



URBAN PARADOXES

De Kunst van Samen Creëren De geleerde lessen en inzichten uit een EIF-project

Door:
Sandra Trienekens

Aangeboden aan:
Kunstbedrijf Arnhem
Kazerneplein 6-1
6822 ET ARNHEM

Datum
18 september 2014

De Kunst van Samen Creëren

Verslag van het vooronderzoek, de afronding en de doorstart van een EIF-project

Kunstbedrijf Arnhem en De Kunst van het Samen Creëren

Kunstbedrijf Arnhem vroeg onder de vorige directie met succes subsidie aan bij het Europees Integratie Fonds (EIF) voor het project “De Kunst van Samen Creëren”. Bij de wat verlate start van het project in 2014 is een aangepaste aanvraag ingediend waarin realistischere doelstellingen werden geformuleerd. Het doel werd het betrekken van 15 sleutelfiguren en 150 deelnemers uit de doelgroep. Hoewel de goedkeuring van het herziene projectplan door het EIF nog op zich liet wachten, is eind april 2014 het project voortvarend van start gegaan. Begin juli 2014 heeft Kunstbedrijf de stekker uit het project getrokken. Toen waren de eisen voor de projectverantwoording volledig duidelijk geworden en waren er zowel door de cultuurscouts als door potentiële partners uit het veld de nodige vraagtekens bij deze eisen gezet. De huidige directie van Kunstbedrijf achtte tevens op basis van deze eisen het financiële risico van het project te groot. Kunstbedrijf heeft bovendien eerder negatieve ervaringen met het EIF opgedaan.

Het Europees Integratie Fonds richt zich op een succesvolle integratie van ‘derdelanders’: mensen uit niet EU-landen die in Nederland wonen en een geldige verblijfsvergunning hebben, maar niet de nationaliteit van een EU-lidstaat of een vluchtelingenstatus bezitten. Zie bijlage 1 voor een nadere definiëring van de doelgroep en de doelstellingen van het EIF. Kunstbedrijf Arnhem wilde met het project ‘De Kunst van het Samen Creëren’ aantonen dat met een op samenwerking gerichte methodiek en het gebruik van kunstzinnige werkvormen succes is te behalen op het vlak van het betrekken van de doelgroep in het maatschappelijk verkeer. Kunstbedrijf Arnhem constateert namelijk dat bestaande methoden om de doelgroep te integreren te mechanisch zijn en te weinig zijn afgestemd op de belevingswereld en de culturele achtergronden van de doelgroep.

In het project zouden vier Arnhemse cultuurscouts met derdelanders uit zeven Arnhemse wijken¹ aan de slag gaan in kunstzinnige activiteiten. In een vooronderzoek in het voorjaar van 2014 werd de doelgroep in kaart gebracht. Sleutelfiguren werden benaderd en behoeften gepeild. In het najaar van 2014 zouden de cultuurscouts en de sleutelfiguren gezamenlijk culturele activiteiten en workshops ontwikkelen en zouden er deelnemers voor deze activiteiten worden geworven. In dat najaar zou het proces van benaderen en betrekken van sleutelfiguren uit de doelgroep doorlopen. Via dit ‘zwaan-kleef-aan’-principe zouden er steeds meer mensen uit de doelgroep – en overige Arnhemmers – worden bereikt. De artistieke uitkomsten van dit proces zouden aan het begin van de zomer 2015 samengebracht worden in een cultuurfestival. De methodiek zou gaandeweg tot stand komen, in samenspraak met de sleutelfiguren uit de doelgroep en afgestemd op de smaakvoorkeuren en behoeften van de derdelanders.

Het project zou worden begeleid door een externe partij die het vooronderzoek en de eindevaluatie zou uitvoeren en die de methodiek zou helpen ontwikkelen en beschrijven. Die partij werd Urban Paradoxes. In deel I hieronder volgt in willekeurige volgorde een aantal inzichten – vanuit mijn ervaring met het project en de doelgroep – die het project ondanks zijn korte looptijd heeft opgeleverd. Deel II geeft een korte schets van het vervolg wat Kunstbedrijf Arnhem aan het project Kunst van Samen Creëren wil geven.

¹ Nieuw-Zuid, Klarendal, Malburgen, Geitenkamp, Presikhaaf, Arnhemse Broek, St. Marten/Spoorhoek.

1 Inzichten uit het vooronderzoek

1.1) Het proces: tijdsintensief maar succesvol

Aanpassen aan de realiteit

In april 2014 vond de eerste kennismaking met de cultuurscouts en Urban Paradoxes plaats en werd afgestemd over het vooronderzoek en het project. Kunstbedrijf en de cultuurscouts hadden toen al een aantal veranderingen doorgevoerd met het oog op de haalbaarheid van het project. Zo zou er niet worden gewerkt per wijk, maar Arnhem breed. Dit omdat de verwachting was dat de aantallen derdelanders in sommige wijken klein zouden zijn. Daarnaast werd de afbakening van herkomstlanden uit de initiële projectaanvraag losgelaten. Het zou moeten gaan om in Arnhem wonende mensen met de Marokkaanse, Turkse, Iraakse, Iraanse, Somalische, Ghanese of Sierra Leonese nationaliteit. Vanuit praktische en inhoudelijke overwegingen wilden de cultuurscouts ook de gelegenheid hebben om te kunnen werken met interessante groepen en individuele derdelanders uit onder meer China, Vietnam en Latijns-Amerika. Ook werd het begrip 'festival' ruim geïnterpreteerd. Liever dan aan een klassiek festivalmodel met een of meerdere podia in een park waarop programmering zich afwisselt, werd er bijvoorbeeld gedacht aan een gevarieerde programmering op diverse locaties in Arnhem voor publiek wat sterk kon wisselen in samenstelling en omvang. Wellicht zou het festival enkel bestaan uit een debatreeks. Maar vooral: ook de vorm die het festival zou aannemen zou gedurende het proces gezamenlijk met de sleutelfiguren bepaald worden.

