



## Projectplan

### 'Makers van de Toekomst'

### Aanvraag Cofinanciering BrabantC

**Project:** Vierluik Murals – 'De Makers van de Toekomst'

**Aanvrager:** Stichting Carat, vereniging van ondernemers die kunst en cultuur in Helmond bevorderen

**Gevraagd bedrag:** € 100.000 (€ 50.000 publiek, € 50.000 privaat(Carat))

# 1. Beschrijving van het project

## *Ons idee*

Stichting Carat is een club van ca. 40 maatschappelijk betrokken ondernemers uit Helmond, die sinds 1991 de stad verrijkt met een breed aanbod van initiatieven op het gebied van kunst en cultuur. Voor meer info over Carat verwijzen wij u graag naar [www.carat-helmond.nl](http://www.carat-helmond.nl).

De afgelopen jaren heeft Carat fors geïnvesteerd in de realisatie van verschillende grote en kwalitatief hoogstaande murals op verschillende zichtlocaties, waaronder op de Bibliotheek Helmond, aan de doorgaande weg De Traverse én in de omgeving van het historische Kasteel van Helmond. Ook zijn er recent 4 levensgrote murals opgeleverd op de zijgevels van appartementengebouwen aan de oostelijke kant van Helmond, met medewerking en in coöperatie met de lokale woningcorporatie Woonpartners.

Helmond is volop in transitie: van industriestad naar innovatieve maakstad. Carat Helmond is voornemens een ambitieus kunstproject te initiëren dat bestaat uit vier, bij voorkeur bij elkaar gepositioneerde monumentale muurschilderingen. De locatie is in gezamenlijkheid nader te bepalen, echter zowel vanuit de Gemeente Helmond als Carat is er een zeer sterke voorkeur om hiervoor het karakteristieke Henri Dunant-plein te kiezen. Niet alleen is dit vitale en drukke verkeersknooppunt dé centrale toegangspoort van Helmond vanuit het oosten (De Peel), ook is deze locatie een verbindende schakel tussen de murals en street art in het centrum enerzijds én de recent in opdracht van Carat gerealiseerde levensgrote murals op de zijgevels van de appartementengebouwen van Woonpartners aan de Deurneseweg anderzijds (zie bijlage 1 voor impressie Henri Dunant en bijlage 2 Murals (Tim Rodermans) aan de Deurneseweg).

Het thema van deze murals is 'De Makers van de Toekomst'; dit in lijn met de identiteit en positionering die de Gemeente Helmond recent heeft gekozen in de 'Ambitie 2040'. Een of meerdere gerenommeerde (inter)nationale én lokale muralisten zullen de kunstwerken creëren. Momenteel zijn we reeds druk bezig, vanuit de kunstcommissie van Carat in samenwerking met street art specialisten en vertegenwoordigers van Museum Helmond, om de longlist terug te brengen naar een gerichte shortlist. Hierbij kan vanzelfsprekend gedacht worden aan gerenommeerde lokale en internationale partijen als Studio Giftig en kunstenaars als Tim Rodermans, Kool Koor, Collin van der Sluijs en Derk Alting Sibers, waar we reeds uitermate succesvol mee hebben samengewerkt bij de realisatie van murals door de stad.

De opdracht die de potentiële kunstenaars zullen krijgen is om op een beeldende, inspirerende en cultureel hoogwaardige wijze de 'Makers van de Toekomst' tot leven te wekken en een gezicht te geven. De murals zullen geïnspireerd dienen te zijn, als ware het een hommage, op de 'ware muzen van Helmond': de innovatieve makers en vakmensen waar onze stad om bekend is, maar zeker ook op de mensen die de zorg maken, het onderwijs maken en al die andere mensen die via hun (betaald of onbetaald) samen werk maken van de toekomst van onze prachtige stad. Maar hoe ziet die wereld van werk er voor

de mensen van Helmond-De Peel in de toekomst uit, wat kunnen we daarbij leren van ons rijke verleden en hoe kunnen we daar in ons heden samen belangrijke stappen zetten?

