

Samen in Zee

CULTUUR ALS PIJLER VAN STEDELIJKE AANTREKKELIJKHEID IN ZEELAND

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
Land in Zee	4
Stads aan Zee	7
Kansen	11
Voorwaarden	17
Actiepunten	19
Tot slot	24



Samenvatting

Wat Zeeland onderscheidt van alle andere regio's in Noordwest-Europa, ook van andere kustregio's, is onze ligging. Er ligt hier land in zee. De kustlijn is enorm. Bijna 650 kilometer dijk, duin en strand.

Al net zo uniek is onze positie als uitgestrekt en relatief dunbevolkt eilandenrijk tussen enkele van de meest verstedelijkte regio's van Noordwest-Europa: de Rijnmond in het noorden en de as Gent-Antwerpen in het zuiden. Dat biedt specifieke kansen en bedreigingen. Zeeland heeft altijd gefungeerd als cultureel en economisch doorgeefluik tussen Holland en Vlaanderen. Zeeland heeft ook altijd de blik naar buiten gericht gehad en dreef handel over de hele wereld. Het leverde een grote diversiteit op die tot op de dag van vandaag van invloed is op de Zeeuwse cultuur, mentaliteit, taal, erfgoed en economie.

Tegenover die verbindingen staan ook scheidingen. Sommige daarvan zijn nog altijd duidelijk zichtbaar, denk aan de Ooster- en Westerschelde. Andere spelen geen rol meer en zijn veel minder zichtbaar, denk aan de Staats-Spaanse Linies in Zeeuws-Vlaanderen, ooit bepalend als rijksgrens én als grens van culturen en religies.

Middelburg was ooit de derde stad van de Nederlanden, maar Zeeland is naar inwonertal nu de kleinste provincie van het land. Dat geeft direct de grootste Zeeuwse uitdaging van de afgelopen decennia aan: het overbruggen van verschillen in schaalgrootte en het met de kracht van het verhaal opboksen tegen de macht van het getal.

Die uitdaging speelt ook op cultureel gebied een belangrijke rol. Hier geen grote landelijke podia, gezelschappen en instituten. Er is wel veel creativiteit en innovatie in tijdelijkheid en kleinschaligheid.

Dit soort flexibiliteit en continue verandering behoort tot het Zeeuws DNA – mensen trekken sinds het ontstaan van de provincie weg en keren weer terug, land werd water en andersom, de bevolking verandert continu van grootte en samenstelling. Dat geeft een geheel eigen dynamiek – leven op eb en vloed.

Zeeland is erbij gebaat het culturele profiel en in bredere zin zijn stedelijke kwaliteiten goed over het voetlicht te brengen. De focus ligt qua positionering van oudsher op ruimte, zee en strand. En toch zijn juist die culturele en stedelijke kwaliteiten van groot belang voor onze toekomst.

Zeeland is er ook bij gebaat jongeren hier te houden en young professionals over te halen zich hier te vestigen. Er is een groot tekort aan hooggeschoold personeel in onder meer techniek en zorg. Een gezond cultureel klimaat komt ten goede aan de aantrekkelijkheid van onze regio als vestigingsgebied, aan de kansen voor jongeren om hier hun talenten te ontplooiën en aan de mogelijkheden om te reflecteren op specifieke Zeeuwse ontwikkelingen.

Dit bidbook signaleert de volgende kansen en formuleert daarbij negen concrete actiepunten op het gebied van cultuur in relatie tot de stedelijke kwaliteiten van Zeeland:

1. De stad en het Zeeuws stedencluster Goes-Middelburg-Terneuzen-Vlissingen (de 'Z4') als complete attractie.
2. De toenemende populariteit van de kleine grote stad.
3. De veranderende bevolking: vergrijzing, meer diversiteit en hier en daar krimp.
4. Leegstand en 'structurele tijdelijkheid'.
5. Food: de rijke Zeeuwse culinaire cultuur in relatie tot het cultureel aanbod.
6. Health: Zeeland als gezonde bestemming en de kansen die daar liggen voor cultuur.
7. De kracht van Zeeuwse festivals en de professionaliteit van hun organisaties.
8. Het Zeeuws decor; het onderscheidend vermogen van onze ligging.
9. Van eenrichtingsverkeer (voor cultuurbezoek Zeeland uit) naar tweerichtingsverkeer (Zeeland in).

Bij een aantal van deze punten vragen we het Rijk om steun in expertise, mensen en middelen. We vragen het Rijk nadrukkelijk om actief mee te denken over oplossingen voor de specifieke Zeeuwse schaal en situatie: een eilandenrijk in de Noordzee met een bescheiden bevolkingsomvang, ingeklemd tussen twee belangrijke agglomeraties.

Land in Zee

Bidbook

Dit bidbook beschrijft de culturele en stedelijke kwaliteiten van Zeeland, hoe die met elkaar zijn verweven, hoe de unieke ligging van Zeeland het culturele leven hier dicteert, waar kansen liggen en hoe de vier grootste Zeeuwse steden die willen grijpen.

Dat kansen gegrepen worden is van groot belang voor de toekomst van Zeeland. De Zeeuwse economie draait op volle toeren.

Tegelijkertijd heeft de provincie moeite met het hier houden en aantrekken van jonge, getalenteerde, goed opgeleide mensen.

Stedelijke kwaliteit, met cultuur in de breedste zin van het woord als

belangrijke pijler daarvan, vormt een belangrijk vestigingsargument.

Andere belangrijke aspecten binnen dit bidbook zijn Zeeuwse uitdagingen op het gebied van schaalgrootte, demografische diversiteit (in leeftijd en afkomst, maar ook tijdelijke versus permanente bewoners) en diversiteit in het aanbod (wat soms conflicteert met de Zeeuwse schaal, maar opgelost kan worden in tijdelijkheid).

Sleutelwoord is evenwel samenwerking, juist ook gezien onze unieke ligging - zowat ín zee, maar pal tussen de Rijnmond en de grootstedelijke as Gent-Antwerpen.



Land in Zee

Zeeland is een geografisch unicum in noordwest Europa. Nergens in dit deel van de wereld vind je zoveel kustlijn op zo'n klein oppervlak. Een kustlijn van 650 kilometer - dat is een afstand van Middelburg tot Berlijn. Het maakt ons tot wat we zijn: een eilandenrijk met een eigen cultuur en een eigen dynamiek. Hier ligt land in zee.

Dat specifieke gegeven is bepalend voor het leven in Zeeland. Elk eiland heeft een eigen hoofdstad met een eigen karakter en eigen stedelijke culturele voorzieningen. Die hoofdsteden vormen een stedelijk cluster binnen Zeeland waarvan de grootste vier samenwerken als Z4, die op hun beurt in nauwe relatie staan met grote agglomeraties ten noorden (Rijnmond) en ten zuiden (Antwerpen/Gent) van onze provincie.

Stad in land in zee

De verbondenheid tussen en de identiteit van alle plaatsen op een eiland spelen in Zeeland een grote rol. Stedelijke kwaliteiten beperken zich van oudsher niet tot de hoofdplaats van een eiland. Denk bijvoorbeeld aan de rijke buitenplaats- en badcultuur op Walcheren. Men bracht de stad 's zomers naar buiten, naar het omringende platteland en naar de zee. Culturele voorzieningen en kunstenaarskolonies kwamen tot bloei in het Domburg van Toorop en Mondriaan. Stedelijkheid buiten de stad; een eeuwenoud Zeeuws gegeven.

Alle Zeeuwse eilanden vertonen diezelfde onderlinge verbondenheid. Dat geldt ook voor de al lang geleden aan elkaar en aan Vlaanderen vastgeklonken Zeeuws-Vlaamse streken als het Land van Cadzand, Land van Axel en Land van Hulst - streken die we in dit bidbook gemakshalve onder de 'eilanden' scharen.





De zeearmen tussen de eilanden vormden vroeger harde religieuze, taalkundige en culturele grenzen. Nu zorgen dammen, bruggen en tunnels voor verbinding en zijn die grenzen zo hard niet meer. Er is een Zeeuws regionaal gevoel ontstaan. Eilanddenken vloeit over in archipeldenken. De hoofdsteden van eilandenrijken worden complementaire steden.

Land overzee

Vanouds fungeert Zeeland als overgangsgewest tussen noord en zuid. Het hoorde in de middeleeuwen afwisselend bij Holland en bij Vlaanderen. Holland was en is de natuurlijke partner als het gaat om handel en bestuur. De banden met Vlaanderen waren en zijn cultureel en culinair.

Zeeland is groot geworden in de handel. Eerst rondom de Noordzee, daarna over alle wereldzeeën. Zeeland was ook een belangrijke vestigingsplaats én springplank voor Hugenoten en zuidelijke Nederlanders die de Spaanse Nederlanden ontvluchtten en deels verder trokken naar de Hollandse steden, Nieuw Nederland (New York) en Zuid-Afrika. Dat leverde op cultureel gebied interessante uitwisselingen op. Het heeft onze culturele identiteit mede bepaald.

