



# het plan!

2009 - 2012

januari 2008

# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b>	<b>3</b>
<b>Opinie</b>	<b>4</b>
<b>1. Inleiding</b>	<b>7</b>
<b>2. Terugblik Pilotjaar 2007</b>	<b>10</b>
<b>3. Beleidsplan</b>	<b>13</b>
<b>3.1 Missie</b>	<b>13</b>
<b>3.2 Doelen</b>	<b>13</b>
<b>3.3 Functies</b>	<b>13</b>
<b>3.4 Programmalijnen</b>	<b>13</b>
<b>3.5 Ambities 2009-2012</b>	<b>14</b>
<b>3.6 Ambities na 2012</b>	<b>17</b>
<b>4. Activiteitenplan met groeiende impact</b>	<b>18</b>
<b>4.1 Fase 1: Bestendiging</b>	<b>18</b>
Artistieke impact	18
Concrete activiteiten	19
Partnerschap	20
Realisatie ambities	21
Budget	22
<b>4.2 Fase 2: Diepgaande impact</b>	<b>23</b>
Artistieke impact	23
Concrete activiteiten	24
Partnerschap	26
Realisatie ambities	26
Budget	27
<b>Bijlagen</b>	<b>28</b>
Programmalijnen G4 partners	28
Onderdelen uit beleidsplannen stedelijke partners	29
Definities	32
Organisatie	33
Stedelijk partnerschap	33
Personeelsteam	34
Bestuur	36
Communicatie	37
Financiën	41

# Samenvatting

## Opinie

Kosmopolis begint het beleidsplan met een opiniestuk, omdat actuele maatschappelijke condities bestaansgrond vormen voor Kosmopolis.

## Terugblik op pilotjaar 2007

Kosmopolis zet de leerervaringen uit de pilotfase 2007-2008 in bij het vervolg in de periode 2009-2012. Het meest prominente inzicht is dat de behoefte aan een organisatie als Kosmopolis hoog blijkt te zijn en dat het noodzakelijk is in de veelheid aan noden en verwachtingen een heldere koers te varen door selectief te zijn in het maken van keuzes, op basis van missie en doelstellingen.

## Missie

De missie van Kosmopolis is mensen dichterbij elkaar te brengen in deze gepolariseerde samenleving en hiervoor de kracht van kunst en cultuur in te zetten.

## Doelen

Kosmopolis

- maakt mensen nieuwsgierig naar elkaar;
- realiseert interstedelijke en internationale samenwerking op het terrein van kunst en media
- brengt onbelichte aspecten van culturen voor het voetlicht;
- importeert en deelt kennis over interculturaliteit, transculturalisme, en de geglobaliseerde werldsamenleving;
- introduceert nieuwe perspectieven op eenzijdige beeldvorming.

## Functies en programmalijnen

De tijdens de pilot opgestelde functies programmalijnen worden in de periode 2009-2012 voortgezet, omdat deze functies en lijnen geschikt zijn gebleken voor uitvoering van de missie en voldoende ruimte bieden voor vernieuwing en actualiteit. De functies zijn facilitering, kennisdeling en programmering. De programmalijnen zijn

- Culturele verrijking
- Mediawijsheid en beeldvorming
- Schurende kwesties

## Ambities

Kosmopolis stelt zichzelf de volgende ambities voor de jaren 2009 tot en met 2012:

- Bestendiging (nationaal en internationaal)
- Excelleren in culturele dialoog
- Gebruik van artistieke excellentie
- Verbinding met andere sectoren
- Uitbreiding stedelijk partnerschap

## Activiteitenplan met groeiende impact

Kosmopolis hanteert voor de jaren 2009-2012 een tweefasenmodel.

In **Fase 1** (2009-2010) zet Kosmopolis haar rol als voortrekker voort, terwijl het zorg draagt voor bestendiging van in- en output. Het stedelijk partnerschap wordt in deze fase met drie steden uitgebreid, tot een 7-tal steden. De impact van Kosmopolis wordt verhoogd door resultaten uit de pilotfase te benutten voor duurzaam vervolg en door gericht nieuwe activiteiten toe te voegen.

In **Fase 2** (2011-2012) zet Kosmopolis de rol als voortrekker voort en verankert de rol als serieus programmeur en producent. Kosmopolis maakt verschil, maatschappelijk en cultureel.

Kosmopolis verleidt daarmee de artistieke sector tot andere werkwijzen en zet deze nieuwe methoden en producten in om brede publieksgroepen te bereiken met andere beelden, vormen, geluiden en inhoud. Het stedelijk partnerschap wordt in deze fase uitgebreid met maximaal 7 nieuwe steden. Hiermee komt het totaal aantal steden op 14.

Per fase zet Kosmopolis aan de hand van de programmalijnen concreet uiteen hoe de ambities en de doelstellingen gerealiseerd worden in de periode 2009-2012.

# Opinie

We praten niet met elkaar. Althans, niet echt. Er zijn alleen verwijten, we spreken langs elkaar heen en soms zetten we het op een schreeuwen. We kwetsen elkaar, we begrijpen niets van elkaars reacties en we vullen blinde vlekken met makkelijke vooroordelen. Na zoveel jaren met elkaar geleefd te hebben, kennen we elkaar nog steeds niet. En we willen elkaar ook niet kennen. Niet meer.

Je kan zeggen: ga toch scheiden. Helaas, dat gaat niet, want dit is geen huwelijk. Dit gaat over onze samenleving, niets meer en niets minder. Hoezeer de schreeuwers ook roepen dat we niet samen verder kunnen, dat we uit elkaar moeten – het kan domweg niet. Gelukkig overdrijft men vaak, anders moest ik terug naar Marokko, terwijl jij hier blijft in je eigen land. Alles of niets, scheiden of een gedaanteverwisseling ondergaan – het kan niet, geen van beiden. En dat hoeft ook niet. Of we het willen of niet: wij zijn voor altijd samen.

Leren samenleven, dát is de kunst, zeker nu een krampachtige vijandigheid de wereld in zijn greep heeft. Gelukkig kunnen uit vijandigheid en polarisatie ook goede dingen ontstaan, zoals Kosmopolis, de nieuwe stichting die de kracht van kunst, cultuur en media inzet om mensen bij elkaar te brengen. Mensen zoals u en ik, maar ook mensen die geen kranten lezen.