Werving

Besloten werd het vooronderzoek op volgende manieren te starten:

- Via bestaande contacten van de cultuurscouts.
- Intern heeft Kunstbedrijf doorgekoppeld naar andere activiteiten en projecten en naar docenten met internationale roots.
- Via een uitbreiding van het netwerk door het benaderen van onder andere: culturele organisaties die met de doelgroep werken; creatieve opleidingen (MBO/HBO); opleidingsinstituten die inburgeringscursussen en Nederlands als vreemde taallessen aanbieden; adviesbureaus gericht op integratie- en diversiteitsvraagstukken; Vluchtelingenwerk; en uiteenlopende sociale en maatschappelijke zelforganisaties.

Uiteraard zijn er partijen geselecteerd die in Arnhem zijn situeert of die werken met in Arnhem woonachtige derdelanders. Deze partijen werd gevraagd in hoeverre zij ons met relevante sleutelfiguren uit de doelgroep in contact konden brengen en op welke manier zij zelf bij het project betrokken zouden willen worden.

De organisaties en individuen zijn telefonisch benaderd. Bij een eerste gebleken interesse is er een afspraak gemaakt om de samenwerkingsmogelijkheden verder te verkennen. Uit deze gesprekken kwamen vrijwel altijd namen en contactgegevens voort van andere interessante organisaties of individuen, die vervolgens ook weer werden benaderd. Via deze sneeuwbal methode is er in het tijdsbestek van zo'n 70 uur, verspreid over twee maanden, een Excel bestand tot stand gekomen met circa 100 contacten (zie voor een selectie bijlage 2). Deze contacten zijn hoofdzakelijk sleutelfiguren en zelforganisaties met een migratieachtergrond en algemene culturele, sociale of educatieve organisaties die met de doelgroep werken. Met andere woorden, de lijst bestaat grotendeels uit organisaties en individuen die potentieel zouden kunnen *mee-organiseren*. In veel mindere mate nog bestond de lijst uit deelnemers. Gerichte werving van deelnemers zou in het najaar van 2014 plaatsvinden als duidelijk was welke workshops en culturele activiteiten er zouden komen.

De gemeente bleek al snel geen partner in dit project. Sinds 1 januari 2013 dragen gemeenten geen verantwoordelijkheid voor inburgeringsplichtigen die na die datum in de gemeente zijn komen wonen. De gemeente Arnhem bleek ook geen overige wet- of regelgeving te hebben op het vlak van integratie en diversiteit die voor dit project relevant was. Wel heeft de gemeentelijke Nieuwsbrief Integratie een korte oproep aan haar lezers geplaatst om bij het project betrokken te raken.

Extra handen

Het wervingsproces is tijdsintensief. Bellen, mailen, herinneren, afspreken, langsgaan. Tot nu toe liep het contactleggen hoofdzakelijk via organisaties en via onze netwerken. Met andere woorden: via partijen met wie het relatief makkelijk is om afspraken te maken. In een later stadium van het project zouden we om mensen voor het project te werven de wijk in gaan, de straat op gaan en langsgaan bij ontmoetingsplekken en uitgaansgelegenheden van derdelanders. Dat is een trager proces waarbij extra handen welkom geweest waren.

Hoe dan ook waren extra handen welkom, want zelfs de aangepaste streefaantallen bleven de projectuitvoerders zorgen baren. Door cultuurscouts, Kunstbedrijf en de onderzoeker is daarom stevig ingezet op het aantrekken van studenten. Een minor van de opleiding Culturele en Maatschappelijke Vorming van de HAN zou betrokken raken. De studenten zouden helpen bij het leggen van contacten met derdelanders, het mee organiseren van culturele activiteiten en het werven van deelnemers. Ook was er een student Sociologie van de Universiteit van Amsterdam aangetrokken om onderzoekstage te lopen bij Urban Paradoxes. Deze student zou het perspectief en de (culturele) behoeften van derdelanders bij hun integratie in kaart brengen.

Snel behoefte aan eerste gezamenlijke bijeenkomst

Het is lastig om mensen in juni enthousiast te maken voor iets wat in september gaat plaatsvinden. Wat doe je in de tussentijd om het enthousiasme en commitment niet te verliezen? De lijst met contactpersonen groeide bovendien zo snel, dat het praktischer was om meerdere mensen tegelijk te spreken dan om met elk potentieel sleutelfiguur afzonderlijk af te spreken. Dat gold zeker voor personen met wie er al face-to-face contact was geweest, zoals bijv. met de derdelanders die we tijdens hun inburgeringscursus bij het Rijn IJssel spraken. Daarom is er al vroeg in het vooronderzoek besloten om een eerste, gezamenlijk contactmoment te organiseren; een bijeenkomst met derdelanders en andere Arnhemse partijen die tot dan toe interesse hadden getoond in samenwerking. Bij vervolgbijeenkomsten zouden telkens de in de tussentijd geworven sleutelfiguren aanschuiven.

De eerste bijeenkomst vond plaats op 17 juni 2014 bij Kunstbedrijf op het Karzerneplein. Centraal daarin stonden vragen als:

- Wie is waarmee bezig?
- Hoe zijn de bestaande initiatieven wellicht te koppelen?
- Wat hebben de aanwezige partijen nodig en waar kan Kunstbedrijf faciliteren?
- Welke interesses leven er om nieuwe producten te maken?
- Welke vorm zou het festival kunnen krijgen?

Aanwezig waren 15 sleutelfiguren, onder wie een Iraanse fotografe, de Turkse dansschool El Ele, Stichting Breikracht, jongeren van Propz, docenten van Kunstbedrijf van verschillende nationaliteiten en individuele Turkse muzikanten. De bijeenkomst kan als succesvol worden beschouwd: de bijeenkomst luidde het samenwerkingsproces in; er was een grote opkomst na een relatief beperkte tijdsinvestering; en er was veel enthousiasme onder de aanwezigen en de intentie om gezamenlijk door te gaan. Na afloop werd er een tweede bijeenkomst belegd (gepland voor 2 september 2014). Daarin zou concreet over de workshops en culturele activiteiten in het najaar nagedacht worden.