Een kleine landelijke provincie 'in zee', maar wel een provincie met de blik volop op de wereld gericht en met een van oudsher grote culturele diversiteit.

Zeeland ligt op zeer korte afstand van Antwerpen-Gent (2 mln inwoners), van de Rijnmond (1,2 mln) en van de Brusselse agglomeratie (1,5 mln). Die gebieden zijn allemaal maximaal een dik uur rijden vanuit Goes. Dat biedt specifieke kansen en bedreigingen die we bij andere dunbevolkte gebieden in Noordwest-Europa niet tegenkomen.

Uit de meer dan 10 miljoen overnachtingen per jaar blijkt de aantrekkingskracht van Zeeland op toeristen. Dat geldt in toenemende mate voor mensen die meer willen dan alleen zee en strand. Het aantal 'citytrippers' stijgt, strandgangers vragen meer en meer om stedelijke voorzieningen en de verwachting is dat het aantal culinaire toeristen zal toenemen. Met ruim 3 miljoen bezoekers nemen de Duitsers de eerste plaats in onder de buitenlandse bezoekers. De belangstelling van Vlamingen, Walen en Noord-Fransen neemt toe en ook Zuid-Europese campers beginnen de weg te vinden.

Stads aan Zee

De vier grote Zeeuwse steden: Z4

De vier grootste Zeeuwse steden Goes, Middelburg, Terneuzen en Vlissingen werken samen onder de naam Z4. Samen tellen ze 185.000 inwoners. Rond elk van de vier steden ligt een aantal kleinere steden en dorpen met aanvullende culturele, culinaire en andere stedelijke voorzieningen. De Z4 positioneren zich meer en meer als één stedelijke zone. Ze zijn complementair aan elkaar en werken aan meer onderlinge verbinding en afstemming.

Zeeland als geheel, en de Z4 in het bijzonder, heeft meer stedelijke kwaliteiten dan van zo'n relatief dunbevolkte provincie mag worden verwacht. Dat komt door de eerder geschetste eilandcultuur, waarbij elke stad een duidelijke functie als hoofdplaats heeft, en door het rijke handelsleven in vroeger eeuwen, toen Middelburg een tijd lang de derde stad van Nederland was en ook andere Zeeuwse steden internationaal aanzien genoten. Middelburg heeft daaraan een groot historisch centrum overgehouden. Binnen de Z4 heeft het verstevigen en uitbouwen van stedelijke kwaliteiten prioriteit. Culturele voorzieningen spelen daarbij een belangrijke rol.

Er wordt nu al intensief samengewerkt en die samenwerking willen we in de toekomst alleen maar verder intensiveren. Wat rest van het Zeeuwse eilanddenken, waarbij vooral werd afgezet tegen andere eilanden, wordt nu ingezet om zich positief te profileren: het eigen karakter, het eigen DNA, zorgt voor een natuurlijk onderscheidend vermogen van de vier steden ten opzichte van elkaar én van de Z4 als geheel. Het zorgt bovendien voor een natuurlijke onderlinge rolverdeling.

Karakterschets Z4

Terneuzen

De thuishaven van de Vliegende Hollander en een belangrijke havenstad. De havens van Terneuzen, die samengaan met die van Gent, vormen samen met die van Vlissingen de derde haven van Nederland en het economisch zwaartepunt van Zeeland. Terneuzen is het stedelijk centrum van Zeeuws-Vlaanderen. De Tractaatweg, die wordt uitgebreid tot vier rijbanen, en de Westerscheldetunnel verbinden de stad op een natuurlijke manier met de Gentse agglomeratie en met Midden-Zeeland. Terneuzen is wijskrachtig, daadkrachtig, vertrouwd en geworteld. Vlaanderen hangt er gevoelsmatig al in de lucht, al

was het alleen maar door de talrijke dagelijkse bezoekers (forenzen, winkelpubliek, dagjesmensen) van over de grens. Terneuzen heeft voorzieningen als het Scheldetheater met 800 stoelen, een grote bioscoop en trekpleisters als een grote skihal en een zwemparadijs. De stad gaat prat op een beroemd jazzpodium, Porgy & Bess, en op een groot jazzfestival, Zeeland Jazz, dat samen met Middelburg wordt georganiseerd. Het Festival van Zeeuws-Vlaanderen, gericht op lichte en klassieke muziek, heeft zijn thuisbasis in de stad. De jaarlijkse havenfeesten en kleinere, recent begonnen festivals als Zoute Neuzen verweven op een aangename manier cultuur, vertier, food en wateractiviteiten. Grote sportevenementen als de Marathon van Zeeuws-Vlaanderen gaan over veel meer dan alleen sport. Twee kernen in de gemeente hebben recent ingerichte musea: in Sas van Gent staat het Industrieel Museum Zeeland en in Axel het Warenhuis. Het stadje Axel heeft een eigen cultureel centrum.

Goes

Goes profiteert van zijn ligging in hartje Zeeland. Een stad die groeit omdat het er fijn is om te wonen, waar zich steeds meer ondernemers zich vestigen en waar sprake is van een toenemend aantal bezoekers. Vanwege de centrale ligging zijn er veel stedelijke voorzieningen: onderwijs- en zorginstellingen, een breed cultuuraanbod met een theater, een poppodium met filmhuis, een bioscoop, een bibliotheek, een museum, een internationaal georiënteerde galerie en de Zeelandhallen, de grootste evenementenlocatie van Zeeland. De Grote Kerk heeft naast een kerkelijke een culturele functie voor exposities, concerten en modeshows.

In Goes wordt goed samengewerkt tussen gemeente, ondernemers, verenigingen en inwoners. Sinds 2005 is er elke vier jaar een themajaar waarbij amateurverenigingen, professionele instellingen en individuele deelnemers samenwerken. Een succesvol voorbeeld is Mural Goes, waarbij op initiatief van de Culturele Raad van Goes tien grote muurkunstwerken zijn gerealiseerd. Evenementen als Goes Couture, Culifair en GoesC bieden vertier in een historisch decor. Goes is een geliefde winkelstad. De winkels zijn er talrijk, de binnenstad is compact. Dat detailhandel en cultuur goed samen kunnen gaan, wordt bewezen door het feit dat Goes bekend is komen te staan als dé modestad van zuidwest Nederland. De stad weet de laatste jaren steeds meer (Vlaamse) bezoekers te verleiden tot een dagje winkelen of een citytrip.



Middelburg

De kleinste grote stad van Nederland. Hoofdstad van Zeeland. De oude binnenstad heeft dankzij het roemruchte handelsverleden een elegantie die je niet verwacht bij een stad van deze schaal. Met 1.144 monumenten koestert de stad haar geschiedenis, maar laat op de oude straten en pleinen tegelijk een levendig, eigentijds en jong beeld zien. De stad heeft de Vleeshal (internationaal centrum voor beeldende kunst), een schouwburg, twee kleinere theaters, een filmhuis en een poppodium, is de thuishaven van het Zeeland Nazomerfestival en heeft met het Zeeuws Museum, het Zeeuws Archief, de Zeeuwse Concertzaal en de ZB (Planbureau en Bibliotheek van Zeeland) belangrijke cultuur aanbieders in huis.

Middelburg huisvest het Centrum Beeldende Kunst en Architectuur Zeeland (CBK) en de Stichting Cultureel Erfgoed Zeeland (SCEZ) en heeft een bovengemiddeld aanbod aan beeldende kunst, met tal van galeries. Daarnaast vinden er festivals plaats als Zeeland Jazz, City of Dance en Middelburg VolKoren. Tenslotte staat aan de rand van de stad pop- en evenementenpodium Studio A58.

De laatste jaren laat Middelburg vooral in horeca en detailhandel een zekere stedelijke eigenwijsheid zien. Minifestivals, een bijzondere en grootse invulling van de landelijke Nacht van de Nacht, de Stadsfeesten, Culikaravaan en, om een voorbeeld te noemen, wekelijks bands van internationaal niveau in het gratis toegankelijke Kaffee 't Hof. Nieuwe locaties, concepten en allerlei vormen van vermenging van cultuur en commercie worden uitgeprobeerd. De aanwezigheid van de sterk internationaal georiënteerde University College Roosevelt en dito studenten prikkelt de creativiteit van lokale ondernemers. En dat prikkelt vervolgens Zeeuwse jongeren, die zich in toenemende mate in hun hoofdstad vestigen.

Vlissingen

Havenstad, omringd door zee. Michiel de Ruyter komt hier vandaan en wordt gezien als archetype Vlissinger: stoer, maritiem, ongepolijst, divers, internationaal en kleurrijk. De stad telt veel inwoners van niet-westerse komaf, buitenlandse studenten, lassers en andere arbeiders uit alle hoeken van Europa. De Ruyter was grondlegger van het Korps Mariniers, dat zich binnenkort weer in Vlissingen vestigt wat een impuls kan betekenen voor eigentijdse maritieme cultuur.

Vlissingen is bij uitstek een festivalstad met het Bevrijdingsfestival, Onderstroom, Wonderstroom, Smartlappenfestival en Film by the Sea. Een van de grootste bioscopen van Nederland, Cinecity, trekt mensen uit de wijde omgeving. De grootste zaal, CCXL, fungeert als cultuurpodium: muziek, theater en film met 700 zitplaatsen en het grootste filmdoek van Nederland.

