



De Achterhoek op de kaart

PROGRAMMA



**Cultuur en Erfgoed
Achterhoek 2021-2024**



Inhoud

1	ACHTERHOEKERS DOEN HET SAMEN	5
2	NEGEN GEMEENTEN, ÉÉN ACHTERHOEK	6
3	CULTUUR EN ERFGOED ACHTERHOEK 2021-2024	
	3.1 Missie en visie	8
	3.2 Impuls 1: Elk jaar een gemeente-overstijgend kunstproject	11
	3.3 Impuls 2: 'Onroerend Erfgoed' als culturele drager	12
	3.4 Impuls 3: Regioprofilering Achterhoek	13
	3.5 Een blik op de toekomst	15
4	DE ROLLEN	
	4.1 De opdrachtgevers	17
	4.2 De opdrachtnemers	17
	4.3 NIEUW: maatschappelijk partner Rabobank	17
	4.4 De penvoerders	18
5	DE INHOUD	
	5.1 Eén jaarlijkse overkoepelend kunstproject in alle gemeenten	19
	5.2 Themalijn Toerisme	20
	5.3 Themalijn Educatie	21
	5.4 Themalijn Participatie	22
6	DE CAMPAGNE	
	6.1 Waar staan we nu?	23
	6.2 Doelstelling	23
	6.3 Doelgroepen	23
	6.4 Campagnestrategie	23
	6.5 Uitgangspunten voor de campagne	24
	6.6 Campagneonderdelen	24
	6.7 Wat levert deze aanpak op?	25
	6.8 Campagnekosten	25
7	DE FINANCIËN	26

'Pak mijn fiets maar. Eet je mee? Blijf slapen wanneer je wilt. Nooit via de voordeur maar altijd via de achterdeur omdat we zo omgaan met elkaar. En wanneer je eenmaal de achterdeur gevonden hebt kun je hem altijd blijven gebruiken. We zijn gastvrij en laten met de grootste trots onze Achterhoek zien. Onze bijzondere Achterhoek.'

1

Achterhoekers doen het samen

Samen wonen we, werken we en feesten wij Achterhoekers door de eeuwen heen in die Achterhoek die ons zo dierbaar is. Ons weidse landschap met onze dorpen en buurtschappen waar we altijd wel iemand tegen komen. Waar we niemand vergeten te groeten en om hoi te zeggen.

Gemeenschapszin met mensen die zorgen voor elkaar. Vraag de Achterhoeker wat het mooiste moment van het jaar is en met een brok in zijn keel fluistert hij "De kermis in mien dorp". Een Achterhoeker gedijt alleen: "met mekaar en samen". Dat zit bij de Achterhoeker in al zijn vezels. Onze banden zijn ijzersterk. Niet volgens de formaliteit maar door ons solide sociale netwerk. Samen de grootste schik maken maar of het van de letter van de wet mag deert niet. Achterhoekers hebben niets met autoriteit of de baas. Daar kunnen we niet tegen. Komt het rebelse boven drijven. We zijn eigenzinnig gesteld op onze vrijheid. Trekken allereerst ons pak uit wanneer we terug komen van ons werk.

Pak mijn fiets maar. Eet je mee? Blijf slapen wanneer je wilt. Nooit via de voordeur maar altijd via de achterdeur omdat we zo omgaan met elkaar. En wanneer je eenmaal de achterdeur gevonden hebt kun je hem altijd blijven gebruiken. We zijn gastvrij en laten met de grootste trots onze Achterhoek zien. Onze bijzondere Achterhoek. Een kluitje Achterhoekers bij elkaar kan de hele wereld aan. Dat is altijd zo geweest. Al jaar en dag: Daar hebben Achterhoekers de meest geweldige verhalen over. De noeste avonturen van opa op de hut. De vergeelde foto van oma met de onderduikers. Hoe ons vakmanschap wereldwijd bewondering afdwong en veranderde in kunst. Pak er een oud fotoboek bij en de verhalen die er toe doen komen op je af. Verhalen die levens hebben veranderd. Ons erfgoed hebben ingekleurd. Wat we ons in de 'kop' halen doen we. Elk Achterhoeks dorp heeft zijn parels waar het hele dorp geheel belangeloos alle vrije tijd voor opoffert. Waar we ons de benen uit ons 'gat' voor rennen. De optocht van de bloemenwagens, de carnavalsparade, de kunstroute, 't pleinfest, de autocross,

Rond de dorpspomp, aan de stamtafel en in de voetbalkantine zijn we ermee begonnen omdat ons dat een mooie manier leek om samen plezier te maken. Om samen het leven kleur te geven. We begonnen een coöperatieve melkfabriek of we kochten met zijn allen het voer voor de beesten. Van vroeger uit arme boertjes die alleen door samen te werken wat te eten hadden. Wie dat herkent kan erbij komen zitten om samen plannen te maken.

We verslaan de hele wereld op punten als het gaat om betrouwbare vaklui die weten waar ze over praten. We proberen het altijd slimmer te maken. We schreeuwen het alleen niet van de daken! Wanneer er iemand een grote bek heeft doen alle Achterhoekers een stap naar achteren en gaan samen een biertje drinken. Als je het beter weet, als jij denkt wat belangrijk is in ons leven; leef je uit, wij zijn over een uurtje weer terug.

Ingetogen mensen maar uitbundig onder elkaar. Genieten van het vertrouwde. Regelmatig roept er één of andere onbenul dat Achterhoekers bescheiden zouden zijn. Voor eens en voor altijd: de definitie van bescheiden is dat mensen geen hoge pet op hebben van zichzelf. Als er één eigenschap niet opgaat voor Achterhoekers is het dat we geen hoge dunk van onszelf zouden hebben. We zijn zo alderbastend trots op onze Achterhoek, op onze helden, onze verhalen op hoe wij leven en op onszelf. Op hoe wij het leven vieren. Hoe wij lachen om onze stunts om dat leven mooier te maken.

Een rondje voor de hele club. Kleine investering en met een groot sociaal rendement. Dat dient elke vreemdeling, vriend, nieuwkomer of latkomer te doen. Een rondje geven is het Achterhoekse sociale smeermiddel. Als we je vertrouwen dan leer je ons kennen. We kunnen goed dom kieke maar luisteren goed en weten precies wat er aan de hand is.

Geen geouwehoer, nepperij of vals sentiment. We weten dat we de besten zijn van de hele wereld. Je zult het ons alleen nooit horen zeggen. We zijn zo machtig boerenslim dat als iemand denkt dat we bescheiden zijn dan is de Achterhoeker op volle oorlogssterkte.

We weten waar onze kracht zit.

Frans Miggelbrink
Achterhoeker

Negen gemeenten, één Achterhoek

Afhankelijk van het soort samenwerkingsverband bestaat de Achterhoek uit 7, 8, 9 of zelfs 11 gemeenten. In het Cultuur en Erfgoed Achterhoek zijn we op dit moment met 9 gemeenten. Deze 9 gemeenten willen de Achterhoekse culturele infrastructuur in samenhang bekijken. Hieronder is te zien hoe die rijke culturele infrastructuur er in de Achterhoek op dit moment uit ziet. Het is goed te zien dat cultuur en erfgoed in de Achterhoek een rijke en verbindende traditie heeft. Iets dat we juist ontzettend hard nodig hebben de komende tijd.

Onze gemeenschappelijke geschiedenis verbindt ons. En zichtbare kenmerken daarvan in het erfgoed en landschap geven daar een gezicht aan. Dat is de reden dat we sinds 2012 in de Achterhoek een Cultuur- en Erfgoedpact hebben gevormd. Om een bijdrage te leveren aan de gemeenschappelijke Achterhoekse trots die inwoners wel voelen maar die vaak nog geen 'gezicht' heeft. De ongekende populariteit van de Achterhoekse Vlag geeft aan wat zo'n verbindend element voor het gevoel van trots kan opleveren.

De Cultuurcoalitie Achterhoek wil de komende periode die gemeenschappelijkheid nog meer gezicht geven. Door grootse projecten in alle gemeenten, maar ook door kleine parels die de kracht van de intimiteit en ons naoberschap laten zien. Met een nieuwe intensieve samenwerkingspartner voor Boogie Woogie in de Oost Achterhoek, namelijk Muziek en KunstWijs. We willen laten zien dat de Achterhoek één geheel is en ook zo bekeken mag worden. In voor- en in tegenspoed.

De Cultuurcoalitie Achterhoek:

- Achterhoek Toerisme
- Boogiewoogie / Muziek en KunstWijs
- DRU Industriepark
- Erfgoedcentrum Achterhoek Liemers
- Cultuurbedrijf Doetinchem (vz)

In samenwerking met alle lokale cultuurpartijen, culturele ZPP-ers en Cultuur Oost.