Nadat het project was stilgelegd was de gedachte om de bijeenkomst van 2 september 2014 te gebruiken om de nieuwe situatie te verkennen evenals de mogelijkheden voor verdere samenwerking zonder EIF-context. Alle opgedane contacten werden geïnformeerd over het einde van het project. Desondanks hebben vrijwel alle sleutelfiguren die bij de eerste bijeenkomst aanwezig waren én de nadien geworven sleutelfiguren, toegezegd om 2 september 2014 te komen. Dat laat het enthousiasme en de behoefte bij de doelgroep zien. Het lijkt erop dat Kunstbedrijf haar doelstelling voor het project juist heeft geformuleerd.

1.2) De uitnodiging “laten we samen creëren” werkt!

Aan de derdelanders is in alle vormen van communicatie duidelijk gemaakt dat het in de samenwerking om “co-creatie” gaat. Samen vormgeven aan de inhoud en de vorm van het festival. In de flyer voor de inburgeringscursisten schreven we bijvoorbeeld (voor hele flyer zie bijlage 3): “Onze cultuurscouts werken samen met sleutelfiguren van verschillende gemeenschappen in Arnhem, waaronder de Marokkaanse, Turkse, Iraanse, Iraakse,

Somalische, Ghanese en Afghaanse gemeenschappen. Samen geven we invulling aan het festival. Want alleen in co-creatie wordt het een festival dat aansluit op de interesses en smaakvoorkeuren van de verschillende Arnhemse gemeenschappen en wat de Arnhemse netwerken versterkt. En we kunnen jouw hulp hierbij goed gebruiken. Doe jij met ons mee?" Vervolgens werd aangegeven hoe er meegedaan kon worden: door mee te organiseren, door deel te nemen aan workshops of door het festival te bezoeken als publiek.

In de communicatie is benadrukt dat we uitgaan van de talenten die de mensen bezitten, ongeacht het niveau. Daarnaast is altijd duidelijk gecommuniceerd dat het om het aangaan van een professionele relatie gaat: zelforganisaties en sleutelfiguren die wezenlijk tijd in het project steken, krijgen die tijd vergoed volgens de in de aanvraag vastgestelde vergoedingen.

In face-to-face-contacten is doorgevraagd naar de artistieke en aanverwante talenten van de mensen en de manieren waarop zij betrokken wilden taken. Er is geen invulling gegeven vanuit Urban Paradoxes of Kunstbedrijf. Het perspectief van de derdelander is het uitgangspunt gebleven in de gesprekken. We krijgen de indruk dat de vragen "Wat kun jij, wat wil je doen en wat heb je daarvoor nodig?" een welkome afwisseling vormden op de vele vormen van "moeten" die integratie vandaag de dag in Nederland inhoudt.

Voor sommigen is de boodschap "we weten nog niet hoe het festival en de culturele activiteiten eruit gaan zien, want die willen we samen met jou ontwikkelen" moeilijk. Zij haken liever bij activiteiten aan waarvan ze zich een concrete voorstelling kunnen maken. Maar in het algemeen kunnen we concluderen dat de boodschap "samen doen" in combinatie met professionaliteit (mensen hun talent serieus nemen en hun inspanningen vergoeden) een enorme positieve respons tot gevolg heeft. Ter illustratie, onze korte presentaties van het project voor circa tien groepen inburgeringscursisten van Rijn IJssel leidde tot:

- Veel enthousiasme en vertrouwen. Cursisten stelden vragen en vertelde over hun talenten. Verschillende andere cursisten gaven aan op de mailinglist te willen worden gezet om op de hoogte gehouden te worden van de culturele activiteiten die in het najaar van 2014 zouden gaan plaatsvinden. De cursisten die op de een of andere manier betrokken wilden raken, schreven zonder terughoudendheid hun contactgegevens op. Het opleidingscentrum dacht vooraf dat de cursisten dat niet snel zouden doen en dat de communicatie over het project het beste via de docenten van Rijn IJssel kon lopen.
- Bereidheid om actief betrokken te raken. Tien cursisten gaven aan mee te willen organiseren. Daarmee hadden we potentieel 10 sleutelfiguren die ook derdelander zijn in het vizier. (De helft van hen was op 2 september 2014 aanwezig om over een nieuwe projectvorm na te denken).
- Zicht op enorm veel talent! Zowel veel verschillende talenten, als talenten op alle niveaus tussen professioneel en amateur. Zo kwamen we op het spoor van een Indiase muziekdocente die aan Codarts lesgeeft, een professionele Cubaanse percussionist, Russische kapsters en een Chinese kok die goudvissen uit wortels snijdt. Maar ook van bijvoorbeeld een Oegandese drummer, Indonesische en Braziliaanse koks, een hobby-dichter uit het Midden-Oosten en Turkse naaisters.

Het enthousiasme en de gedrevenheid van de cursisten om er in hun nieuwe land wat van te maken, werkte bovendien aanstekelijk op mij als onderzoeker.

Uit de gevoerde gesprekken, de manier waarop mensen (non)verbaal over hun talenten praten en over de manier waarop ze actief zouden willen worden in het project, groeide een beeld van potentiële clusters mensen. Clusters ingedeeld naar kunstdiscipline of met een multidisciplinaire insteek; clusters onderverdeeld in potentiële organisatoren en deelnemers.

Tegelijkertijd ontstaat er een lijst met contactgegevens en afspraken met partijen die niet direct bij het project betrokken kunnen of willen raken, maar die wel een schakel willen zijn in de werving van de doelgroep als deelnemer aan de activiteiten. Bijvoorbeeld scholen met Internationale Schakelklassen die op dat moment geen kinderen in de klas hadden die konden organiseren, maar die in een later stadium wellicht wel als deelnemer of publiek deel wilden worden van het project. En bijvoorbeeld Vluchtelingen Werk Oost-Nederland. Al vallen vluchtelingen niet onder de EIF doelgroep, het is wel een interessante publieksgroep. Het uiteindelijke festival zou – als het project goed was verlopen – ook bij hen in de smaak hebben moeten vallen.

1.3) Overdracht vraagt aandacht

Afgesproken was dat tijdens het vooronderzoek de cultuurscouts, de projectleider van Kunstbedrijf en de onderzoeker elke 14 dagen bijeen zouden komen om de stand van zaken met elkaar te bespreken. Dat is ook gebeurd.

