



Projectplan pilot De Stadsredactie

Eindhoven, oktober 2023

1 Het project

1.1 Inleiding

Taal is overal en wordt juist daarom vaak voor lief genomen. Waarbij we vergeten hoe we creatieve woorden inzetten om verhalen te maken - verhalen die verbinden, die de werkelijkheid ordenen en creëren, die de verbeelding mobiliseren. Wij geloven dat een woord, een zin of een verhaal je leven kan veranderen.

Einsteins beroemde uitspraak – ‘Imagination is more important than knowledge’ – zie je op meerdere plekken in het Eindhovense stadsbeeld opduiken. En met een reden – het is een mantra dat de beta-stad zich moet blijven inprenten. Eindhoven is een stad van aanpakken, met dito imago - techniek, design, praktisch, hard werken – een optimistische stad ook. In zo’n stad van daden worden kracht en noodzaak van de verbeelding echter snel vergeten. De schrijvers van de Stadsredactie (werktitel) nodigen je uit om het rationele brein zo nu en dan een kwartslag te draaien, richting de vijfde windrichting: die van de fantasie. Even de andere kant op kijken, die van geen daden maar woorden.

Eindhoven kent al jaren de stadsdichter en stadsschrijver, wisselende literatoren die met woorden hun visie op en aan de stad geven. Drie Eindhovense partijen met liefde voor en kennis van het creatieve woord - de bibliotheek Eindhoven, Boekhandel Van Piere en literair productiehuis Watershed – trekken gezamenlijk op om het concept van de stadsdichter en -schrijver de komende jaren een flinke impuls te geven - we willen het urgenter en zichtbaarder maken. Samen met de stad en de inwoners, met kleine en grote projecten, geworteld in wijken en straten. Het basisidee van de stadsdichter en stadsschrijver blijft overeind, maar dan in een vernieuwde vorm, in een team, samen met andere disciplines. De Stadsredactie wil de verbeelding prikkelen, meer verwondering in de straten van Eindhoven brengen en een bijdrage leveren aan de identiteit van de stad. Met het creatieve woord als aanjager, inspiratiebron en verbindende factor. En op zo’n manier dat we een inspiratiebron vormen voor andere steden, met een concept dat ook elders ingezet kan worden.

Deze aanvraag voor Brabant C heeft betrekking op een eerste, anderhalf jaar durende pilot van het project, lopend tot de zomer van 2025. Met als doel een bestendige projectorganisatie op te zetten, gedragen door drie professionele organisaties, die tenminste tien jaar (en liefst nog langer) door kan.

Doelen Stadsredactie

- De Stadsredactie levert een bijdrage aan de identiteit van de stad. Met verbindende verhalen en door creatieve aandacht voor te weinig gehoorde stemmen van de mensen die de stad maken. En daarnaast door de sociale, economische en culturele veelzijdigheid van de stad zichtbaar te maken.
- De Stadsredactie stimuleert de samenwerking tussen verschillende disciplines, met taal als verbindende kracht. Creatieve taal inspireert de andere disciplines en andersom. De Stadsredactie levert een bijdrage aan de zichtbaarheid en bekendheid van de creatieve kracht en veelzijdigheid van de stad.
- De Stadsredactie haakt met de activiteiten aan aan de maatschappelijke problemen waar een moderne stad als Eindhoven mee kampt. Eenzaamheid, armoede, te weinig sociale cohesie in sommige wijken.
- De Stadsredactie levert een vernieuwend concept op, dat ook voor andere steden in Nederland toepasbaar is.
- De Stadsredactie biedt Eindhovense en Brabantse makers extra mogelijkheden om zich te ontwikkelen, inkomsten te genereren en hun bekendheid te vergroten, ook buiten de eigen stad en regio.
- De Stadsredactie is ook een middel voor talentontwikkeling: junior makers worden gekoppeld aan senior makers.

