

Ingelogd als *Kölgen & Laenen bvba* - [Uitloggen](#)**Archief**

Ann Laenen
Ann@kandl.be -
www.kandl.be

KOEPELORGANISATIES EN CULTUREEL ONDERNEMERSCHAP IN VLAANDEREN: PROSPEKTA, BRUGGE PLUS EN MMMECHELEN

Dit artikel is gepubliceerd in 2007 - nummer 2/3

De laatste jaren zijn er in Vlaanderen heel wat koepelorganisaties bijgekomen naar het model van de vzw die in 1993 'Antwerpen – culturele hoofdstad van Europa' realiseerde. Dit artikel vertrekt vanuit 1993 over Antwerpen Open vzw en zoomt in op drie organisaties die elk een belangrijke rol spelen binnen het cultuurtoeristische leven van een stad of regio.

In 1993 was Antwerpen culturele hoofdstad van Europa. Het is misschien vreemd om met deze zin aan dit artikel te beginnen, maar ik heb wel de indruk dat de manier waarop de culturele hoofdstad toen georganiseerd werd, internationaal naast Glasgow (1990) nog steeds als voorbeeld genoemd wordt als er over cultureel ondernemerschap gesproken wordt. Het is zeker niet de bedoeling om terug te keren naar 1993, maar juist om verder te kijken en te zien wat er ondertussen binnen het culturele veld in Vlaanderen veranderd is.

Antwerpen Open vzw (vereniging zonder winstoogmerk) werd als erfgenaam van Antwerpen 93 in 1997 boven de doopvond gehouden, om het grote project rond de schilder Antoon Van Dijck (1999) vorm te geven en te coördineren. Tegelijk wilde de organisatie de expertise die in 1993 werd opgebouwd consolideren en fungeerde de organisatie als intermediair tussen de stedelijke, Vlaamse, privé- en toeristische partners voor projecten met internationale uitstraling. Op die manier droeg de organisatie bij tot de algemene uitstraling van Antwerpen. Toen werd het nog niet met zoveel woorden omschreven, maar eigenlijk droeg de organisatie bij tot de citymarketing van de Stad.

De eigenlijke doelstellingen van de vzw Antwerpen 93 werden overgenomen :

- complementair opereren
- steunen op de meest diverse partnerships
- aandacht voor een kwalitatief zomeraanbod
- inhoudelijk autonoom aansturen door een gemandateerd algemeen coördinator en door de door hem aangeduide (en door de raad van bestuur bekrachtigde) artistieke leiders en curatoren

Er werd wel gewerkt met een veel kleinere staf. Naar gelang het project werden artistieke medewerkers aangetrokken en werd de band met de stad sterker aangehaald.

Ondertussen veranderde echter het culturele landschap. Zo werd sinds 2002 het lokaal cultuurbeleid veel scherper uitgetekend en door een cultuurbeleidscoördinator gereguleerd. Ook werd er rond dezelfde tijd een centrale stedelijke museumgroep opgericht. Deze stedelijke Coördinatie Musea vond ondertussen ook aansluiting bij provinciale, Vlaamse en privé-musea in Antwerpen. Er kwamen dus heel wat spelers bij binnen het veld. Tegelijk kwam er een professionalisering van de culturele sector op gang. Redenen genoeg dus om tijdens het drukke



- Inhoudsopgave**
- ~ Vernieuwing ontstaat 'at the edge of chaos'
 - ~ Column Doom: Raise Funds Locally, Spend Globally
 - ~ De opkomst van creative finance
 - ~ Beloon ondernemend gedrag; Interview met wethouder Carolien Gehrels
 - ~ PICNIC 2007; veel keuze voor makers, doeners en denkers
 - ~ Berichten
 - ~ P&I - plannen en ideeën
 - ~ Lobbyen: Wie niet sterk is, moet slim zijn
 - ~ Creatieve netwerken
 - ~ Lezers MMNieuws: Financiering, marktontwikkelingen en innovatie vragen extra aandacht
 - ~ Culturele Hoofdsteden met uithoudingsvermogen
 - ~ StratLab Professional
 - ~ Een open invitatie
 - ~ Datascape Cultuur; Met zevenmijlslaarzen door het cultureel landschap
 - ~ Het komend nummer van MMNieuws heeft als thema: beleviseconomie