Onder de werktitel 'Huis voor de Culturele Dialoog' werden plannen gesmeed om de kracht van kunst en cultuur te benutten om tegenwicht te bieden aan de polarisatie. Maar 'huis' suggereert veiligheid en geborgenheid die het gesprek tussen culturen vaak juist niet biedt. En de term '(inter) culturele dialoog': wat is dat eigenlijk? Het zijn geen culturen die met elkaar spreken, het zijn mensen. En de term interculturele dialoog wordt al snel ingevuld met een beeld van een allochtoon en een autochtoon – ach, de *usual suspects* – die met elkaar in gesprek gaan over de bekende problemen.

Het werd Kosmopolis. Velen denken bij de term Kosmopolis aan een iets te duur fusionrestaurant in een of andere metropool of komen niet verder dan de sexy glossy *Cosmopolitan*. Kosmopolitisme wordt hoe dan ook al snel gekwalificeerd als elitair. Niet voor het gewone volk, meer iets voor de egocentrische rijken die stad en land afreizen en in luxe hotels overnachten - zij die de wereld hebben. Maar zo is het niet. Het kosmopolitisch gehalte van de achterstandsbuurt was de afgelopen jaren aanzienlijk hoger dan dat van de grachtengordel. Inwoners van achterstandswijken hebben zich nooit kunnen opsluiten in hun ivoren toren, maar doen dagelijks ervaringen met anderen op. Die contacten zijn niet altijd plezierig. Maar het zijn leerzame ervaringen, je leert dat niet iedereen hetzelfde kan of wil zijn en dat we toch veel op elkaar lijken.

Dit vermogen tot inleving – de kern van het kosmopolitisme – was de afgelopen jaren vaak ver te zoeken bij onze vaderlandse intellectuelen. Het was alsof ze plotseling beseften dat al die moslims voor wie ze decennialang waren opgekomen, heimelijk een vijfde collone vormden.

Het oude kosmopolitisme, dat een elitaire uitstraling had en waarin liefde voor culturele diversiteit vooral als een verbinding met een exotisch Verweggistan verbeeld werd, is niet van deze tijd.

Hedendaags kosmopolitisme vereist jezelf in de ander te kunnen herkennen, niet tijdens een safari in Afrika, maar hier, in eigen land. We moeten de verbindingen in de wereld niet ontkennen, maar aangrijpen.

Dat is waar Kosmopolis zich voor inzet. Wij werken aan verbindingen met elkaar en met landen waarmee we zoveel te maken hebben dat het ongebruikelijk is dat we elkaar als vreemden tegemoet treden.

Kosmopolis werkt aan deze missie met een eigen multidisciplinair programma, maar ook met programma's van derden, waardoor het bereik wordt vergroot. Dat laatste vergt een aanzienlijke logistieke en inhoudelijke inbreng. Wij werken vooralsnog in de vier grote steden Rotterdam, Amsterdam, Den Haag en Utrecht. Vooralsnog, want Kosmopolis houdt sinds het ontstaan vast aan de gedachte dat kleine en middelgrote steden misschien wel meer behoefte hebben aan een initiatief als Kosmopolis. Daar is immers niet zo'n uitgebreide culturele infrastructuur als in de Randstad. Bovendien hebben de bewoners minder mogelijkheden tot intercultureel contact, terwijl ze de afgelopen jaren steeds weer geconfronteerd worden met angstaanjagende berichten over 'culturele diversiteit'.

Omdat Nederland midden in de wereld staat en zijn ogen niet sluit voor de groei van transculturele verbindingen en globalisering, werkt Kosmopolis – gefinancierd door de ministeries van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en Buitenlandse Zaken – ook hard aan duurzame banden met geestverwanten in andere landen. Dat doet Kosmopolis vooral in de herkomstlanden van de vier grootste migrantengroepen Suriname, de Antillen, Marokko en Turkije. Maar ook in het Midden-Oosten, omdat onze banden met dit omstreden gebied vooral getekend worden door olie, en geld en geweld.

Over het publieke debat in Nederland liet Kosmopolis een korte compilatiefilm maken. Het werd een schokkende aaneenschakeling van monologen. Van een dialoog was geen sprake. Niets nieuws voor

wie de afgelopen jaren televisie heeft gekeken, maar aaneengevlochten geven de soundbites een pijnlijk inzicht in de recente geschiedenis van ons publieke debat.

We praten veel over onze slechte relatie, maar van een goed gesprek is nauwelijks sprake. Het publieke debat bedient zich van haar eigen werkelijkheid en grossiert in *flat characters* van mopperende witte achterblijvers, verongelijkt Mokro-tuig, Antilliaanse bolletjesslikkers en voorspelbare moslima's. Als er een zogenoemde allochtoon aan tafel zit moet hij negen van de tien keer vragen beantwoorden over andere allochtonen. Interculturele ontmoetingen in de echte wereld zijn aanzienlijk veelzeggender en complexer. Daar heb je heb je dan ook niets aan een woord als allochtoon, dat akelige eufemisme voor vreemdeling.

Vreemde ogen dwingen. Zoals die Marokkaanse jongedame die voor het eerst Europa bezocht en in Nederland boodschappen ging doen bij de Albert Heijn op de Amsterdamse Overtoom. Na een minuut in de supermarkt vroeg ze: 'is dit een islamitische winkel?' Nee, was het antwoord, maar eigenlijk had ze een beetje gelijk: het merendeel van de caissières en vakkenvullers had een islamitische achtergrond.

Elke samenleving heeft behoefte aan binding, aan een wij-gevoel, anders valt die als los zand uit elkaar. Albert Heijn heeft dat begrepen en geeft daar in zijn reclamecampagnes gevolg aan. Juist in onze gepolariseerde samenleving zijn cultureel diverse netwerken, of dat nu op school, werk of in verenigingsverband is, van vitaal belang. Kosmopolis is zo'n netwerk, met kunst als bindende factor. Want kunst kan scheiden, maar kunst kan ook binden. Kunst kan zichzelf midden in de samenleving plaatsen en kunst kan zich afzonderen. Kunst kan alles en kunst mag alles, ook van Kosmopolis. Maar Kosmopolis heeft een duidelijke voorkeur voor kunst die bij elkaar brengt, kunst die andere inzichten biedt, kunst die van *flat characters* echte mensen maakt, kunst die raakt, kunst die onbekende of vergeten verhalen aan het licht brengt, kunst die vooroordelen onderzoekt, en kunst die kritisch is. Ook provocerende kunst kan bindende kwaliteiten hebben, mits integer en esthetisch.. Aan provocatie om de provocatie heeft Kosmopolis geen behoefte.