Daarnaast zouden de namen, contactgegevens van sleutelfiguren en andere relevante organisaties, samen met een korte beschrijving van hun activiteiten, worden opgenomen in een Excel bestand. Elke nieuwe contactpersoon werd aan het Excel bestand toegevoegd; alleen contacten die geheel afzagen van deelname werden eruit verwijderd. Dit organisch groeiend bestand zou in een latere fase de ruggengraat van een digitale culturele kaart hebben gevormd. Dit Excel bestand is regelmatig aan Kunstbedrijf en de cultuurscouts toegestuurd. Maar op de eerste bijeenkomst (17 juni 2014) werd duidelijk dat de kennis van de sleutelfiguren, van hun artistieke praktijken en ideeën omtrent het project en van mogelijke clusters, nog vooral in het hoofd van de onderzoeker zat. Ondanks allerlei toelichtingen, mondeling en in Excel, kwamen de sleutelfiguren en hun potentie niet tot leven voor de cultuurscouts. Het bouwen van netwerken is een persoonlijk proces en netwerken laten zich niet zomaar overdragen van de ene op de andere persoon. De keuze voor het laten verrichten van het vooronderzoek door een externe partij heeft dus consequenties – positieve en negatieve.

Voordelen:

- De meerwaarde van een externe partij is het extra paar ogen, een frisse blik van buiten en als gevolg daarvan het bevragen van routines.
- De externe partij brengt een eigen netwerk en kennis mee, aanvullend op die van de cultuurscouts en het Kunstbedrijf.
- Het in kaart brengen van de doelgroep en deze benaderen is een tijdrovende bezigheid. Door dit uit te besteden hebben de cultuurscouts hun handen vrij voor hun overige werkzaamheden.

Nadelen:

- Contacten en netwerken zijn persoonlijk en moeilijk overdraagbaar. Zelfs met de nodige aandacht voor de communicatie c.q. overdracht van de opgedane kennis en contacten is het de vraag of er tussen de sleutelfiguren en de cultuurscouts een vergelijkbare band ontstaat en of de cultuurscouts eenzelfde inschatting maken van de talenten van de sleutelfiguren als de onderzoeker.
- Voor de scouts gaat het project pas later leven, omdat ze er minder bemoeienis mee hebben in de tijd dat de externe partij met het vooronderzoek bezig is.
- Bovendien zijn de scouts vroeger in het proces al nodig. Sommige sleutelfiguren zijn culturele professionals. Met deze mensen zouden de cultuurscouts direct heel concreet rond de tafel moeten gaan zitten. Degene die het vooronderzoek doet gaat (in dit geval tenminste) niet over de culturele productie.

De nadelen zorgen er voor dat er een duidelijk schakelmoment in het proces zit. De opgedane contacten moeten worden “overgedragen”, waarbij de sleutelfiguren mogelijk gedeeltelijk opnieuw hun talenten en ideeën uit de doeken moeten doen. Als de afweging wordt gemaakt om een externe partij aan te trekken dan is het daarom van belang:

- Om helder te zijn naar de opgedane contacten door een duidelijk moment in het proces te markeren waarop de externe partij de opgedane contacten, in het bijzijn van deze contacten, overdraagt aan de cultuurscouts.
- Om de cultuurscouts al iets vroeger in het proces actief te betrekken zodat de contacten meteen ook deel worden van hun netwerk. En/of om de externe partij ook na het vooronderzoek erbij te houden zodat de persoonlijke relatie niet verloren gaat terwijl er ondertussen nieuwe relaties met de overige uitvoerders opgebouwd worden. Hiermee dient al in het projectplan en bijbehorende (uren)begroting rekening gehouden te worden.
- Om heldere afspraken te maken over hoe er wordt "doorgepakt". Voorkomen moet worden dat de onderzoeker verwachtingen bij de sleutelfiguren wekt, die niet worden beantwoord door de overige projectuitvoerders. Met de verwachtingen dient zorgvuldig omgegaan te worden.

1.4) Doelgroep definitie en paspoortenkwestie: heikele zaken

Nadeel van een smal gedefinieerde doelgroep

Los van een zeer abstracte definitie door EIF van de doelgroep en de slechte bereikbaarheid van Agentschap SZW voor een toelichting hierop, is het een nadeel dat de doelgroep smal is gedefinieerd. Integratie vindt tenslotte alleen plaats in een divers netwerk, bestaande uit mensen van Nederlandse of andere nationaliteiten die al lang(er) in Nederland wonen, er werken en de weg kennen en uit mensen die aan het begin van hun leven in Nederland staan. Het exclusief werken met derdelanders, die allemaal hun weg nog moeten vinden, zal het integratieproces niet versnellen. Door de regeling of in elk geval door de besteding van de subsidiegelden te limiteren tot de doelgroep, werkt de uitvoering van de regeling haar eigen "succesvolle integratie"-doelstelling tegen.

Om tot de doelgroep door te dringen is er vaak een tussenpersoon nodig die zelf ooit derdelander was, maar die inmiddels de Nederlandse nationaliteit heeft verkregen. We hebben een aantal keer de reactie gekregen: "Ik mag niet meedoen want ik heb (sinds kort) de Nederlandse nationaliteit!" Doordat voor het EIF alleen derdelanders tellen, denken de projectuitvoerders ongewild: "Aan die persoon hebben we niets want die telt niet voor de projectverantwoording aan het EIF". De regeling werkt daardoor een vreemd soort uitsluiting in de hand. Bovendien maakt de regeling de status van een persoon belangrijker dan het waardevolle contact wat net is opgedaan met een voormalig derdelander en al zijn artistieke en andere kwaliteiten.

Bewijslast: aanleveren van kopieën van paspoorten van derdelanders

Over de bewijslast is altijd open kaart gespeeld: het EIF eist dat er kopieën van de paspoorten van alle deelnemende derdelanders worden overlegd. In alle gesprekken en ook tijdens de eerste bijeenkomst met de sleutelfiguren maakte de vraag hoe er met het kopiëren van paspoorten omgegaan zou kunnen worden, veel emotie los. De ervaring van de sleutelfiguren wijst uit: zelfs aan sleutelfiguren die veel en lang met derdelanders werken laten deze migranten hun paspoort niet zien. Veel derdelanders komen uit regimes waar men zich het beste ver van alle autoriteiten kan houden, waar men negatieve ervaringen heeft opgedaan met betrekking tot het overhandigen van officiële documenten. Sommigen hebben bovendien een moeizame procedure in Nederland achter de rug en zijn ook achterdochtig naar Nederlandse autoriteiten. En überhaupt: niemand laat graag zijn paspoort kopiëren om mee te kunnen doen aan een cultureel evenement. Waarom, waartoe en wat gebeurt er vervolgens met die gegevens? Begrijpelijke en terechte vragen.