Validatievragen van de pilot

- *Werken het artistieke concept en de werkwijze van de Stadsredactie in de praktijk?*
Levert het concept van de Stadsredactie de kwaliteit op die we voor ogen hebben? Slaagt de Stadsredactie erin om samen met inwoners van Eindhoven de output te leveren die we met de doelen hebben geformuleerd? Na afloop van de pilot gaan we de werkwijze en output vanzelfsprekend uitgebreid evalueren. Waarbij de reacties van de deelnemende makers en de deelnemende inwoners centraal staan. Maar waarbij ook een publieksonderzoek wordt betrokken, evenals een onderzoek onder de andere stakeholders. Zien zij de meerwaarde van de activiteiten van de Stadsredactie voor de stad? De uitkomsten van de uitgebreide evaluatie vormen de belangrijkste input voor de vraag of en hoe we na afloop van de pilot doorgaan met de Stadsredactie (zie ook smart-doelstelling 1 in §2.5).
- *Zijn we in staat gebleken om met de pilot voldoende naamsbekendheid en draagvlak te creëren in de stad Eindhoven om door te gaan met het project?*
Na 1,5 jaar zal de Stadsredactie nog niet algemeen bekend zijn onder het Eindhovense publiek, daar is meer tijd voor nodig. Maar het concept moet wel voldoende bekendheid en draagvlak hebben gecreëerd onder stakeholders als bedrijven, welzijnsorganisaties, gemeente, culturele organisaties en media - in die zin dat we in ieder geval een basis hebben gelegd en van voldoende partijen steun ontvangen om verder te kunnen. Dat kan financiële en materiële steun zijn – een van de doelen van de pilot is ook om partners te vinden - vooral maatschappelijke organisaties en bedrijven - en hen te stimuleren om een bijdrage te leveren aan de Stadsredactie. Steun kan overigens ook simpelweg de bevestiging zijn dat we een belangwekkende functie vervullen voor de stad. Derhalve vormt de steun die we al dan niet ondervinden van de verschillende stakeholders een belangrijk onderdeel van de evaluatie.
- *Is het concept van de Stadsredactie interessant en relevant voor andere steden (zowel in de rest van Noord-Brabant als daarbuiten)?*
De Stadsredactie moet zoals gezegd een concept zijn/worden dat ook voor andere steden interessant en inzetbaar is. Tijdens de pilotperiode wordt het concept voorgelegd aan andere steden om mogelijke interesse te polsen. Daarnaast worden bij de evaluatie de uitkomsten van de pilot gedeeld met andere steden, om ook op dat moment de relevantie van het concept voor andere steden te polsen.
- *Kunnen we voor de Stadsredactie een model generen waarmee de Stadsredactie middels een combinatie van subsidies, publieksinkomsten en de financiële bijdragen van partners financieel stabiel en toekomstbestendig is?*
Na afloop van de pilot moeten we met een meerjarenbegroting komen die duidelijk maakt dat de activiteiten van de Stadsredactie te financieren zijn met een gezonde, duurzame en te rechtvaardigen mix van private inkomsten en subsidies. Waarbij we streven naar tenminste 50% private inkomsten.

2 Projectomschrijving

2.1 Basisidee en doelen

De Stadsredactie (werktitel) toont de creatieve kracht van taal en zet de verbindende kracht van verhalen in voor de identiteit, het zelfbewustzijn en de verbeelding van Eindhoven en de Eindhovenaren. Met drie schrijvers als kern van een interdisciplinair team. De schrijvers moeten uit zoveel mogelijk verschillende verhalende tradities komen en recht doen aan de diversiteit van de stad, variërend van proza, poëzie en spoken word, tot hiphop en andere orale storytell-tradities. De redactie werkt nauw samen met een steeds wisselende afvaardiging van Eindhovenaren uit alle hoeken en gaten van de stad, die als correspondenten de Stadsredactie voeden.