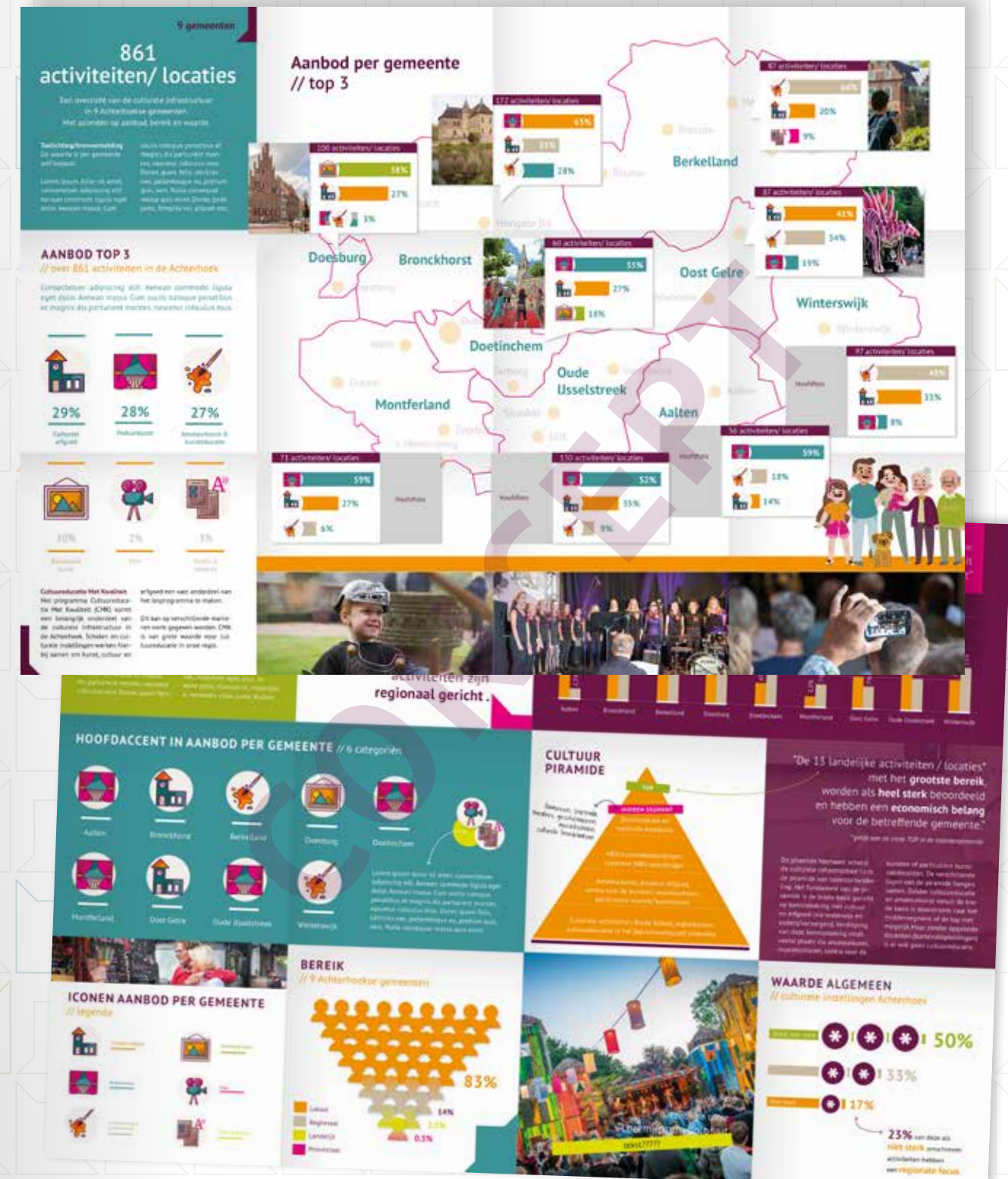


En toen kwam Corona...

De wereld wordt op dit moment keihard getroffen door de gevolgen van Covid-19. Zowel qua gezondheid als economisch en zeker ook sociaal. Ook de Achterhoek ondervindt de harde gevolgen van de beperkende maatregelen.

Cultuur is gek genoeg zowel een oplossing als een bedreiging. De cultuur waarbij veel mensen in grote groepen samen komen zijn niet meer mogelijk maar de creatieve sector biedt juist ook prachtige instrumenten en vormen waarin verbinding tussen mensen juist wel tot stand kan komen.

Juist ook in moeilijke tijden bewijst de Achterhoekse formule van het Cultuur- en Erfgoedpact haar kracht. Afgelopen mei deed de Cultuurcoalitie de oproep aan de Achterhoekse gemeenten om samen op te staan voor een toekomstbestendige Achterhoekse culturele infrastructuur. In deze tijd waarin het virus de inwoners van de Achterhoek noodzaakt om thuis te blijven. We zullen samen alles verwoestende culturele Covid-kaalslag moeten voorkomen. Naar aanleiding van deze oproep is op bestuurlijk niveau gewerkt aan een gezamenlijke, Achterhoekse culturele visie van gemeenten en instellingen op de toekomst. De inventarisatie van alles wat de Achterhoek aan cultuur in huis heeft is daar een eerste resultaat van.



Op moment van schrijven wordt er nog gewerkt aan bovenstaande visualisatie van de Culturele infrastructuur in de Achterhoek - binnen 9 gemeenten.

Cultuur en Erfgoed Achterhoek 2021-2024

Samenwerking bij kunst en cultuur leidt tot een rijker cultureel aanbod. Véél meer mensen kunnen dan genieten van kunst, cultuur en landschap. Door duurzaam te investeren in deze verbinding en verdieping van het cultureel aanbod, kunnen we samen veel meer voor elkaar krijgen. Dat is niet alleen goed voor de kwaliteit van kunst en cultuur in de hele regio, het is ook erg goed voor de economische ontwikkeling, het toerisme en daarvoor voor het vestigingsklimaat en het behoud van voorzieningen en mensen.¹

Gemeenten dragen nu al substantieel bij aan deze investeringen.

CULTUUR: door de samenwerking tussen organisaties, de culturele sector en de lokale en regionale overheden kunnen we het culturele aanbod versterken. Erfgoed en historie maken we samen beter zichtbaar en beleefbaar. De culturele ambities van de provincie maken we gezamenlijk waar.

ECONOMIE: het bezoek aan de regio wordt door de culturele samenwerking vergroot en een flink deel eet en drinkt, overnacht, huurt fietsen en doet inkopen in de regio.

LEEFBAARHEID: bewoners zijn meer en actiever betrokken bij hun omgeving en leren meer aspecten en waarden van de regio kennen, dat kan bijdragen aan langer en prettiger wonen en verblijven in de regio. Cultuur draagt bovendien bij aan een duurzame instandhouding van voorzieningen op een breed maatschappelijk vlak, vergroot de sociale samenhang en beperkt eenzaamheidsproblematiek.

Dat is de reden dat de 8 Achterhoekse gemeenten opnieuw een *Cultuur en Erfgoed Achterhoek* willen vormen. Datzelfde geldt voor provincie Gelderland en vanaf deze periode ook voor de Rabobank. Zij willen allen de Achterhoek met cultuur en erfgoed als aantrekkelijke regio op de kaart zetten.

¹ Uit: *Het door alle 9 gemeenten ondertekende CultuurManifest IJsselvallei 2018.*

3.1 Missie en visie

De cultuurcoalitie pakt deze ambitie met genoeg op en levert met zowel een aantal grote events als een veelheid aan kleine parels haar bijdrage om gezamenlijk de Achterhoek als een creatieve, innovatieve en aantrekkelijke regio zichtbaar te maken. Zowel aan haar eigen inwoners als aan bezoekers. Een regio met een sterke, historisch gewortelde identiteit van 'omzien naar elkaar', 'D'ran' en 'samen kom je verder'.

Waar gaan we voor Missie

- *Cultuur en Erfgoed Achterhoek* draagt middels kunstprojecten, events, cultuureducatie en -participatie en een krachtige communicatie daarover bij aan een versterkte profilering van de Achterhoek als aantrekkelijke en waardevolle regio.
- Door die profilering kan de Achterhoek haar rol spelen in de groeiende behoefte aan spreiding van bezoekers over Nederland.
- *Cultuur en Erfgoed Achterhoek* is een vliegwiel voor regionale samenwerking op het gebied van cultuur en erfgoed.

Waar staan we voor Visie

- Het materiële én immateriële erfgoed van de Achterhoek, haar identiteit en de culturele infrastructuur & programmering maakt de Achterhoek een aantrekkelijke regio voor wonen, werken en recreëren.

Hoe doen we dat Strategie

- Door jaarlijks, een bovenlokaal en aansprekend kunstproject te organiseren, in de markt te zetten om daarmee de verbinding tussen de gemeenten te laten zien.
- Door vrijetijdseconomie en toerisme te verbinden met cultureel erfgoed, activiteiten en events die in de regio georganiseerd worden zichtbaar te maken.
- Door jaarlijks kleinschalige ontmoetingen én groot-schalige events te organiseren gericht op cultuureducatie, cultuurparticipatie en intergenerationele verbinding.
- Door lokale culturele partijen in de Achterhoek bij elkaar te brengen zodat zij elkaar (beter) leren kennen en verbindingen kunnen leggen en zo de Achterhoekse culturele infrastructuur te helpen versterken. Bewoners actief bij de uitvoering te betrekken en zo de sociale cohesie te bevorderen.

Om dat te bereiken gaan we deze nieuwe periode extra impulsen geven:

IMPULS 1:

Elk jaar een verbindend kunstproject in alle gemeenten
> zie pagina 11

IMPULS 2:

'Onroerend Erfgoed' als culturele drager
> zie pagina 12

IMPULS 3:

Regioprofilering Achterhoek
> zie pagina 13

Samenwerking lokale cultuurpartijen

In deze nieuwe periode zetten we nóg meer in op de samenwerking met de lokale cultuurpartijen in de verschillende gemeenten. Er is vanuit de cultuurcoalitie al samenwerking met partijen als de *cultuurverbinder in Aalten*, *Welcom in Montferland*, *Muziek & Kunstwijs Berkeland* en deze samenwerkingen gaan we verder intensiveren. Wat betreft Muziek en KunstWijs resulteert dat nu in een onlosmakelijke samenwerking met Boogie Woogie.