Wie zijn die 'makers van de toekomst' eigenlijk? Wat maakt hen de makers van de toekomst?

### ***Publieksactivatie, bereikstrategie en marketing***

De 'Makers murals' vormen samen een stedelijk kunstvierluik waarin de brug wordt geslagen tussen verleden, heden en toekomst van Helmond als maak- en werkstad. Maar het plaatsen van murals is vanzelfsprekend niet voldoende om impact te maken en de hoofden, harten en handen van de Helmonders te doen laten bewegen. Daarom zijn we voornemens om, naast de realisatie van het beeldende werk, ca. 20% van het budget aan te wenden voor publieksactivatie. Hiervoor wordt een uitgebreid en concreet 'activatieplan' uitgewerkt door lokale marketing en communicatiebureaus zoals bijvoorbeeld Groep 5700, Afdeling Online, Beck etc., vanzelfsprekend onder directe aansturing van de Kunstcommissie van Carat. Onze ervaring is dat de activatie in grove lijnen in 3 fases is op te delen:

#### **Fase 1; Co-creëren**

Door middel van co-creatie sessies de verschillende groepen stakeholders betrekken bij de invulling en creatie van de murals. Hierbij denken we aan creatieve workshops met jongeren/scholen, lokale (belangen)verenigingen, werkenden én werkgevers. In samenwerking met Kunstkwartier Helmond, Stichting Learning Lab, Stichting Urban Matterz en lokale scholen wordt een educatief programma ontwikkeld voor 500+ leerlingen dat aansluit bij lessen over kunst, techniek en burgerschap, waaronder:

- Workshops en gastlessen over street art, duurzaamheid en 'de makers van de toekomst'
- Bezoeken aan de mural-locaties tijdens de uitvoering
- Creatieve opdrachten voor waarbij leerlingen zelf ontwerpen maken

Belangrijke input tijdens deze creatieve workshops (4-5) halen op we via een inhoudelijke enquête die we uitzetten onder 'de Helmonders'. Om hier voldoende respons op te krijgen gebruiken we ons ijzersterke netwerk in de stad, als ook lokale mediapartners. Ook willen we ludieke straatinterviews, bijvoorbeeld door de lokale cabaretier en theatermaker Marcel Stevens, plaats laten vinden op de Markt, de bedrijventerreinen en scholen. Hiermee brengen we de meer theoretische resultaten van de enquête tot leven met beelden en gevoelens over 'makers van de toekomst'. Deze filmpjes kunnen we vervolgens via de socials verspreiden en daarmee het bereik, draagvlak en 'noise' rondom de te realiseren murals vergoten.

## **Fase 2: Realiseren/'maken'**

Als de murals neergezet worden op deze zichtlocatie, dan is het vanzelfsprekend zonde om deze periode van 'maken' niet te gebruiken voor activatie. We zijn voornemens in de murals de ruimte te creëren om de kinderen en 'private sponsors' uit Helmond-De Peel, als makers van de toekomst, hun vingerdruk achter te laten in het kunstwerk. Zij zetten, als ware Creatieve Maker van de Toekomst, hiermee hun signatuur onder dit gezamenlijke kunstwerk. Vanzelfsprekend denken we hiermee veel exposure te genereren, zodat we in het verlengde daarvan ook onze inhoudelijke boodschap kunnen vertellen: samen maken we de toekomst. Hiermee borduren we overigens voort op het werk wat Maurice van Venrooij recent in de raadszaal van het nieuwe Huis van de Stad van de Gemeente Helmond gerealiseerd heeft, waarbij hij de structuur van textiel terug laat komen als een soort van DNA-patroon, en daarmee het verleden van textielstad integreert in het DNA van de gemeente. Door middel van samenwerking met de wijkhuizen, maatschappelijke stichtingen als LEV Groep en bewonersorganisaties streven wij ernaar 500+ bewoners te bereiken en betrekken in de fase van uitvoering.