Vlissingen kent verder een maritiem museum, kleinere podia zoals Arsenaaltheater en de Sint Jacobskerk als een geliefde concertlocatie. Het industriële erfgoed van de stad bevindt zich dicht bij het stadscentrum en wordt daarom cultureel sterk ingezet: dancefeesten, thema-avonden, culinaire zomers, filmshoots voor modelabels en dergelijke. In de Machinefabriek vindt jaarlijks het grootste food-event van zuidwest Nederland plaats. Cuisine Machine tast het snijvlak af van straatcultuur, streetfood, health en streekproducten. De Lasloods voegt zich binnenkort in dat rijtje met vooral veel cultuur, food en jongerencultuur. Uniek is dat dit allemaal private initiatieven zijn die anders werken dan wat de culturele sector gewend is: er komt amper subsidie aan te pas en het verdiende geld wordt benut om te groeien in artistieke kwaliteit.

Vlissingen onderscheidt zich met dergelijke structurele tijdelijkheid in stoere, industriële kolossen en de unieke ligging in zee moeiteloos van alle andere stedelijke centra in de buurt. Met wat lef, een uitgekookte integrale visie en extra inspanning op promotioneel niveau lonkt internationale aandacht voor deze potentiële culturele broedplaats aan zee.

Stad en land

Stedelijke faciliteiten in kleinere plaatsen maken in Zeeland gevoelsmatig altijd deel uit van de culturele identiteit van de hoofdplaats van het desbetreffende eiland. Die verbondenheid tussen stad, land en zee is onderdeel van de Zeeuwse identiteit. Middelburg kan bijvoorbeeld niet zonder de badplaats Domburg en de culturele faciliteiten daar (musea en festivals). Ook in dorpen rond Goes, Terneuzen en Vlissingen vind je podia, musea en vinden belangrijke festivals plaats.

Zeeuwse 'eilanden' met kleinere hoofdplaatsen dan de grote vier doen ook een culturele duit in het zakje, zoals Zierikzee op Schouwen-Duiveland, Tholen en in West-Zeeuws-Vlaanderen de steden Oostburg en Sluis. Popfestivals als Vestrock in Hulst (30.000 bezoekers) en Concert at Sea op de Brouwersdam (80.000 bezoekers) hebben een bovenregionale uitstraling. Ze staan voor stedelijke kwaliteit 'op locatie' - een krachtig en onderscheidend Zeeuws gegeven. De Grote Kerk in Veere krijgt een aansprekende programmering van film, beeldende kunst, theater, muziek en dans en presenteert zich, zoals ook benoemd in de adviesnota 'Cultuur voor stad, land en regio' van de Raad voor Cultuur (2018), duidelijk als bovenregionale voorziening. Bouwen aan cultuur en stedelijke kwaliteit is in Zeeland bouwen aan verbindingen, letterlijk en figuurlijk: een betere toegankelijkheid én een grotere bekendheid.

Versterken stedelijkheid

Stedelijkheid vraagt om een goede basisinfrastructuur. Wat dat betreft wordt op cultureel gebied al snel gekeken naar grootschalige podia of evenementen met een populaire programmering. Maar cultuur in relatie tot stedelijkheid gaat ook over kleinschalige, alternatieve muziekscenes in kleine poppodia en in cafés, waar je spontaan even binnenstapt. Het gaat over culturele diversiteit, die we in Zeeland van oudsher koesteren als onderdeel van onze identiteit. Al dat soort cultuuruitingen, met een eigenwijs, innovatief en kleurrijk karakter zijn van groot belang voor de culturele diversiteit en hebben een grote aantrekkingskracht op de goed opgeleide jongeren die we in Zeeland zo hard nodig hebben.

Commerciële partijen zorgen voor cultuur in de leegstaande fabrieken van Vlissingen. Jonge ondernemers organiseren vanuit een winkel of horecabedrijf concerten en evenementen en weten zo sectoren op een

creatieve manier te mengen. Samenwerking met de lokale creatieve industrie, een belangrijke asset van de Zeeuwse economie, leidt tot een vernieuwend, fris, grotendeels privaat gefinancierd festivalaanbod. De culturele en andere stedelijke kwaliteiten van Zeeland kunnen op meerdere manieren versterkt worden. Dat kan door meer op projectbasis te stimuleren. Zo krijgen nieuwe, kleinschalige, innovatieve initiatieven kansen. Ook moet er een betere verbinding komen tussen de Zeeuwse steden, tussen privaat en publiek aanbod en tussen de Z4 en de grote stedelijke centra ten noorden en zuiden van Zeeland. Aan de Z4 en de Provincie de taak die bruggen te slaan én dat middels goede, eenduidige, centrale marketing uit te dragen. De twee grote Walcherse steden, Middelburg en Vlissingen, werken inmiddels samen aan één stedelijk profiel. Dat profiel gaat uit van eigen kracht en juist dat leidt op een natuurlijke manier tot één complementair geheel. Goes en Terneuzen zoeken daar nadrukkelijk aansluiting bij.



Kansen

Zeeland heeft altijd op de wind gelegen. Bij wat in het binnenland een briesje is, waaien hier de pannen van het dak. Dat geldt ook voor de Zeeuwse economie, infrastructuur en demografie. Zeeland heeft vanuit Nederlands perspectief gezien weinig inwoners en dat maakt Zeeland kwetsbaar.

Maar die geringe bevolkingsomvang (380.000 inwoners) is relatief. Het Nederlandse bestel is simpelweg op andere schaalgroottes ingericht dan de Zeeuwse.

De meest algemene Zeeuwse uitdaging zit 'm al jaren in het overbruggen van verschillen in schaalgrootte en het opboksen tegen de macht van het getal.

De vier Zeeuwse steden hebben samen 185.000 inwoners. In tegenstelling tot bijvoorbeeld de vele Nederlandse groei-, slaap- en voorsteden, hebben die alle vier al eeuwenlang een centrumfunctie en uitgebreide voorzieningen. Het zijn bovengemiddeld aantrekkelijke middelgrote steden.

Want wat maakt een stad aantrekkelijk? Daarbij spelen zowel goede publieke voorzieningen in de directe woonomgeving als een sterke identiteit een rol. Een gevarieerd cultureel en culinair aanbod, een authentieke binnenstad, aansprekende evenementen en winkels. Diversiteit, kleinschaligheid, vernieuwing, beweging. Stedelijke aantrekkelijkheid moet worden gezien als een optelsom van al die dingen: horeca, winkels, evenementen, toerisme en cultuur. Sterker nog, die sectoren vloeien in de praktijk al meer en meer in elkaar over.

Een aantrekkelijke stad is een stad waar ondernemers zich graag willen vestigen omdat ze er niet alleen klanten, maar ook personeel kunnen vinden. En een aantrekkelijke stad is een stad waar jongeren graag willen uitgaan, studeren, werken. Een aantrekkelijke stad is een stad waar iets gebeurt, waar het borrelt, waar je bij wilt horen en waarover je anderen met plezier vertelt dat je er woont of graag komt. De vier Zeeuwse steden zijn zulke aantrekkelijke steden. Bovendien liggen er tal van kansen om die stedelijke aantrekkelijkheid verder te vergroten.

Kans 1: De stad als attractie

De stad is een attractie, voor zowel bewoners als bezoekers. Het gaat daarbij om de complete mix van cultuur, retail, horeca, evenementen, toerisme, food en sport. Het is van belang dat stedelijke centra ál die

zaken als geheel gaan benaderen, inzetten op de complete 'crossmix', inclusief oog voor de onderlinge verbondenheid van de steden zelf en de mogelijkheden elkaar aan te vullen en te versterken. Een apart horecaplan en een apart evenementenplan zijn niet meer van deze tijd. De Z4 wil aandacht voor overlapping en kansen over en weer. En de Z4 wil voor elke Zeeuwse stad werken richting één compleet stadsplan, afgestemd op de stadsplannen van de andere drie steden. Zo ontstaat een heldere onderlinge positionering, rolverdeling en kan gewerkt worden aan gezamenlijke marketing.

Kans 2: De kleine grote stad

Grote steden hebben grote stadsproblemen. Factoren als druk verkeer, parkeren, milieuzones, wachtrijen, afnemende tolerantie en gastvrijheid zorgen in toenemende mate voor frustratie en vormen een aanslag op de leefbaarheid. Het aantal toeristen is nauwelijks nog te verwerken en ook de terroristische dreiging is helaas nog niet uit de lucht. En zo gaat schaalvergroting vreemd genoeg ten koste van de stedelijke aantrekkelijkheid van grote steden.