Ook vanuit de Cultuuragenda Achterhoek (zie themalijn Toerisme) wordt het promotieplatform voor events en activiteiten van derden nog verder uitgebreid.





Cultuur doet wat met je. Het raakt je en zet aan tot denken. Het prikkelt de verbeelding. Het helpt je in te leven in de wereld van een ander. Cultuur verbindt ook. Mensen beleven cultuur vaak samen: als bezoeker of als maker, in een theaterzaal of dorpshuis. En, cultuur is economisch een factor van betekenis: bezoekers van een filmfestival, een museum of een voorstelling reizen erheen, drinken wat vooraf en gaan na afloop in de buurt een hapje eten. Kortom: cultuur verrijkt. Het verdiept ons gevoelsleven, het maakt de samenleving hechter en stimuleert bedrijvigheid.

Uit: UITGANGSPUNTEN NIEUW CULTUURSTELSEL 2021-2024, ministerie OC&W, juni 2019

Impuls 1



Elk jaar een gemeente-overstijgend kunst-project

Stilleven
Het succes van het *Stilleven-project* (2019-2020) van kunstenaar Louise te Poele, dat alle gemeenten in een schitterend stilleven heeft ‘gevangen’, is een prachtig voorbeeld van wat er gebeurt als je 9 gemeenten één gezamenlijk gezicht geeft.



Raken met Smaken
Ook *Raken met Smaken* (2019-2020) is zo'n overkoepelend project. Fooddesigner Katja Gruijters ging op zoek naar kenmerken per gemeenten en heeft deze aan gewassen- en productfamilies gekoppeld en vervolgens per gemeente een workshop uitgevoerd en heel veel, ook landelijke publiciteit mee gegenereerd.

In de nieuwe periode zullen we daarom één jaar één overkoepeld project in alle gemeenten uitvoeren. We kiezen één verbindend element dat in elke gemeente een uitwerking kan krijgen. Het project moet een beleavingsaspect hebben: momenten, bijeenkomsten, workshops waar mensen geïnspireerd, ontroerd of geamuseerd worden en waar bij voorkeur generaties worden verbonden;

Silo-Art-Tour
Voor 2021 staat dat project al in de steigers: de Silo-Art-Tour Achterhoek. Op initiatief van een bewoner die iets dergelijks in Australië gezien had, zetten we een silo-art-tour (werktitel) op in de Achterhoek om daarmee de bekendheid van de Achterhoek te vergroten en een vernieuwende toeristische attractie te realiseren. In elk van de 9 gemeenten, op (in overleg te bepalen) locaties wordt een street-art kunstenaar ingeschakeld die een werk aanbrengt op een in het oog springende plek en op een aan de agrarische sector gerelateerde locatie. De werken vertellen iets over de geschiedenis en de mensen van de desbetreffende plek of omgeving en vormen als openbare-ruimte-collectie een etalage voor de streek-identiteit.

Impuls 2

‘Onroerend Erfgoed’ als culturele drager

Geschiedenis is van iedereen. Cultureel erfgoed is openbaar en collectief bezit. Ons erfgoed vertelt ons iets over de geschiedenis van onze streek. Onroerend erfgoed roept herinneringen op, verhalen komen terug. Dit erfgoed kan leiden tot onroerende reactie. Deze impuls biedt de mogelijkheid om onroerend en onroerend erfgoed te koppelen.

De gemeente is de conservator van de geschiedenis ten behoeve van het algemeen belang, zodat iedere bewoner en bezoeker kennis kan nemen van ons gezamenlijk erfgoed, materieel, immaterieel én cultureel. Dat heeft sociale waarde én levert economisch rendement.

Herkenning eigen geschiedenis

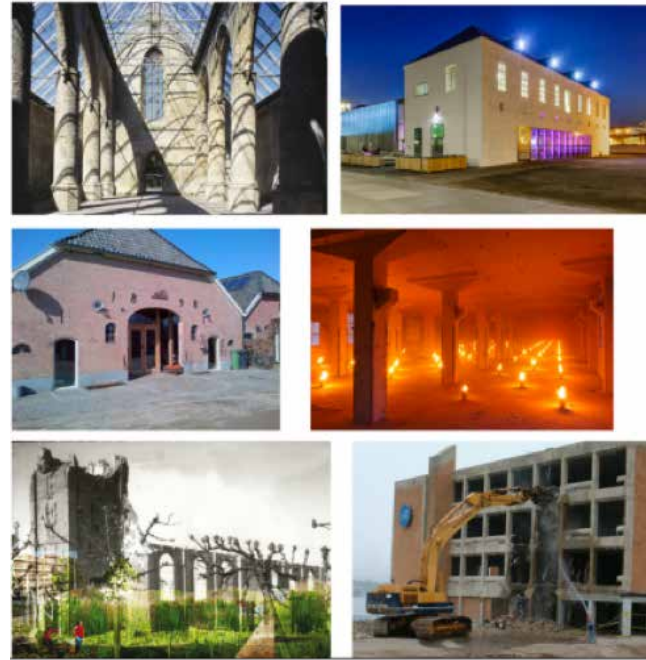
Van onze geschiedenis zijn restanten, zichtbaar en niet zichtbaar, bewaard gebleven. Deze overblijfselen maken deel uit van het cultureel erfgoed van onze streek. Ons erfgoed is waardevol en daarom gaan we er zorgvuldig mee om. Dat doen we niet alleen vanuit de belangstelling voor de cultuurgeschiedenis, maar ook omdat mensen het belangrijk vinden. Zeker in een tijd waarin alle veranderingen zich in onvoorstelbaar hoog tempo aan ons opdringen, is het voor mensen belangrijk dat zij zich in hun geschiedenis blijven herkennen.

Economische waarde

Daarnaast is ook de economische waarde van erfgoed van belang. Leegstand is voor veel gemeenten een grote zorg. De inzet van erfgoed kan een belangrijke aanjager zijn van de lokale economie. Uit diverse batenonderzoeken is al gebleken dat erfgoed loont! De aanwezigheid van erfgoed heeft dus niet alleen een positieve invloed op de sfeer van de directe omgeving, maar levert ook geld op.

Etalagefunctie

Cultuur en Erfgoed Achterhoek kan geen renovatieprojecten ter hand nemen. Maar, we kunnen de rijkdom van ons materiële erfgoed wel zichtbaar maken. Gebaseerd op bestaand draagvlak daarvoor onder onze inwoners. Of



juist voor het mobiliseren daarvan bij objecten die nog onontdekt. De onzichtbare parels van de Achterhoek.

Nieuwe periode

In deze nieuwe periode gaan we nadrukkelijk en meer aandacht geven aan onroerend erfgoed, specifiek gebouwen, binnen alle themalijnen. Dat kunnen leegstaande kerken, silo's, boerderijen of fabriekspanden zijn, maar ook kasteeltuinen of bruggen.

Waar mogelijk zullen projecten op enige wijze gelinkt/gekoppeld worden aan (leegstaande) locaties. De gemeenten zullen betrokken worden bij de keuze voor locaties die extra aandacht behoeven. Maar, ook educatieve (kunst)projecten gericht op locaties zijn mogelijk voor scholen of een cursus Wonen in een Monument. Mogelijk kan Onroerend Erfgoed (gebouwen) ook het specifieke thema zijn voor één van de overkoepelend projecten in de periode 2021-2024.

Impuls 3

Regioprofilering Achterhoek

Minister Van Engelshoven van OCW ziet een duidelijke rol voor de inbreng van 16 regio's in het nieuwe cultuurbeleid. Hierin kan elke regio zich richten op de inwoners en voorzieningen die passen bij de identiteit van de regio en haar inwoners. De minister vraagt gemeenten en provincies om in samenwerking met culturele instellingen regionaal cultuurbeleid te maken vanuit eigen kracht van de regio, uitdagingen, functies en programma's en duidelijkheid over financiering. De Achterhoek is in eerste instantie niet erkend als een van de 16 cultuurregio's, maar heeft met *Cultuur en Erfgoed Achterhoek* wel de organisatiekracht en ook de mentaliteit om als zodanig te functioneren.

De voorgaande twee pacts zijn gebruikt om de organisatie en de verbindingen neer te zetten. Dit heeft geresulteerd in prachtige projecten. Tijdens die pacts is er veelvuldig gecommuniceerd, vooral richting beleidsmakers, overheid. Zakelijk dus, minder op de consument gericht.



Het is nu 2021: het is tijd om naar buiten te treden – de Achterhoeker tegemoet. Met de boodschap:
Dit is de Achterhoek en we zijn er trots op!