Op de biennales van Venetië en Istanbul en de Documenta in Kassel was overduidelijk dat de beeldende kunst momenteel midden in de wereld staat. De kunstwerken toonden een gruwelijke wereld en ademden de wens uit tot verandering. Ook in andere kunstdisciplines laten makers zien dat er behoefte is aan diepere wederzijdse betrokkenheid in de samenleving.

Kosmopolis geeft hen geen ongelijk: kunst kan de wereld veranderen, in positieve en in negatieve zin. Kosmopolis gelooft dat kunst die op onze wereld reflecteert een contemplatieve vrijhaven creëert waarin verrassende invalshoeken en oplossingen gevonden kunnen worden voor de problemen in onze samenleving. Daarom zet Kosmopolis zich in voor duurzame verbindingen tussen de kunsten en andere sectoren in de samenleving.

Het probleem is dat we de wereld waar we steeds meer verbindingen mee hebben, niet lijken te vatten. Het is daarom niet vreemd dat grote filosofen van dit moment het kosmopolitisme – in de meest bondige definitie van een oefening in inlevingsvermogen- als onze redding zien. Een kosmopoliet kan begrijpen zonder zijn eigen overtuigingen te verloochenen. Een kosmopoliet weet dat de wereld net een lichaam is: het fladderen van een vlinder in China veroorzaakt een orkaan in California, zegt het cliché dat steeds meer waar wordt.

Het vermogen om te in te leven in de ander is noodzakelijk om met elkaar te kunnen samenleven. Kunst kan daarbij helpen, want kunst verleidt ons te kijken, laat ons gezamenlijk genieten, zet ons aan het denken, stelt vragen, en roept herkenning op. De kans is groot dat u al een kosmopolitisch leven leidt, omdat u regelmatig van kunst geniet die invloeden van over de hele wereld in zich draagt. Ook het gesprek dat culturen overschrijdt kan van grote schoonheid zijn, want idealiter begint het met iets dat lijkt op het moment dat je gegrepen wordt door een boek, film of kunstwerk uit een andere beschaving.

Wat lijken wij daar in Nederland soms ver van verwijderd. Het interculturele gesprek gaat vooral over problemen. Niet alleen hier is de behoefte aan een kwalitatieve dialoog evident. Ook in Europa, 2008 is zelfs het Europese Jaar voor de Interculturele Dialoog. In alle EU-staten wordt het gesprek over culturele diversiteit op een andere manier gevoerd; zo wordt in Spanje algemeen geaccepteerd dat migranten een grote bijdrage leveren aan de groeiende economie, terwijl in Nederland vooral de risico's van migratie centraal staan. Die verschillen vereisen in elk land een aanpak op maat. In Nederland, waar Kosmopolis het themajaar in samenwerking met de Stichting Internationale Culturele Activiteiten (SICA) coördineert, kiezen we voor een confronterende dialoog waarin gerust harde woorden mogen vallen. Het gesprek zal niet zalvend zijn. We hoeven het ook niet eens te worden, als het maar eerlijk en integer is.

Als het aan Kosmopolis ligt moet het in elk geval anders dan wat meestal onder 'interculturele communicatie' wordt verstaan. Dit vak, dat al decennia in Nederland wordt gedoceerd, bestaat nog al te vaak uit het uit het hoofd leren van rijtjes kenmerken van etnische groepen. Een adolescente

Turkse jongen mag je niet terechtwijzen in de klas, maar moet je apart terzijde nemen omdat hij de vernedering wel eens gewelddadig zou willen rechtzetten, 'vanwege zijn cultuur, weet je wel'.

Een onzinnige bewering, waar je in Turkije om zou worden uitgelachen. Maar in Nederland, waar we graag houvast zoeken in stereotypen, wordt het geaccepteerd als de waarheid. Terwijl we het er toch allemaal over eens zijn dat niemand zich mag verschuilen achter zijn cultuur.

Zoals we steeds minder van de wereld begrijpen, zo is ook cultuur een onbegrepen grootheid. Cultuur is dynamisch, om een cultuur goed te leren kennen moet je zijn mensen spreken en zijn kunsten proeven, met een open blik. Interculturele communicatie zou moeten zijn: niet denken dat je het al weet, maar vragen stellen. Niet in hokjes denken, maar ruimte laten voor het individu en bereid zijn gelijkenissen te ontdekken in de ander.

Het is eenvoudig een zwart schaap te identificeren en het gesprek daarmee onmogelijk te maken. Het zal niet gemakkelijk zijn ons op ons behaaglijk te voelen in een samenleving met zoveel diversiteit. Het gaat niet van de ene dag op de andere. Maar denken dat het om een slecht huwelijk gaat, en dat scheiding een goede optie is, dat zou een dramatische misvatting zijn. We zullen het met elkaar moeten doen, want wij blijven voor altijd samen. En dat hoeft niet onheilspellend te klinken.

# 1. Inleiding beleidsplan

Tijdens internationale bijeenkomsten van de kunstensector, bijvoorbeeld van de netwerken European Forum of the Arts and Heritage (EFAH) en Informal European Theatre Meeting (IETM), maar ook in interviews met kunstenaars en in beleidsplannen van kunstorganisaties en overheden, klinkt de biecht steeds luider: we moeten als kunstensector toegeven dat onze geloken artistieke benadering weinig effect heeft op de samenleving. We moeten ons zelf opnieuw uitvinden en nieuwe benaderingen kiezen.

Kunst verdraagt het niet langer in de zijlijn te blijven staan. En onze samenleving kan wel wat steun uit artistieke hoek gebruiken. Kosmopolis juicht deze ontwikkeling toe en biedt aanknopingspunten om kunst direct relevantie te bieden. Kunst heeft dat niet nodig, onze samenleving wél.

Dit levert geen gouden oplossingen op. Kosmopolis verandert de wereld niet. En toch proberen we het, door nieuwe wegen in te slaan en te kiezen voor frisse benaderingen. Daardoor plaatsen we kunst opnieuw in onze democratie. Zoals theater in de Griekse beschaving een democratisch proces was, zoals rederijkers in de Gouden Eeuw een voortdurende commentaarfunctie vervulden, en zoals televisie en radio dat in de beginjaren van hun bestaan waren, zo probeert Kosmopolis kunst middenin de samenleving te brengen.

