

Advies Brabant C

Ontwikkeling en innovatie van cultuurprojecten van ten minste nationaal belang (§ 12 van de Subsidieregeling hedendaagse cultuur Noord-Brabant)

Projectinformatie

Aanvraag Graphic Matters 2019

Aanvrager Stichting Graphic Design Festival Breda

Begroting € 187.445,-

Gevraagde Bijdrage € 56.234,- (30%)

Bijeenkomst Adviescommissie 8 juli 2019

Datum Advies 18 juli 2019

1. Algemene omschrijving project:

Tweejaarlijks festival Graphic Matters (tot en met 2015 genaamd Graphic Design Festival Breda) is een festival dat grafisch ontwerp in relatie tot actuele thema's toont en dit jaar de zevende editie beleeft. Het festival is bezig met een positioneringsslag: het wil zich van een vooral op ontwerpers en andere professionals in de sector gericht festival, ontwikkelen naar een festival dat ook voor een breder publiek aantrekkelijk is. Daarnaast wil de organisatie met het voorliggende (ontwikkel-)project een stap maken richting het betrekken van het bedrijfsleven. In 2023 wil Graphic Matter het meest aansprekende internationale platform zijn waar ambitieuze grafisch ontwerpers hun expertise delen. De editie 2019 vindt plaats van 20 september t/m 27 oktober in en om de Stokvishallen in Breda en behelst onder andere de overzichtstentoonstelling 'INFORMATION SUPERPOWER' waarin informatie-visualisatie van de afgelopen 100 jaar getoond wordt.

Voor de pitch verschenen directeur Dennis Elbers en marketeer Niek Nellen. In het talrijke publiek bevonden zich onder meer business developer Peter Brouwers en stakeholders als Breda's cultuurwethouder Marianne de Bie en vertegenwoordigers van BUAS en het Brabants graphic magazine Wobby. Acht internationale collega's uit Europa en de Verenigde Staten (festivals, musea en opleidingen) spraken in videoboodschappen hun belang bij Graphic Matters uit.

In het gesprek met de adviescommissie kwamen onder meer eerdere ontwikkelstappen in het festival, de aanpak van het onderzoek richting bedrijfsleven, en de verhouding tussen inhoudelijke continuïteit en verbreding van de doelgroep aan de orde.

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

Het festival is binnen de adviescommissie al goed bekend. Hoewel de gewenste ontwikkeling niet innovatief te noemen is binnen de sector als geheel, is er voor het festival op zichzelf wel degelijk sprake van een – door de commissie toegejuichte – vernieuwing. Het festival kan zich met de voorgestelde activiteiten op relevante punten ontwikkelen, al bekruipt de commissie bij het onderdeel 'bedrijfsleven' wel een beetje déjà vu-gevoel; de organisatie heeft hier in het verleden al eerder pogingen in ondernomen. De huidige aanpak met een business developer heeft volgens de adviescommissie echter zeker potentie. Zowel de geformuleerde vragen hiervoor, als die op het terrein van de inhoudelijke ontwikkeling zijn goed belegd. Ook dit laatste onderdeel werd tijdens de pitch overtuigend toegelicht samen met BUAS.



Bezoekadres
Burg. Brokxlaan 1000
5041 SG Tilburg

Postadres
Postbus 44
5000 AA Tilburg

013 – 750 84 82
info@brabantc.nl
www.brabantc.nl

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: goed

De adviescommissie is positief over de keuze om het festival aantrekkelijker te willen maken voor breed publiek, met daarbinnen een focus op de generatie vanaf de millennials. Grafisch ontwerp is van alle tijden, maar juist deze groep wordt misschien wel intensiever dan ooit geconfronteerd met informatie-visualisatie, door de bij hen altijd aanwezige en indringende digitale context. Bewustwording daarvan als cultureel fenomeen versterkt de betrokkenheid bij cultuur. Grafische vormgeving vormt daarnaast een belangrijke aanvulling op het meer product- en conceptgerichte design dat Brabant al internationaal kenmerkt vanuit de regio Eindhoven.