De stadsdichter en stadsschrijver kennen een lange traditie in Eindhoven en andere steden. Zonder voorbij te willen gaan aan de vaak prachtige individuele bijdragen van de schrijvers en dichters in het verleden, vinden wij dat de twee concepten een nieuwe impuls kunnen gebruiken. Doelen: meer zichtbaarheid, een betere kwaliteit door professionele begeleiding en vergoedingen, meer urgentie – zowel artistiek als maatschappelijk – meer diversiteit en meer aandacht voor talentontwikkeling en begeleiding hiervan.

2.2 De redactie

De kern van de Stadsredactie bestaat uit drie schrijvers/storytellers, die ieder steeds voor twee jaar worden aangesteld. Daarnaast wordt de redactie aangevuld met twee makers uit andere disciplines, die ieder voor een jaar bij de Stadsredactie betrokken zijn. De redactieleden volgen met een creatieve en kritische blik de stad en laten door het jaar heen van zich horen, gevraagd en ongevraagd. De schrijvers en andere makers entameren en realiseren zelf jaarlijks enkele projecten met liefst blijvende sporen in de stad en zijn daarnaast - zoals ook nu - inzetbaar voor opdrachten en optredens in de stad, bijvoorbeeld bij bestaande manifestaties, zoals 4 en 5 mei, het Suikerfeest, Koningsdag etc. Voor de pilot gaan we uit van een werkperiode van ruim een jaar voor alle vijf de deelnemers.

Naast de drie schrijvende storytellers bestaat het team, dat wordt geleid door een hoofdredacteur, uit een jaarlijks wisselende groep van twee creatieven uit andere disciplines. Waarbij de ene steeds een autonoom werkende maker is (denk aan een stadskunstenaar, -designer, -fotograaf, -modeontwerper, illustrator etc.) en de andere meer een ambachtelijk georiënteerde maker. Denk aan een stadskok, een stads-tatoeëerder, een stadstuinier, -timmerman, -drukker of zelfs een stadsingenieur of -wiskundige.

2.3 Output

De Stadsredactie is interdisciplinair vanuit de gedachte dat vernieuwing gebaat is bij inspiratie uit verschillende disciplines. Maar het woord staat centraal, als verbinding tussen de disciplines en als verhalende verbinder met de stad en de inwoners.

De Stadsredactie levert drie soorten producten op:

1. fysieke uitingen in de publieke ruimte,
2. diverse soorten podia en
3. allerlei soorten publicaties.

De Stadsredactie moet zich ontwikkelen tot een compacte, wendbare en interdisciplinaire projectorganisatie voor de stad. Een incubator van artistieke antropologen, die projecten bedenkt, ontwikkelt en realiseert, daar professionele zakelijke ondersteuning voor biedt en indien nodig aanvullende financiële ondersteuning. De Stadsredactie werkt samen met de inwoners van Eindhoven, die als correspondenten weten wat er leeft in hun straat, wijk of werk/studeerlocatie, die onderwerpen aandragen en fungeren als bronnen, meedenkers, inspiratoren en doelgroep.

De Stadsredactie wil in haar werkwijze en output duidelijk gericht zijn op het leveren van een culturele bijdrage aan maatschappelijke doelen. We willen een bijdrage leveren aan de identiteit van de stad. Welk beeld hebben we eigenlijk van Eindhoven? En klopt dat eigenlijk wel? Met name door aandacht voor groepen in de stad die zich nu niet of onvoldoende gehoord en gerepresenteerd weten, of zich niet (meer) thuis voelen in de stad. Zoals wijkbewoners met een sociaal-economische achterstand en/of uit de belangrijkste groepen met een niet-West-Europese culturele achtergrond in de stad: de Turkse gemeenschap, de Marokkaanse gemeenschap, de Indiase gemeenschap en de Engelstalige gemeenschap – de laatste twee groepen bestaan voornamelijk uit expats. Een deel van de activiteiten zal specifiek op die twee groepen gericht zijn, en derhalve ook tweetalig worden aangeboden.