Rubrieken:

jaar 2004, het jaar dat Antwerpen Wereldboekenstad was en het jaar dat Rubens in de kijker stond, een moment van bezinning in te lassen. Het creëren, initiëren en faciliteren van stadsprojecten met bovenlokale en internationale uitstraling blijven centraal staan in de werking van Antwerpen Open vzw. Het woord citymarketing werd letterlijk opgenomen in de missie en er werd expliciet aansluiting gezocht bij het cultuurbeleid van de Stad Antwerpen. Vanuit haar culturele expertise bouwt de organisatie ook in de toekomst mee aan de uitstraling van de stad en vormde zo als drager van openheid een sleutelement in een stedelijke culturele ontwikkelingspolitiek. Door niet geïntegreerd te zijn binnen de stadsstructuur, maar te fungeren als onafhankelijke organisatie, kon ze flexibel inspelen en desgevallend anticiperen op evoluties binnen het stedelijke culturele veld. Naar gelang de grootte van het evenement dat op stapel stond, varieerde het aantal medewerkers, maar een basisploeg zorgde voor consolidering van de expertise. Momenteel werkt Antwerpen Open aan een project rond het dier in de kunst. Dit doet ze samen met de Zoo en de stedelijke musea. O Dierbaar Antwerpen gaat van start op 5 mei met een groot stadsfeest en loopt tot 30 september 2007. Vijf maanden lang kan het publiek in Antwerpen zijn dierlijke kant ontdekken via een rijk gevuld programma met vier unieke tentoonstellingen, stadswandelingen, films, theatervoorstellingen en nog veel meer (meer info op www.antwerpenopen.be).

Tijdens de conferentie Communicating the museum in Valencia (2004) bleek welk een luxe het is voor een stad om met een onafhankelijke koepelorganisatie te kunnen werken bij grote evenementen. In de meeste gevallen wordt immers een tijdelijke vereniging opgericht per evenement. Na het evenement verdwijnt dan weer de organisatie en valt de expertise weg, wat ervoor zorgt dat bij een nieuw experiment volledig van nul moet worden herbegonnen.

Ondertussen zie je overal in Vlaanderen soortgelijke culturele koepelorganisaties ontstaan. Zo ontstond Brugge Plus uit Brugge 2002 (de organisatie die Brugge Culturele Hoofdstad coördineerde). Mechelen 2005 – nu MMMechelen, werd opgericht om 'Mechelen 2005, Stad in Vrouwenhanden' vorm te geven en Artes Leuven staat voor de grote uitdaging om in 2009 de grote tentoonstelling rond Rogier Van der Weyden te promoten.

In dit artikel laat ik de bezielers van Brugge Plus en MMMechelen aan het woord en ik zet naast deze twee organisaties Prospekta, net als Antwerpen Open een erfgenaam van Antwerpen 93. Ook Prospekta ontstond in de nasleep van het cultuurjaar en vervult sindsdien een belangrijk aspect binnen het culturele veld in Antwerpen. Het gaat steeds om onafhankelijke organisaties waarbinnen de lokale overheden door vertegenwoordiging in de raad van bestuur verankerd zitten. Zo kunnen deze organisaties rekenen op de steun van dit lokale beleid, maar behouden ze voldoende flexibiliteit om in te spelen op de vragen en noden van het moment.

Aan de hand van enkele vragen geven de mensen achter genoemde organisaties aan hoe de organisatie groeide, wat de uitdagingen waren bij de start, welke mogelijke impact het werk van de organisatie heeft of had op het culturele veld en wat er mogelijk binnen de organisatie zelf veranderd is.

Hoe groeide de koepelorganisatie?