Om dit doel te bereiken zetten we uiteenlopende kunstvormen en media in. Digitalisering en medialisering hebben een maatschappelijk proces op gang gebracht dat diep ingrijpt in de manier waarop mensen zich tot elkaar verhouden. Cultuurconsumenten worden steeds vaker cultuurproducenten, zoals de Raad in zijn advies Mediawijsheid (2005) al benadrukte. Ook de vervlechting van politiek, economie en kunst en cultuur neemt toe.

Kosmopolis heeft sinds haar oprichting oog voor deze veranderingen en geeft daaraan duidelijke gevolgen in haar programmering, getuige projecten als Wijn! waarin jongeren ambachtelijke training krijgen en diverse media gebruiken om in vrijheid de wereld te verbeelden, Beautiful Cultures waarin ambachtslieden samenwerken met studenten van kunstacademies en zij uiteindelijk samen met een T-shirtfabrikant een hip kledingstuk vervaardigen dat onbekende culturele symbolen in het straatbeeld brengt, of Kosmopolis goes Global waarin jonge filmmakers en kunstenaars binnen universele thema's interculturele intimiteiten verbeelden.

Wij stimuleren burgers te werken aan hun (inter-) cultureel curriculum vitae door deelname aan artistieke en culturele producties als publiek en als actor. We bieden ondersteuning bij het vormgeven van cultureel burgerschap door aan interculturele competenties te werken, en via zijwegen en hoofdwegen toegang te geven tot het culturele landschap. We doorbreken muren in plaats van ze op te bouwen. We gaan creatief om met complexe en soms venijnige maatschappelijke vraagstukken. We delen kennis, inzicht en ervaringen die we met partners opbouwen. En we maken scherpe artistieke en logistieke keuzes, want zwakke of geïsoleerde creaties leiden niet tot stevig resultaat.

En laat dat resultaat nou juist het probleem zijn. Volgens sommigen althans. Kunst gebruiken is *not done*. Met deze onverbiddelijke houding is Kosmopolis sinds haar ontstaan regelmatig geconfronteerd. L'art pour l'art is soms het enige devies. Maar wat betekent dat eigenlijk, l'art pour l'art?

Volgens onze definitie kan kunst binden of splijten, wat het ook doet, je mag het nooit opleggen. Kunstenaars kunnen niet gevangen worden in de ratio. Kunst is autonoom. Een kunstenaar hoeft zich niet te bekommeren om kijkcijfers. En natuurlijk mag kunst niet misbruikt worden door zijn kracht te verzwakken ter meerdere glorie van de opdrachtgever. Allemaal waar en Kosmopolis verdedigt deze vrijheid met overtuiging.

En toch blijven we soms met vraagtekens zitten, want in de discussie over het inzetten van de kunsten als instrument voor maatschappelijke verbetering klinkt een pijnlijke discrepantie door. Terwijl in sommige regionen van de kunsten regelmatig wordt geklaagd over de inzet van kunsten om de maatschappij te versterken, kunnen bedrijven die hun kantoren van statusverhogende kunst voorzien juist op aansparingen rekenen. Waarom is dat eigenlijk?

Kosmopolis houdt graag spiegels voor, en dat is hard nodig. De samenleving staat onder druk en wordt gekenmerkt door een groeiende onzekerheid, ontevredenheid en een gebrek aan begrip en respect. Velen sluiten zich op in hun eigen gelijk en verwelkomen de blikvernauwung. In het kielzog van deze ontwikkelingen dreigt de Nederlandse identiteit een dwangbuis te worden. Het WRR-rapport Identificatie met Nederland, dat pleit voor een inclusieve benadering, en waarin het scheppen van ruimte voor identificatie centraal staat, beleefde Kosmopolis dan ook als een bevestiging van de eigen gedachtegang. .

Net als de Nederlandse identiteit verdient ook de Nederlandse canon het leven. Daarom werken wij met onze partners aan het invullen van lacunes in ons historisch besef, in de overtuiging dat historisch besef het besef is dat de geschiedenis als een ander land is. Juist in de kunsten wordt gespeeld met identiteiten. Het is een spannende ruimte waarin emotie welig kan kieren, een ruimte die identificatie met anderen mogelijk maakt. Die ruimte is niet geïsoleerd, er staan geen hekken omheen, iedereen mag erbij. 'Kunstenaars delen', zoals Adriaan van der Staay het treffend verwoordde, '*for better or for worse*, met niet-kunstenaars een onttoverde wereld waarin weinig meer vast staat. Zij delen deze onzekere tijd en hun kracht is deze tijd mee te delen aan anderen.'

In februari 2008 zingt de Nederlandse Opera die Entführung aus dem Serail, een singspiel van Mozart dat verhaalt over de Spaanse edelman Belmonte die zijn verloofde Konstanze wil bevrijden uit de harem van Bassa Selim. Het lijkt geen twijfel dat Mozart in zijn tijd een soort moreel appèl heeft willen doen. Dat Bassa Selim, een vertegenwoordiger van een heel andere cultuur, die door velen als primitief en barbaars werd beschouwd, zich in moreel opzicht superieur betoont, kan worden opgevat als een oproep tot meer menselijkheid.

Mozart deed zijn mond open, in 1782. En toch gaat dit kunstwerk ook een beetje over ons. Over verraderlijke vijandbeelden en over hoe je wat je van een ander verlangt, ook van jezelf moet verlangen. De blonde Mozart (was het geen pruik?), die net als Wilders erg trots was op zijn haar, had invloed kunnen hebben op onze maatschappelijke discussie en toch heeft dit singspiel in 2008 de aansluiting met de samenleving gemist. Alleen een geprivilegeerde elite heeft er iets van kunnen meekrijgen. Kosmopolis brengt daar verandering in. Graag hadden wij in samenwerking met De Nederlandse Opera, Yo Opera!, het World Music and Dance Centre en de conservatoria een flankerend programma opgezet rond Die Entführung aus dem Serail. Maar zoiets gaat niet vanzelf. Om dit soort projecten te bewerkstelligen in een goede en gelijkwaardige samenwerking is een substantiële verhoging van het budget vereist.

Kosmopolis wil de 19<sup>e</sup> eeuwse verzuiling, die de kunstsector nog altijd in zijn greep heeft, graag doorbreken. De starre grenzen die nu zijn opgetrokken voldoen niet. Wij staan verbindingen voor tussen de zogenoemde hoge kunst en wat men participatiekunst zou kunnen noemen, wat overigens niet betekent dat we geen oog hebben voor contextuele kunst.