>> zie volgende pagina voor een illustratie van de nieuw in te zetten beweging



Branding

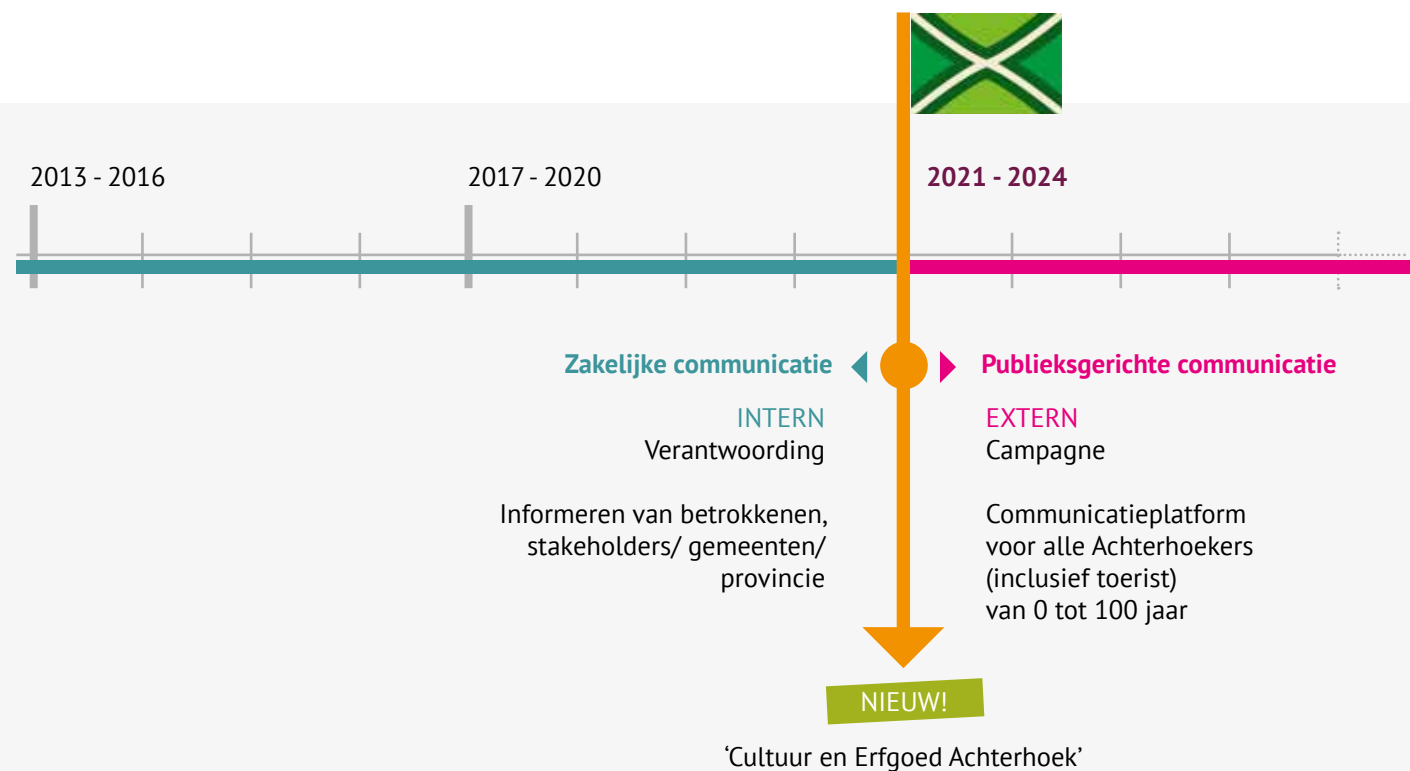
We gaan meer dan tot nu toe een bijdrage leveren aan het 'merk' Achterhoek. We spreken in de communicatie niet meer over een pact maar over *Cultuur en Erfgoed Achterhoek* (werktitel). Het woord "pact" staat synoniem aan organisatiestructuur, terwijl het juist over cultuur en erfgoed moet gaan. Vandaar dat we starten met de campagne "Cultuur en Erfgoed Achterhoek" om juist de cultuur en erfgoed verder op de kaart te zetten, verbindingen te leggen en elkaar te versterken.

Meer dan tot nu toe is gedaan, gaan we ons richten op de burger. We willen de Achterhoeker meenemen op een 'belevingstocht' in zijn eigen leefomgeving. We doen dit met alle Achterhoekers, van 0 tot 100 jaar. Bij deze aanpak zijn bezoekers van buiten de Achterhoek inbegrepen.

Extra budget

Met name deze 3e impuls gaat extra budget kosten. Een deel van deze campagne-impuls kunnen we realiseren door het aanvullende partnerschap van een nieuwe maatschappelijk partner: de Rabobank.

Daarnaast vragen we met dit programma extra budget voor regioprofilering aan de provincie. Zodat de kracht van de Achterhoek als geheel nog meer centraal kan staan en zodat we de intieme waarde van alle kleine parels die uit het pact voortkomen (en daarbuiten) beter zichtbaar kunnen maken.



Figuur: Beweging van intern naar extern

Landelijk beleid: Cultuur in een open samenleving

Het kabinet heeft de nieuwe beleidsperiode 2021-2024 in nauwe samenspraak met de andere overheden voorbereid. Aan regio's is gevraagd zelf partijen samen te brengen en zogenaamde regioprofelen op te stellen. In veel regio's is daar een fors ontwikkeltraject voor opgestart, maar de Achterhoek kon zich zonder zo'n traject aanmelden: er was immers al een goed functionerend pact dat perfect in die aanpak past.

In Cultuur in een open samenleving en Erfgoed telt staat hoe het kabinet deze samenwerking ziet en in Uitgangspunten Cultuurbeleid 2021-2024 is uitgewerkt hoe de middelen uit het regeerakkoord worden ingevuld. De (samenwerking in de) regio staat daarin centraal.

De Achterhoek is een uniek gebied met een grote potentie voor ontwikkeling. Sterke waarden zijn de prachtige woon-en werkomgeving, de bloeiende en innovatieve economie en de cultuur van samenwerken en vertrouwen. De potentie zien we in de versterking en verbreding van de Achterhoek als open innovatiesysteem, de ruimte voor experimenteren en in het verhogen van de kwaliteit van de leefomgeving zoals de woningen, het buitengebied en de bereikbaarheid. Ruimte voor innovatie, groei en in kwaliteit!

Uit: ACHTERHOEK VISIE 2030, Achterhoek Ambassadeurs, 2019



3.4 Een blik op de toekomst

Dit derde pact staat op de schouders van de vorige twee pacten. Het is gebleken dat wij in de Achterhoek in staat zijn elkaar te vinden en elkaar sterker te maken. We hebben kunnen laten zien dat cultuur en erfgoed hele goede 'vliegwielen' zijn om de Achterhoek als regio op de kaart te zetten. We zijn hier trots op onze identiteit en laten dat met al onze evenementen en ons (immateriële) erfgoed en naoberschap dagelijks zien.

Rijkscultuurbeleid

Wat er in de Achterhoek met het Cultuur en Erfgoed-pact is opgebouwd past naadloos in het Rijkscultuurbeleid. Daarin staat zowel de verbinding tussen cultuur en erfgoed met andere maatschappelijke domeinen centraal als een sterke focus op de regio's.

In beide richtingen is in de huidige periode geëxperimenteerd en ervaring opgebouwd. Zonder daartoe opdracht te hebben gekregen is Cultuur en Erfgoed Achterhoek een instrument voor deze beleidslijn geworden. Er hoefde in de Achterhoek geen regionaal verbindingstraject opgestart te worden, want het Cultuur- en Erfgoedpact functioneert al als zodanig. Deze opzet kan daardoor wellicht als pilot ter inspiratie dienen voor andere Gelderse (niet stedelijke) regio's.

Ambiteus

De provincie Gelderland heeft daarom voor de komende periode gevraagd ambitieus te zijn. Wij vullen die vraag in door niet alleen de inhoudelijke pijlers nog steviger neer te zetten, maar ook een 4-jarige Achterhoek-campagne gericht op Cultuur en Erfgoed neer te zetten. Maar de provincie wil eigenlijk nóg een stap verder in de toekomst kijken. Zijn er taken en rollen die zo'n goed functionerend pact nog meer op zou kunnen pakken? Zijn er dingen die de provincie wellicht beter in de regio kan neerleggen?

3 richtingen voor verbreding

Als regiovorming uitgangspunt is, smaakt een goed functionerend samenwerkingsverband als Cultuur en Erfgoed Achterhoek inderdaad naar meer. Wij kunnen ons drie richtingen voor verbreding voorstellen die voor gemeenten en de provincie interessant zouden kunnen zijn.

1. Allereerst zouden we heel graag zien dat de gemeenten Lochem en Zutphen zouden aanhaken. Beide gemeenten participeren al in deelprojecten van het pact, maar het zou de regiocampagne sterker maken als zij zouden aanhaken.
2. Een spin-off van het pact zou ook in andere domeinen kunnen liggen. De goed werkende formule van Cultuur en Erfgoed Achterhoek (de samenwerking tussen 9 gemeenten, 5 culturele partners, een maatschappelijke partner en de provincie) waarin vanuit één visie gezamenlijk doelen gesteld worden en je samen verantwoordelijkheid neemt voor het behalen daarvan, kan ook in andere domeinen goed werken. Niet als voorbereiding van het pact maar naar analogie ervan. En gebruikmakend van de hier ontstane ambtelijke en bestuurlijke maar ook maatschappelijke lijnen. Denk aan het sociaal domein waarbij zorgpartners kunnen aanhaken. Maar ook bijvoorbeeld de Cultuureducatie waarbij een platform met schoolbesturen, cultuurpartners en gemeenten gevormd zou kunnen worden.
3. Tot slot ligt een Euregionale samenwerking voor de hand. Er hebben reeds gesprekken plaatsgevonden tussen een aantal Achterhoekse wethouders en hun Bochtse collega's en de Bochtse culturele instelling Kubaal over het intensiveren van de samenwerking over de grens op gebied van Cultuur. Wij zouden deze verkenning graag verder voortzetten in de nieuwe periode.