Na Antwerpen 93 – culturele hoofdstad van Europa, bleek dat een gestructureerd bureau voor onthaal en ticketing een meerwaarde zou kunnen betekenen in Antwerpen. Initiatiefnemers in dit verhaal waren Provincie en Stad Antwerpen. Zij gingen een destijds uniek samenwerkingsverband aan. Beide overheden subsidiëren Prospekta financieel. Stad Antwerpen biedt aanvullend een ruime logistieke steun. Prospekta – centrum voor kunstcommunicatie, werd boven het doopvont gehouden in 1995. De opdracht was meervoudig: – uitstraling van de organisatie van het cultuurbeleid ondersteunen versus citymarketing

- serviceorganisatie voor de culturele sector
- organiseren van publieksgerichte acties

Wat was de functie van de organisatie bij de start?

De eerste opdracht van de vzw was het organiseren van een centraal netwerk voor ticketverkoop. Dit was een rechtstreekse reactie op het gebrek aan een gestructureerd verhaal tijdens '93. Al snel volgden ook andere initiatieven, zoals de opening van de culturele infobalie 'Info Cultuur', de organisatie van het collectief platform voor kunstcommunicatie 'Cultuurmarkt van Vlaanderen' en tal van kleinere marketingacties.

Wat waren de belangrijkste obstakels / uitdagingen?

De sector is de laatste jaren sterk geprofessionaliseerd inzake cultuurcommunicatie. Dit was in 1995 niet zo. In de pioniersjaren werden twee bewegingen tegelijkertijd gemaakt:

- collectieve cultuurcommunicatie moest als het ware uitgevonden worden. Uitgaand van een behoefteonderzoek bij de culturele sector werd in kaart gebracht wat een organisatie als Prospekta als meerwaarde kon betekenen.
- individuele instellingen voerden hun individuele communicatie. Er was nog geen klimaat voor samenwerking. Culturele instellingen moesten als het ware overtuigd worden om met elkaar en met een intermediaire organisatie samen te werken.

Heeft de organisatie voor verandering gezorgd binnen het veld waarin de organisatie opereert?

Het is moeilijk te meten wat precies de impact is geweest van Prospekta op het veld, maar we kunnen wel vaststellen dat de evenementen die Prospekta organiseert, een groeiend succes kennen. Zo organiseerde Prospekta op 1 september 1996 voor het eerst de Cultuurmarkt van Vlaanderen. 20.000 bezoekers konden toen kennismaken met 35 gezelschappen die hun producties voor het theaterseizoen 1996-1997 voorstelden.

De Cultuurmarkt van Vlaanderen is in 2007 aan zijn twaalfde editie toe. Het evenement kent een exponentiële groei. Zowel qua deelnemende culturele instellingen als qua bezoekers. In 2006 was de de Cultuurmarkt van Vlaanderen goed voor:

- 170.000 bezoekers
- 18 locaties
- 650 optredende artiesten
- 180 infostands
- 130 vrijwilligers
- 130.000 programmakranten

Ook Info Cultuur is sinds de oprichting een gevestigde waarde.

De goodwill om samen aan overkoepelende initiatieven te werken is vandaag meer evident dan voorheen. Er worden makkelijker grenzen overschreden. Zo wordt in april 2007 in Antwerpen een museumkaart gelanceerd in samenwerking met De Lijn. Alle musea van de Vlaamse gemeenschap, van de provincie en de stad Antwerpen en de Monumentale kerken werken samen aan dit initiatief. Bovendien kennen ze een grote solidariteit inzake de verdeelsleutel, de lancering en de promotie van de museumkaart. Tien jaar geleden lukte dit nog niet, maar nu is de koudwatervrees om samen te werken weg. Sterker nog: het bewustzijn dat de betrokken partijen elkaars werking versterken en samen het probleem van de publieksparticipatie moeten tackelen, neemt de overhand. We noteren een duidelijke evolutie van een groot individualisme naar een gemeenschappelijk denken.