## **Fase 3: Exposeren**

In de laatste fase gaan we de murals feestelijk onthullen, op een opvallende en leuke manier. Doel is daarbij niet alleen om alle betrokkenen en stakeholders te betrekken bij de onthulling, maar ook media exposure te genereren voor de murals en de boodschap waar ze voor staan. Vervolgens zullen de murals overgedragen worden aan de Gemeente Helmond én geïntegreerd worden in de bestaande street/urban art tours die er reeds zijn. Zie; <https://www.visithelmond.nl/nl/ontdek-helmond/streetart>

Belangrijk kanaal om in al deze fases aanwezig en zichtbaar te zijn, is ons voornemen om de website: [www.demakersvandetoekomst.nl](http://www.demakersvandetoekomst.nl) of [www.makermurals.nl](http://www.makermurals.nl) te lanceren. Deze site, waarvan de url's reeds vastgelegd zijn, zal het centrale communicatiekanaal worden. Dit zal opgezet en onderhouden worden door jongeren die om uiteenlopende redenen tussen de wal en het schip van school en arbeidsmarkt vallen, in samenwerking met maatschappelijke instanties als Driessen Foundation, Stichting Learning Lab, Lev Groep en Stichting Uniq. Daarbij worden ze bijgestaan door het te selecteren Het Marketing en Communicatiebureau, welke de lead heeft in de activatie van dit totaalproject. Hiermee zijn we ervan overtuigd tienduizenden mensen per maand te bereiken, als passant en breder publiek.

Kortom, met deze multimediale marketing- en bereikstrategie garanderen we dat het project niet alleen wordt gezien, maar ook beleefd en begrepen wordt door uiteenlopende doelgroepen – van leerlingen tot toevallige voorbijgangers.

### ***Partners en samenwerking:***

Het project wordt uitgevoerd onder leiding van de ervaren kunstcommissie van Stichting Carat, waarin ondernemers samen met experts van uit de culturele sector (zoals Museum Helmond) en de Gemeente al meer dan 30 jaar succesvolle kunst- en cultuurprojecten realiseren voor alle inwoners van Helmond.

We werken daarbij actief samen met o.a.:

- Gemeente Helmond, LEV Groep (ruimtelijke en maatschappelijke inbedding)
- Stichting Learning Lab, OMO Scholengroep, Ter-Aa, Fontys, Stichting Uniq, Kunstkwartier (educatieve en participatieve invulling)
- Lucas Gassel Stichting, Museum Helmond, Urban Matterz (historisch-artistieke context)
- Lokale woningbouwcorporaties en bedrijven (locaties, cofinanciering, netwerken)
- Brabantse muralisten en curatoren

En natuurlijk de 40 actieve ondernemers die lid zijn van Carat!

***Looptijd:***

Najaar 2025 – voorjaar 2026

***Fasering:***

- Najaar 2025: financiering project organiseren
- Winter 2025/2026: selectie locaties, pitch kunstenaars, ontwerp en voorbereiding
- Voorjaar/Zomer 2026: uitvoering murals + publieksprogramma/activatie

### ***Toekomstbestendigheid door middel van publiek-private coalitievorming***

De murals worden duurzaam gerealiseerd (kwaliteit van ondergrond en materialen) en zijn ontworpen met het oog op meerjarige zichtbaarheid. Gecultiveerd met aandacht voor anti-graffiti. De inhoudelijke en visuele kwaliteit zal blijvend bijdragen aan de aantrekkingskracht van Helmond.