Deze formaliteiten staan haaks op de intentie van het EIF, namelijk het positief integreren van derdelanders door hun talenten te erkennen en voor de samenleving aan te wenden. In de projectverantwoording naar het EIF zijn de aantallen derdelanders die zijn betrokken geraakt en hun officiële status – die van derdelander, woonachtig in een van de 7 geselecteerde Arnhemse wijken – belangrijker dan hun talenten en hun inhoudelijke bijdragen aan het project. Deze formaliteiten staan haaks op de gastvrijheid die je derdelanders biedt door ze uit te nodigen om als gelijkwaardige partner aan het project deel te nemen. Ook het welkomsgedaar dat het EIF maakt op het moment dat mensen net hun verblijfsvergunning hebben gekregen en een leven kunnen gaan opbouwen in Nederland, wordt meteen ontkracht door te focussen op hun status en hen naar hun papieren te vragen.

Er is meerdere malen navraag gedaan over de paspoortenkwestie bij het EIF. De enige coulantie van EIF/Agentschap SZW is dat de kopieën van de paspoorten niet al met de tussenrapportages meegestuurd hoefden te worden, dat kon tot na afronding van het project in de zomer van 2015. Dat gaf enige tijd om eerst vertrouwen op te kunnen bouwen met de deelnemende derdelanders alvorens er om papieren gevraagd moest worden.

Maar er moest aan de EIF-voorwaarden voldaan worden, wilde Kunstbedrijf de subsidie niet verliezen. Nadat was vastgesteld dat het EIF en haar Nederlandse uitvoerder (Agentschap SZW) het recht hebben deze eis te stellen, werd er een strategie bedacht:

- Altijd open zijn over en de paspoortenkwestie aan alle sleutelfiguren voorleggen.

- In ruil voor de vergoeding die de sleutelfiguren krijgen voor hun inspanningen binnen het project, zijn zij medeverantwoordelijk voor het aanleveren van de kopieën van de paspoorten van deelnemende derdelanders.
- Bedenken van ludieke acties die het tonen van het paspoort minder gevoelig maken.
- Het organiseren van omvangrijke activiteiten met opleidingsinstituten die inburgeringscursussen verzorgen. Niet alleen is daar de doelgroep in grote getalen te bereiken, binnen een opleidingscentrum is het minder vreemd om een paspoort te laten zien dan bij een culturele activiteit in de openbare ruimte of kunstencentrum.

Aangescherpte doelstelling

Met de Kunst van het Samen Creëren wilde Kunstbedrijf laten zien dat mensen met een migratiegeschiedenis succesvol betrokken kunnen worden in de Nederlandse maatschappij. Kunstbedrijf wilde dit doen door een project op een samenwerkingsgerichte manier uit te voeren (co-creatie) en door gebruik te maken van kunstzinnige werkvormen (dat wat mensen goed kunnen en/of leuk vinden om te doen). Uit de eerste gesprekken met potentiële partners werd al snel duidelijk dat de belangrijkste doelstelling van het project zou moeten zijn het bouwen van duurzame relaties en het versterken van de organisaties en het aanbod wat er in Arnhem al is. Vandaar dat er nadien altijd is gevraagd naar wat de (zelf)organisaties nodig hebben om goed te kunnen draaien en naar wat zij nodig hebben om hun achterban goed te laten participeren in de Nederlandse samenleving.

Ook het EIF zou de doelstelling “bouwen aan duurzame, divers samengestelde netwerken van individuen en organisaties” mogen toevoegen aan het fonds. Want de maatschappij is geholpen met dergelijke duurzame relaties, niet met het beantwoorden van de vraag of die ene migrant nu net wel of net niet past binnen een bepaalde definitie van een beleidsmatig geformuleerde doelgroep.

Nu de EIF-subsidie geen rol meer speelt, kan het bouwen aan duurzame relaties als doel prevaleren. Een aantal contactpersonen en sleutelfiguren denkt dat dit zonder de EIF-context zelfs beter werkt: zonder subsidie-prikkel komt het initiatief van Kunstbedrijf voort uit een intrinsieke motivatie en de opgebouwde relaties zullen duurzamer zijn, omdat ze moeten passen binnen de bestaande (financiële) structuren en niet wegvallen als de subsidie stopt.

Belang van continuïteit

Bij gerichtheid op succesvolle integratie en duurzame netwerken is het essentieel om het net gewonnen vertrouwen van de migranten niet te schaden en de mooie beloften (sámen doen) waar te maken. Daarom is het zaak dat Kunstbedrijf een manier vindt om ook zonder subsidie door te gaan met het project.

Daarnaast is het zaak om als subsidieverstrekker (EIF) de gehonoreerde projecten een zo groot mogelijke slaagkans te geven. In de praktijk is de administratieve en financiële druk op de uitvoerende organisaties zo groot dat die zich dus soms al terugtrekken voordat ze goed en wel zijn begonnen. En niet onterecht: als er voor wat betreft de administratie en uitvoering niet tot op de letter van de aanvraag en de regeling wordt voldaan, is dat voor het EIF aanleiding om het hele subsidiebedrag terug te vorderen. Dit staat los van het feit of de gestelde doelen zijn behaald. Dat is in tijden waarin kunstencentra hoe dan ook in financieel slecht weer verkeren een enorm risico.

Regelgeving is belangrijk om gesjoemel met Europese gelden tegen te gaan. Maar als regelgeving rondom de verantwoording van EIF-subsidie zo veeleisend wordt dat deze initiatieven in de kiem smoort, dan is deze het doel voorbij geschoten. Want dan vallen wellicht juist die organisaties af, die, net zoals Kunstbedrijf, een interessant alternatief perspectief op integratie bieden door de cultuur en talenten van de migranten centraal te stellen. Het merendeel van de gehonoreerde EIF-projecten is namelijk sterk instrumenteel van aard (gericht op het verkrijgen van werk en taalvaardigheid).²

1.5) Handelingsperspectief: wat kan Kunstbedrijf bieden?

