

Advies Brabant C

Project Ontwikkeling en innovatie van cultuurprojecten van ten minste nationaal belang (§12)

1.1 Projectinformatie

Aanvraag Global Storytellers & Cup of Stories

Datum Advies 18 juni 2019

Begroting € 118.710,-

Bijeenkomst Adviescommissie 27 mei 2019

Gevraagde Bijdrage € 35.000,-

1. Algemene omschrijving project:

Global Storytellers uit Breda onderhoudt een wereldwijd netwerk van verhalenvertellers en ontwikkelt in dit project een fysieke drager voor korte verhalen: een beker, een Cup Of Stories. Het gaat erom een verhaal van ergens in de wereld, aangevuld met een illustratie, te integreren in het voorwerp dat we gebruiken voor een dagelijks ritueel, iemands kopje koffie. Global Storytellers voedt storytelling producten als Cup of Stories met steeds weer nieuwe verhalen van over de hele wereld geschreven of verteld door bekende en onbekende verhalenvertellers. Global Storytellers gaat hiervoor allianties aan met individuele storytellers en met verhalenorganisaties, met als doel verhalen te verzamelen, te delen en te behouden voor de wereld.

Voor de pitch verschenen initiatiefnemer en artistiek directeur van Global Storytellers Barbara van den Boogaard en haar zakelijke compagnon, mede oprichter en business- en product developer Gerben Toes.

Tijdens de pitch waren ook concrete uitvoeringen van diverse 'Cups' in papier en keramiek te zien. Het gesprek met de commissie ging onder andere over (borging van) artistieke kwaliteit, kosten in relatie tot opbrengsten naar aanleiding van de 25 'storyboxen' die nu worden uitgezet en de aansluiting die al - of nog niet - gevonden is met het bedrijfsleven en concrete koffieketens.

2. Opmerkingen bij de criteria:

2.1.

Het project is gericht op

- de ontwikkeling van een nieuw cultuurproject;
- innovatie van een bestaand cultuurproject
- validatie van nieuwe culturele activiteiten of producten;

score: goed

De commissie ziet in dit project zonder omhaal een concrete validatie van een concreet creatief product: koffiebekers met een inspirerende tekst en illustratie die moeten worden afgezet op de markt. Het ontwikkelproject is een onderzoek naar klantgroepen en moet uiteindelijk laten zien wat de beste manier is om Cup Of Stories in de markt te zetten. Hoewel de commissie enige overeenkomst met het initiatief Plint (Eindhoven) ziet, dat literaire teksten op gebruiksvoorwerpen drukt, is ze overtuigd van de authenticiteit van het product Cup Of Stories.

2.2.

Het project is gericht op het duurzaam versterken van het Brabantse cultuursysteem door:

- activiteiten van hoge culturele kwaliteit te ondersteunen;
- een divers samengesteld netwerk uit overheden, onderwijs, ondernemers, maatschappelijke organisaties en burgers sterker bij het cultuursysteem te betrekken; en
- innovatieve bedrijvigheid en duurzame verbreding van financieel draagvlak in de cultuursector te bevorderen;

score: voldoende

Om te beginnen staat de adviescommissie sympathiek tegenover het streven om in onze hectische wereld rustmomenten te brengen door middel van de combinatie van storytelling, illustratie en een voorwerp dat bij uitstek hoort bij een ontsnappingsmoment: het koffiekopje.

Bij de beoordeling van de culturele kwaliteit betreft de adviescommissie verschillende aspecten: de verhalen en illustraties op zichzelf, en de dragers.

De verhalen en illustraties zijn goed op elkaar afgestemd en hebben een zekere poëtische kwaliteit, maar binnen die disciplines niet zó opvallend dat daar een hoger dan voldoende beoordeling voor op zijn plaats is. De keuze om voor het product verhalen met een sociale insteek te kiezen vindt de commissie in principe goed, maar nu nog

te dun uitgewerkt om al van grote concrete zeggingskracht te spreken.

