en zo de natuur in de eigen omgeving te ondersteunen."

## Nog meer lockdowns

In het najaar van 2020 werden de diverse dagattracties opnieuw geconfronteerd met een korte lockdown. Vanwege het feit dat deze periode in het laagseizoen van veel attracties viel, waren de gevolgen kleiner dan in de eerste lockdown. Toen echter de derde sluiting noodzakelijk bleek in december 2020 waren de gevolgen groot. Winteractiviteiten die gepland stonden zoals de Winter Efteling, China Light bij Ouwehands Dierentuin en de speciale kerstopening bij Attractie- en Vakantiepark Slagharen waren ineens niet meer mogelijk. Dave Storm, directeur van Slagharen vertelt: "Wij hadden al een compleet concept inclusief promotievideo's klaarliggen. Dit kon direct weer de kast in. Eigenlijk hoop ik het ook nooit meer nodig te hebben".

Uiteindelijk leek de eerste mogelijk openingsdatum voor de parken 11 mei 2021 maar deze datum werd al gauw niet reëel bestempeld. Een 'harde dobber' voor de parken gezien het feit dat men in die periode een belangrijk deel van het voorseizoen miste (Pasen, meivakantie en Hemelvaart).

## Bezoekers willen wel

Kinderen en jongeren konden niet wachten tot de dierentuinen weer open moegen. De top 20 van favoriete attracties die 4 tot 18-jarigen het liefst weer willen bezoeken na de lockdown bestonden voor 40 procent uit dierentuinen. Dit blijkt uit onderzoek onder 3700 jonge respondenten door merkenonderzoeker Hendrik Beerda Brand



Laat mensen de parasolmieren adopteren, die hebben we genoeg!

Consultancy in opdracht van Libéma (eigenaar van Safaripark Beekse Bergen, Dierenrijk Europa, Zooparc Overloon en Aquazoo Friesland). Apenheul, Safaripark Beekse Bergen en Blijdorp zijn de drie populairste dierenparken. Kinderen zien dierentuinen als een vriendelijk en gezellig uitstapje. In de wensenlijst van twintig favoriete uitstapjes waar ze straks weer naar toe willen staan acht dierenparken, goed voor 40 procent van het totaal. Attractieparken staan met 35 procent op plek twee. Leerzame attracties, zoals musea, staan op een derde plek met 15 procent. Binnenspeeltuinen sluiten de rij met 10 procent.

## Buitenlucht

"Voor kinderen en jongeren zijn dierentuinen fantastische plekken, waar ze dieren kunnen ontdekken en lekker in de buitenlucht kunnen spelen en genieten", vertelt Leentje Lips, divisiedirecteur bij Libéma. "Dierenparken hebben het karakter van een wandelpark, met een geregleerde en gecontroleerde functie. Vorig jaar hebben we laten zien dat dierenparken ook zonder testbeleid een veilig en verantwoord dagje uit zijn, waar de coronaregels prima te handhaven zijn. Bij alle leeftijdscategorieën scoren de dierenparken hoog. Ook Wildlands, het Dolfinarium, Burgers' Zoo, Dierentuin Amersfoort en Ouwehands Dierentuin Rhenen staan in de top twintig. Andere favoriete uitstapjes zijn de Efteling, Monkeytown, het Spoorwegmuseum en Walibi."

## Testen Voor Toegang

In het voorjaar van 2021 is er ook gekeken naar een opening met 'Testen voor Toegang'. Deze trial liep naast de zogenaamde Fieldlab experimenten. Beide gevallen blijken de maatregelen en vereisten niet succesvol voor dagattracties. "De drempel wordt te hoog", aldus Erik van Engelen van Wildlands. "Daarnaast hebben we in de zomer van 2020 bewezen met onze protocollen veilig te kunnen werken". Ook onderzoek (uitgevoerd in opdracht van Libéma door Markteffect) toont aan dat consumenten geen heil zien in het testen voor toegang. Van de respondenten die aangaven bereid te zijn om zich te laten testen voor een dagje uit is de bereidheid voor outdoorlocaties een stuk kleiner.

Zo geeft bijna veertig procent van de bereidwilligen aan dit niet te zullen doen voor een bezoek aan een dierenpark. "Mensen hebben het idee dat outdoor doorstromlocaties zoals dierentuinen gewoon veilig zijn en zien daarom

weerhield bezoekers er niet van om snel weer een bezoek te brengen.