Uit de eerste gesprekken met sleutelfiguren bleek dat er binnen migrantengemeenschappen over het algemeen maar een beperkt aantal mensen actief is op het culturele of

²Zie voorbeelden op de EIF-website: http://ec.europa.eu/dgs/home-affairs/financing/fundings/migration-asylum-borders/integration-fund/index_en.htm

sociaalmaatschappelijke vlak. Deze voortrekkers worden voor van alles en nog wat benaderd; zij worden vaak volledig overvraagd. Deze mensen moet je met je project niet belasten met extra werk, terwijl je ze toch wilt betrekken en via hen hun achterban wilt bereiken. Hoe kan dat op een goede manier?

- Niet door met het festival allerlei nieuwe dingen in het leven roepen en de betrokkenen extra werk te verschaffen, maar door bestaande organisaties en/of activiteiten van de sleutelfiguren te versterken.
- Door met het Kunstbedrijf-project aan te sluiten op de activiteiten die de organisaties al ondernemen en dat (gedeeltelijk) onder de noemer van het project te scharen.
- Doordat Kunstbedrijf niet alleen komt halen, maar ook brengen: wat levert de samenwerking met Kunstbedrijf op? Wat kan Kunstbedrijf faciliteren of ondersteunen in de organisatie van de sleutelfiguren op organisatorisch of persoonlijk niveau of met betrekking tot de culturele productie?
- Door de organisaties, stichtingen en verenigingen te vragen wat zij nodig hebben om hun achterban te laten participeren in de Nederlandse maatschappij.
- Door geen samenwerkingsvormen voor te schrijven, maar die samen te ontwikkelen.

Bij voorkeur ontstaat er uitruil: de cultuurscouts zetten zich voor deze (culturele) organisaties in door te helpen met het schrijven van beleidsplannen of andere zaken waar de betreffende (migranten)organisatie behoefte aan heeft. De organisaties koppelen hun bestaande activiteiten aan het project en vinden zo een breder platform voor hun activiteiten. Bovendien mobiliseren zij actief hun achterban zodat Kunstbedrijf aan haar netwerk kan uitbreiden (en verplichtingen ten opzichte van EIF kan voldoen).

Dit vraagt een ander handelingsperspectief die draait om reciprociteit, niet om één-richtingsverkeer. Het vraagt – zoals gezegd – om een andere doelstelling: niet enkel het organiseren van een cultuurfestival en het behalen van een X-aantal deelnemers, maar om het bouwen aan duurzame relaties.

Als samenwerking en wederzijdsheid centraal staan en er aan de behoeften van de betrokken organisaties tegenmoet gekomen wordt, dan is het resultaat commitment en duurzame relaties. Bij succes rolt integratie daar vanzelfsprekend uit voort.

2 De doorstart

Voor de zomer was afgesproken om op 27 augustus 2014 nog een keer met alle betrokkenen van Kunstbedrijf en Urban Paradoxes samen te komen ter afronding van het project. Die bijeenkomst bleek een doorstart in te luiden!

2.1 Intenties van Kunstbedrijf en de cultuurscouts

Op de deze bijeenkomst gaven de cultuurscouts aan de aanpak van Kunst van het Samen Creëren te willen incorporeren in hun werkwijze. De cultuurscouts zien Kunst van Samen Creëren als een waardevol perspectief voor hun werk voor het komende jaar en ze zien een waardevolle uitbreiding van hun netwerk ontstaan. De cultuurscouts spraken de intenties uit om:

- Door te gaan met het contact leggen en werven van derdelanders, maar om de focus te verbreden. Ook andere migrantengroepen (bv. asielzoekers) worden op dezelfde wijze benaderd en uitgenodigd betrokken te raken.
- Te werken aan dwarsverbanden. Voor het EIF telde alleen derdelanders; het Nederlandse cultuurparticipatiebeleid richt zich steeds sterker op kinderen en jongeren; en het beleid van Kunstbedrijf tot nu was sterk gericht op aandachtswijken. Kunst van Samen Creëren grijpt in de doorstart de kans om krachtige verbanden te smeden tussen onder meer hoog en laagopgeleiden, jong en oud, centrum en buitenwijk, Nederlands en internationaal. Uitgangspunt: alleen in verbinding met elkaar kunnen culturele instellingen en producenten hun hoofd boven water houden; alleen met divers samengestelde netwerken versterken we de samenleving.
- De methodiek op voorgenomen wijze verder uit te werken en indien succesvol overdraagbaar maken. In dat laatste geval leidt het idealiter tot een product waarmee Kunstbedrijf de boer op kan.

- Intern de methodiek van Kunst van Samen Creëren aan te laten sluiten op het algemene beleid van Kunstbedrijf, want beide zitten op de lijn van faciliteren van partijen in de stad en het bouwen aan gelijkwaardige, duurzame relaties.
- Een duurzame relatie op te bouwen met Rijn IJssel. Dit bleek een belangrijke vindplek van de doelgroep en van talent. Het biedt toegang tot telkens nieuwe groepen inburgeraars.
- De opgedane ervaring te delen binnen Arnhem. Na 2 september 2014 zal er een mail met dit verslag als attachment gestuurd worden aan de contactpersoon bij de Dienst Cultuur van de gemeente Arnhem en aan de directie van Kunstbedrijf.
- De opgedane ervaring te delen met de Europese Commissie. Nadat Kunst van Samen Creëren in de nieuwe vorm een tijd heeft gelopen en er zicht is op de bijdrage daarvan aan integratie, wordt er een brief opgesteld en aan het EIF en een Nederlandse Europarlementariër met integratie in zijn portefeuille in Brussel gestuurd. In deze brief zullen vooral de paradoxen van de regeling uitgewerkt worden. De UvA-student, die in december 2014 t/m januari 2015 bij Urban Paradoxes stage loopt, kan wellicht het onderzoek naar de effecten op integratie doen.