Bij de dragers komt alleen het keramiek voor een beoordeling in aanmerking. Op zichzelf fraai, maar juist als drager voor leesbare teksten (klein oppervlak, vertroebeling door resten koffie en melk en andere beperkingen voor gemakkelijke leesbaarheid) nog geen probleemloos ontwerp. Deze mogelijke knelpunten gelden overigens ook voor de papieren bekertjes. Zulke technische vragen zijn tijdens tests al opgekomen, maar lijken nog niet beantwoord alvorens met de validatie in het veld te beginnen opdat de kwaliteiten van het product optimale kansen krijgen.

Er vanuit gaande dat deze punten overwonnen worden, is het belangrijk dat de kwaliteit van het verhalende en beeldende aspect ook op langere termijn geborgd kan blijven; er moet voldoende aanbod van kwalitatief goede verhalen en illustraties beschikbaar zijn.

Het tot nu toe gerealiseerde netwerk rond de validatie vormt een goede aanzet, met uiteenlopende Brabantse partijen als Cor Unum voor het keramiek, (ook) Brabantse illustratoren, Brabantse horeca die de proefpakketten zal afnemen en papiermaker PaperWise die het materiaal voor de papieren bekertjes zal leveren.

Naar het oordeel van de adviescommissie is met deze variant naast het al langer bestaande werk van een organisatie als Stichting Plint in Eindhoven, die poëzie in combinatie met illustratie publiceren op dragers als servetten, kussenslopen en posters, voldoende sprake van innovatieve bedrijvigheid. Bij een succesvolle validatie zou creatieve bedrijvigheid in Brabant een duurzame verbreding in financieel draagvlak vinden; het project is daar zeker op gericht.

2.3.

Het project heeft het potentieel te gaan voldoen aan de vereisten voor een project van ten minste nationaal belang (paragraaf 11 van de Subsidieregeling Hedendaagse Cultuur Noord-Brabant):

a. het project is gericht op duurzame versterking van het Brabantse cultuursysteem, in ieder geval blijkend uit de creatie van nieuw, kwalitatief hoogstaand cultureel aanbod met een blijvend karakter; en blijkend uit de betekenis voor de ontwikkeling van toptalent in de provincie Noord-Brabant;

score: voldoende

Het oordeel op dit punt is voldoende verrat in de opmerkingen bij het vorige criterium.

b. het project is gericht op het ontwikkelen en uitvoeren van cultuurprojecten van ten minste nationaal belang;

score: voldoende

Pas nadat Cup Of Stories gevalideerd is, zal blijken of dit project inderdaad nationaal kan worden uitgerold. Voor nu richt het project zich nog vooral op Brabant. De commissie begrijpt dat er eerst onderzoek gedaan wordt naar klantgroepen (o.a. barista's). De ontwikkeling van een (digitaal) platform om de verhalen op te zetten is niet regio gebonden en kan nationaal en zelfs internationaal zijn, bijvoorbeeld via bedrijven met sterke internationale aspecten zoals KLM en DHL. De samenwerking met internationale storytellers voor dit project is al wel een feit.

c. het project is van hoge culturele kwaliteit, tot uitdrukking komend in oorspronkelijkheid, zeggingskracht en vakmanschap;

score: voldoende

Het oordeel op dit punt is voldoende verrat in de opmerkingen bij het vorige criterium.

d. het project getuigt van goed cultureel ondernemerschap;

score: voldoende

Aansluitend op het beschrevene hierboven bij criterium 2.2, wil de commissie meegeven dat ze op het gebied van cultureel ondernemerschap nadrukkelijk de potentie ziet bij dit project en de mensen erachter. Ze wil voor nu het voordeel van de twijfel laten gelden maar is tegelijk nog niet 100% overtuigd van de zakelijke aanpak van Global Storytellers rondom Cup of Stories.

De adviescommissie is overtuigd van de inhoudelijke drijfveren van het team en de zin om daarmee te gaan ondernemen. De gekozen product-marktcombinatie is echter geen gemakkelijke en vereist een ervaren entrepreneur. Het is van groot belang dat de aanvragers doordrongen zijn van de benodigde competenties om het project tot een succes te maken, en die aan zich weten te binden. Het is de commissie nog niet duidelijk geworden welke inbreng iemand als creatief/commercieel strateeg Marianne Robben, met een videobijdrage opgevoerd tijdens de pitch, in het verdere traject zal hebben.