Het European Cities Marketing Benchmarking Report rapporteert al sinds 2010 jaarlijks een aanzienlijke groei van stadstoerisme (citytrips), maar laat sinds 2014 een hele belangrijke trend zien die in de vier Zeeuwse steden dagelijks waarneembaar is: vooral kleine en middelgrote steden zitten in de lift, ten koste van de metropolen. Hier liggen nadrukkelijk kansen voor de Zeeuwse steden en stedelijke voorzieningen eromheen. Een gezonde groei in het aantal overnachtingen van precies die doelgroep die cultuur en andere stedelijke kwaliteiten waardeert, is een mooi vooruitzicht en haalbaar. Daar is wel een integraal plan van aanpak voor nodig, een stadsplan zoals hierboven geschetst.

Kans 3: Veranderende bevolking

De Zeeuwse bevolking wordt diverser. Denk aan arbeidsmigranten in de Zeeuwse havens, nieuwkomers uit crisisgebieden, de grote groep Vlaamse inwijkelingen in Zeeuws-Vlaanderen. Daarnaast neemt de gemiddelde leeftijd toe. Vergrijzing, en in sommige streken krimp, zijn van belang voor de toekomst van Zeeland.

Het ontbreken van één grootstedelijk centrum is daar een factor in. Grosso modo: jongeren trekken 'naar de stad' (steden met meer stedelijke kwaliteiten dan de Zeeuwse), ouderen zoeken in



Zeeland rust op. De Zeeuwse bevolking (nu 380.000 mensen) neemt naar verwachting de komende twintig jaar met 2,4 procent af. Het geboorteoverschot daalt, de Randstad trekt.

Die ontwikkelingen leveren zowel kansen als bedreigingen. Enerzijds is er meer stedelijke kwaliteit nodig om bedreigingen het hoofd te bieden (vertrekkende jongeren en de moeite die Zeeland heeft hoopgeleiden in onder meer de zorg aan te trekken). Anderzijds biedt vergrijzing kansen. De oudere doelgroep heeft veel tijd en middelen, blijft steeds langer actief en vormt zo de nodige massa om te helpen culturele en andere stedelijke voorzieningen te dragen. Juist dergelijke op het oog tegengestelde ontwikkelingen kunnen elkaar positief versterken. Ontwikkelingen waar Zeeland op die manier kansen in ziet, zijn de volgende:

- Er wordt in Zeeland stevig ingezet op en geïnvesteerd in hoger onderwijs. Dat is van grote noodzaak om onze regionale economie draaiende te houden. Die inspanning moet leiden tot een toename van het aantal hoogopgeleiden in Zeeland. Een prettige woonomgeving met goede culturele en andere stedelijke faciliteiten is juist voor die doelgroep belangrijk. Die faciliteiten kunnen beter en meer. Ook in de gezamenlijke, integrale marketing en communicatie ervan valt veel te winnen.
- De inzet op onderwijs gaat steeds meer gepaard met samenwerking met het bedrijfsleven, is op innovatie gericht en leidt tot nieuwe banen. De creatieve industrie is een drijvende kracht achter tal van brede economische en maatschappelijke processen en is een belangrijke factor voor stedelijke aantrekkelijkheid. Sterker, de creatieve sector maakt daar zelf deel vanuit (ateliers van beeldende kunstenaars, een ontwerp bureau dat vanuit de werkruimte een koffiezaak runt, een reclamebureau dat dancefeesten organiseert). Zeker in Zeeland kan de creatieve industrie veel nadrukkelijker en structureler worden ingezet bij het oplossen van specifiek Zeeuwse economische, maatschappelijke en demografische vraagstukken.
- Een kwart van de jongvolwassenen die zijn weggegaan uit Zeeland, keert op termijn weer terug naar de provincie. Het merendeel doet dit binnen zes jaar na vertrek. Het percentage dat terugkomt is al jaren stabiel. Om terugkeer te stimuleren is niet alleen het banenaanbod belangrijk, maar in toenemende mate ook de stedelijke/culturele aantrekkelijkheid.
- De vergrijzing blijkt in de praktijk een prettige bijkomstigheid te hebben: ouderen hebben niet alleen relatief veel geld en tijd, maar blijken veel breder geïnteresseerd dan alleen in specifiek aanbod voor hun leeftijdscategorie. We leven langer, maar we verlengen liever onze jeugd dan onze ouderdom.
- Een andere demografische trend is de instroom van Belgen in Zeeuws-Vlaanderen. Alleen al in 2016 trokken 743 Belgen de

grens over om zich in de regio te vestigen. Op dit moment zijn deze Vlaamse nieuwkomers nog erg gericht op onderwijs, winkelaanbod, horeca en culturele voorzieningen in de streek van herkomst. Sterker nog, ze zijn vaak slecht op de hoogte van de Zeeuwse voorzieningen op dat gebied. Goede marketing en communicatie kan het proces van 'inburgering' helpen versnellen.

- Leegte betekent in Zeeland ruimte om te pionieren. Zeeland wordt meer en meer een provincie waar creatieve entrepreneurs met lef, doorzettingsvermogen en vindingrijkheid tot bloei komen. Zie de vele topchefs die onze provincie aflevert en de vele honderden aanmeldingen voor de jaarlijkse Zeeuwse Pioniersprijs.

Kans 4: Leegstand

Binnen Zeeland trekken mensen naar de stad en hebben sommige gebieden te maken met krimp. Daarnaast verandert de economische structuur. Gebouwen verliezen zo hun oorspronkelijke functie en wachten op een nieuw leven. Door internet, vergrijzing, krimp en een gebrek aan aantrekkingskracht zullen veel winkelgebieden ook in de jaren na de crisis een stevige knauw kunnen krijgen. Kantoorcomplexen en grote industriële ruimtes staan vaker langer leeg. Hetzelfde geldt voor kerken. Om gebouwen een nieuwe functie te geven en liefst nog levensloopbestendig te maken, is tijd nodig. Cultuur, horeca en detailhandel kunnen die tijd al dan niet gezamenlijk helpen overbruggen. Dit komt in kleine kernen de leefbaarheid ten goede. In stedelijke gebieden kunnen spannende tijdelijke invullingen zorgen voor aantrekkelijke stedelijke dynamiek.

Kunstenaars, cultureel entrepreneurs en ondernemers in de creatieve industrie kunnen nieuw leven brengen in leegstaande winkels en kantoorcomplexen. Grote industriële ruimtes zijn geschikt of geschikt te maken voor evenementen of huisvesting van een toneelgroep of orkest. Leegstaande kerken bieden kansen voor de combinatie kunst en erfgoed. Een idee is leegstaande kerken te herbestemmen tot een over Zeeland verspreid liggend museum met een prikkelende mix van erfgoed, moderne en hedendaagse kunst. Al deze voorbeelden kunnen gepaard gaan en economisch rendabel worden gemaakt door een passende mix met horeca en/of detailhandel.

Kans 5: Food

Er is een toenemende behoefte aan goed, eerlijk eten en aan een duurzame, gezonde levensstijl. De producten die we in Zeeland al generaties lang uit land en zee halen passen daar uitstekend bij. Denk aan mossels, oesters, zee kraal, Walcherse kogelboontjes of pré salé-rundvlees uit Saeftinge. Denk aan bieren gebrouwen met gerst van eigen bodem, wijn van druiven die baat hebben bij de royale hoeveelheid Zeeuwse zonuren en bolussen van graan dat in Zeeland groeit.

Zeeland is altijd een doorgeefluik van cultuur, taal en tradities geweest, niet alleen van noord naar zuid en andersom (Holland en Vlaanderen), maar dankzij de rijke handelsgeschiedenis geldt dat ook in veel bredere zin. De Zeeuwse bolus van oorsprong een Portugees-Joodse traktatie, de Zeeuwse rijsttafel een op de grote vaart en in Marinekringen bekende reeks aan Zeeuwse gerechten. Op het gebied van goede restaurants en chefs scoort Zeeland buitenproportioneel goed: binnen Nederland heeft Zeeland de hoogste dichtheid aan Michelin-sterren per 100.000 inwoners. Ongeveer een derde van alle Nederlandse topchefs komt uit onze provincie. Mede door deze kwaliteiten trekt Zeeland bezoekers.

Deze trend leidt tot een infrastructuur die onderscheidend is, ook qua opleiding en educatie. Het streven is dat te versterken en Zeeland op de kaart te zetten als culinaire topbestemming, met een breed onderscheidend regionaal aanbod in alle prijsklassen. De Provincie is al begonnen met het faciliteren en communiceren daarvan en realiseert zich dat een hoogwaardig cultureel aanbod en aantrekkelijke overnachtingsmogelijkheden in een stedelijke omgeving daaraan bij kunnen dragen. De uitdaging is van dat aanbod een totaalpakket te maken en dat helder te communiceren. Dat kan onder meer door het ontwikkelen van arrangementen, onder meer in samenspel met een andere trend: health.

Kans 6: Health

Er is een structurele, universele verandering gaande in de manier waarop we werken, recreëren, eten, drinken en voor onszelf zorgen. Recent onderzoek heeft de heilzaamheid aangetoond van een verblijf aan zee dankzij zeelucht, zand, zon en zout. Onlangs verkregen Cadzand en Domburg als allereerste Noordzeepadplaatsen na een lange en complexe toetsing de officiële status van 'heilzame zeebadplaats'.