Met het oog op de bijeenkomst van 2 september stellen de cultuurscouts vast dat ze de sleutelfiguren opnieuw willen vragen wat zij met elkaar en/of met Kunstbedrijf willen ontwikkelen. De cultuurscouts zien hiervoor in principe verschillende mogelijkheden zoals een event in december, een koppeling met het Charivari-festival begin 2015 of met een tweede editie van het Immerloo-parkfestival in de zomer van 2015. Ook zullen de cultuurscouts opnieuw de vraag stellen wat de sleutelfiguren nodig hebben.

De cultuurscouts verwachten dat er individuele relaties tussen hen en de sleutelfiguren zullen ontstaan waarin de scouts de behoeften op individueel of organisatieniveau faciliteren in ruil voor betrokkenheid bij een te ontwikkelen cultureel evenement. Daarnaast willen de scouts met de sleutelfiguren verkennen wat de meerwaarde is om met enige regelmaat als groep bij elkaar te blijven komen. Hebben zij er behoefte aan? Is er een denktank nodig die visie ontwikkeld op cultuurparticipatie en –beleid waarin diversiteit een intrinsieke factor is?

2.2 De bijeenkomst op 2 september 2014

Op de bijeenkomst hebben de bijna 20 aanwezigen zich voorgesteld en over hun culturele praktijk verteld. Vervolgens hebben ze op uitnodiging van de cultuurscouts op grote vellen papier hun dromen geschreven. Opvallend was dat het merendeel van de dromen een uiting was van de wens om de eigen cultuur en talenten te delen met anderen en om te verbinden met anderen. Met andere culturen, andere achtergronden, met autochtonen. *We moeten al die bestaande netwerken verbinden anders komen we allemaal niet vooruit.*

In een tweede ronde hebben de aanwezigen hun naam geschreven bij de dromen waarmee ze aansluiting hadden. Zo ontstonden een aantal clusters. Die zijn met elkaar besproken, er zijn matches gemaakt en trekkers aangewezen. Eén match betrof muziek. Vijf muzikanten en een cultuurscout vonden elkaar, een aanwezige vertegenwoordigster van Thuiszorg Evital wierp zich op als potentiële afnemer van de muziekproducties of muziekinterventies die uit deze match kunnen voortkomen. Ook verkende de groep mogelijke plekken om op te treden, onder andere: de 2015-editie van het Immerloo parkfestival, het Charivari wereldmuziekfestival in januari 2015, de Kunstsalon of buitenpodium De Blauwe Kikker. Een andere match was tussen een cultuurscout en een sleutelfiguur rondom PR-taken. Een derde match betrof handwerk: hierbij kwamen stichting Breikracht, een knitting-designer en twee Turkse muzikanten bij elkaar. Ook hier was Evital geïnteresseerd in de mogelijkheden die het werken met handwerktechnieken biedt voor het leggen van verbindingen tussen migranten en autochtonen. Een tenslotte was er een match tussen alle aanwezigen rondom de wens voor een 'culture+food market'. Ook hier werden bestaande aansluitmogelijkheden verkend en een trekker aangesteld. Een voorzichtige ambitie werd geformuleerd om deze markt uit te laten groeien tot een cultureel event "our style" (wellicht wordt dat de 2^e editie van het Immerloo Parkfestival).

Tenslotte werden er een aantal behoeften geformuleerd. De behoefte aan een naam voor de groep mensen zoals ze nu bij elkaar zat. De behoefte om het netwerk uit te breiden: naar andere partners in Arnhem en daarbuiten. Er was behoefte aan uitwisseling met vergelijkbare

initiatieven op andere plekken in Nederland. Afsproken werd dat de hele groep elke twee maanden bij elkaar komt om elkaar te informeren vanuit de subgroepen (de verschillende matches) en om uit te wisselen over het (de) collectieve event(s). De datum voor de eerstvolgende bijeenkomst werd meteen geprikt.

Hiermee lijkt de doorstart van Kunst van Samen Creëren werkelijkheid te zijn geworden. Voor concrete projecten zullen fondsen geworven worden zoals de cultuurscouts dat voor andere activiteiten ook doen. Het is interessant om de ontwikkeling te volgen en op gezette tijden te kijken hoe het proces vorm krijgt en welke culturele producten er ontstaan. En om daarbij vast te stellen wat deze werkwijze – ook zonder subsidie van het EIF – voor de integratie van derdelanders, migranten en overige Nederlanders betekent.

Bijlage 1

Het Europese Integratie Fonds (EIF)

Doelgroep

De doelgroep van het EIF wordt gevormd door derdelanders:

- 1 Onderdanen van derde landen, die niet de Nederlandse nationaliteit of de nationaliteit van een andere EU-lidstaat bezitten in de zin van artikel 17, lid 1 van het EU-Verdrag, en die in het bezit zijn van of in aanmerking komen voor een geldige verblijfsvergunning in Nederland. In beginsel gaat het om onderdanen van een derde land die zich al op het grondgebied van de lidstaat bevinden;
- 2 Maar ook onderdanen die zich op grondgebied van een derde land bevinden en voldoen aan de voorwaarden die de Wet Inburgering Buitenland stelt om naar Nederland te komen vallen onder de doelgroep van het fonds.

Nederlanders, EU onderdanen, onderdanen met dubbele nationaliteiten en Verdragsvluchtelingen behoren niet tot de EIF doelgroep. De deelnemers dienen geldig verblijf te hebben in Nederland gedurende de deelname aan het project. Hoewel iedereen mee mag doen aan het project, zijn alleen kosten gemaakt voor de EIF doelgroep subsidiabel.

Het uitgangspunt van het EIF is dat migranten zelf verantwoordelijk zijn voor hun integratie. Het Fonds gaat er daarbij vanuit dat expats en studenten over het algemeen bij uitstek zelf in staat om hun integratie vorm te geven. Deze groepen behoren officieel tot de doelgroep 'derdelanders' maar mogen niet de meerderheid vormen van het EIF-project wat Kunstbedrijf Arnhem uitvoert.