2.4 Werkwijze

- De 5 makers werken intensief samen aan diverse projecten. In elk van de projecten spelen woorden en/of verhalen een dominante rol.

- De Stadsredactie krijgt als generieke opdracht mee, gekoppeld aan het hoofddoel: kom met verbindende verhalen en projecten en/of concepten die ongehoorde geluiden en ongeziene gezichten zichtbaar maken en lever zo een bijdrage aan de identiteit en het zelfbewustzijn van de stad.
- Je wordt als redactielid voor een jaar gekoppeld aan één of meerdere wijken, straten of community's. Dat kan een heel stadsdeel zijn, maar ook een specifieke straat. Of community, zoals een specifieke expat-groep, PSV-supporters, werknemers van de High Tech Campus of ASML of studenten van de TU/e.
- Op basis van een vooronderzoek (zie ook die paragraaf) kom je als redactielid met een projectidee. De projectideeën worden door de klankbordgroep (met daarin vertegenwoordigers van de drie kernorganisaties) en de hoofdredacteur beoordeeld op artistieke inhoud, relevantie voor de stad binnen het bestaande aanbod en haalbaarheid. Daarbij streven we naar een goede mix tussen projecten met een eenmalig of kortstondig karakter (denk aan een voordracht) en projecten met een duurzamer effect en zichtbaarheid, zoals in de openbare ruimte.
- Bij de beoordeling van de artistieke plannen staan bijdrage aan de doelstellingen van de Stadsredactie, het bereik, de impact en de artistieke kwaliteit centraal. Bij dat laatste letten we met name op achterliggende visie, authenticiteit en ambachtelijke kwaliteit.

De redactieleden

De deelnemers aan de Stadsredactie vullen elkaar idealiter niet alleen disciplinair aan, maar ook qua ervaring, werkwijze en karakter. Zoals gezegd: de Stadsredactie is ook een talent-traject, waarbij junior makers aan senior makers worden gekoppeld. We streven daarnaast naar een goede mix qua gender, leeftijd, culturele achtergrond etc. Diversiteit speelt bij de samenstelling van de redactie ook een belangrijke rol. Bij de selectie van de redactieleden staan de volgende criteria centraal:

- artistieke kwaliteit
- grote betrokkenheid bij en interesse voor de stad
- nieuwsgierig
- samenwerkingsgericht
- communicatief
- humor
- onafhankelijk en kritisch
- makers komen uit de Brainport-regio (Eindhoven en 20 omliggende gemeenten)

Voorbeelden van schrijvers en andere makers uit Eindhoven en directe omgeving die zouden passen bij de uitgangspunten van De Stadsredactie

Schrijvers/woordkunstenaars

Elianne van Elderen (korte verhalen – poëzie)
 Corinne Heyrman (proza – theater – performer - radiomaker)
 Leonieke Baerwaldt (proza)
 BRAZ (hiphop)
 Koen Frijns (spoken word - hiphop)
 Süheyla Yalçın (o.a columnist, producer)
 Monique Hendriks (spoken word)
 Stokely Dichtman (spoken word)

Andere makers

Hanneke Wetzler (fotografie, performance)
 Tijs Rooijackers (design, beeldende kunst)
 Ursa Prek (design, sound-art)
 Sterre ter Beek (design)
 Dieuwke van de Heuvel (fotografie)

Charlotte Grun (grafisch ontwerper)
Ahn Sung Hwan (beeldende kunst – performance)
Almar Sinte Maartensdijk (design – community art)
Annemiek Nienhuis (theater)
Marcel de Buck (fotograaf – community art)

De correspondenten

De Stadsredactie wil zich nadrukkelijk laten voeden door de stad en de inwoners. Daarom stellen we een netwerk van correspondenten samen - tenminste één voor elk stadsdeel en een steeds wisselende community (bijv. High Tech Campus, TU/e, ASML) - dat jaarlijks wisselt. Zij komen met ideeën, zijn een inspiratiebron voor de makers van de Stadsredactie en bepalen mede de agenda van de redactie. Ze gelden als de ogen en oren van hun stadsdeel/community en komen onder leiding van de hoofdredacteur minimaal drie keer per jaar samen om te vertellen wat er in hun straten en wijken leeft.