### Toekomst

Hoe kijken de diverse parken naar de toekomst? Dave Storm, van Slagharen. "We hopen op een snelle opening en daarna geen lockdowns meer. Naarmate de vaccinaties stijgen hopen we ook in capaciteit weer te kunnen groeien. Bij ons vakantiepark zien we de boekingen stijgen. De consument blijft meer in Nederland. Daar hopen we ook in de dagrecreatie van te kunnen profiteren". Ook andere parken lijken op verblijfsrecreatie in te zetten. Beekse Bergen had al het Safariresort dat erg populair was. Attractiepark Toverland heeft voor de tweede maal haar pop-up camping geopend. En dezelfde concepten verschijnen deze zomer bij Billybird Hemelrijk en Burger's Bush. Daarnaast proberen de parken in te zetten op meer uitgaven in de parken, door onder andere het aanbod van eten en drinken uit te breiden. Investerings staan op een lager pitje. Maar toch zijn er vernieuwingen te verwachten. Bij de Efteling met de nieuwe speeltuin NEST! en de bakkerij. Ook komen er een vernieuwde wandelsafari met zwarte neushoorns bij Safaripark Beekse Bergen en een Zuid-Amerikaanse kas bij Zooparc Overloorn.

### Respons verwacht opnieuw zware verliezen in 2021

Voor 2021 verwacht het onderzoeksbureau Respons dat het herstel broos zal zijn. Volgens het Openingsplan dat het kabinet op 13 april bekend maakte, mochten de buiten dagattracties vanaf 11 mei weer mensen toelaten. Maar deze belofte kan al niet worden waargemaakt. De verwachting is dat de dagattracties pas verder in het jaar op de normale bezettingsgraad zullen uitkomen. 2021 wordt dus niet het hersteljaar waar de sector op had gehoopt en dat hard nodig is. Opnieuw moet rekening worden gehouden met verliezen van enkele honderden miljoenen euro's. De omzetzijde van de 50 grootste dagattracties in 2020 wordt door Respons geschat op ca € 1 miljard. Het echte herstel wordt pas verwacht in 2022.



Bij de derde sluiting begin december 2020 waren de winteractiviteiten ineens niet meer mogelijk.

het nut van testen veel minder in", stelt Leentje Lips van Libéma. "En dat gevoel delen we: er is veel ruimte, het is in de buitenlucht en er is vorig jaar al aangetoond dat het gewoon goed geregeld is. We zijn er dan ook van overtuigd dat we vanaf 11 mei op een veilige manier weer open zouden kunnen zonder deze extra maatregel." Als er voor de tests ook betaald moet worden, haken nog meer Nederlanders af: slechts een op de vijf Nederlanders is bereid om zich te laten testen én daarvoor te betalen voorafgaand aan een uitstapje. Als de kosten voor een test meer dan 5 euro worden, daalt die bereidheid nog verder: slechts 12 procent van de ondervraagden is dan nog bereid om een test te doen voor ze op stap kunnen gaan.

Ook abonneementhouders zijn volgens het onderzoek niet bereid om de extra moeite te doen van een sneltest voor een dagje uit. Tweederde van de respondenten geeft aan het abonnement niet te verlengen als er eerst een betaalde sneltest gedaan moet worden voor een bezoek. Hierdoor komt duurzaam bezoek aan dagattracties onder druk te staan, aldus Markteffect. Uiteindelijk zijn de attracties op 19 mei weer open gegaan. Helaas was het Pinksterweekend nat en koud, maar het



Testen voor toegang bleek niet succesvol voor attractieparken.



### Top 10 dagattracties 2020

Corona had grote invloed op de top 10 van 2020. Van de ranglijst 2019 haalden alleen De Efteling, De Uithof, Artis en het Rijksmuseum de top 10 van 2020.

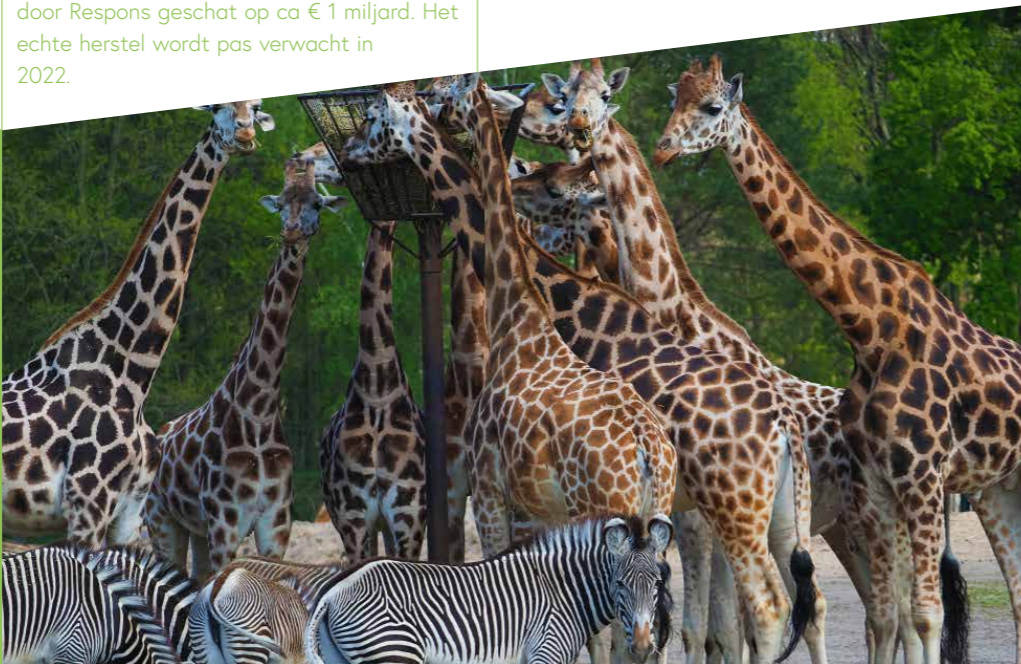
Bezoekers in 2020 met daling in procenten ten opzichte van 2019