Health en cultuur hebben in Zeeland een lang huwelijk. In het kielzog van Dr. Mezger, de arts die van Domburg rond 1900 een kuuroord maakte, togen belangrijke schilders als Mondriaan en Toorop naar de Zeeuwse kust. Er waren tentoonstellingen, de tram naar Middelburg zat regelmatig vol met kurende badgasten die een avondje schouwburg meepikten, kunstliefhebbers kwamen baden en badgasten werden kunstliefhebbers. Een periode die tot op de dag van vandaag inspirerend werkt.

Tegenwoordig zijn er veel grote sportieve publieksevenementen met een cultureel bijprogramma: de Zeeuwse Kustmarathon, Colours by the Sea, Ride for the Roses, de Eneco Tour, Marathon van Zeeuws-Vlaanderen. De culturele component van dergelijke evenementen kan verder uitgebouwd worden.

Health is sowieso goed in te zetten bij een integrale benadering van cultuur, toerisme, detailhandel, horeca, onderwijs en evenementen. Een gezonde levensstijl betekent immers niet alleen fysiek maar ook geestelijk fris, gezond en uitgedaagd worden. De link met kunst en cultuur is duidelijk, maar nog niet altijd even tastbaar.

Kans 7: Festivals

Zeeland kent een aantal goed bekend staande en drukbezochte festivals op gebied van film, food, muziek en podiumkunsten. Zeeland blinkt uit in tijdelijkheid: theaterproducties op unieke buitenlocaties, het creatieve tijdelijk gebruik van ruimtes en tijdelijk cultureel aanbod. Dat is, door het gebrek aan massa, uit nood geboren, maar het is een 'unique selling point' geworden. Het aanbod is steeds verrassend, het publiek blijft hongerig en de exploitatie is te overzien.

De Zeeuwse kleine en middelgrote festivals zijn authentiek, onderscheidend en creatief. Ze vernieuwen zichzelf continu en doen dat proactief. Locatie speelt daarbij de hoofdrol. De dramatiek van de zee in de directe omgeving kan maar op weinig plaatsen in Noordwest-Europa zo worden ervaren als in Zeeland. Zo is Concert at Sea een festival dat qua aanbod en omvang grootstedelijk en universeel is en zich onderscheidt door de unieke locatie op de rand van zee en land.

De expertise die binnen festivalorganisaties aanwezig is, kan ingezet worden om het culturele klimaat door het jaar heen structureel te verlevendigen en verbeteren. Het festivalaanbod kan in traditionele accommodaties als schouwburgen worden gepresenteerd. Maar dat kan evengoed, of misschien beter nog, op bijzondere momenten en locaties. Festivals zijn erg bedreven in het aanspreken van publiek van buiten de provincie. Willen we, zoals geschetst onder kans 9, meer tweerichtingsverkeer tussen Zeeland en Rijnmond/Vlaanderen realiseren, dan zijn kennis en ervaring van organisatoren en de aantrekkingskracht van onze festivals belangrijk.

Kans 8: Decor en inspiratiebron

Samenhangend met de Zeeuwse festivalcultuur is het onderscheidend vermogen van 'het decor Zeeland'. Theaterproductiehuis Zeelandia pionierde daarmee in de vorm van spraakmakende theaterproducties als onderdeel van het Zeeland Nazomerfestival. Steeds vaker vinden producenten hier een gedroomd decor. De film Weg van jou, die zich afspeelt in Zeeuws-Vlaanderen, is daarvan een recent voorbeeld. Om film-, serie- en documentairemakers te faciliteren is de Zeeland Film Commission (ZFC) opgericht. Dat is een organisatie die kan bijdragen aan het in bredere zin verlevendigen van het culturele klimaat. Creatief, kleinschalig en sector-overstijgend. De ZFC werkt samen met Cinecity (een van de grootste bioscopen van Nederland) en het internationaal filmfestival Film by the Sea.



Cultuurhistorische landschapselementen, zoals de Staats-Spaanse Lijnen die in Zeeuws-Vlaanderen verscholen liggen, zijn nog te onbekend en worden ondergewaardeerd. Behalve voor festivals en grote sportevenementen (1x Tour de France, 2x Giro d'Italia, Kustmarathon, NK Tegenwindfietsen, Eneco Tour en meer) is Zeeland ook een aansprekend decor voor beeldende kunst. De combinatie van monumentale stedelijkheid en landschappelijke kwaliteit biedt kansen voor het creëren van een snoer van bijzondere, tijdelijke en structurele beeldende kunstuitingen door de gehele provincie. Wat nog te onbekend is, is dat Zeeland een land van verhalen is. Zeeuwse Ankers is een samenwerking die die verhalen, waarvan het potentieel nog onvoldoende wordt benut, zichtbaar wil maken. Van legendes tot tastbaar erfgoed, alles kan zichtbaar worden gemaakt in het landschap en gebruikt worden als inspiratiebron voor programma's, films, theaterproducties en tentoonstellingen. Ons decor in algemene zin is de marketingvisie Land in Zee zoals die wordt gehanteerd door onder meer de Provincie Zeeland, VVV Zeeland en NV Economische Impuls Zeeland, één grote handleiding voor het inzetten van Zeelands meest onderscheidende kwaliteit, onze ligging. Die marketingvisie kan ook de culturele sector, en in bredere zin toerisme, retail, horeca en evenementen, helpen daar vruchten van te plukken.

Kans 9: Tweerichtingsverkeer

Zeeland is in de vroege middeleeuwen voornamelijk vanuit Vlaanderen

bedijkt en bevolkt. De Scheldegotiek kwam hier tot bloei. Vlaamse boerderijtypes verspreidden zich via Zeeland richting Holland. Zeeland nam eerst samen met Vlaanderen (Gent en Brugge) en later met Holland het voortouw in grootscheepse internationale handel. De Zeeuwse streektaal is een overgangstaal tussen Hollands en West-Vlaams. Vlissingen stond vanwege de vele zeemanscafés bekend als het Katendrecht van het zuiden en de oudste herberg van het middeleeuwse Brugge heet op zijn beurt Vlissinghe. Kortom, Zeeland is al eeuwenlang een belangrijke schakel tussen Holland en Vlaanderen. Weinig dunbevolkte streken bevinden zich zo dicht bij zulke grote agglomeraties als Zeeland. Antwerpen, Gent, de Rijnmond en de Brusselse agglomeratie bevinden zich allemaal binnen een dik uur rijden vanuit Goes.

Die steden hebben aantrekkingskracht op Zeeuwen: voor studie, winkels, uitgaan, ontmoeting en culturele voorzieningen. Daar liggen zowel kansen als bedreigingen: het 'weglekken' van publiek is een bedreiging, maar het ombuigen van eenrichtingsverkeer in tweerichtingsverkeer is een enorme kans. Opnieuw is hier een belangrijke taak weggelegd voor marketing. Het aanbod kan beter en integraal worden gecommuniceerd, de gevoelsafstand ('Zeeland is ver weg') kan kleiner worden gemaakt, er kunnen arrangementen aangeboden worden (eten, toegang, uitgaan, slapen) en zo zijn er nog vele verbeterpunten denkbaar.

De taak die voor ons ligt, is om op cultureel gebied weer die betekenisvolle schakel tussen noord en zuid te worden, zoals Zeeland dat bijna duizend jaar is geweest.



Voorwaarden

Massa

Binnen de Nederlandse context is Zeeland dunbevolkt. Zoals eerder opgemerkt is dé uitdaging van Zeeland al decennia lang het opboksen tegen de macht van het getal en het overbruggen van schaalverschillen. Denk alleen al aan regelgeving en Rijksfinanciering. Anderzijds is de participatiegraad in Zeeland relatief hoog en leidt de combinatie professionals-amateurs/vrijwilligers tot projecten van bijzondere kwaliteit (Zeeuws Orkest, Watersnoodmuseum, diverse grotere festivals). Daarnaast heeft Zeeland een grote, permanent aanwezige (maar qua omvang en samenstelling wisselende) extra massa in de vorm van bezoekers en toeristen (10 miljoen overnachtingen per jaar, dat zijn er 27.500 per dag, ongeacht het seizoen). Deze massa wordt nooit meegenomen in de officiële optelsommen, maar vormt in de praktijk een factor van belang. Het is belangrijk de culturele infrastructuur nadrukkelijk te toetsen aan en mede in te richten op hun behoeften én alle partijen van het belang en de potentie van toeristen en bezoekers te overtuigen. Zeeland heeft weinig projecten die stevig met Rijksgeld worden gesteund. Ook voor het participeren in internationale projecten heeft Zeeland het moeilijker. Terwijl juist daar door het onderscheidende karakter van de ligging van onze provincie kansen liggen. Er ligt een belangrijke taak voor ons om onze specifieke Zeeuwse situatie landelijk en internationaal beter onder de aandacht te brengen. Er moeten creatieve oplossingen worden bedacht voor problemen ten gevolge van verschillen in schaalgrootte. Inzet van Rijksexpertise zou daarbij een flinke stap vooruit betekenen.