Al deze denkrichtingen hebben flinke consequenties en vragen aanzienlijk meer organisatiekracht, maar wellicht zijn het scenario's die de komende jaren een gezamenlijke verkenning waard zijn.



De rollen

4.1

De opdrachtgevers

Opdrachtgeverschap wordt gevormd door de deelnemende gemeenten:

- Aalten
- Berkelland
- Bronckhorst
- Doesburg
- Doetinchem
- Montferland
- Oost Gelre
- Oude IJsselstreek
- Winterswijk

Aanpalende gemeenten Lochem en Zutphen zouden kunnen aanhaken op voorwaarde van volledige deelname voor 4 jaar.

4.2

De opdrachtnemers

De Cultuurcoalitie Achterhoek fungeert als opdrachtnemer. Het betreft een krachtig samenwerkingsverband van 5 Achterhoekse instellingen:

- Achterhoek Toerisme
- Boogie Woogie / Muziek en KunstWijs
- DRU Industriepark
- Erfgoedcentrum Achterhoek Liemers
- Cultuurbedrijf Doetinchem

Via de opdrachtnemers worden inwoners, verenigingen en clubs betrokken bij de uitvoering.

Daarnaast is Cultuur Oost adviserend lid voor de overkoepelende kunstprojecten in alle gemeenten. De coalitie kiest er voor deze opdracht omwille van een breed netwerk in de kunstwereld én veel kennis van de Achterhoek zelf, juist buiten de Achterhoek neer te leggen. Cultuur Oost is daarvoor de aangewezen partij. Deze taak wordt op verzoek van de Cultuurcoalitie en de opdrachtgevende gemeenten uitgevoerd door Erna aan de Stegge. Bij eventueel tussentijds wijzigende omstandigheden is de Cultuurcoalitie vrij deze opdracht elders te beleggen.

4.3

Maatschappelijk partner Rabobank

NIEUW

Gelderland kent meerdere Cultuur- en Erfgoedpacten. Uniek aan *Cultuur en Erfgoed Achterhoek* is de maatschappelijke verbinding met partners. In de huidige periode zijn al meer dan 50 partners inhoudelijk verbonden doordat er binnen de verschillende projecten intensief wordt samengewerkt. Voor de nieuwe periode hebben we de Rabobank bereid gevonden aan te haken als (meeфинancierende) partner. De Rabobank heeft als missie Samen werken aan een betere wereld. Door maatschappelijke problemen te helpen oplossen en door wereldwijd te werken aan meer voedselzekerheid voor de groeiende wereldbevolking.

De missie van de Rabobank richt zich zowel op Nederland ('Bankieren voor Nederland') als op de wereld ('Banking for Food') en van daaruit steunen zij in 2019-2020 met het coöperatiefonds al het project Raken met Smaken. Vanaf 2021 treden zowel Rabobank Graafschap als Rabobank Noord Oost Achterhoek toe als partner. Zij zullen actief betrokken worden bij de activiteiten en met name de exposure ervan.

Uitgangspunten voor de samenwerking met de Rabobank

- Rabobank Noord- en Oost-Achterhoek en Rabobank Graafschap leggen samen hetzelfde bedrag als elke gemeente in: € 15.000,- excl BTW per jaar. Zij doen dat in eerste instantie voor 2 jaar en tekenen bij bevredigend resultaat ook bij voor de rest van deze periode.
- De zichtbaarheid van de Rabobank uit zich vooral in het pact als geheel. Waar de 9 logo's van de 9 gemeenten worden gebruikt, wordt het logo van de Rabobank als 10e logo meegenomen. Alle Achterhoekbrede projecten krijgen in de communicatie standaard het Rabobanklogo mee. Maar bij de kleine deelprojecten zelf wordt waar mogelijk gecommuniceerd dat de Rabobank partner is.
- Voor de projecten binnen *Cultuur en Erfgoed Achterhoek* kunnen geen aanvullende aanvragen bij een van de coöperatiefondsen meer gedaan worden.
- Er zal geen andere financiële instelling aan het pact verbonden worden.
- De Rabobank zou het zeer op prijs stellen als ook de andere 2 gemeenten waar Rabobank Noord Oost Achterhoek actief is (Lochem en Zutphen) alsnog zou aanhaken.

4.4

De penvoerders

- Gemeentelijk penvoerderschap is roulerend. Gemeenten kiezen één van de gemeenten uit hun midden voor deze rol.
- Voorzitterschap van de bestuurlijke overleggen ligt in principe bij de penvoerend gemeente tenzij anders besloten.
- De cultuurcoalitie kiest uit haar midden een penvoerder/kwartiermaker en draagt daarvoor voor de nieuwe periode de huidige penvoerder/kwartiermaker de Gruitpoort voor. De Gruitpoort en daarmee het penvoerderschap zal vanaf 2021 onderdeel zijn van het Cultuurbedrijf Doetinchem, de nieuwe fusieorganisatie van Gruitpoort met Muziekschool Oost Gelderland en Schouwburg Amphion.
- De Kwartiermaker draagt zorg voor het verwerken van alle overkoepelende taken en werkzaamheden zoals de actieplannen, verantwoordingsdocumenten, overleggen en campagnes.
- De Kwartiermaker is tevens opdrachtgever voor de overkoepelende kunstprojecten waarvoor Cultuur Oost de directe opdrachtnemer is.



Identiteit

Er is in Nederland, of beter gezegd in Europa een hard gevecht gaande om onze culturele identiteit. Willen we een samenleving zijn die met open vizier verkenst wat we samen willen? Geven we, onder het mom van veiligheid, allerlei vrijheden op? Grijpen we, onder het mom van krimp-kramp alle kansen op ontgrijzing en vergroening aan? Of maken we onze keuzes op basis van de kracht van onze regio? Kennen we onze kracht? Kortom, wat is onze identiteit?

De identiteit van een streek wordt mede bepaald door het verleden. Door de zichtbare aanwezigheid van het verleden voelen mensen zich meer verbonden met hun leefomgeving. Ook bezoekers komen graag in een streek waar de historie voelbaar is. Bedrijven vestigen zich (of blijven) liever in een gebied waar het voor hun werknemers prettig wonen is. En de verbindende kracht van cultuur is daarbij vaak een doorslaggevende factor.

Er is veel zichtbaar van de bijzondere geschiedenis van ons gebied. Onze streek kenmerkt zich door kleinschaligheid en de vele twisten door de geschiedenis. Dit zien we bijvoorbeeld nog in de oude stadjes Bredevoort en Groenlo aan de verdedigingswerken of aan de grachten rondom oude havezaten en scholtenboerderijen maar ook in de Achterhoekse gebruiken/tradities zoals de kermessen, schutterijen, bloemencorso's, naoberschap, taal. Het is die identiteit waar ook de industrie en innovatie van de Achterhoek op gebouwd is. En ja, over beide zijn 'wij' Achterhoekers vaak (te) bescheiden. Maar wel inwendig trots. Die identiteit van bescheidenheid en trots, van samenwerken en doorpakken, van historie en innovatie vormt het uitgangspunt voor dit nieuwe pact.

Uit: Erfgoedvisie gemeente Winterswijk, 2018

DE INHOUD

5.1

Eén jaarlijkse overkoepelend kunstproject in alle gemeenten

Programmaleiding:
Cultuur Oost

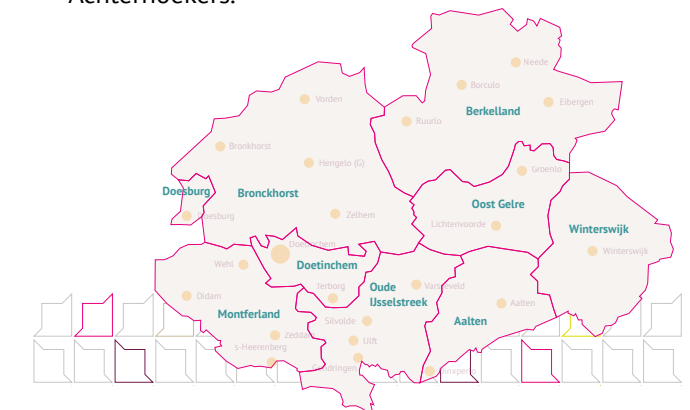
Wat willen we bereiken

- De zichtbaarheid van de Achterhoek in zijn geheel krijgt een 'boost' door vanuit de bundeling van de negen gemeenten de unieke kwaliteiten van de afzonderlijke gemeenten zichtbaar te maken.
- Door verrassende verbindingen te leggen tussen cultuur, erfgoed en andere sectoren in de Achterhoek gaan we op zoek naar een werkverband met partijen in het bedrijfsleven, toerisme, zorg en welzijn, agro en food, vastgoed, etc. En, natuurlijk proberen we die nieuw opgebouwde connecties een blijvend karakter te geven.
- De Achterhoek wordt vaak geassocieerd met ambachtelijkheid. Maar, er is ook een grote innovatieve potentie. Juist in de combinatie ligt de kracht. Er komt de komende beleidsperiode op rijksniveau meer ruimte voor (zichtbaarheid en beleefbaarheid van) erfgoed. Immaterieel erfgoed, de herbestemming van beeldbepalende en monumentale panden en de samenwerking van de culturele wereld met andere maatschappelijke sectoren krijgen landelijk gezien meer gewicht. Een verleidelijke gedachte: omdat we deze focus binnen Cultuur en Erfgoed Achterhoek al op het oog hadden!