De koppeling met de kunstvakopleiding aan Avans/St. Joost, Avans Communicatie en Multimedia Design, Fontys Academy of Creative Industries en Design Academy Eindhoven vergroot de wederzijdse inbedding. Ook een Mbo-opleiding als St. Lucas en de grafische afdelingen van ROC's zouden hier overigens van betekenis kunnen zijn. De betrokkenheid van andere stakeholders bij de pitch laat zien dat het festival een divers netwerk mobiliseert en committeert.

Verbreding van financieel draagvlak is een van de kerndoelen in het project. Dit is niet alleen gericht op meer support voor het festival zelf, maar ook op breder en gericht op opdrachtgeverschap van bedrijven aan grafisch ontwerpers.

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

Aansluitend op hetgeen hierover al bij het vorige criterium werd opgemerkt, is de adviescommissie overtuigd van goede kwaliteit op basis van het track record van het festival in het algemeen, en de beschreven opzet van de expositie INFORMATON SUPERPOWER in het bijzonder. Deze expositie gaat het hart van het komend festival vormen.

Op het gebied van talentontwikkeling maakt het festival een beweging van het tonen van bestaand werk van talenten, naar het aanjagen van creëren. In dat kader past niet alleen de samenwerking met de in Brabant opgeleide Jenna Arts, maar ook het uitgebreide workshopprogramma dat zich specifiek op studenten richt (Clever Franke, Wobby, Infographic Group en nog andere te bevestigen partners). Beter duidelijk gemaakt zou kunnen worden hoe hiervoor aansluiting wordt gevonden op de curricula van de genoemde opleidingen AKV/St. Joost, Avans CMD, Fontys ACI en DAE.

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

score: goed

Grafisch ontwerp uit Nederland heeft een grote internationale reputatie, niet in de laatste plaats dankzij de opleiding in Breda. Museaal wordt er echter maar weinig structureel aandacht aan besteed. Het festival vormt daarom een belangrijk focuspunt voor deze discipline in het landelijk aanbod. De specifieke inhoudelijke activiteiten in 2019 (met name de expositie en de workshops) sluiten aan bij het kwalitatieve trackrecord van het festival.

De testimonials van Europese en Amerikaanse partners van Graphic Matters onderstrepen dat het festival onder internationale professionals al een stevige reputatie geniet.



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

score: goed

Het overwogene onder a. en b. van dit criterium mag wat betreft de adviescommissie al als onderbouwing voor een goede beoordeling op dit punt worden beschouwd. Het festival heeft een prima inhoudelijk trackrecord en ondervindt internationaal waardering door professionals

d. het project getuigt van goed cultureel ondernemerschap;

score: voldoende

Verbreiding van het financieel draagvlak door ontwikkeling van nieuwe verdienmodellen is een van de doelen van het project. Met de inzet van de business developer ziet de adviescommissie hiervoor een goede aanzet. Er gaat gewerkt worden aan productontwikkeling in de vorm van sponsor- en partnerpakketten en hogere bartering. De aanpak hiervoor is overtuigend, maar daar zou wat de adviescommissie betreft dan ook wel een hogere ambitie wat betreft de opbrengst bij passen. Binnen enkele edities zou dit moeten leiden tot meeropbrengsten ten opzichte van de kosten voor inzet van de business developer. De commissie onderkent dat het gegeven dat Graphic Matters een tweejaarlijks festival is een andere dynamiek toelaat dan met regelmatiger activiteiten. Dat vraag creativiteit op het punt van onderhoud en doorgroei van commitment in de tussenjaren. Aanbod los van publieksgerichte activiteiten is daarvoor goed denkbaar, zoals de eerder genoemde ondersteuning of aanmoediging van bedrijven in het ontwikkelen van een meer gestructureerd beleid met betrekking tot visuele uitingen. Het creëren van business voor grafisch vormgevers als keerzijde hiervan vormt ook een aspect van goed cultureel ondernemerschap.