Om invloed te hebben op de Nederlandse samenleving moeten we scherpe artistieke keuzes maken en is een groot bereik nodig. De positie die Kosmopolis in kan nemen binnen de Nederlandse samenleving in het algemeen en in de culturele sector in het bijzonder, is gerelateerd aan het aantal stedelijke partners, en het publieksbereik van activiteiten.

Wij realiseren ons dat Kosmopolis een instelling is waarvan een grote symboolwerking uitgaat. Dat is enerzijds mooi, maar heeft ook zijn schaduwzijde. Kosmopolis mag het allemaal oplossen. Alle interculturele onmin, discriminatie, integratie, en sommigen gooien er voor het gemak 'allochtone kunstenaars' bij. Opgeruimd staat netjes. Maar zo is het niet. En zo mag het ook niet zijn.

Kosmopolis waardeert het feit dat de minister deze organisatie in zijn plan Kunst van Leven heeft genoemd ten zeerste. Maar bij de mededeling dat de minister op deze manier invulling zegt te geven aan het advies van de Commissie Cultuurbereik om 'aandacht aan diversiteit' te besteden wil Kosmopolis graag een kanttekening plaatsen. Hoewel wij met ons programma zeker de culturele diversiteit in de kunsten stimuleren is dat voor Kosmopolis geen doel op zich. Het is ook geen taak die door één of enkele instellingen gedragen kan worden; aan ons allen de taak om de diversiteit in Nederland te weerspiegelen. De samenleving is veranderd en Kosmopolis heeft daarin meer dan een symboolfunctie. Om die reden presenteert Kosmopolis in dit beleidsplan een groeimodel. Hierin wordt beschreven welke positie Kosmopolis in kan nemen, welke resultaten verwacht mogen worden en welk budget daarvoor nodig is. Kosmopolis hoopt deze groei waar te maken, omdat dit



volwaardige realisatie van missie en doelen van Kosmopolis mogelijk maakt: de inzet van de kracht van kunst en media, teneinde mensen dichter bij elkaar te brengen in deze gepolariseerde samenleving, door mensen nieuwsgierig te maken naar elkaar, onbelichte aspecten van culturen voor het voetlicht te brengen en nieuwe kennis, (kunst)werken en perspectieven te introduceren.

De grenzen houden niet op bij het Westen, of Europa, en al helemaal niet bij Nederland. Iedereen is betrokken bij de Amerikaanse verkiezingen, zoals iedereen betrokken is bij de film van Geert Wilders. Onze fysieke, staatkundige, sociale, economische en culturele grenzen vervagen en het intensievere contact tussen culturen, volken en bedrijven hebben geleid tot een gemeenschappelijke, internationaal gedeelde wereldcultuur. Dat heeft positieve en negatieve consequenties. Samenlevingen moeten de gevolgen van mondialisering opvangen, een tijdsgewricht waarin onze cultuur rare sprongen maakt. Het is dan ook een kunst om cultuur te blijven ontwikkelen. Het vergt een kosmopolitische opstelling en actieve en kritische deelname aan internationale culturele processen. Het vergt een organisatie die ruimte biedt buiten de massapsychose, en gestaag met burgers doorwerkt aan de ontwikkeling van inclusieve identiteiten. Dat alles is Kosmopolis gegeven. Gun Nederland Kosmopolis.

## 2. Terugblik Pilotjaar 2007

Kosmopolis is met een vacuümpomp geboren. Velen stonden klaar met meningen en verwachtingen over dit initiatief, toen er nog geen personeel, geen rechtsvorm, geen activiteitenplan en zelfs geen bankrekening was. Kosmopolis werkte in 2007 aan de organisatie, richtte de stichting feitelijk op (juli 2007, na toestemming van de minister van OCW, d.d. 10 juli 2007), formuleerde het eerste beleidsplan, vond samenwerkingspartners en realiseerde een gevarieerd scala aan nieuwe activiteiten. Om niet in de valkuil te stappen alles aan te pakken wat zich voordoet en daardoor onherkenbaar te worden, heeft Kosmopolis zorgvuldigheid betracht in haar inhoudelijke keuzes. Kosmopolis heeft vastgesteld wat het doet en wat het niet doet. Kosmopolis is niet het zoveelste fonds en ontfert niet over alles wat met diversiteit te maken heeft. Kosmopolis maakt doordachte keuzes voor activiteiten die direct bijdragen aan de inhoudelijke missie.

Kosmopolis heeft niet een tijdje in de luwte kunnen opereren zoals vele stichtingen in oprichting, maar moest meteen voor allen die al zo lang op Kosmopolis wachtten klaar staan. Op dat moment is er een keus: kiezen voor de 'u-vraagt-wij-draaien' strategie, waarbij nooit een heldere identiteit ontstaat - en evenmin een zichtbaar effect. Of: trefzeker een heldere missie en fundamentele doelstelling formuleren en op grond daarvan activiteiten en partners selecteren. Voor deze laatste weg heeft Kosmopolis gekozen.

Dat fundament is cruciaal geweest voor het slagen van de eerste fase. Kosmopolis heeft tijd moeten nemen om een identiteit te vormen, plannen te maken, te experimenteren en zodoende werkwijzen te vinden die succesvol zijn. Wij zijn in staat gebleken het bereik te vergroten van artistieke producties die de dialoog bevorderen. Hierbij hebben we geen seconde verlegen gezeten om samenwerkingspartners.

De cultuursector wilde met deze nieuwe organisatie samenwerken en organisaties uit andere sectoren verkenden de mogelijkheden om Kosmopolis als brug tot de kunsten te gebruiken. En het aantal voorstellen voor samenwerking en verzoeken om informatie blijft toenemen. De samenwerkingspartners komen geen geld halen, maar kennis en energie. Kosmopolis is geen fonds geworden, wij hebben vanaf het begin inhoudelijke samenwerking vooropgesteld. De vrees dat Kosmopolis geen draagvlak zou kunnen vinden, omdat de instelling niet van onderop is ontstaan, is ongegrond gebleken. Kosmopolis weet wel degelijk burgers aan zich te binden, van Mohamed en Reggie, die het programma Maluku-Mokro bezochten, tot aan de tienduizend personen die de compilatiefilm Dialoogbom zagen, en de kunstvakstudenten en ambachtslieden die samenwerkten in Beautiful Cultures.