In 2001 werd CultuurNet Vlaanderen (het Vlaams steunpunt voor cultuurcommunicatie: www.cultuurnet.be) opgericht, met een vergelijkbare opdracht als Prospekta en een zeer grote slagkracht. De werking van beide organisaties is complementair. Daar waar het werkingsgebied van Prospekta zich voornamelijk toespitst op het

grondgebied van de provincie Antwerpen, heeft CultuurNet impact op gans Vlaanderen. De beweging die dank zij Cultuurnet op gang kwam, is zeer belangrijk in het landschap van de cultuurcommunicatie en heeft de positie van Prospekta als lokale poot zeker versterkt.

Heeft dit de werking van de organisatie veranderd?

Niet enkel de positieve attitude van de sector heeft voor verandering gezorgd; ook de steeds evoluerende technologie heeft zijn stempel gedrukt. Zo is door de opkomst van het internet de nood aan een centraal netwerk voor ticketverkoop getaand. Het is nu voor een grotere culturele instelling interessanter en efficiënter om rechtstreeks met een internetprovider te werken dan via een intermediaire organisatie. Prospekta biedt aan de publieksbalie nog steeds het gebundelde ticketaanbod aan, maar de achterliggende structuur is volledig hertekend. Ook de ontwikkelingen binnen de nieuwe media dwingen om fris te blijven voor nieuwe evoluties en mogelijkheden inzake cultuurcommunicatie. Maar de verandering is ook fundamenteel maatschappelijk gelieerd. De globaliserende wereld verandert continu. Zo ook de positie van Antwerpen in de wereld, het culturele veld, de beleidsbepalingen inzake cultuur, de perceptie van cultuur, enzovoort. Kwestie om daar als organisatie steeds opnieuw accuraat op in te spelen. Anno 2007 balanceert Prospekta tussen een managementdenken dat het culturele product op de kaart wil zetten en verkopen enerzijds en het communiceren over cultuur met respect voor de intrinsieke waarde van cultuur en de cultuurbeleving anderzijds. Bij de opstart van Prospekta was dat bijvoorbeeld nog niet aan de orde. Toen wilden we het – destijds nog niet zo welomschreven – publiek goed informeren over het culturele aanbod. Eenduidig duidelijk. Maar een nieuwe trend tekent zich af. Cultuur wordt steeds vaker gecatalogiseerd onder de noemer vrije tijd of ontspanning. Cultuur consumeren beperkt zich hier maar al te vaak tot geanimeerd worden. Vanuit het belang van de publieksparticipatie bestaat de noodzaak om in deze trend mee te stappen en cultuur als een – bij wijze van spreken – economisch goed aan de man te brengen, met meer aandacht voor de klant en de klantenbinding dan voor het product. Maar een duidelijke oppositie dringt zich op want ook cultuur aan sich verdient een duidelijke plaats. Cultuur als middel of cultuur als doel? Vanuit deze problematiek is bij Prospekta het meerlagig denken en werken ontstaan. Enerzijds slechten we drempels en bedienen we een breed publiek met een brede en toegankelijke informatiestroom - met zijsprongetjes naar een gericht doelgroepenbeleid. Tegelijkertijd verdedigen we het waardevolle symbolische kapitaal en immateriële goed van cultuur en promoten we cultuur als prikkel, als streven naar anders-zijn, als persoonlijke verrijking, als noodzaak. Hiertoe zoekt de organisatie naar gespecialiseerde informatie en tools.

Annik Klaes

directeur Prospekta

meer info: www.prospekta.be

Hoe groeide de koepelorganisatie?