Het vooronderzoek

Elk jaar opnieuw krijgt het – deels nieuwe – team de opdracht om de eerste 30 dagen van hun jaar/twee jaar bij de Stadsredactie onderzoek te doen in één specifieke wijk/straat/community. Doelen: inspiratie opdoen en ontdekken wat er leeft. En ook: wie zijn interessante inwoners om mee samen te werken? En hoe bereiken we de mensen in de wijk of community? Vanzelfsprekend betrekken we hierbij organisaties die al actief zijn in de wijk, zoals scholen, Wijneindhoven, maatschappelijk werk etc.

2.5 Opbrengst: 3 programmalijnen

Het is nog te vroeg om nu al heel concreet aan te geven wat de output en de activiteiten van de Stadsredactie gaan zijn, dat hangt mede af van de inbreng van de redactieleden. Maar een grove blueprint kunnen we al wel geven, aan de hand van **drie programmalijnen**.

1 Podia

De stadsschrijver en -dichter zullen, net als nu, hun bijdrage blijven leveren aan belangrijke jaarlijkse events met speciaal voor de gelegenheid geschreven en voorgedragen teksten. Daarnaast zullen de leden van de stadsredactie ook betrokken zijn bij nieuwe live events. Eén daarvan is het idee voor de Zondagse Overdenkingen voor de Ongelovigen, zes keer per jaar, in de Catharinakerk of de Domus Dela kerk. Waarbij we thema's behandelen die leven in de Eindhovense wijken met een alternatieve journalistieke, literaire en filosofische talkshow, met gesprekken en performances. Andere ideeën: een vast programma op RaRa Radio, en een Love Letter Day (in de week voor Valentijnsdag), waarbij schrijvers het publiek helpen een liefdesbrief te schrijven. En één keer in de twee jaar organiseren we een groot festival waarin we de belangrijkste opbrengsten van twee jaar Stadsredactie tonen, met een aanvullende literaire programmering.

2 Publicaties

Denk aan een stadspodcast, films, papieren publicaties, maar bijvoorbeeld ook een opdracht voor een literair-journalistiek onderzoek van enkele maanden over een actueel onderwerp. Of een terugkerende column in het Eindhovens Dagblad, naar voorbeeld van de Stadskroniek van Eric Alink in de Bossche editie van het Brabants Dagblad. En/of een jaarlijks magazine waar journalistiek, literatuur en andere kunsten in elkaar overlopen. Kan ook als een opvallende jaarlijkse bijlage in Groot Eindhoven. Of denk aan een alternatieve stadsgids (zowel online als op papier) voor Eindhovenaren en bezoekers, zonder usual suspects als lampen, PSV, Evoluon en design, maar met plekken, organisaties en Eindhovenaren die de meeste mensen niet kennen.

3 Publieke ruimte

De Stadsredactie ziet de stad als een canvas en streeft naar projecten met een blijvende bijdrage aan en zichtbaarheid in de publieke ruimte. Met de realisatie van tenminste 2 à 3 landmarks in de komende vijf jaar. Denk qua ambitieniveau aan de Flying Pins van Van Bruggen en Oldenburg aan het begin van de John F Kennedylaan, of – meer recent - de DAF op het dak van Vitalis Vonderhof. Maar we bieden ook ruimte aan kleinere, kwetsbare projecten. Originele murals met een dominante rol voor tekst bijvoorbeeld. Of design-objecten met taalelementen. Of experimenten met geluid in de publieke ruimte.