Hoe gaan we dat doen

- We organiseren in de periode 2021-2024 vier overkoepelende projecten.
- We gaan voor deze projecten op zoek naar thema's die aansluiten bij de ontwikkelingen die actueel zijn in de Achterhoek: aansluitend bij de interesses van de bewoners en bij de ambities van de politiek.
- In die vier projecten verbinden we cultuur en erfgoed met elkaar én met partijen uit andere maatschappelijke sectoren. We houden de gemeentelijke domeinen (ruimtelijk, economisch, sociaal) aan als inspiratiebron, zodat we ons zo breed mogelijk oriënteren.
- We zetten budget in voor de eerste stap: verkenning en onderzoek om tot haalbare projectideeën te komen. Dit budget maakt het mogelijk om een begin te maken met treffende pilots en om te komen tot eerste ontwerpen en concepten, die voldoende concreet zijn om partijen mee te krijgen voor financiering van de uitvoering. Met het oog op de haalbaarheid en vanuit pure realiteitszin speuren we naar aanknopingspunten voor twee grote en twee kleinere projecten in de komende vier jaren.
- In de grotere projecten mixen we regionale inspiratie met provinciale en landelijke uitstraling. In de kleinere projecten ligt het accent op betrokkenheid van de Achterhoekers.



5.2 Themalijn Toerisme

Programmaleiding:
Achterhoek Toerisme

De rol van Achterhoek Toerisme in de nieuwe periode is tweeledig.

1. **Cultuuragenda Achterhoek** een communicatie- en promotieplatform voor derden (voorheen Cultuurzomer).
2. Coördinatie en aansturing **campagne Cultuur en Erfgoed Achterhoek** (zoals beschreven op pagina 13, Impuls 3: Regioprofilering Achterhoek)

In 2021 lopen deze twee programmalijnen nog parallel aan elkaar met de intentie om het in de toekomst te integreren.

Wat willen we bereiken met Cultuuraagenda Achterhoek?

- In de Achterhoek worden geweldige culturele evenementen en activiteiten georganiseerd, van heel groot en bekend tot kleinschalig, op unieke en bijzondere locaties vanuit de samenleving. Een activiteit op bijvoorbeeld een prachtig historisch erfgoedlocatie brengt het verhaal van het gebied tot leven en zorgt voor belangstelling en waardering voor het cultureel erfgoed. Het trekt niet alleen toeristen, maar leidt ook tot bewustwording en meer draagvlak onder bewoners voor het behoud van erfgoed.
- De Achterhoekse gebruiken en tradities zorgen voor meer sociale samenhang. Wij vinden het dan ook belangrijk dat door middel van beleving het draagvlak voor behoud van het Achterhoekse waardevolle culturele erfgoed wordt vergroot. Dit willen we bereiken door het hele jaar rond de culturele pareltjes in de Achterhoek in de etalage te zetten en de culturele component van de verschillende evenementen meer te belichten. Door de verschillende activiteiten en evenementen onder het nieuwe communicatie en promotie platform Cultuuragenda Achterhoek te laten vallen krijgt de regio meer aandacht en wordt een breder publiek bereikt.



Gezamenlijk maken we een beweging naar actie ten behoeve van een land waarin we met liefde wonen, werken en recreëren, waar gasten zich welkom voelen en graag op bezoek komen en waar ondernemers kunnen floreren. Een land dus, waar we allen profijt van hebben.

Uit: PERSPECTIEF BESTEMMING
NEDERLAND 2030, NBTC 2019

Hoe gaan we dat doen?

- Communicatie- en promotieplatform Cultuuragenda Achterhoek
- Jaarlijks worden de afzonderlijke, bestaande cultuur-toeristische evenementen samengebracht, verbonden en gepromoot. Afgelopen jaren hebben we dit in de periode van mei t/m september gedaan onder de naam Cultuurzomer Achterhoek. Echter bij elk seizoen horen verschillende tradities, streekevenementen en kleine culturele activiteiten welke de Achterhoek zo bijzonder maken. Vandaar dat we nu het hele jaar rond de culturele en kunstzinnige pareltjes en streekevenementen een podium geven. Op deze wijze is er zowel in de zomer als winter doorlopend aandacht voor de verschillende activiteiten die als onderdeel worden opgenomen in de Cultuuragenda Achterhoek. Dit doen we o.a. door een magazine, een maandelijks evenementenkalender, website, Facebook, blogs, redactionele artikelen, filmpjes, etc.
- We werken met een goedwerkende formule: ouderen blijven langer vitaal door samen met 'naoers' mooie momenten met kunst te beleven. Gevoed door professionele kunstenaars en het enthousiasme en de inbreng van de vrijwilligers krijgen ouderen nieuwe inspiratie en culturele ervaringen aangereikt.



5.3 Themalijn Educatie

Programmaleiding:

DRU Industriepark en
Erfgoedcentrum Achterhoek Liemers

Wat willen we bereiken

- Door kennis over Achterhoeks materieel en immaterieel erfgoed te delen en te organiseren in intergenerationeel contact, bevorderen we omgevingsbewustzijn en versterken we de identiteitsbeleving van de Achterhoek.

Hoe gaan we dat doen

- We willen dat mensen zich bewust worden van en kennis maken met ons materiële en immateriële erfgoed. Daardoor wordt de leefbaarheid en beleving van eigen cultuur en identiteit bevorderd. Speerpunten hierbij zijn: cultuur, gebruik en gewoonten, streektaal en (bouw)kunst in eigen streek. Het gaat om identiteitsbeleving en kennisoverdracht door middel van onder meer cursussen, schoolprojecten, muziek en film.
- Als het gaat om de beleving van de eigen cultuur en identiteit is dat per doelgroep verschillend. Onder kinderen/jongeren hebben streektaal en streekcultuur een negatief imago. Bij de oudere generatie die in deze regio geboren en getogen is, zijn beiden meer verankerd in het DNA. Voor nieuwe inwoners en bezoekers van onze streek zijn de pijlers van de Achterhoekse cultuur(historie) niet of minder bekend.

Middels verschillende projecten gaat de jongere generatie zelf aan de slag met de eigen omgeving en identiteit waarbij gebruik wordt gemaakt van taal, muziek en film. Volwassenen worden begeleid en gemotiveerd om de streektaal levend te houden en te delen met jongere generaties. Binnen de projecten wordt de verbinding gezocht tussen jong en oud en waar mogelijk tevens tussen educatie en participatie. Indien de projecten zich daarvoor lenen zal worden ingezet op interactie met en actieve bijdrage van deelnemers en/of bezoekers.

5.4 Themalijn Participatie

Programmaleiding:

Gruitpoort en Boogie Woogie / Muziek en KunstWijs

Wat willen we bereiken

- De Achterhoek vergrijst en met dit programma verzilveren we de waarde daarvan. Door intergenerationele uitdagende kunstactiviteiten te organiseren versterken we niet alleen de levenslust en positieve gezondheid van ouderen in de Achterhoek maar leveren we ook een bijdrage aan het versterken van de identiteit van de Achterhoek.
- Om de impact van kunst zo groot mogelijk te laten zijn, maken we projecten waar ouderen hun grenzen kunnen verkennen. Dat is niet alleen goed voor het behoud van de hersenfuncties maar ook voor het zelfvertrouwen en het zelfbeeld. Kunstparticipatie verschaft ouderen daarmee ook een nieuwe identiteit.
- De themalijn participatie draagt bij aan de ontschotting van de beleidsdomeinen cultuur en sociaal door cultuur in te zetten voor sociale kwesties. Daarmee levert de investering maximaal rendement in het sociaal domein.

Hoe gaan we dat doen

- We werken met een goedwerkende formule: ouderen blijven langer vitaal door samen met 'naobers' mooie momenten met kunst te beleven. Gevoed door professionele kunstenaars en het enthousiasme van de vrijwilligers krijgen ouderen nieuwe inspiratie en culturele ervaringen aangereikt.
- Er werken veel vrijwilligers mee. De meeste vrijwilligers zijn ouder dan 60 jaar. Vrijwilligers worden aangesproken op hun passie voor kunst en gecoacht door kunstenaars. De inzet van vrijwilligers creëert maatschappelijke verbinding en reuring.



- De themalijn participatie is onderdeel van het bredere programma Lang Leve Kunst & Naoberschap waar ook zorgpartners, fondsen en gemeenten vanuit het sociaal domein aan bijdragen. Daardoor is het programma flexibel en kan ingespeeld worden op vragen die in de verschillende gemeenten leven. Kosten van deze themalijn zijn door de inzet van vrijwilligers te overzien. Ook voor andere generaties is het boeiend en leerzaam om samen met ouderen aan kunst te doen.
- Het aanbod van Lang Leve Kunst en Naoberschap sluit aan op positieve gezondheid.
- We werken zo veel mogelijk in cocreatie met ouderen, vrijwilligers en partners.
- We zetten ons in voor kennisoverdracht. Zo werken we bijvoorbeeld met zorgpartners aan het opzetten van ambassadeurs op hun locaties. Als oud-kwartiermaker zijn we bij landelijke ontwikkelingen betrokken, zoals het opzetten van een landelijke website en een landelijk onderzoeksprogramma van ZonMW naar kunst en langdurige zorg.