1.	De Efteling	-44,8%	2.900.000
2.	De Uithof	-29,4%	1.060.293
3.	Diergaarde Blijdorp	-47,3%	823.000
4.	Natura Artis Magistra	-50%	700.000
5.	Koninklijke Burgers' Zoo	-38,32%	698.000
6.	Rijksmuseum Amsterdam	-74,8%	675.000
7.	Ouwehands Dierenpark Rhenen	-40,6%	630.000
8.	Walibi Holland	-29,2%	604.242
9.	Safaripark Beekse Bergen	-49,4%	582.000
10.	WILDLANDS Adventure Zoo Emmen	-40%	558.000

Bron: Respons

### Fotografie

• Efteling (Pag. 44)



Roland Kleve is director of the Academy for Leisure & Events, Breda University of Applied Sciences.

# Column

*This edition, with many in-depth articles, highlights the past corona period (what hit us?) but also looks ahead and focuses on new opportunities for our 'new normal'. Here is an assembly of passionate articles written by our lecturers, students and industry partners.*

I cannot help myself looking back at this past year, to see so many new opportunities arise. The crisis that seems to end in the next months has brought us many complex challenges but also excellent new initiatives. We know, the higher the complexity, the more we need creativity and community involvement. The less we need are regulations to solve them. Unfortunately, during the lockdown we saw more regulations coming in and community involvement was not an easy task. The importance of creativity unveiled more than ever before.

Looking at the different Fieldlab events in the past months, I am very proud to see that BUAs played a very important role in partnership with fellow Universities for our leisure and event industry. There was extensive research on the different touch points of visitors. We showed pro-active support to our industry to see how they could re-open with the desired occupation. Excellent work and lots of smart solutions.

If we look at digitalisation, we saw brand-new top-notch events that popped up, looking extremely professional. Online and interactive events even had more participants than before the crisis. We saw that the hybrid combinations of life and online forced the industry to act differently. Today, we are changing our travel behaviour, making less related costs, and when meeting online we are more time efficient. And suddenly, we dare to ask questions like "Why do we travel so far for only one meeting?" and "Can't we do it online?". We see that working from home often brings even a higher productivity, whereas in traditional industries, working from home was not done. How can we create the informal, less scheduled experience that plays a typical role in the leisure experience? How do we create a new normal? We will take

some aspects from this lockdown experience with us to the future. It was also a time where social value and spontaneous creativity was leading, but this still needs further development towards a time where we really meet and feel we are on the move together.

### 'See, touch and move the world'

Although cost avoidance and staying alive has been vital during corona, financial gains are no longer the only priority. What surfaces even stronger and will be there to stay is our



The crisis brought us many complex challenges but also excellent new initiatives.

commitment to societal domains. In places such as nursing homes, elderly and vulnerable patients have missed out on personal contact during corona and sometimes do not even understand why there is no longer the weekly visit by their family members. As a result, many have been feeling left alone and disconnected from society and loved ones. Or the rise of Urban Living Labs, a co-creation that brings together the entire community. A great example of full inclusion. Again, by the lockdown experience we feel the need to really see each other even stronger than before.

It gives me energy to read articles written by our industry partners, students and lecturers. I feel the partnership on our shared values. To me, this shows who we are. You are not only involved, but you are also committed. It is much deeper because we care.

We are able to create meaningful 'you will never forget' experiences together that will make a difference for our society. We design and develop leisure for future generations. Already for a long time we have felt the need to put in words what it is that we strive for. Sometimes it is easier to see what you are missing than recognizing what is there all the time. So, what did we really miss? We missed to 'See, touch and move the world.' That is what Leisure & Events is all about and the lockdown could not make this clearer. We can be proud of this new Uncover. I hope this edition gives you a lot of reading pleasure and more importantly, continues to push all of us towards the highest quality.



We design and develop leisure for future generations.