Actieve interesse in Kosmopolis komt overigens niet alleen uit Nederland; ook in het buitenland is de bekendheid van Kosmopolis gegroeid en bestaat behoefte aan duurzame samenwerking. In Europese landen zijn niet toevallig zeer recentelijk verwante initiatieven ontstaan die ons opzoeken met voorstellen tot samenwerking en uitwisseling van ervaring en inzicht. Hierbij wordt Kosmopolis in deze landen veelal als 'good practice' gepresenteerd. 'Dit zouden wij ook moeten hebben', is inmiddels een veelgehoorde reactie op kennismaking met Kosmopolis in andere landen.

In de startfase heeft Kosmopolis al met vele partners samengewerkt, in concrete projecten. Ook heeft Kosmopolis met deze en vele andere personen en organisaties verkennende gesprekken gevoerd. Dit heeft direct intensieve uitwisseling van informatie opgeleverd en daarnaast zijn voorbereidingen voor (verdere) samenwerking in de toekomst gestart. Een selectie van partners waarmee reeds contact of samenwerking is en waarmee Kosmopolis in de jaren 2009-2012 gaat of blijft samenwerken:

FORUM, SICA, Felix Meritis, Schouwburg Rotterdam, Garajistanbul, Teatro Luna Blou, Instituto Buena Bista, Merlijn Twaalfhoven, Sandberg Instituut, FunX, MTV, WRR, Dancing on the Edge, VPRO, ISIM, KIT, de Varkensfabriek, Al Jazeera, HEMA, M'Brace, Stichting Splitzij, Al Arabia, ISIM, UNESCO, Praemium Erasmianum, ECF, De Balie, RRKC/De Unie, FDO, NMV, ImagineIC, Podium Mozaique, Tumult, Martijn Engelbregt, MafiaFest Digital Video Festival, Vrede van Utrecht, Foundation Mohammed XI, ImagineIC, Mediamatic, Fondation Ona, Casa Arabe, Premsela, BNO, Willem de Kooning Academie, Ontwerpwerk, TIN, HKU, Utrecht Manifest, Mercart Foundation, British Council, Alliance of Civilizations VN, Boekids, EFAH, UvA, IMES, NCTB, Economic Development Board

Rotterdam, Amsterdam Topstad, Centrale Discotheek Rotterdam, Arminius, Erfgoed Nederland, Koninklijk Instituut voor de Tropen, Van Abbemuseum, Casa Arabe, The Back Lot, Roots en Routes, Planet jr., Bureau Tangkau, Be-Wonder, Huis aan de Werf, Pool World Wide, DNA, De Levante Ministerie van Buitenlandse Zaken, Ministerie van Justitie, Ministerie van VROM/WWI, Ministerie van OCW, de Gemeenten Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht en anderen.

In herkomstlanden vindt Kosmopolis concrete samenwerking op activiteitsniveau. Hier blijkt vooral de praktische aanpak en de onorthodoxe stijl van Kosmopolis tot toewijding van anderen te leiden. Niet blijven praten over het hoe en waarom, maar samen doen waar je in gelooft: mensen bij elkaar brengen. Kosmopolis werkt altijd met lokale partners en de ontwikkeling van de programmering maakt deel uit van de samenwerking. Kosmopolis gaat beheerst om met de grote interesse die zij ontmoet en benut de waardering voor de frisse en kritische stijl om strategische partners te vinden.

De missie van Kosmopolis wordt breed gedeeld. Kosmopolis staat in de frontlinie van de polarisatiemarkt en vindt daar medestanders. Kunstenaars en culturele organisaties blijken zich graag en met grote creativiteit en kwaliteit in te zetten voor maatschappelijk resultaat. En individuen en organisaties uit andere sectoren blijken de cultuursector als nuttige en verrassende vennoot te zien. Kosmopolis legt die verbinding tussen organisaties, individuen en sectoren met inzet van de inhoudelijke missie.

Elke organisatie heeft eigen kwaliteiten. Kosmopolis doet niet over wat anderen al goed doen. Kosmopolis voegt een factor toe, die de activiteit een verrassende kwalitatieve meerwaarde geven en die leidt tot meer publieke aandacht. De wijze waarop Kosmopolis dat doet is gerelateerd aan de aard van een activiteit en de samenwerkingspartner. Zo zorgde Kosmopolis er tijdens de Avond van de Nationale Identiteit i.s.m. Forum en de WRR voor dat het geen statische debatavond werd, maar een levendige avond met frisse sketches over identiteit door de Varkensfabriek en inzet van beeldende kunsttoepassingen, zoals projectie van inspirerende variaties op de Nederlandse vlag door jonge ontwerpers en een geluidsinstallatie waarin de Nederlandse identiteit bevestigd wordt. Terwijl Kosmopolis er bij Dancing on the Edge, het festival met moderne dans uit het Midden-Oosten, voor zorgde dat er naast de dansprogrammering een sterk inhoudelijk gesprek gevoerd werd.

Verder werd op initiatief van Kosmopolis bijvoorbeeld een samenwerking gestart met diverse berberverenigingen, Amazigh TV, de Universiteit Leiden, Kosmopolis Rotterdam en de Rotterdamse Schouwburg. Deze samenwerking leidt ertoe dat de tot nu toe versnipperde culturele activiteiten rond de in Nederland nog relatief onbekende berbergemeenschappen worden samengebonden in Inside Imazighen, een multidisciplinaire themadag die zowel intercultureel als mediagericht is. Veel van de gestarte activiteiten worden voortgezet in 2008 en verder. Dit geldt voor het genoemde Dancing on the Edge, maar ook voor andere succesvolle projecten, zoals de Burenwinkel, EL HEMA, Kosmopolis goes Global en Beautiful Cultures.

Internationale resultaten boek je niet door één interessant project uit te voeren. Dit lukt wel door structureel te bouwen en buiten gebaande paden te treden. Daarvoor krijgt Kosmopolis veel bijval. 'Deze organisaties hebben in dit project voor het eerst met elkaar samengewerkt. Hoe krijgen jullie dat voor elkaar?!' was de reactie op uitvoering van het project Zero 2 Hero op Curaçao. Het antwoord is eenvoudig: door een goed voorstel aan beide organisaties voor te leggen onder voorwaarde dat zij samenwerken. Wij blijven actief in gebieden waar samenwerking start. Op die manier kunnen kleine resultaten worden benut om grotere effecten te realiseren. Kosmopolis is al na korte tijd adviseur en contactorgaan voor andere organisaties die samenwerking beogen in de regio's waar Kosmopolis actief is. En Kosmopolis werkt inmiddels samen met verwante organisaties in Europa, zoals Casa Arabe in Madrid.