Niet echt te scharen onder een van deze programmalijnen, maar wel al een concrete ambitie voor de Stadsredactie: ook in Eindhoven het concept introduceren van de voordracht van een literaire tekst bij de uitvaart van een eenzame overledene. In een stad als Eindhoven overlijden naar schatting jaarlijks tussen de vijf en tien mensen die niemand meer kennen en die met een eenvoudige begrafenis op kosten van de gemeente worden begraven. In een aantal grote gemeenten in Nederland is het de gewoonte dat een dichter of prozaschrijver een tekst schrijft voor de overledene, die tijdens de begrafenis wordt voorgedragen. Het doel laat zich raden: mensen die bij hun overlijden kind noch kraai meer kennen - zeg maar de Cis Verdonks van onze samenleving (uit het gelijknamige liedje van Gerard van Maasackers) - toch niet in volledige eenzaamheid uit de tijd te laten stappen.

In Eindhoven bestaat zo'n initiatief nog niet, daar willen we als Stadsredactie graag verandering in brengen.

Uitgangspunten en ambities

- De Stadsredactie moet de komende jaren een begrip worden in de stad, dat de inwoners van Eindhoven ook op eigen initiatief weten te vinden en gaan benaderen.
- De uitingen van de Stadsredactie zijn zoveel en vaak mogelijk: urgent en/of prikkelend en/of verrassend. Het mag edgy, alternatief en kritisch zijn, discussies uitlokken.
- De Stadsredactie moet zichzelf voortdurend vernieuwen en minimaal enkele decennia mee kunnen.
- De Stadsredactie heeft speciale aandacht voor de mensen die de straten, wijken en stadsdelen bij elkaar houden. Eindhovenaren die cruciaal zijn voor de verbondenheid in de stad, vaak zonder dat ze het zelf in de gaten hebben. Denk aan de uitbater van de friettent, de volkstuinbeheerder, de postbode, de vuilnisvrouwen- en mannen, de bakker, de vrijwilligers van het buurthuis.
- De Stadsredactie is tijdens de pilot vooral een concept voor Eindhoven en haar inwoners. Maar de Stadsredactie wil ook een inspiratiebron zijn voor andere steden en het publiek in de rest van Nederland. Niet alleen als model, maar ook vanwege de vernieuwende output die we leveren. Daarom delen we onze ervaringen nadrukkelijk met onze netwerken in andere steden in Noord-Brabant en in de rest van Nederland.

5 Smart-doelstellingen

We willen als culturele organisaties niet alleen meetbaar en instrumenteel zijn, maar soms is daar niks op tegen natuurlijk. En een aantal van onze doelen zijn meetbaar. Daarom: vijf Smart-doelstellingen:

1. De Stadsredactie blijkt bij evaluatie van de pilot eind 2025 zowel artistiek, maatschappelijk als financieel nuttig en levensvatbaar en kan door.
2. De Stadsredactie wil uitgroeien tot een begrip in de stad. Na vijf jaar, in de zomer van 2030, houden we een onderzoek onder de bewoners van Eindhoven. Op dat moment moet minimaal 20% van de Eindhovenaren de Stadsredactie kennen.
3. De Stadsredactie creëert de komende vijf jaar tenminste twee à drie nieuwe visuele landmarks in Eindhoven.
4. De Stadsredactie heeft voor 2028 tenminste drie nieuwe (literaire) storytellers opgepikt (als redactieleden) die tot dan toe nog onbekend waren bij het publiek. Die nieuwe talenten hebben via de Stadsredactie hun weg gevonden naar landelijke podia en/of een contract bij een landelijke uitgeverij.

5. Het model van de Stadsredactie heeft drie jaar na afloop van de pilot in 2025 niet alleen postgevat in Eindhoven, maar ook in tenminste twee andere steden, waarvan tenminste één buiten Noord-Brabant.