Daarnaast beoogt Carat, na afronding van deze grote 'Makers Murals', een vervolgproject op te starten, waarbij we ernaar streven om bij 50-100 organisaties in Helmond een 'Mini Mural' te plaatsen, welke een gezicht geeft aan de 'Maker(s)' die binnen die organisatie werken. Iets wat vroeger heel gebruikelijk was, door boven de deuren van de winkels het vak/ambacht uit te beelden van degene die daar woonde/werkte. Wij denken dat dit we dit oude gebruik in ere kunnen herstellen, door de hele stad (in de geest van bekende straat artists als Space Invader) kleine, herkenbare murals te plaatsen, die eventueel tot leven gebracht kunnen worden middels een interactieve 'Pokemon-achtige' egghunt-app. Dit is tevens een manier om nieuwe structurele leden voor Carat te werven, waardoor er structureel meer privaat geld ontsloten wordt voor overige kunst- en culturele projecten in onze stad voor de lange termijn. Ook zijn we voornemens een tweejaarlijkse cyclus op te starten waarbij via nieuwe murals blijvend wordt geïnvesteerd in publieke kunst in de stad, als onderdeel van een cultureel beleidskader dat Helmond als stad van de makers positioneert.

Voor uitgebreide informatie over de wijze waarop het project 'MakerMurals' past binnen een meerjarig lange-termijn programma 'Makers van de Toekomst' hebben we in bijlage 3 voor de volledigheid het concept opgenomen van de eerste 'position paper' die ten grondslag ligt aan deze aanvraag.

## **2. Maatschappelijke impact**

### ***Het maatschappelijk vraagstuk:***

De gemeente Helmond is een sterk groeiende stad, in het hart van de kloppende Brainport-regio en de verbindende schakel tussen de stad Eindhoven enerzijds en de meer landelijke regio De Peel. Van oudsher is Helmond een textielstad met relatief veel maakindustrie. Helmond is echter volop in transitie: van industriestad naar innovatieve maakstad. Een ietwat rauwe stad, met een rijke historie, industrieel verleden, ondernemende cultuur en markante mensen. Tegelijkertijd kent Helmond van oudsher ook relatief veel sociaal maatschappelijke uitdagingen, waaronder scherpe verschillen in het niveau van brede welvaart tussen verschillende wijken, een gebrek aan identiteit, weinig binding tussen bewoners en een vrij eenzijdige economie en werkgelegenheid.

### ***Bijdrage aan oplossing:***

Publieke kunst op deze schaal is meer dan esthetiek – het geeft ruimte aan verhalen van de stad en haar bewoners. Door de ‘makers van de toekomst’ zichtbaar te maken in de openbare ruimte, stimuleren we trots, herkenning en verbondenheid. We brengen generaties, sectoren en culturen samen in de beeldtaal van de toekomst. De murals vormen tastbare symbolen van vooruitgang en collectief eigenaarschap.

### ***We verwachten:***

- Actieve betrokkenheid van ruim 500 leerlingen bij het educatieprogramma
- Meer dan 500 deelnemers aan publieksbijeenkomsten
- Een bereik van tienduizenden passanten en bezoekers per maand

Ook streven we ernaar deze murals ‘het startpunt’ te maken van een interactieve Street Art-tour langs de vele prachtige murals van Helmond, wat een extra boost moet geven aan het toerisme in onze stad.

### **3. Beschrijving van het team**

#### ***Artistieke leiding:***

Carat werkt samen met een curator gespecialiseerd in street art, murals en urban. Ongeveer vier kunstenaars worden geselecteerd via een curatorische procedure waarbij gekeken wordt naar artistieke kwaliteit, thematische relevantie en representatie.

#### ***Zakelijke leiding:***

De zakelijke coördinatie ligt bij Carat Helmond, met ondersteuning van een ervaren projectmanager cultuur. Het Carat-bestuur bestaat uit betrokken ondernemers met expertise in vastgoed, financiën en culturele initiatieven.

#### ***Contactpersonen & profielen:***

- Xavier Broeckx, Directeur Broeckx Makelaars (voorzitter Kunstcommissie Carat)
- Guus van Oorschot, Directeur Van Oorschot Mode (projectlid Carat)
- Wim Kuypers, voormalig directeur Kuijpers Installatie (projectlid Carat)
- Jeroen Driessen, CEO Driessen Groep (projectlid Carat)
- Sterre Otten, senior beleidsadviseur Cultuur Gemeente Helmond
- Esther Hartzema, Directeur gemeente Museum (adviescommissie Carat)
- Hans van den Berkmortel, fotograaf en kunstenaar / initiatiefnemer Urban Matterz (adviescommissie Carat)

### **4. Begroting / Budgetverdeling**

Onderstaand geven wij inzicht in de verdeling van het budget.