6

Campagne & communicatie

Onder de campagne Cultuur & Erfgoed Achterhoek verstaan we een verzameling marketingacties gericht om tenminste de Achterhoek verder op de kaart te zetten, verbindingen te leggen en te versterken. Dit loopt via diverse communicatiekanalen (offline en online) waarbij we structureel aandacht vragen voor cultuur en erfgoed. Dit is Impuls 3.

6.1 Waar staan we nu?

SWOT CULTUUR EN ERFGOED ACHTERHOEK ANNO 2020

STERKTE

- Samenwerking van 9 gemeentes
- Samenwerking cultuurpartners in coalitie
- Groot specialisme op diverse fronten, denk aan Kunst, Muziek, Historisch Erfgoed, Film & Media, Ambacht en Toerisme.
- Groot bereik mogelijk met de verschillende projecten.
- De kracht van gemeente en provincie om deuren te openen bij mogelijke participanten.

ZWAKTE/ AANDACHTSPUNTEN

- Publiek staat niet centraal genoeg.
- Te weinig middelen & mankracht.
- Geen effectieve aanpak qua communicatie.
- Draait nu nog te veel om het verantwoordt van resultaten in diverse 'naar binnengerichte' documenten.
- "Overall" bewustwording om gezamenlijk naar buiten te treden kan sterker.

KANSEN

- Positief imago van dit regiopact bij provincie.
- Hang naar eigen streek, trots.
- Positieve ontwikkeling van hang naar eigen streek en tradities.
- Circa 390.000 Achterhoekers, 3 miljoen overnachtingen en 5,8 miljoen dagbezoekers.
- Krachten van verschillende projecten nog meer bundelen en aanvliegen als een totale (merk) campagne.

BEDREIGINGEN

- Inwoneraantal staat onder druk.
- Mogelijke verwarring van het publiek met reeds bestaande initiatieven.
- Druk en onbegrip van organiserende partijen van gemeenten die niet mee doen met het pact. Bijv. Zutphen, waarom geen aandacht voor mijn evenementen... > Cherry picking gemeenten.
- De afzonderlijke partners – opereren voor zichzelf/individueel.

Figuur: SWOT tabel CEPA 2020

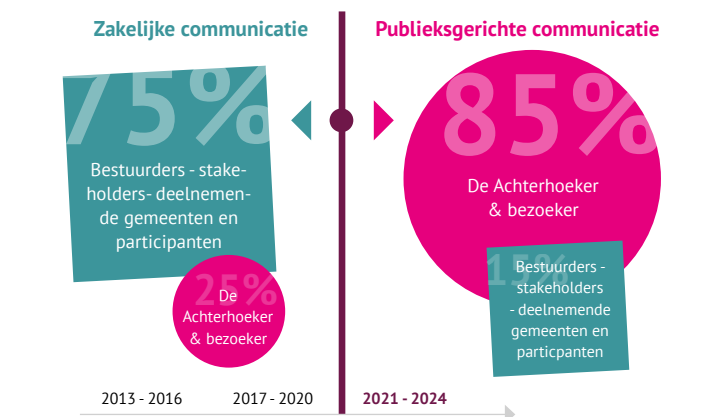
6.2 Doelstelling

De ambitie van deze periode – en de campagne-aanpak – luidt:

Versterking van de Achterhoekse identiteit door trotse communicatie over haar cultuur en erfgoed.

6.3 Doelgroepen

Tijdens de voorgaande twee pecten is er veelvuldig gecommuniceerd, vooral richting beleidsmakers, overheid. In het nieuwe pact is het tijd om naar buiten te treden – de Achterhoeker tegemoet. Dat betekent een fundamentele verschuiving van zakelijke naar publieksgerichte communicatie.



Figuur: Verschuiving communicatie doelstelling

Het merk Achterhoek moet als cultureel merk op de kaart komen te staan bij gemeenten, de inwoners, vrijwilligers van projecten, scholen, sponsors en alle andere mogelijke betrokkenen. De zakelijke communicatie wordt daarbij niet vergeten, maar bestuurders zullen via deze publiekscommunicatie alles wat er binnen de regio gebeurt veel zichtbaarder meekrijgen.

6.4 Campagnestrategie

- Alles is er op gericht om de Achterhoek op de kaart te zetten middels cultuur en erfgoed.
- We richten daartoe een campagne in onder de naam Cultuur en Erfgoed Achterhoek (werktitel)
- Via deze campagne, dat diverse communicatiekanalen kent, zowel online als offline, genereren we aandacht voor zo veel mogelijk cultuur- en erfgoed activiteiten in de Achterhoek.
- In eerste instantie (2021) richten we ons vooral op de projecten die binnen het pact ontwikkeld worden.
- Vanaf 2022 gaan we de campagne verder uitrollen voor projecten en events van buiten het pact. Deze moeten wel een toegevoegde waarde hebben op het gebied van Achterhoekse cultuur. Hier worden t.z.t. nog kaders voor vastgesteld.

- Voor die externe projecten en events bouwen we het al jaren bestaande platform Cultuurzomer Achterhoek uit naar Cultuuragenda Achterhoek voor berichtgeving het hele jaar rond.
- Vanaf 2022 wordt gekeken naar de mogelijkheden om Cultuurzomer Achterhoek verder te integreren als onderdeel van het platform Cultuur en Erfgoed Achterhoek.

6.5 Richtlijnen voor de campagne

Met een goede promotiecampagne wordt de Achterhoekse identiteit versterkt. Een campagne (print en online) die zorgt dat de Achterhoeker trots op zijn streek is. Dat vereist een proactieve rol vanuit *Cultuur en Erfgoed Achterhoek*.

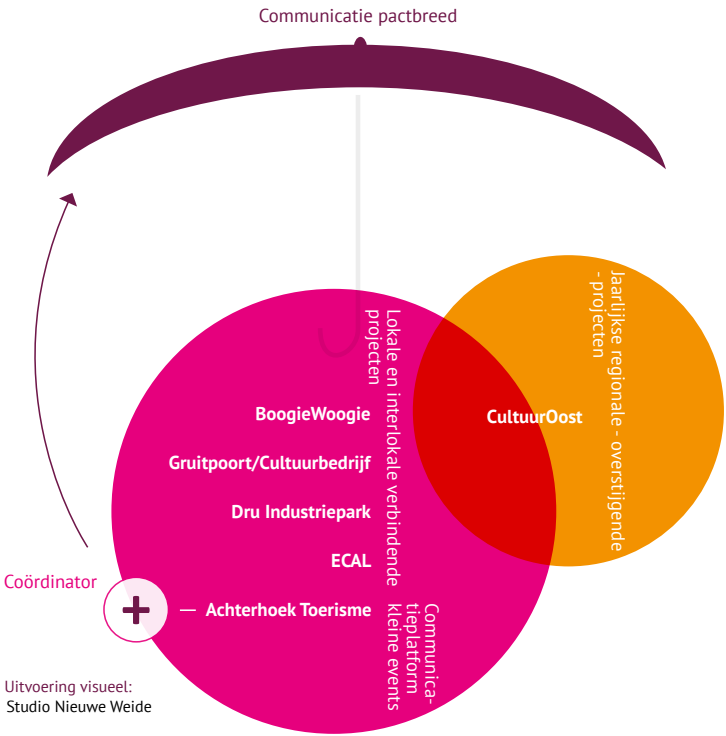
Hiervoor gelden de volgende richtlijnen:

- Coalitiepartner communicatie als basis: Projecten blijven uitgevoerd én primair gecommuniceerd door de cultuurpartners zelf, maar op alle communicatie uitingen is duidelijk te zien dat CEA de afzender is.
- Beeldmerk en huisstijl: Projecten worden gezamenlijk gepromoot middels één overkoepelende campagne, met één duidelijke website, één duidelijke 'look & feel'.
- Corporate communicatie: De zichtbaarheid van de partners (Rabobank, gemeenten en provincie) uit zich vooral in de communicatie van het pact als geheel. Niet bij elk individueel project.
- Voor de events van derden kan het platform ook ruimte bieden. Hier worden aparte richtlijnen voor geformuleerd met als uitgangspunt een duidelijk toegevoegde waarde op het gebied van Achterhoekse cultuur.

6.6 Wat hebben we nodig?

Wat hebben we nodig om onze doelen te bereiken en de Achterhoek met cultuur en erfgoed op de kaart zetten?

1. Zichtbaarheid: Er zal een nieuwe naam moeten duidelijk maken dat het om 'cultuur' en 'erfgoed' gaat in de Achterhoek. Het woord pact wordt niet meer in de communicatie uitingen gebruikt. Deze naam vraagt om een sterk visueel karakter; beeldmerk.



Figuur: Organisatie organogram 2021-2024

2. Een stevige campagneprojectleiding met middelen en manuren vanuit de coalitie zelf. Een stevige kartrekker voor structurele informatie vergaring en verspreiding, die zorgdraagt voor een consistente communicatie, coördinatie en verbinding.