De adviescommissie vindt het jammer dat de nationale potentie van het festival in de marketingstrategie richting het juist gezochte bredere publiek nog weinig wordt uitgenut, met bijvoorbeeld stationscampagnes in alleen Eindhoven en Breda. Goed opgezette activiteiten rond thema's als laaggeletterdheid en mediawijsheid bieden aanknopingspunten voor enerzijds het trekken van breder publiek als anderzijds wellicht buiten de regio te vermarkten aanbod. Een bredere marketingmix richting publiek, en geografisch breder ingezet dan de aanvraag nu laat zien, is wenselijk.

Al met al is sprake van een goede inzet om tot meer duurzame relaties met kapitaalverschaffers te komen. Voor een vervolgaanvraag verwacht de adviescommissie echter meer resultaat en onderbouwde ambitie wat betreft de conversie van inspanningen in verdien capaciteit en publieksbereik.

e. het project heeft draagvlak in de Brabantse samenleving;

score: voldoende

Graphic Matters heeft al een netwerk onder verwante HBO-opleidingen. De aanvraag maakt niet duidelijk hoe dit met concrete betekenis voor het curriculum van de studies wordt uitgewerkt. Het festival zou daarnaast van belang kunnen zijn voor vakafdelingen van MBO's en ROC's, maar dat krijgt in de aanvraag niet veel aandacht. Heel positief vindt de adviescommissie het oppakken van een thema als laaggeletterdheid, waarbij beeldtaal natuurlijk bij uitstek uitnodigend en stimulerend kan werken. De maatschappelijke verbinding hiervoor kwam tijdens de pitch overtuigend over het voetlicht, ook vanuit het publiek. Zo'n onderwerp geeft ineens heel concreet betekenis aan de discipline in delen van de samenleving waar 'serieuzere' cultuur minder makkelijk binnenkomt. De ambitie om met name MKB-bedrijven sterker aan de inzet van grafisch ontwerp te committeren is eveneens een goed lijn naar verbreiding van maatschappelijk draagvlak.

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

Grafisch ontwerp is op zichzelf een belangrijke aanvulling in het door Brabant gekoesterd profiel als designregio. Wanneer het zou lukken school te maken met succesvolle samenwerking tussen MKB en grafisch ontwerpers, kan dat een betekenisvolle ondersteuning voor de industrie in Brabant betekenen.

Brabant als dé (grafisch) design regio van Nederland kan ook een bijdrage leveren aan het vestigingsklimaat, juist wanneer de marketing zich op breder publieksbereik richt. Daarvoor zou de communicatie van het festival dan wel duidelijker regio-overstijgend moeten zijn; een aandachtspunt bij een vervolgaanvraag.



3. Advies

Graphic Matters is een evenement om te koesteren in het Brabants cultuuraanbod. Het voorliggende project biedt zinvolle en goed onderbouwde invalshoeken om dit te versterken, met verbreding van de betekenis van het festival voor bredere publieksgroepen, bedrijven en talenten in de provincie.

De commissie adviseert dan ook om dit ontwikkelproject te honoreren overeenkomstig de aanvraag.

De adviescommissie is benieuwd naar de resultaten, en hoopt die terug te zien in een aanvraag van ten minste nationaal belang als vervolg op het nu uit te voeren onderzoek. Aandachtspunten zullen daarbij zeker zijn

- Inbedding van het talentenbeleid in het curriculum van de betrokken opleidingen in Brabant
- Een onderbouwde en uitdagende ambitie met betrekking tot de inbreng in het festival vanuit het bedrijfsleven en vermarkting van programmaonderdelen
- Bovenregionale publiekscommunicatie met onderbouwde en uitdagende doelstellingen.

4. Samenstelling Adviescommissie

Jorn Konijn (voorzitter)

Linda Janssen

Tet Reuver

Jeroen Willems

Ruth Giebels

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.



Jorn Konijn, commissievoorzitter

vastgesteld d.d.: 18 juli 2019