Stichting Carat heeft inmiddels al een groot aantal jaar ervaring met het initiëren en realiseren van street art in samenwerking met diverse gerenommeerde street art kunstenaars welke we eerder hebben genoemd.

Derhalve hebben wij kennis van de kosten. Ervaringscijfers geven ons inzicht in m2 prijzen welke wij afgelopen jaren hebben voldaan. Deze variëren van ca. € 60 - € 80 per m2.

De beoogde en beschreven locatie van het Henri Dunant-plein betreft een kruispunt van 4 wegen. Elke toegang naar het kruispunt verdient verfraaiing en kan vanuit 4 zijden inzicht geven in de makers van de toekomst.

We begroten elk van deze 4 zijden op € 20.000. De overige € 20.000 wordt deels besteed aan de organisatie van de co-creatie (fase 1) van het werk met genoemde partijen en de genoemde publieksactivatie / marketing. Hier worden we ondersteund door ons vaste bureau Groep 5700 welke tevens een officiële overhandiging aan de stad (event) zullen organiseren waar alle betrokken partijen voor worden uitgenodigd evenals een afvaardiging van het college van B & W van gemeente Helmond.

## 5. Toelichting op de criteria van de regeling

### ***criterium 1: Maatschappelijke impact***

#### *a. Duurzame impact:*

Het project geeft op een kunstzinnige en creatieve wijze invulling aan de Helmondse identiteit en meerjarige economische positionering als 'Makers van de Toekomst. Het versterkt het gevoel van trots en collectieve identiteit in Helmond. De murals visualiseren de veranderende stad en verbinden jong en oud met haar toekomst. De impact is zichtbaar in de ruimte én in de hoofden en harten van de mensen.

#### *b. Projectresultaten en impact:*

De concrete resultaten (vier monumentale murals die de stedelijke ontwikkeling verbeelden, het educatief programma, de rondleidingen, wijkgesprekken, digitale omgeving en de feestelijke opening) dragen bij aan bredere doelen:

- ⇒ **Identiteit, trots, positionering**
- ⇒ **Sociale cohesie en inclusie**; het activeren van nieuwe culturele publieken
- ⇒ **Aantrekkelijkheid/vestigingsklimaat en brede welvaart**

Voor een nadere toelichting, verwijst ik graag naar het Impactstatement in bijlage 4.

De kunstwerken blijven langdurig zichtbaar en functioneren als inspiratiebron voor toekomstige generaties.

#### *c. Belanghebbenden:*

Direct belang:

- Bewoners van Helmond
- Leerlingen in het onderwijs
  
- Lokale kunstenaars en creatieven
- Gemeente en ontwikkelaars (placemaking)

#### *Indirect belang:*

- Toeristen en bezoekers
- Regionale partners in kunst en cultuur
- Vastgoedeigenaren (gebiedsontwikkeling) en werkgevers (die 'makers van de toekomst nodig hebben)

### ***criterium 2: Culturele interventie en kwaliteit***

#### *Professionele kwaliteit:*

De betrokken kunstenaar(s) worden geselecteerd op basis van hun vakmanschap, innovatieve stijl en internationale ervaring. De murals zijn artistiek autonoom maar thematisch verbonden. De inzet van een curator waarborgt de kwaliteit en samenhang.

Oorspronkelijkheid en zeggingskracht:

Elke mural geeft een unieke interpretatie van 'de makers van de toekomst' – van techniek tot ambacht, van diversiteit tot duurzaamheid, van human tot digital, van lokaal tot internationaal. Samen vormen ze een artistiek statement over de toekomst van werk, creatie en gemeenschap.

(Inter)nationaal bereik:

Door samenwerking met kunstenaar(s) met internationale exposure en een gedegen mediacampagne (inclusief inzet van landelijke platforms en socials) verwachten we zowel regionaal als nationaal bereik. De digitale component maakt het werk toegankelijk voor een breed publiek.