Doelstelling

Op de website van het EIF schrijft de Europese Commissie een vlammend betoog:

"Immigratie speelt een waardevolle rol in het versterken van de EU's concurrentiepositie omdat het een antwoord is op huidige en toekomstige demografische uitdagingen en arbeidstekorten. De sleutel tot het maximaliseren van de opbrengt van immigratie is het succesvol integreren van migranten in de ontvangende maatschappijen."

Vrij vertaald: We hebben deze mensen hard nodig en we willen hen graag goed in onze samenleving opnemen. In de formulering van de algemene doelstelling van het Fonds klinkt het al een stuk koeler:

1. De algemene doelstelling van het Fonds is ondersteuning van de inspanningen van de lidstaten om onderdanen van derde landen met een andere economische, sociale, culturele, religieuze, taal- of etnische achtergrond in de gelegenheid te stellen te voldoen aan de voorwaarden voor verblijf en hun integratie in de Europese samenleving te vergemakkelijken.

2. Met het oog op de verwezenlijking van de in lid 1 vermelde doelstelling draagt het Fonds bij tot de ontwikkeling en uitvoering van nationale strategieën voor de integratie van onderdanen van derde landen in alle aspecten van de samenleving, met name uitgaande van het beginsel dat integratie een dynamisch bilateraal proces is waarbij alle immigranten en ingezetenen van de lidstaten zich aan elkaar moeten aanpassen.

In Nederland lopen de subsidies via het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Het Agentschap SZW handelt de formele en administratieve zaken af en treedt op als contactpersoon naar de gehonoreerde projectorganisaties.

Bijlage 2

Selectie van opbrengst vooronderzoek (benaderde of te benaderen partijen)

Rijnstad
El Ele dansschool
Turkse schrijver, kok, Turkse instrumentalist (saz e.d.)
Stichting Breikracht
Iraanse fotografe
New Generations
Zina / De Wijkjury
Student podiumkunsten A'hem, wereldmuziek
Propz
Theatergroep Cactus
Charivari Wereldmuziekfestival,
Stichting Multitalent in Actie
Indiase zangeres en muziekdocent
Cubaanse percussionist + leraar
Rijn IJssel
Rafafood
Gemeentelijke Nieuwsbrief Integratie
Vluchtelingenwerk Oost-Nederland
VMBO Venster, ISK
Maarten van Rossum College, ISK
New Dutch Connection
Hogeschool Larensteijn
HAN Presikhaaf (veel Chinese studenten)
ArtEZ kunstacademie
Verenigd Arnhem
Spectrum Elan
Probus Praktijkschool
Lorenzcollege
Resto van Harte
Vrouwen in ondernemerschap
Dansgroep Indikala (Hindoestaans)
Stichting Sinti Muziek Nederland
Islamitisch Centrum Nederland
Iraaks Platform /Mandaerse Federatie Nederland
Afghaanse vereniging Arnhem
Vocal Vibes
Theater de Plaats
Arnhemse Uitdaging
Boys Action dansgroep
Lynx Dansgroep
Max Studios
Stichting WHAA
www.kwartiermakersarnhem.nl
MBO Rijn IJssel opleidingen (Creatieve industrie, Mode en design, Podiumkunsten, Urban)
Wijkregisseur Arnhems Broek
Wijkregisseur Malburgen
Inburgeringspartijen (o.a. Rijn IJssel, NCB Opleidingen, Capabeltaal, ROC A12, Agens)

“De kunst van het samen creëren”

Doe jij met ons mee?



Een project van Kunstbedrijf Arnhem
ter ondersteuning van de integratie
van nieuwe burgers in Arnhem



*Dit project is medegefinancierd door
het Europees Integratiefonds: EIF
'EIF van EU naar lokaal'*

Waarom dit project?

Met de Kunst van het Samen creëren laten we zien dat mensen met een migratiegeschiedenis succesvol betrokken kunnen worden in de Nederlandse maatschappij. Dit doen we op een samenwerkingsgerichte manier en door gebruik te maken van kunstzinnige werkvormen. We richten ons op mensen uit niet EU-landen die in Nederland wonen, maar niet de Nederlandse nationaliteit of een vluchtelingenstatus bezitten.

Groot cultureel festival in juni 2015

In het kader van dit nieuwe project starten we in het najaar van 2014 (september) met diverse culturele activiteiten en workshops die uitmonden in een groot cultureel festival in juni 2015, in Arnhem! Onze cultuurscouts werken samen met sleutelfiguren van verschillende gemeenschappen in Arnhem, waaronder de Marokkaanse, Turkse, Iraanse, Iraakse, Somalische, Ghanese en Afghaanse gemeenschappen. Samen geven we invulling aan het festival. Want alleen in co-creatie wordt het een festival dat aansluit op de interesses en smaakvoorkeuren van de verschillende Arnhemse gemeenschappen en wat de Arnhemse netwerken versterkt. En we kunnen jouw hulp hierbij goed gebruiken. Doe jij met ons mee?

Jouw hulp!

We werken in het project samen met Arnhemse culturele en maatschappelijke organisaties. Waaronder theater- en dansgroepen, opleidingscentra en zelforganisaties van Arnhemse migrantengemeenschappen. En met jou!

Wil je mee-organiseren? Dan geef je in een divers samengesteld team vorm aan de culturele activiteiten en het festival. Je kunt jouw organisatorische vaardigheden aanwenden en jouw netwerk in Arnhem uitbouwen. Neem contact met ons op!

Wil je niet actief mee-organiseren, maar misschien wel *deelnemen aan een workshop* of het festival bezoeken? Geef je contactgegevens door en dan zetten wij je op de mailinglijst.

Over Kunstbedrijf Arnhem

Zei daar iemand kunst?! Kunstbedrijf Arnhem gelooft dat kunst en het beoefenen van kunst raakt, inspireert en verbindt. Wij bieden alle inwoners van Arnhem de mogelijkheid om deel te nemen aan kunst. Wij zijn de stedelijke ontwikkelaar, aanbieder, makelaar en aanjager op het gebied van kunsteducatie en cultuurparticipatie. Daarbij werken wij nauw samen met andere -culturele- partners in de stad.

Met vriendelijke groet, namens het hele projectteam

Sandra Trienekens

Kunstbedrijf Arnhem
Tel. 06 18135808
urbanparadoxes@xs4all.nl