In 2003 nam het stadsbestuur van Mechelen zich voor om in het najaar van 2005 een grootschalig cultureel evenement in de stad te organiseren. Na overleg met de verschillende overheden werd in mei 2003 beslist om voor de organisatie van het evenement een privaatrechterlijke structuur op te richten binnen het stedelijke organogram. Op deze manier kon op een snelle en flexibele wijze overgegaan worden tot fondsenwerving en de tijdelijke uitbreiding van het nodige personeelsbestand. Op 22 juli 2003 verschenen de statuten van Mechelen 2005 vzw in het Belgische Staatsblad. De koepelorganisatie groeide geleidelijk, en in versneld tempo, naarmate het voorbereidingsproces van het evenement vorderde. Midden 2003 beschikte de vzw over twee voltijdse medewerkers, begin 2004 werd het kernteam vervolledigd met vijf extra medewerkers. In het

evenementenjaar 2005 piekte het personeelsbestand in de periode september – december ten slotte met 43 voltijdse en deeltijdse personeelsleden, drie gesponsorde medewerkers, 23 vrijwilligers en 11 poolmedewerkers. Na het evenement werd dit bestand op korte tijd weer afgebouwd. In de toekomst zal het projectsecretariaat permanent bemand worden door een zakelijke coördinator, een communicatieverantwoordelijke en één tot twee administratieve medewerkers. Voor de voorbereiding van de concrete projecten zal telkens een tijdelijk projectteam worden samengesteld.

Wat was de functie van de organisatie bij de start?

Oorspronkelijk was het de bedoeling om de vzw een tijdelijk statuut te geven. De organisatie werd opgericht om in 2005 éénmalig het evenement 'Stad in Vrouwenhanden' te organiseren, en zou medio 2007, na administratieve afhandeling, verdwijnen. Vandaar ook dat in de naamgeving van project en organisatie werd gekozen voor een één-op-één relatie: de naam van de vzw, Mechelen 2005 vzw, was eveneens een deel van de naam van het evenement: 'Mechelen 2005, Stad in Vrouwenhanden'. Maar het project werd een succesverhaal: de media waren lovend, het evenement lokte zeer veel volk van binnen en buiten de stad en de Mechelaars waren trotser op hun stad dan ooit tevoren. Na afloop van het evenement was het stadsbestuur er dan ook van overtuigd dat zulke projecten een hefboom kunnen zijn voor de dynamisering van de stad en werd er beslist om vanaf 2009 driejaarlijks een grootschalig cultureel evenement op poten te zetten. De tijdelijke vzw Mechelen 2005 kreeg dus de opdracht om een doorstart te maken en een langetermijnvisie te ontwikkelen. In maart 2007 veranderden de missie en de naam van de vzw: MMMechelen vzw werd geboren (de MM staan voor Meer en Meer Mechelen: red).

Wat waren de belangrijkste obstakels/uitdagingen?

Een éénmalige projectorganisatie als Mechelen 2005 staat voor een groot aantal uitdagingen. In de relatief korte tijdsspanne van haar bestaan – statutair bepaald op vier jaar – doorliep deze projectorganisatie alle levensfasen die aan een gewone onderneming worden toegeschreven: opbouw, ontwikkeling, realisatie en afbouw. Deze gecondenseerde levensloop maakt de eigenheid, maar ook de complexiteit van een projectorganisatie en haar werking uit.

Belangrijke organisatorische uitdagingen waren onder meer:

- het vertrouwen winnen van de inrichtende stedelijke overheid opdat de voordelen van een privaatrechterlijke structuur ten volle konden worden ingezet bij de talrijke uitdagingen die zich stellen bij de voorbereiding van een topevenement;
- een doelgerichte fasering van het voorbereidingsproces, zodat het overzicht helder bleef en er te allen tijde kon bijgestuurd worden;
- in een zo vroeg mogelijk stadium een zo groot mogelijke zekerheid over de beschikbaarheid van financiële middelen te verkrijgen (subsidies en sponsorgelden);
- de uitbouw van een doeltreffend tijdelijk projectteam dat volgens het harmonicaprincipe wordt ingeschoven in de organisatie.

Nu de organisatie onder de naam MMMechelen vzw op een duurzamer bestaan wordt toegeschreven, is het mogelijk om een aantal van de genoemde obstakels en uitdagingen uit de weg te gaan, en ons ten volle te concentreren op de specifieke behoeften van het concreet voor te bereiden project. De doorgroei van een beperkt bemand permanent projectsecretariaat maakt het alvast mogelijk om een deel van de zorgvuldig opgebouwde expertise ook voor de toekomst te behouden.