De overtuiging van Kosmopolis is dat wij in staat zijn patronen te doorbreken en partners mee te krijgen in de inzet voor verdraagzaamheid en wereldburgerschap. Kosmopolis verruimt inzicht, voegt beelden toe, wekt nieuwsgierigheid en brengt onbelichte aspecten voor het voetlicht, in samenwerking met vele partners. De hoge respons, de positieve reacties, de toenemende bezoekersaantallen en de voortdurende vraag om medewerking en advies vanuit andere organisaties bevestigen Kosmopolis in de keuze de ambitie hoog te houden en met volle inzet voort te gaan met realisatie van onze inhoudelijke idealen.

Dan de keerzijde. Kosmopolis werd overvraagd. Van een organisatie die, zoals Kosmopolis, met gevoel voor noodzaak en met veel bravoure wordt aangekondigd mag ook veel worden verwacht. De startende organisatie heeft daarom alle zeilen bijgezet om zich tot een professionele organisatie te ontwikkelen, om een programma te realiseren dat voldoet aan door ons zelf en door opdrachtgevers gestelde eisen en dat voorziet in behoeften in de culturele sector en in de samenleving. Dit is gelukt met een klein team, goede samenwerkingspartners en toewijding van allen. Maar met de huidige personele en financiële capaciteit is het onmogelijk dit resultaat te bestendigen. Voortzetting is gezien de grote vraag gewenst, maar dit kan alleen in versterkte vorm. Kosmopolis wil die serieuze en verbindende factor worden, nationaal en internationaal. Dit maakt voortzetting in dezelfde omvang als in de pilot niet haalbaar.

Visie, missie, doelen en strategie van Kosmopolis zijn onverminderd actueel. De kop uit het NRC van 15 november 2006: 'De tijd is rijp voor een instituut als Kosmopolis' is niet in kracht afgenomen. Integendeel. Kosmopolis zet daar in de periode 2009-2012 haar tanden in.

## 3. Beleidsplan 2009-2012

### Missie

Kosmopolis brengt mensen dichterbij elkaar in deze gepolariseerde samenleving en zet hiervoor de kracht van kunst en cultuur in. .

### Doelen

Kosmopolis

- maakt mensen nieuwsgierig naar elkaar;
- realiseert interstedelijke en internationale samenwerking op het terrein van kunst en media
- brengt onbelichte aspecten van culturen voor het voetlicht;
- importeert en deelt kennis over interculturaliteit, transculturalisme, en de geglobaliseerde wereldsamenleving;
- introduceert nieuwe perspectieven op eenzijdige beeldvorming.

### Functies

Kosmopolis NL heeft drie hoofdfuncties, te weten facilitering, kennisdeling en programmering. Genoemde functies hangen met elkaar samen. Soms versterken en overlappen ze elkaar.

Facilitering houdt primair in dat de stedelijke partners worden gesteund in het uitvoeren van hun taken, o.a. door inrichting van een virtueel kantoor, beschikbaarstelling van een website, een huisstijlboek en een interculturele database die bereik van diverse media en doelgroepen eenvoudiger maakt.

Kennisdeling betekent dat kennis en ervaring die wordt opgedaan in en vanuit de Kosmopolis organisaties gebundeld en gedeeld wordt, onderling, maar vooral ook met de gehele cultuursector en op onderdelen ook met andere sectoren. Kosmopolis zorgt bijvoorbeeld voor beter gebruik en overdracht van effectieve concepten en data op het terrein van de culturele dialoog.

Kosmopolis realiseert een bovenstedelijk en internationaal programma in aanvulling op en ter versterking van de stedelijke programma's. Dit gebeurt langs programmaliijnen. De landelijke programmering vult lacunes op in het culturele aanbod. Ook versterkt het beproefde activiteiten die voornamelijk te kleinschalig waren of te weinig bereik hadden. Binnen de internationale programmering bouwt Kosmopolis in het bijzonder structurele culturele relaties met de herkomstlanden. Ook werkt Kosmopolis op reguliere basis samen met Europese partners die eveneens actief zijn ter versterking van de (inter)culturele dialoog.

### Programmaliijnen

De tijdens de pilot opgestelde programmaliijnen worden in de periode 2009-2012 aangehouden, omdat deze lijnen succesvol zijn gebleken voor uitvoering van de missie en voldoende ruimte bieden voor vernieuwing en actualiteit. De programmaliijnen zijn Culturele verrijking, Mediawijsheid en beeldvorming en Schurende kwesties. Deze drie programmaliijnen gelden zowel voor de nationale als voor de internationale programmering. Op de relatieve buitenstaander kan het geheel aan programma's en projecten overkomen als een breed palet met voor iedereen wat wils. Nadere bestudering geeft aan dat het juist gaat om een harmonische waaier, waarbij de activiteiten elkaar versterken en aanvullen.

Op het gebied van **culturele verrijking** brengt Kosmopolis nieuwe culturele symbolen in het Nederlandse straatbeeld en vult het hiaten in het culturele aanbod door thematisch aandacht te besteden aan verborgen culturen en verhalen. We openen ogen en stimuleren culturele instellingen tot nieuwe benaderingen. Hierbij ontsluiten we kennis en kunst via diverse media. Culturele verrijking suggereert dat de verschillen tussen culturen groot zijn, en dat is gelukkig ook zo. Maar in de grootheid van culturen schuilt ook juist de gelijkheid tussen mensen.

Kosmopolis investeert nadrukkelijk in **mediawijsheid en beeldvorming**. Vanuit deze programmaliijn wordt het publiek geconfronteerd met vormen van manipulatie en met eigen vooroordelen. Kosmopolis kantelt eenzijdige beeldvorming en ontwikkelt competenties voor actieve deelname aan onze informatiesamenleving.

Op het gebied van **schurende kwesties** zet Kosmopolis kunstenaars in die hete hangijzers tot onderwerp van hun werk maken om te reflecteren op de actualiteit. Om inzicht te veroveren en te ontwikkelen geeft Kosmopolis in het bijzonder jonge mensen, intellectuelen en kunstenaars de rol van 'nieuwe stem' in doordringende dialogen over hete hangijzers. Door middel van vernieuwende dialoogvormen waarbij kunstuitingen worden gebruikt als eye-opener weet Kosmopolis een divers publiek te bereiken en te beïnvloeden.