Marketing

De typische kenmerken van de Zeeuwse situatie, zowel qua ligging als qua demografie, economie en de eigen regionale cultuur, vragen om een stevige inzet op gebied van marketing. Er is veel, maar de bekendheid kan beter. De door de Provincie, VVV en Impuls Zeeland ontwikkelde marketingvisie Land in Zee vormt een mooie, praktische onderlegger die volledig is gebaseerd op de unieke identiteit en ligging van Zeeland. Deze visie kan ook voor een integrale marketingaanpak op het gebied van cultureel/stedelijk aanbod een bruikbare onderlegger vormen. In zijn algemeenheid draait de regiomarketing van Zeeland om land, zee, ruimte en vrijheid. Stedelijkheid komt nagenoeg niet voor en dient daarom snel een belangrijke rol op te eisen.

Qua positionering ten opzichte van grote stedelijke centra rondom Zeeland is de Land in Zee-visie bruikbaar: onze steden zijn compact, bieden veel kwaliteit, vullen elkaar aan en liggen zowat in zee. Het is hoe dan ook zaak dat de Z4 samen optrekken en zich samen als stedelijk cluster binnen de context van Land in Zee gaan presenteren en op die manier samen hun stedelijke kwaliteiten op de markt gaan zetten. Een integrale benadering en promotie van álles wat potentiële bewoners (toekomstige werknemers van Zeeuwse bedrijven, terugkeerders en gepensioneerden) en bezoekers (dagjesmensen, citytrippers en gewone toeristen) aantrekt in een stad ligt daarbij voor de hand. Er zou, om eens iets te noemen, een goede website ontwikkeld moeten worden waarop het complete stedelijk aanbod van de Z4 is te vinden.

Met elkaar

Om culturele kansen binnen de stedelijke context van Zeeland te verzilveren, is behalve samenwerking (de software) ook bundeling van hoogwaardige stedelijke functies nodig (de hardware). Middelburg en Vlissingen, samen het meest verstedelijkte gebied van Zeeland, hebben een gezamenlijk cultureel profiel geformuleerd als basis voor onderlinge afstemming. Wanneer de Z4 hun regionale en provinciale functies op diezelfde wijze verder uitbouwen, kan stedelijk Zeeland zich sterk presenteren. Deze werklijn vraagt regie en besluitvaardigheid. Er is daadkracht op basis van een gedeelde visie voor nodig, net als het verankeren van afspraken in het beleid van de vier gemeenten en de Provincie Zeeland. Met voldoende borging creëren de Z4 samen de inhoud, kwaliteit en uitstraling die nodig zijn om een bovenregionale rol op het gebied van stedelijkheid en cultuur te spelen. De Z4 en de Provincie gaan aan de slag met een concreet plan van aanpak. Het bidbook vormt daarbij het vertrekpunt. Het Rijk wordt nadrukkelijk gevraagd aan te schuiven voor advies en feedback.

Middelen

Willen we cultuur minder statisch en kwetsbaar maken, dan is het van groot belang verder te kijken dan alleen cultuur. Ondernemers en maatschappelijke organisaties kunnen in cultuur een nuttige partner vinden. Overheden kunnen hun steentje net zo goed in natura bijdragen door cultuur een expliciete en structurele plaats te geven in hun city-/regiomarketing. Bedrijven die gebaat zijn bij een gunstig



vestigingsklimaat en dus een stevige stedelijke infrastructuur kunnen samen met culturele organisaties en initiatieven kijken hoe zij een bijdrage kunnen leveren aan het versterken van die infrastructuur. Er kan meer ruimte worden geboden aan nieuwe vormen van al dan niet tijdelijk stedelijk cultureel aanbod. Denk aan ondernemers die vanuit een winkel- of horecabedrijf evenementen, concerten, tentoonstellingen of voorstellingen organiseren. Vaak loopt men tegen regelgeving aan die zijn doel voorbij schiet. De landelijke proef met 'blurring' (het op kleine schaal toestaan van horeca-activiteiten binnen de detailhandel en andersom) leidde in

Zeeland tot interessante resultaten, maar wordt nog niet opgevolgd. Evengoed kan meer ruimte worden geboden aan het tijdelijk of structureel invullen van leegstaande panden met culturele voorzieningen of een mix aan voorzieningen (denk aan detailhandel met horeca en podium). Aangepaste regelgeving of aangepaste afspraken over handhaving daarvan zijn daarvoor een voorwaarde. Allemaal middelen waarvan de inzet een nadere uitwerking meer dan waard is en die blijk geeft van een meer innovatieve kijk op 'financiering' dan eenvoudigweg te leunen op een subsidiestelsel.

Actiepunten

Iedere kans uit het voorgaande hoofdstuk vereist een slagvaardige uitvoering. Die uitvoeringskracht is er onvoldoende. Ook is het noodzakelijk om samen met de colleges en gemeenteraden van de Z4, en met de culturele partners, te bepalen bij wie welke rol, welk ambitieniveau en welke uitvoeringskracht passen. Bij die slag naar uitvoering zou het zeer helpen als het Rijk haar steun uitspreekt voor deze integrale aanpak vanuit Zeeland rondom stedelijke aantrekkelijkheid, met Cultuur als belangrijke pijler.

Behalve die algehele steunbetuiging voor dit 'aanvalsplan cultuur/ stedelijke aantrekkelijkheid', vragen we ook om concrete steun van het Rijk per actiepunt. Die vragen staan cursief onderaan elke actiepunt. Daar waar wij steun vragen, vragen wij om een mix van menskracht, middelen, expertise of netwerken. Uiteraard kan die steun per actiepunt verschillen. Daarover gaan wij graag met het Rijk in gesprek.

Actiepunt 0: Zeeland in een Stroomversnelling

Wil je de culturele en stedelijke infrastructuur in Zeeland versterken, dan dien je om te beginnen de solide basis van bestaande voorzieningen te koesteren. Dit is een belangrijk uitgangspunt, dat we voorafgaand aan onze concrete actiepunten expliciet willen benoemen. Dat geldt net zo goed voor concrete uitwerkingen van voorstellen uit het rapport Zeeland in Stroomversnelling, waarvan de Z4 al eerder de intentie hebben uitgesproken deze te willen gaan realiseren. Sommige van die uitwerkingen zijn al in gang gezet, andere wachten nog op uitvoering. We citeren uit dit rapport van de commissie Balkenende:

- Het organiseren van een spraakmakend evenement op een bijzondere locatie waarbij cultuur hand in hand gaat met duurzaamheid en technologische ontwikkelingen. Daarbij spelen we in op middelbaar en hoger onderwijs als het gaat om water, energie en biobased economie.
- Het uitbouwen van de kracht van Zeeuwse festivals met (inter)nationale uitstraling zoals Concert at Sea, Zeeland Nazomerfestival, Vestrock en Film by the Sea; zee & land als decor en inspiratiebron
- Het vestigen van een dependance van een bekend (inter)nationaal museum dat past bij de Zeeuwse kracht en het jaarlijks naar Zeeland halen van een grote expositie

- Het versterken, creëren en innoveren van evenementen en voorzieningen met ten minste nationale uitstraling. Een voorbeeld is het gebruik maken van stedelijke en landschappelijke kwaliteit door een virtuele lijn te maken van (beeldende) kunst in de openbare ruimte waarmee diverse steden en eilanden aan elkaar worden gelinkt. De Grote Kerk in Veere kan daarbij een centrale rol vervullen
- Het ondersteunen en versterken van initiatieven op het gebied van muziek, beeldende kunst, festivals en theater.
- Het benutten van bestaande potentie van musea zoals het Watersnoodmuseum.
- Het faciliteren van mobiliteit die het aanbod breed ontsluit.

Actiepunt 1: Concept, commitment en concretiseren

Dit bidbook is een gezamenlijk product van de Z4 en de Provincie Zeeland. Partijen hebben de intentie uitgesproken om samen aan nadere uitwerking van dit bidbook te gaan werken. Uitgangspunt is een integrale cultureel-stedelijke schets die moet leiden tot een werkagenda voor Zeeland. Die schets zal alle relevante terreinen omvatten en dwarsverbanden daartussen in kaart brengen en benutten (cultuur, toerisme, horeca, retail, evenementen). Eerste opdracht voor de Z4 is eerst datzelfde te doen voor de eigen gemeente. Zo ontstaan er vier integrale schetsen. Vervolgens is het aan de Z4 om daar samen, met de Provincie, een complete Zeeuwse schets van te maken. Daarin wordt een en ander niet alleen inhoudelijk, maar ook geografisch op elkaar afgestemd.

Deze 'Zeeuwse schets' vormt een opmaat tot herpositionering van Zeeland als provincie met een helder stedelijk cultureel profiel. Dat profiel kent regionale, nationale en internationale aspecten, benadrukt de korte afstand van grote stedelijke gebieden en is het product van een creatieve wisselwerking tussen diverse sectoren. Dat vraagt gerichte en specifieke inzet voor langere tijd waarin enerzijds het merk Zeeland een extra, stedelijk/culturele lading krijgt en anderzijds heel concreet het Zeeuwse aanbod in samenhang over het voetlicht wordt gebracht. Dat kan door slimme campagnes en aantrekkelijke arrangementen, in samenwerking met horeca, retail en de toeristische branche. Dus niet langer alleen maar een dagje stad tijdens een strandvakantie, maar ook een citytrip met een dagje zee.