Het is jammer dat er nog geen bedrijf als stakeholder bij de pitch vertegenwoordigd was.

In de ogen van de commissie zouden - waar nu voor 1 aanpak wordt gekozen met de 25 storyboxen - ook andere distributiemodellen kunnen worden getest in het kader van dit ontwikkelproject. Mogelijk blijkt een kleinschaliger markt van duurzamer keramiek servies, via bijvoorbeeld designwinkels en museumshops, een commercieel gezien meer realistische dan de papieren bulkmarkt met zijn zeer kleine marges. Een paar cent prijsverschil per bekertje werkt enorm door, en dat maakt hier juist een moeilijke markt van om met een 'goodwill-product' een verdienmodel te bereiken.

e. het project heeft draagvlak in de Brabantse samenleving;

score: voldoende

De commissie heeft er vanwege het sympathieke karakter van het concept vertrouwen in dat dit product draagvlak kan gaan krijgen, als het ook echt een markt gaat bereiken. Er is al sprake van cross-sectorale samenwerking met bedrijven en ook de sociale insteek waardeert de commissie positief.

f. het project sluit aan bij de ambitie van de provincie Noord-Brabant om tot de top van de industriële kennis- en innovatieregio's te komen, waaraan in ieder geval wordt voldaan indien het project een aantoonbare verbinding met de Brabantse topsectoren heeft.

score: voldoende

Het thema 'slow economy' (de kunst van storytelling tegenover de sterk op efficiency gerichte wereld) vormt een uitgangspunt van dit project. Een broodnodig 'high touch'-element van sociale waarde en menselijke maat in een high tech-wereld. Zo ook de duurzaamheid en recycling van materialen: de disposable bekertjes worden door het Brabantse bedrijf PaperWise van landbouwafval gemaakt en ook de gebruikte klei voor het keramiek is afvalmateriaal.

3. Advies

De adviescommissie vindt dit concept goed in het portfolio van Brabant C passen en adviseert positief over de aanvraag. Ze adviseert het bestuur van het Brabant C Fonds wel om enkele aandachtspunten bij de uitvoering ervan aan de aanvrager mee te geven. In de rapportage over het project zouden die moeten terugkomen.

Zoals hierboven aangegeven, heeft de commissie nu nog grote twijfels bij de zakelijke haalbaarheid van zowel een koffiekopje - papier of keramiek - als drager van storytelling, als de geschiktheid van de gekozen outletkanalen. Zij adviseert daarom om in het validatietraject ruimte in te laten bouwen om te zoeken naar de beste alternatieve marktpropositie voor verhaal en illustratie, als een koffiekopje en/of de bulkmarkt van papieren bekertjes daar niet voor blijkt te voldoen. 'Mass coffee distribution' (stations en dergelijke) is een grote maar ook hevig concurrerende en daardoor kostengevoelige bulkmarkt, en daarmee een lastig afzetgebied. Het concept verdient daarom ook flexibiliteit ten opzichte van het gekozen distributiemodel.

De adviescommissie ziet op dit moment de aanknopingspunten voor succes eerder op zakelijk vlak dan in een heel sterk onderscheidende culturele content. Een eventueel vervoltraject bij Brabant C zal daarom vooral businesswise zeer overtuigend moeten worden ingestoken. De commissie acht het raadzaam dat de projecthouder dat in deze fase al voorbereidt door ervaren ondernemersdeskundigheid aan zich te verbinden, en zo kritische massa te organiseren los van het sterke commitment van de aanvragers aan de inhoud.

4. Samenstelling Adviescommissie

Jorn Konijn
Jan Post
Jacki Dodemontova
Jeroen Veldkamp
Remco van Soest

5. Disclaimer

Disclaimer: bovenstaand advies is opgesteld ten behoeve van besluitvorming door het bestuur van Stichting Brabant C Fonds. Het advies op zichzelf is geen besluit tot verlening, noch geeft het aanspraak op een besluit tot verlening. Het besluit van het bestuur van Stichting Brabant C Fonds kan afwijken van het advies. Art. 8.3 van de statuten van de stichting bepaalt dat het bestuur een voornemen om met het besluit af te wijken van het advies, ter advisering dient voor te leggen aan de Raad van Toezicht van de stichting.