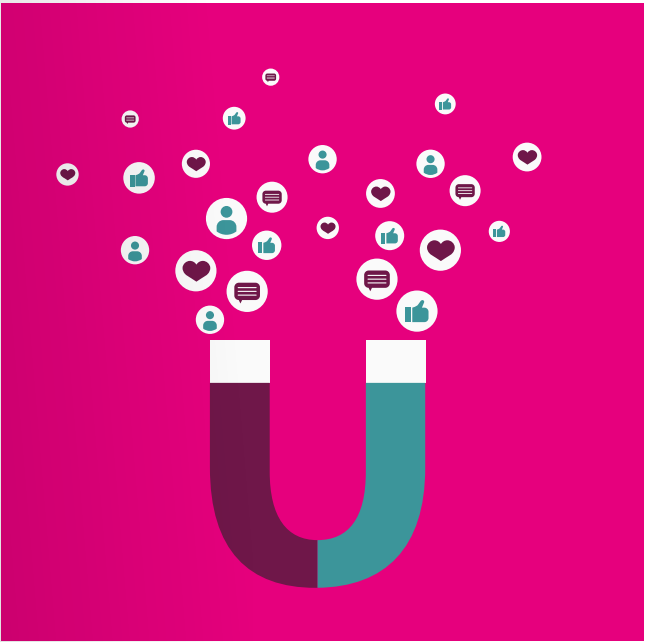
3. Intensief contact met de communicatieafdelingen van de gemeenten. In co-creatie met de gemeenten zelf kan de coalitie beter inspelen op wat er in gemeenten speelt en de gemeenten mede-eigenaarschap ervaren. Vervolgens kunnen gemeenten en medefinanciers deze inzetten voor het communiceren over de projecten in hun netwerk.

4. Stevig/kwalitatief netwerk in de media voor structurele communicatie uitingen en constante toevoer van content in woord en beeld.

De partner binnen de coalitie dit hier het best uitvoering aan kan geven is Achterhoek Toerisme. Zij neemt dus de projectleiding van de campagne en het platform op zich. Zij blijft daarbij gebruik maken - voor de ontwerp en vormgeving - van Studio Nieuwe Weide dat al sinds 2010 de communicatie voor het pact verzorgt.

6.7 Wat levert deze aanpak op?

- Structurele aandacht voor kleine en grote projecten die binnen *Cultuur en Erfgoed Achterhoek* ontwikkeld worden.
- Met deze aanpak wordt meer dan tot nu toe gebruik gemaakt van de bestaande communicatie-infrastructuur zoals Achterhoek Toerisme die heeft.
- Door de diverse communicatiekanalen meer doelgroep-gestuurd in te zetten kunnen de coalitiepartners daar direct gebruik van maken.
- Door de campagne benadering en de activiteiten van de verschillende projecten om te zetten in kant-en-klare berichtgeving is het voor de gemeente eenvoudiger om zich te profileren en het enthousiasme te delen met de achterban.
- Door daarnaast het bestaande platform Cultuurzomer Achterhoek eerst uit te bouwen en later te integreren, kunnen meer kleine lokale parels en initiatieven in een opstartfase een podium krijgen. Dit heeft zeker een meerwaarde wanneer het hen ontbreekt aan mensen en middelen.
- Op den duur zal het pact (nieuwe naam nog te bepalen) steeds interessanter en bekender worden voor grote en kleine initiatieven. Door de campagne aanpak zullen steeds meer kunstenaars, participanten en events graag willen aanhaken. Hiervoor worden t.z.t. heldere richtlijnen/kwaliteitskaders voor opgesteld.



6.8 Campagnekosten

Om de Achterhoek echt op de kaart te zetten reserveren we een aanzienlijk hoger budget voor de communicatie dan voorheen. Dit wordt mede mogelijk gemaakt doordat de Rabobank nu medefinancier is maar ook wordt voor deze campagne een hoger bedrag aan de provincie Gelderland gevraagd. Om de campagne als een soort paraplu boven de vele mooie projecten van het pact te kunnen presenteren en delen verwachten we op jaarbasis € 50.000 budget nodig te hebben.

Visualisatie/ ontwerp	€ 3.000
Online	€ 20.000
Offline	€ 10.000
Bestuurlijke communicatie	€ 10.000
Coördinatie	€ 7.000
Totaal raming	€ 50.000

Toelichting op begroting met enkel voorbeelden van uitgave/investering:

- **Visualisatie;** o.a. vormgeving, huisstijl en beeldmerk
- **Offline;** inkoop van maandelijkse berichtgeving in Achterhoekse h.a.h. krant.
- **Online;** content planning, ondersteuning op de socials, website, persberichten.
- **Coördinatie** actief ophalen beeld en tekst, spin in het web/warme contacten. Uitgangspunt één dag in de week manuren.
- **Vlog/filmverslag** van verschillende projecten.

Een definitieve begroting wordt gemaakt wanneer de campagne verder is uitgewerkt in een promotieplan waarbij verdere doelgroepen, doelstellingen, middelen en uitvoerders beschreven zijn.

De financiën

BEGROTING CULTUUR EN ERFGOED ACHTERHOEK 2021-2024						
BATEN	Totaal voor 4 jaar	2021	2022	2023	2024	
Gemeenten						
Aantal deelnemende gemeenten Achterhoek	9	9	9	9	9	
Bijdrage per gemeente	€ 60.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	
Totaal subsidie gemeenten	€ 540.000	€ 135.000	€ 135.000	€ 135.000	€ 135.000	
Maatschappelijke partner(s)						
Bijdrage Rabobank (Graafschap en Noord Oost Achterhoek)	€ 60.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000	*
Totaal inleg vanuit de Achterhoek	€ 600.000	€ 150.000	€ 150.000	€ 150.000	€ 150.000	
Provincie Gelderland						
Co-financiering gemeentelijke en partnerbijdragen	€ 600.000	€ 150.000	€ 150.000	€ 150.000	€ 150.000	
Regioprofiel Achterhoek	€ 200.000	€ 50.000	€ 50.000	€ 50.000	€ 50.000	
Totaal beschikbaar	€ 1.400.000	€ 350.000	€ 350.000	€ 350.000	€ 350.000	
LASTEN						
Inhoudelijke programma's						
Jaarlijks gemeenteoverstijgend kunstproject (Cultuur Oost)	€ 240.000	€ 60.000	€ 60.000	€ 60.000	€ 60.000	
Themalijn Toerisme (Achterhoek Toerisme)	€ 152.000	€ 38.000	€ 38.000	€ 38.000	€ 38.000	
Themalijn Educatie	€ 324.000	€ 81.000	€ 81.000	€ 81.000	€ 81.000	
-> Declaratie DRU Cultuurfabriek (50/50)	€ 162.000	€ 40.500	€ 40.500	€ 40.500	€ 40.500	
-> Declaratie Erfgoed Centrum Achterhoek Liemers (50/50)	€ 162.000	€ 40.500	€ 40.500	€ 40.500	€ 40.500	
Themalijn Participatie	€ 324.000	€ 81.000	€ 81.000	€ 81.000	€ 81.000	
-> Declaratie BoogieWoogie ism Muziek&Kunstwijs (tbv 4 gemeenten Oost Achterhoek)	€ 144.000	€ 36.000	€ 36.000	€ 36.000	€ 36.000	
-> Declaratie Gruitpoort (tbv 5 gemeenten West Achterhoek)	€ 180.000	€ 45.000	€ 45.000	€ 45.000	€ 45.000	
Totaal Inhoudelijke programma's	€ 1.040.000	€ 260.000	€ 260.000	€ 260.000	€ 260.000	
Campagne en communicatie						
-> bestuurlijke communicatie (nieuwsbrieven etc)	€ 40.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	
-> publiekscampagne	€ 160.000	€ 40.000	€ 40.000	€ 40.000	€ 40.000	
Organisatie						
-> Locatie- en activiteitenkosten bestuurlijke events	€ 40.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000	
-> Penvoering en projectleiding	€ 120.000	€ 30.000	€ 30.000	€ 30.000	€ 30.000	
Totaal Organisatie	€ 160.000	€ 40.000	€ 40.000	€ 40.000	€ 40.000	
TOTAAL LASTEN Cultuur en Erfgoed Achterhoek 2021-2024	€ 1.400.000	€ 350.000	€ 350.000	€ 350.000	€ 350.000	

* De Rabobank legt haar bijdrage jaar vast voor 2021 en 2022. Voor 2023 en 2024 sluiten we een intentieovereenkomst.



Ook in *Perspectief Bestemming Nederland 2030*, de visie van het NBTC op de toekomst van het toerisme in Nederland, zien we dat er vanwege de grote behoefte aan spreiding van bezoekers (en niet alleen in de grote steden, of zelfs alleen in Amsterdam) volop kansen liggen om de Achterhoek goed op de kaart te zetten.

Omdat zowel rijk als provincie en tevens alle betrokken gemeenten de meerwaarde van die gezamenlijkheid zien, is het Cultuur en Erfgoed Achterhoek zo succesvol. Het is een eenvoudig en transparant georganiseerd samenwerkingsverband van instellingen en gemeenten die de culturele verbinding binnen de Achterhoek laat zien. Ambities en (nieuwe) partnerschappen voor de komende beleidsperiode zorgen ervoor dat we daar nog eens een flinke schep bovenop doen. Zodat niet alleen onze inwoners trots zijn op de Achterhoek maar ook mensen buiten de Achterhoek de aantrekkelijke veelzijdigheid van onze regio gaan herkennen. Zodat het voor werkgevers makkelijker wordt om hun personeel enerzijds hier vandaan te halen en anderzijds personeel elders in het land te werven.

Kortom, dat de artistieke waarde van kunst en vormgeving cruciaal kan zijn voor de toekomst van onze samenleving en identiteit, vormt ook in het nieuwe programma 2021-2024 een belangrijk uitgangspunt.



2021
2024

CULTUUR
& ERFGOED
ACHTERHOEK