Heeft de organisatie voor verandering gezorgd binnen het veld waarin de organisatie opereert?

Heel zeker. Zij heeft er in de eerste plaats voor gezorgd dat de objectieven die de stad vooropstelde bij de organisatie van 'Mechelen 2005, Stad in Vrouwenhanden', werden gehaald. Het succesvolle

karakter van het evenement heeft een fierheid en een uitstraling teweeggebracht, die ook vandaag nog afstraalt op de stadsbewoners en de bezoekers, maar ook op de medewerkers, de betrokken partners en de professionelen in het bredere veld van evenementenorganisatoren. Organisatorisch heeft Mechelen 2005 vzw samen met andere culturele actoren een voortrekkersrol vervuld in de culturele professionalisering in Mechelen, voornamelijk op het gebied van de integrale kwaliteitszorg en het financiële management.

Mechelen 2005 vzw leverde ook een fundamentele bijdrage in de ontwikkeling van nieuwe structuren voor publieksonthaal bij culturele activiteiten in Mechelen. Het meest zichtbare voorbeeld hiervan is de professionalisering van In&Uit Mechelen als culturele ticketbalie. Verder heeft de organisatie ook een stevige impuls gegeven aan de realisatie van het bouwdossier van het Erfgoed- en Congrescentrum Lamot. De verbouwing ervan werd in een stroomversnelling gebracht doordat het gebouw kost wat kost klaar moest zijn voor de opening van de cultuurhistorische tentoonstelling 'Dames met Klasse', dé grote publiekstrekker van het evenement. Het succes van 'Mechelen 2005, Stad in Vrouwenhanden' heeft ook gemaakt dat het Mechelse stadsbestuur vandaag de frequentie voor het organiseren van culturele topevenementen in de stad heeft verhoogd tot een driejaarlijks gebeuren. En dat de in oorsprong éénmalige projectorganisatie nu de doorstart maakt naar een permanente aanwezigheid van een evenementenstructuur op langere termijn in de stad.

Heeft dit de manier van werken van de organisatie veranderd? Niet fundamenteel. De ervaring van in 2005 heeft er uiteraard wel voor gezorgd dat er nu een bepaalde routine in het werk kan komen: er is geleerd uit de fouten van het verleden en we zijn ons meer bewust van de troeven die Mechelen in zich heeft. Maar op vlak van manier van werken zijn er geen grote verschuivingen. Het werkt natuurlijk wel gemakkelijker: 'Stad in Vrouwenhanden' is het mooiste visitekaartje dat men zich kan wensen. Het opent veel gemakkelijker deuren voor 'Stadsvisioenen', ons volgende evenement in de lente van 2009. En daar kunnen wij dan weer fier op zijn!

Christel Kersemans

zakelijk coördinator

Frederik Picard

coördinator communicatie MMMechelen vzw

meer info: www.mmmechelen.be

Hoe groeide de koepelorganisatie?

In maart 2003 werd Brugge Plus gelanceerd als voortzetting van de vzw Brugge 2002, culturele hoofdstad van Europa. Algemene bedoeling was de dynamiek van de culturele hoofdstad vanuit de vzw verder te ontwikkelen en de expertise in huis te houden. De missie van de organisatie klinkt als volgt: 'Brugge Plus geeft mee vorm aan het cultuurbeleid van Brugge en wil de professionele culturele actoren samen naar voor brengen op regionaal, nationaal en internationaal niveau. Hiermee kan de vzw bijdragen tot de bevordering van de uitstraling van de stad Brugge als dynamische en hedendaagse cultuurstad'. De organisatie van culturele evenementen, cultuur-toeristisch onthaal via In&Uit en overkoe---pelende cultuurcommunicatie vormen de voornaamste hefboomen om deze missie te realiseren.

Wat was de functie bij de start?