Het realiseren van de plannen zoals we die in dit hoofdstuk in hoofdlijnen benoemen, vraagt om gerichte inzet van menskracht. Door de schaal van Zeeland zijn de culturele organisaties én overheden hier klein. Binnen de personele bezetting en de financiële kaders is het nauwelijks mogelijk om expertise te mobiliseren die in staat is de verbindingen te leggen met partijen in de rest van het land en Vlaanderen, onderlinge, (inter)nationale en intersectorale samenwerking vorm te geven – met alle financiële trajecten die daarbij horen – en een bijdrage te leveren aan de marketing en promotie van het aanbod. Daar willen we verandering in aanbrengen door als Z4/Provincie Zeeland het Rijk om gerichte personele bijstand voor specifieke vraagstukken te vragen.

Zoals beschreven in het hoofdstuk Voorwaarden onder Middelen, willen Z4 en Provincie vanuit het bidbook een concreet plan van aanpak maken en dat uitvoeren. Het gaat om een periode van ongeveer drie jaar. Voor die periode willen we het Rijk om twee fte's vragen om dit te realiseren. Verder vragen we het Rijk aan te schuiven voor advies en feedback. Ten slotte willen we het Rijk vragen om aanvullende expertise voor specifieke vraagstukken. Bij concrete uitwerkingen wordt gezocht naar creatieve oplossingen en samenwerkingen. Aan het Rijk willen we bijvoorbeeld vragen aan te sturen op bereidheid van gezelschappen van nationaal niveau om voorstellingen te geven op verrassende, alternatieve locaties in steden/streken waar ze anders niet zo snel zouden neerstrijken. Op marketinggebied is het voor Zeeland interessant samen te werken met het Rijk om onze specifieke boodschap in te passen binnen het nationale marketingbeleid van het merk Nederland. Deze samenwerking bestaat idealiter uit het bundelen van expertise, kanalen en middelen.

Actiepoint 2: De kleine grote stad

Het European Cities Marketing Benchmarking Report rapporteert al sinds 2010 jaarlijks een aanzienlijke groei van stadstoerisme (citytrips) en laat sinds 2014 een belangrijke trend zien die in de vier Zeeuwse steden dagelijks op straat waarneembaar is: vooral kleine en middelgrote steden zitten in de lift, ten koste van metropolen. Goes ontwikkelt zich sterk als winkelstad, Vlissingen heeft troeven in handen als stad-/strandbestemming, Terneuzen profiteert van de ligging dichtbij Gent en Middelburg doet landelijk mee als 'kleinste grote stad' van Nederland.

Op dit moment bestaat er nog geen specifiek Zeeuws beleid op stedelijke kwaliteit. Er is nog geen integrale website over de vier Zeeuwse steden en er zijn nog geen campagnes gevoerd om die steden nog nadrukkelijker onder de aandacht te brengen als

aantrekkelijke kleine en middelgrote alternatieven voor trips naar grote steden. Door als Z4 samenwerking te zoeken met VVV Zeeland en het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen kan daar verandering in worden gebracht. Op cultureel vlak wordt gedacht aan het gezamenlijk landelijk onder de aandacht brengen van tentoonstellingen en evenementen om zo niet alleen het aantal bezoekers op te krikken, maar ook inhoudelijk en kwalitatief een slag te kunnen maken.

Het NBTC wordt grotendeels gefinancierd door het ministerie van Economische Zaken en Klimaat. We vragen het Rijk om het NBTC te verzoeken om nog meer dan nu gebeurt, specifieke aandacht te schenken aan aantrekkelijke, kleinere Nederlandse steden (waaronder de vier Zeeuwse). Dat sluit aan op bovengenoemde internationale trend en speelt in op de toenemende overlast door massatoerisme in de grote steden. Om inhoudelijk en kwalitatief een slag te kunnen maken, vragen we steun van het Rijk om tijdelijke tentoonstellingen en evenementen met bovenregionale capaciteiten, te helpen die capaciteiten beter te benutten door opname in nationale programma's.

Actiepoint 3: Demografie

In relatie tot de veranderende samenstelling van de Zeeuwse bevolking, spelen cultuur en stedelijke kwaliteit een faciliterende rol. Het aanbod kan flexibeler, zodat er beter kan worden ingespeeld op demografische ontwikkelingen of toeristenstromen. Door het aanbod én de accommodaties te flexibiliseren, kunnen we onze voorzieningen levensloopbestendig maken. Een concreet actiepoint dat aansluit bij het voorbeeld zoals geschetst onder kans nummer 3 in het hoofdstuk Kansen, is meer marketinginzet op Vlamingen. Sinds enkele jaren wonen er steeds meer Vlamingen in Zeeuws-Vlaanderen, die voor hun vertier, boodschappen en verteer echter zelden voor de Nederlandse kant van de grens kiezen. Door het beter vermarkten van onze voorzieningen kunnen Vlamingen in Zeeland én in aangrenzend Vlaanderen worden verleid tot het gebruikmaken daarvan.

Een ander concreet actiepoint is het zorgen voor een veel nadrukkelijker relatie tussen de historische culturele diversiteit in Zeeland en de diversiteit in de huidige Zeeuwse samenleving. Zeeland is altijd een land van nieuwkomers en vertrekkers geweest. Van Hugenoten tot Syrische vluchtelingen; er zijn veel kleine, lokale initiatieven op gebied van culturele en religieuze diversiteit en die verdienen meer steun, belangstelling en participatie. Er is een inspanning nodig om deze initiatieven van de kantlijn naar het hoofdpodium te krijgen.

We willen het Rijk vragen ons te steunen om initiatieven op gebied van culturele diversiteit van de provinciale kantlijn naar het hoofdpodium te krijgen, bijvoorbeeld door te zorgen voor aansluiting bij landelijke of internationale initiatieven.

Een uitdagend culinair klimaat is een belangrijk onderdeel van stedelijke kwaliteit en in bredere zin van cultuur. We vragen het Rijk ons streven te steunen om de provincie internationaal op de kaart te zetten als culinaire topbestemming, specifiek in relatie tot cultuur; eetcultuur en culturele activiteiten zijn hier tenslotte al nauw verweven en kunnen juist als 'package deal' internationaal tot de verbeelding spreken.

Actiepunt 4: Leegstand

De culturele sector heeft mogelijkheden om een rol te spelen bij het omgaan met leegstand. Opnieuw nemen mengvormen en samenwerking met bijvoorbeeld horeca, toerisme of evenementen een belangrijke plaats in. We zien leegstand van winkels, horeca, openbare en bedrijfsruimtes in en rond stedelijke centra als een kans om kwaliteit en dynamiek toe te voegen. Ook leegstaande open ruimte, braakliggende terreinen, zogenoemde rafelranden of pauzelandschappen zijn daar bijzonder geschikt voor. Het optimaal benutten van deze mogelijkheden vraagt gerichte inzet en regie. Vraag en aanbod worden nu nog niet samengebracht. Dat zou wel moeten gebeuren (bijvoorbeeld via een website); wat staat er leeg, van wie is het, wat zou er onder welke voorwaarden (borg, huur, verzekeringen, duur) van de eigenaar plaats mogen vinden en welke ideeën hebben Zeeuwse jongeren, kunstenaars, cultureel-entrepreneurs en dergelijke voor een bepaalde plek? Van belang is dat Z4/Provincie hergebruik en transformatie van leegstaand vastgoed faciliteren én particuliere initiatieven stimuleren en ondersteunen, zoals dat bijvoorbeeld is gebeurd bij Slot Oostende in Goes. De Z4 committeren zich tot het zoeken naar praktische manieren om tot uitvoering te komen, zodat initiatieven niet in vergunningen en regelgeving blijven hangen.

Met het Rijk willen we nagaan of er een Herstructureringsfonds kan komen, voor hergebruik en transformatie van leegstand vastgoed.

Actiepunt 5: Food

Zeeland is een culinaire topregio. De culinaire cultuur is een belangrijk onderdeel van stedelijke kwaliteit in Zeeland en vormt een belangrijk onderdeel van het totale cultuur aanbod. Door nadrukkelijk de verbinding te zoeken tussen food, horeca, toerisme en cultuur kan Zeeland dit 'unique selling point' beter en breder gaan inzetten. Daartoe werkt de Provincie op dit moment aan een onderlegger voor een marketingaanpak/-inzet op het gebied van food om Zeeland op de kaart te zetten als internationale culinaire topbestemming. Topbestemming betekent overigens niet dat de aandacht alleen uitgaat naar onze topchefs. Het gaat om een breed spectrum aan typisch Zeeuwse producenten en eetgelegenheden.