2.6 Context: bestaande voorbeelden en draagvlak

We laten ons als Stadsredactie dankbaar voeden en inspireren door voorbeelden in andere steden en in Eindhoven zelf. Denk bijvoorbeeld aan het collectief van vijf stadsdichters in Antwerpen. Of aan literair schrijver en journalist Eric Alink, stadschroniqueur van Den Bosch. Met vlijmscherpe zintuigen, eeuwige liefde voor zijn stad, diepgravende interesse in zijn medemens en een markante eigen stijl levert Alink al meer dan twaalf jaar een belangrijke bijdrage aan de identiteit van de stad en haar inwoners.

Kijkend naar voorbeelden in Eindhoven, dan zijn bijvoorbeeld Zelfwasserij De Edison van Tante Netty en het kunstwerk Woensel Supertoll aansprekende projecten waar taal en andere disciplines elkaar hebben gevonden.

De Stadsredactie is nog niet actief, maar we hebben als kernorganisaties het concept de afgelopen maanden wel al bij verschillende mogelijke samenwerkingspartners en andere stakeholders in de week gelegd. De reacties zijn tot nu toe opvallend positief. Domus DELA heeft de medewerking bijvoorbeeld al toegezegd. Het Eindhovens Dagblad onderzoekt de mogelijkheid voor een tweewekelijkse column, vergelijkbaar met de stadskronieken van Eric Alink in het Brabants Dagblad. Met de nieuwe directeur van Studio 040, Mike Weerts, maakten we al enthousiast plannen over een gezamenlijke talkshow, die door de Eindhovense wijken reist. Stichting Cultuur Eindhoven heeft financiële ondersteuning toegezegd, evenals het Prins Bernard Cultuurfonds Noord-Brabant. En de gemeente Eindhoven heeft enthousiast gereageerd op het voornemen om als Stadsredactie de 'teksten bij eenzame uitvaarten' te gaan organiseren. Het lobbywerk is vanzelfsprekend pas net begonnen, maar de eerste signalen zijn goed.

De pilot moet ook de bekendheid en het draagvlak in de stad verder vergroten. En uiteindelijk ook in Noord-Brabant en daarbuiten. Ook dat is een van de doelstellingen van de pilot: het ontplooiën van vernieuwende en aansprekende activiteiten is daarvoor de beste manier. Een van de middelen daartoe is het Brabantse netwerk van de drie kernorganisaties. En daarnaast de netwerken van de toekomstige bedrijven en maatschappelijke organisaties die we bij het project hopen te gaan betrekken.

2.7 Potentieel nationaal belang

De Stadsredactie wil een blijvende bijdrage leveren aan de ontwikkeling van toptalent in Noord-Brabant op het gebied van de letteren, al dan niet in combinatie met andere disciplines. Want in een multidisciplinaire benadering van de letteren ligt volgens ons een belangrijke toekomst voor de literatuur. De Stadsredactie moet een inspirerend voorbeeld worden voor wat literatuur ook buiten het boek vermag - ook voor literaire en culturele organisaties en makers buiten Eindhoven en Noord-Brabant.

De Stadsredactie heeft de ambitie om output te leveren die dusdanig opvallend en onderscheidend is, dat deze nationale aandacht weet te trekken. Van media bijvoorbeeld, en van andere stakeholders, zoals culturele organisaties en bezoekers van buiten Eindhoven en Noord-Brabant.

De Stadsredactie moet zich de komende twee jaar bewijzen als een concept dat een welkome aanvulling biedt op het reguliere cultureel-maatschappelijke aanbod in Nederlandse steden. Een concept dat zowel artistiek, maatschappelijk, organisatorisch als financieel duurzaam lijkt te kunnen functioneren en meerwaarde biedt, dusdanig dat het ook voor andere steden in Nederland interessant blijkt.

Zie voor planning, organisatie en financiën: bijlage 1

Zie voor plan marketing & communicatie: bijlage 2