**Criterion 3: Cultureel ondernemerschap**

Haalbaarheid:

Met partners als de gemeente Helmond, woningcorporaties, onderwijsinstellingen, culturele instellingen én ondernemers is er sprake van een stevige alliantie met een groot netwerk en draagvlak. De planning is realistisch en sluit aan bij reeds lopende initiatieven.

Cultureel en maatschappelijk rendement:

Het project levert rendement op artistiek, sociaal en economisch vlak:

- Artistiek: vier (evt gecombineerde) unieke kunstwerken in de openbare ruimte
- Sociaal: educatie, participatie en trots
- Economisch: gebiedsversterking en bezoekersstimulatie

Financieringsmix:

De totale begroting voor de realisatie van dit baanbrekende project is € 100.000,-. Het bestuur van Stichting Carat heeft toegezegd € 50.000 in te brengen. Derhalve vragen we van BrabantC een bijdrage van € 50.000.

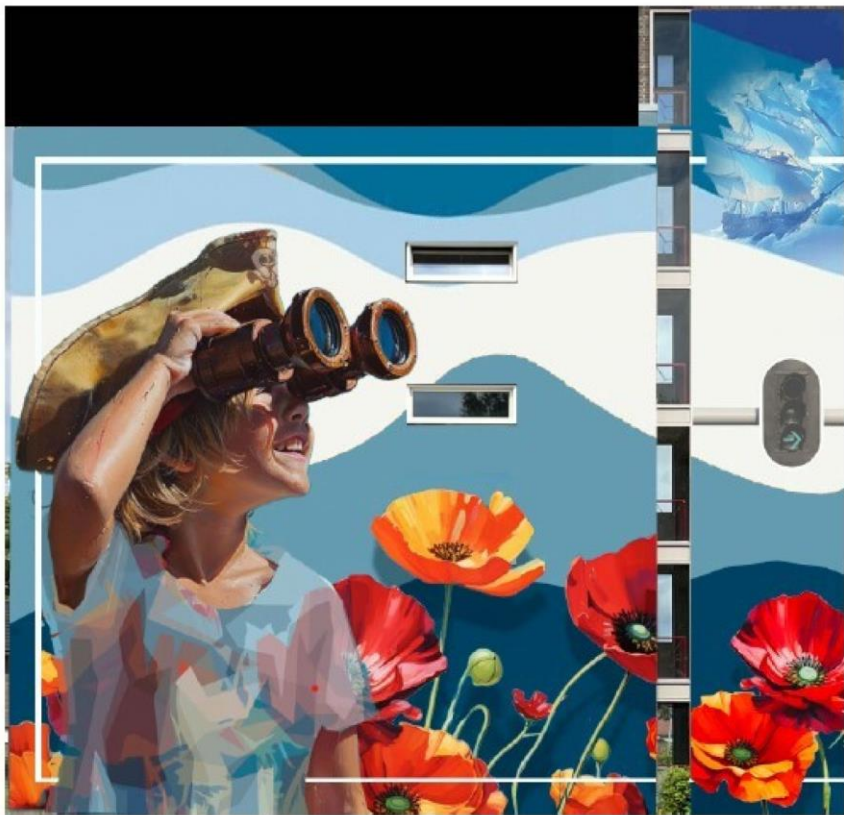
**Slotopmerking**

Met dit project maakt Carat kunst letterlijk zichtbaar in het straatbeeld van Helmond. We verbinden heden en toekomst, makers en bewoners, jong en oud. 'De makers van de toekomst' is geen losse artistieke interventie, maar de start van een duurzame visuele cultuur in de openbare ruimte van Helmond, welke naadloos aansluit bij de identiteit en koers van de Gemeente Helmond richting 2040 als stad van 'de Makers van de Toekomst'!