Actiepunt 6: Health

Zeeland en gezondheid zijn niet van elkaar te scheiden. De badplaats Domburg werd er beroemd door. De verbinding van gezondheid met cultuur kwam er vanzelfsprekend tot stand. Die lijn pakken we op en versterken we. Het initiatief Gezond in Zeeland van de Provincie Zeeland en een aantal andere partijen inventariseert mogelijkheden voor (onder meer culturele) organisaties om in te haken op de health-trend en adviseert daarover. Cultuur en health kunnen elkaar versterken, al was het alleen maar vanuit de gedachte dat cultuur bijdraagt aan een gezonde geest.

Actiepunt 7: Festivals

Zeeland is een land van eb en vloed. Wat ooit land was, is nu zee en andersom. Zeeland blinkt op dezelfde manier op cultureel vlak uit in tijdelijkheid. Festivals zijn daar het belangrijkste voorbeeld van. In het rapport Zeeland in stroomversnelling van de commissie Balkenende wordt hier over gezegd dat: 'Door de Zeeuwse festivalzomer, culturele activiteiten en organisaties blijft Zeeland levendig en aantrekkelijk voor inwoners, het bedrijfsleven en toeristen. Zeeland heeft een aantal festivals met nationale uitstraling, zoals Concert at Sea, Film by the Sea en het Zeeland Nazomerfestival. Deze festivals concurreren om de gunst van bezoekers met het gestegen aantal vergelijkbare evenementen in de rest van Nederland.' Het hierbij behorende advies is opgenomen onder de opsomming bij actiepunt 0.

In aansluiting hierop erkennen de Z4 het belang en de kwaliteit van onze festivals met nationale uitstraling en potentieel nationale uitstraling en bekijken per festival of die nog beter gefaciliteerd kunnen worden, of er qua positionering een betere aansluiting op de Land in Zee-visie mogelijk is, of er groei verwacht kan worden bij een marketinginspanning buiten de eigen regio, et cetera. Tegelijkertijd vragen we de festivals ons als stedelijke centra bij te staan in het versterken van onze stedelijke infrastructuur. In algemene zin zit er veel expertise bij festivals op het gebied van

ontwikkeling, productie en promotie. Die kan breed ingezet worden voor bijvoorbeeld kleinschalige activiteiten in het verlengde van festivals op onverwachte locaties of het professionaliseren van kleine, beginnende festivals en andere initiatieven.

Meer ondersteuning voor onze regionale festivals, van muziek tot food, is van levensbelang. Het helpt ze verder te groeien, te professionaliseren en op bovenregionaal vlak voor verrijking te zorgen. Het Rijk kan hierbij steunen met expertise, landelijke exposure en samenwerkingconstructies met andere soortgelijke festivals.

Actiepoint 8: Decor en inspiratiebron

Het Zeeuwse landschap wordt al ingezet als decor en inspiratiebron, al kan dit nog wel veel vaker, beter en structureler. Daar is een inspanning voor nodig, die voortbordurt op het werk van de Zeeland Film Commission en dat werk breder trekt dan alleen op het gebied van film.

In feite maakt dit actiepoint deel uit van de marketingaanpak, waarvan in het hoofdstuk Voorwaarden de contouren zijn geschetst, om het unieke Zeeuwse decor, waar land in zee ligt, nog beter in te zetten.

Om dat goed ingebed te krijgen, zal de Provincie Zeeland samen met de Z4 en alle overige Zeeuwse gemeenten culturele evenementen, producties en voorzieningen vragen aansluiting te zoeken bij ons onderscheidende decor. Er zijn bijvoorbeeld wereldwijd talloze straatfestivals, maar nergens zo pal aan zee als Festival Onderstroom in Vlissingen. Aandacht hiervoor betekent ook automatisch meer aandacht voor de productiekant van cultuur, waarbij we denken aan de pioniersrol op dit gebied van Theaterproductiehuis Zeelandia.

Uiteraard is hier ook veel aandacht nodig voor content; een mooi decor garandeert nog geen goed verhaal. Ons cultureel erfgoed kan wat dat betreft inspireren, maar levert ook volop kant-en-klare verhalen, onderwerpen en anekdotes. Zeeland biedt niet alleen mooie decors, maar is ook een land van verhalen.

Actiepoint 9: Tweerichtingsverkeer

Geconstateerd is dat Zeeuwen de grote agglomeraties ten noorden en ten zuiden van ons goed weten te vinden voor cultuur en stedelijke voorzieningen, maar dat dat andersom minder het geval is. Stedelingen uit Antwerpen, Gent en Rotterdam kennen Zeeland als bestemming om uit te waaien, te fietsen, te duiken en mosselen te eten. De uitdaging is hen meer bekend te maken met onze culturele voorzieningen, festivals en uitgaansleven. Er is al sprake

van grensoverschrijdende samenwerking op cultureel gebied (denk aan het project Grensverleggers), maar er ligt erg veel ruimte voor versterking daarvan.

Aan ons de taak om op cultureel gebied weer die betekenisvolle schakel tussen noord en zuid te worden, zoals Zeeland dat bijna duizend jaar is geweest. Opnieuw is de startpositie een integrale presentatie van het aanbod van de vier grotere Zeeuwse steden in een zo breed mogelijk verband.

Als die basis staat, kunnen gerichte campagnes worden gelanceerd. De twee belangrijkste kanalen daarvoor zijn in dit geval social media en andere vormen van online promotie enerzijds en een directe benadering ter plaatse anderzijds. Denk aan het uitdelen van cityguides in winkelgebieden, het gebruik van bioscoopreclames en andere vormen van reclame op plaatsen waar van cultuur genoten wordt, het sponsoren van voorstellingen of optredens - 'deze avond wordt u aangeboden door Zeeland'.

We noemen opnieuw het aanbieden van complete arrangementen zoals een ticket voor een concert/museum/voorstelling, een diner in een goed Zeeuws restaurant, een overnachting en mogelijke opties richting detailhandel en uitgaansleven. De bijzondere uitdaging van Zeeland op gebied van mobiliteit - Zeeland voelt ver weg, maar is voor wie niet met eigen vervoer kan of wil, ook echt wel ver weg. Van groot belang is ten slotte een goed en blijvend contact met relevante partijen in de genoemde stedelijke gebieden. Op die manier kan een structurele culturele uitwisseling ontstaan, waardoor Zeeland niet alleen geografisch (door het trekken van Vlaams en Hollands publiek) maar ook artistiek inhoudelijk de aloude rol van overgangsgebied zinvol kan invullen.

In 1323 werd de Vrede van Parijs getekend. Dit betekende het einde van ongeveer 300 (!) jaar Hollands-Vlaamse strijd om Zeeland. Als Z4 en Provincie Zeeland willen we het Rijk en het Vlaams Gewest uitnodigen om in de aanloop naar de 700-jarige verjaardag van deze Vrede de Hollands-Vlaamse culturele banden in Zeeland te komen aanhalen. Door bovengenoemd actiepoint aan dit historische feit te koppelen, hopen we nieuwe, originele, innovatieve en bovenal nuttige deuren te openen. Diversiteit is belangrijk en historisch vaak bepalend geweest voor Zeeland. Daarom willen we ook andere regio's en landen die nauwe culturele en/of economische banden met Zeeland hebben gehad bij deze viering betrekken. Te denken valt aan Guyana (ooit Zeeuws privé eigendom), Tobago (idem), Zuid-Afrika, Taiwan (Formosa), Sri Lanka (Ceylon), de Molukken, steden met oude Zeeuwse forten aan de Afrikaanse westkust en zo zijn er nog wel meer interessante cultuurhistorische aanknopingspunten.

Tot slot

Het is een aantal keren benoemd in dit bidbook: de grootste Zeeuwse uitdaging van de afgelopen decennia zit hem in het overbruggen van verschillen in schaalgrootte en het opboksen tegen de macht van het getal. Dat geldt zeker ook voor ontwikkelingen op het gebied van cultuur. In Zeeland geen grote internationaal belangwekkende gezelschappen, musea, festivals. Maar in Zeeland is wel veel ruimte om te pionieren in cultuur, bijvoorbeeld met leegstand, tijdelijkheid, een veranderende bevolking, de unieke ligging in zee en tussengrote agglomeraties.

Sleutelwoord bij het overbruggen van verschillen in schaalgrootte is samenwerking. Samenwerking tussen overheden en culturele organisaties én samenwerken met detailhandel, horeca en de toeristische industrie.

Dit bidbook is het product van een intensieve samenwerking tussen de vier grootste Zeeuwse gemeenten (Z4) en de Provincie Zeeland. Deze vijf partijen hebben al aangegeven verder te willen met samenwerking op het gebied van cultuur (in relatie tot stedelijke aantrekkelijkheid). Dit bidbook fungeert daarbij als onderlegger.

Aan het Rijk de nadrukkelijke uitnodiging Zeeland hierin de hand te reiken. Want onze specifieke Zeeuwse situatie vereist maatwerk, innovatieve oplossingen en flexibiliteit waar we het Rijk als adviserende partner hard bij nodig hebben.



COLOFON

Uitgave

Provincie Zeeland

Tekst

Marco Evenhuis

Nico Out

In opdracht van:

Gemeenten Goes, Middelburg, Terneuzen, Vlissingen
en Provincie Zeeland

Fotografie

Beeldenbank laatzeeelandzien.nl

Juni 2018