De rol van Brugge Plus van bij de start was dus meervoudig:

- het continueren van enkele projecten van Brugge 2002: waaronder onderwijsprojecten, Wijk UP (sociaal-artistiek), en andere;
- fungeren als moeder-vzw van Erfgoedcel Brugge;

- het ondersteunen van de werking van de nieuwe dienst van de cultuurbeleidcoördinator en het realiseren van projecten binnen deze context;
- het ontwikkelen van een evenementenbeleid, concreet gericht toen op Corpus 2005, maar ook door de coördinatie van reguliere evenementen;
- het ontwikkelen van collectieve cultuurcommunicatie in samenwerking met CultuurNet Vlaanderen;
- het stimuleren van samenwerking binnen de culturele sector en het zoeken naar een geïntegreerde werking met toerisme.

In 2005 werd deze rol aangevuld met In&Uit Brugge, het cultuurtoeristisch onthaal in de stad. In&Uit Brugge is een plek op het gelijkvloers van het Concertgebouw waar de bezoeker alle informatie over het culturele en toeristische aanbod van de stad kan vinden. Je kan er tegelijk ook terecht voor hotelreserveringen en je kan er tickets kopen voor voorstellingen, tentoonstellingen en wandelingen.

Wat waren de belangrijkste obstakels/uitdagingen?

Om deze rol waar te maken moest op zoek gegaan worden naar de nodige fondsen. Het vinden van voldoende financiële middelen blijft trouwens een belangrijke uitdaging. We moesten in het begin ook vertrouwen opbouwen met de sector. Als nieuwe speler trachtten we aan te geven hoe Brugge Plus een meerwaarde betekende en nog steeds betekent binnen het Brugse culturele veld. We zaten in 2002 wel aan te kijken tegen een erg korte deadline. Het festival 'Corpus 2005' kwam er aan en ondertussen moesten we een eigen profiel ontwikkelen en duidelijk onze kerntaken aflijnen, om juist de inpassing in het culturele leven van Brugge zo goed mogelijk te kunnen maken. Twee snelle personeelsswissels op directieniveau hebben dit proces zeker vertraagd, maar we kijken de toekomst vol vertrouwen tegemoet. Corpus 2005 werd een succes en er wordt momenteel gefocust op 2010. Ook dan wil Brugge weer voor de dag komen met een groot Stadsfestival.

Heeft de organisatie voor verandering gezorgd binnen het veld waarin de organisatie opereert?

Zeker. Een aantal realisaties staan als een huis: kijk onder meer naar In & Uit Brugge, Corpus 05, enkele collectieve communicatie-initiatieven, en mooie sociaalartistieke projecten. Het overleg met toerisme is een grote stap voorwaarts en ook binnen de culturele sector wordt er meer samengezeten. Ook het beleid (stadsbestuur) is op een erg hoog niveau betrokken bij cultuur mede door de verankering in de organisatiestructuur (raad van bestuur) van de vzw Brugge Plus.

We zien dat Brugge Plus echt een rol speelt als organisatie waar onderzoek naar vernieuwing (methodieken, projecten) een plaats krijgt en daardoor een aansturing kan zijn voor andere actoren (bijvoorbeeld door de sociaalartistieke projecten en grote evenementen). De organisatie fungeert soms echt als uitdager voor andere actoren en probeert zo het culturele verhaal in Brugge fris te houden samen met deze actoren.

Steven Slos

cultuurbeleidcoördinator Brugge
meer info www.bruggeplus.be

Dit artikel werd geredigeerd door zelfstandig consultant cultuurcommunicatie & management Ann Laenen (zelf interim directeur van Antwerpen Open 2004-2005), en kwam tot stand dankzij de fijne medewerking van Annik Klaes (Prospekta), Christel Kersemans (MMMechelen), Frederik Picard (MMMechelen), Elsie Roose (Brugge Plus), Steven Slos (Brugge Plus) en Leen Van de Put (Antwerpen Open).

[«...Terug](#)