Bijlage 1      Impressie Henri Dunant Plein







### **Impact Statement- Makers van de Toekomst**

Helmond staat aan de vooravond van een ambitieuze schaa sprong richting 2040. De stad ontwikkelt zich van industriestad naar innovatieve maakstad, waarin groei in inwonersaantallen, werkgelegenheid en voorzieningen samengaat met de opgave om brede welvaart en kwaliteit van leven te versterken. In dit transitieproces spelen de 'Makers van de Toekomst' een sleutelrol.

Met de Makers Murals willen wij de maatschappelijke impact van deze beweging zichtbaar en voelbaar maken. De monumentale kunstwerken vormen een krachtig symbool van vooruitgang en collectief eigenaarschap. Ze tonen niet alleen de innovatieve makers en vakmensen die het economische profiel van Helmond dragen, maar ook de creatieve en artistieke makers én de ongekende talenten in de wijken.

### **Creativiteit als essentiële vaardigheid**

In een snel veranderende wereld, waarin technologische innovatie en maatschappelijke transitie elka ar in hoog tempo opvolgen, is creativiteit een van de meest essentiële vaardigheden voor de toekomst. Creativiteit maakt het mogelijk om nieuwe verbindingen te leggen, complexe vraagstukken vanuit onverwachte invalshoeken te benaderen en oplossingen te ontwikkelen die zowel innovatief als duurzaam zijn. Voor Helmond, als stad in transitie van industriestad naar innovatieve makersstad, is het koesteren en stimuleren van creatieve kracht daarom onmisbaar. Kunst en cultuur dragen hier direct aan bij: ze bieden ruimte voor verbeelding, dagen uit tot anders denken en vormen daarmee een voedingsbod em voor de makers van de toekomst.

De beoogde maatschappelijke impact is driedelig:

- ⇒ **Identiteit, trots, positionering** – de murals dragen bij aan de positionering van Helmond als stad van makers. Ze versterken de identiteit, verhogen de zichtbaarheid van talent en creëren een gedeeld verhaal dat inwoners verbindt.  
*Sluit aan bij SDG 11: Duurzame steden en gemeenschappen.*
- ⇒ **Sociale cohesie en inclusie** – door bewoners, jongeren en scholen actief te betrekken, bieden de murals kansen voor ontmoeting, participatie en talentontwikkeling, juist ook voor groepen die minder vanzelfsprekend profiteren van de economische groei in de Brainport-regio.  
*Sluit aan bij SDG 4: Kwaliteitsonderwijs en SDG 10: Ongelijkheid verminderen.*
- ⇒ **Aantrekkelijkheid/vestigingsklimaat en brede welvaart** – kunst in de openbare ruimte verhoogt de leefkwaliteit, trekt bezoekers en toeristen, en levert zo een bijdrage aan de economische en maatschappelijke vitaliteit van Helmond.  
*Sluit aan bij SDG 3: Goede gezondheid en welzijn, SDG 8: Waardig werk en economische groei en SDG 11: Duurzame steden en gemeenschappen.*

⇒ **Publiek-private samenwerking** – dit initiatief markeert de start van een toekomstgerichte en unieke publiek-private samenwerking voor cultuur in Helmond, geleid door ondernemersvereniging Carat. Vanuit een meerjarige ambitie wordt gewerkt aan een lange termijn partnerschap dat cultuur verankert in de stedelijke ontwikkeling van Helmond. Als dit project succesvol is afgerond kan dit een aanzet zijn voor vervolprojecten waarbij een publiek-private samenwerking om tot resultaat te komen de basis is.

*Sluit aan bij SDG 17: Partnerschappen om doelstellingen te bereiken.*

Waarom dit belangrijk is? Omdat Helmonds schaa sprong alleen slaagt als economische groei samengaat met sociale samenhang en culturele verbeeldingskracht. De Makers Murals geven dit een tastbare en inspirerende vorm. Ze zijn bedoeld als startpunt van een duurzame beweging: een stad waarin iedereen maker van de toekomst kan zijn en waarin kunst en cultuur onlosmakelijk verbonden zijn met de ontwikkeling van Helmond.