## Ambities voor 2009-2012

Kosmopolis stelt zichzelf de volgende ambities voor de jaren 2009 tot en met 2012:

- **Bestendinging (nationaal en internationaal)**
- **Excelleren in culturele dialoog**
- **Gebruik van artistieke excellentie**
- **Verbinding met andere sectoren**
- **Uitbreiding stedelijk partnerschap**

### **Bestendinging (nationaal en internationaal)**

Om verder te professionaliseren en om aan de hoge verwachtingen te voldoen is bestendinging nodig. Dit houdt in dat succesvolle activiteiten en veelbelovende partnerschappen versterkt worden voortgezet, nationaal en internationaal. Kosmopolis blijft nieuwe wegen banen, maar wat Kosmopolis goed doet, blijven we doen en doen we beter. De kunst- en cultuursector wordt te vaak geconfronteerd met eenmalige goede initiatieven, die verdampen tijdens de nabespreking of evaluatie. Kosmopolis is niet uit op lovende woorden over afgeronde ondernemingen. Kosmopolis wil voortdurend de partij zijn die biedt wat nu nodig is. Kosmopolis wil de partner zijn die er bij gehaald wordt om actuele initiatieven beter te maken. Kosmopolis wil nú verschil maken.

Wij blijven ons inspannen om duurzame invloed te hebben en Nederland serieuze aansluiting te bieden, op het internationale discours over culturele diversiteit, migratie, en andere aspecten van onze geglobaliseerde samenleving. Bestendinging is ook vereist om een duurzame betrouwbare partner te kunnen zijn. Gemeenten en culturele organisaties hebben hun (overigens begrijpelijke) argwaan over 'weer zo'n kortstondig overheidsinitiatief' opzij moeten zetten. Omdat de maatschappelijk en artistieke belangen groot genoeg zijn, stapten zij over deze argwaan heen en gingen zij met Kosmopolis in zee. Dat verdient een solide vervolg. Om structureel kwaliteit te kunnen blijven leveren en om de gestarte activiteiten en partnerschappen te bestendigen is een groei in het activiteiten- en organisatiebudget vereist.

### **Excelleren in interculturele dialoog**

Interculturele dialoog vereist oefening. Hoe meer je het doet, hoe beter je erin wordt. En Nederland kan wel wat oefening gebruiken. Het integratiedebat vertoont immers al langdurig symptomen van serieuze verwarring. Als je een groot deel van de media zou geloven is er niet of nauwelijks sprake van een intercultureel gesprek. Maar dat is er wel degelijk, we zien en horen het alleen te weinig.

Bij Kosmopolis geen nietszeggende lieve praatjes, geen knulligheid, geen gratuite kreten, geen oppervlakkige uitwisseling van vooroordelen. Kosmopolis is geen specialist omdat het al decennia gehurkt zit in het multiculturele moeras, maar omdat het dat moeras kent en zich in staat acht het droog te leggen. We nemen het voortouw en ontwikkelen inzichten en vaardigheden en delen deze met anderen. We excelleren niet omwille van de excellentie, maar om de missie te bereiken en om anderen daarin mee te nemen.

Wij doen dit alles met oog voor een optimale impactratio. Dit houdt in dat Kosmopolis bij elke activiteit juist die vormen van kunst, cultuur en media kiest die leiden tot de impact die is beoogd. Het beschikbare budget is hierbij van invloed. Met een beperkt budget, zoals in de pilotfase, zetten wij een substantieel deel van onze kracht in vanuit de mediasector, om voldoende effect te genereren. Met een meer volwaardig budget is Kosmopolis in staat een fundamentele factor te zijn binnen de kunsten. Dit is mogelijk doordat Kosmopolis dan een meer volwaardige partner kan zijn van kunstenaars en kunstorganisaties. Kosmopolis kan zelf kostbare maar waardevolle kunstactiviteiten ontwikkelen die voor opschudding van de kunstensector kunnen zorgen.

Het huidige gesprek kent een pijnlijk tekort aan historisch besef. Traditie en verandering; verleden, heden en toekomst zijn niet van elkaar te scheiden. Historisch bewustzijn is hard nodig, om de wereld beter te begrijpen en veranderingen te kunnen accepteren en waarderen zonder respect te verliezen voor tradities. Kosmopolis kent haar geschiedenis en integreert het verleden in het heden.

### **Gebruik van artistieke excellentie**

De vrees dat het inzetten van kunst en cultuur voor maatschappelijke doeleinden ten koste gaat van de artistieke kwaliteit is volgens Kosmopolis ongegrond. De keuze voor kwaliteit is evident. Kwaliteit verdampt niet ineens zodra ook een sociaal motief aan de inzet van deze kwaliteit ten grondslag ligt. Wij zoeken dus continu naar artistieke excellentie en zetten deze in waar deze het meest treffende effect heeft.

Kosmopolis respecteert de autonomie van de kunstenaar, en kiest gelijktijdig nadrukkelijk voor kunst die invloed kan hebben op de samenleving. Het argument dat kunst hiermee geïnstrumentaliseerd wordt, heeft in onze tijden geen grond. Kunst en cultuur worden op vele manieren gebruikt. Het is niet slecht dat bedrijven hun kapitale kantoren voorzien van statusverhogende kunst, en het is niet slecht dat er een rol is weggelegd voor kunst in het publieke domein en debat.

Kosmopolis ziet een belangrijke rol weggelegd voor kunst en cultuur op wijk- en buurtniveau. Dit gaat vaak om kleinschalige activiteiten met zichtbare sociale resultaten. Op initiatief van Kosmopolis hebben stedelijke partners interessante buurtactiviteiten ingezet zoals EL HEMA, en de Burenwinkel. Toch besteedt Kosmopolis NL in dit plan relatief weinig aandacht aan onze wijkactiviteiten, omdat dit niveau binnen het veld van de stedelijke partners valt, die hier volop aandacht aan besteden. Kosmopolis NL heeft primair bovenstedelijke en internationale taken.

### **Meer verbindingen met andere sectoren**

In de afgelopen jaren is het besef gegroeid dat kunst en cultuur van betekenis kunnen zijn voor andere sectoren. Niet alleen omdat kunst ook voor mensen buiten deze sector belangwekkend kan zijn, maar ook omdat kunst en cultuur directe effecten kunnen bewerkstelligen die deze sectoren zelf nauwelijks kunnen meten. Zo is het besef ontstaan dat de creatieve sector hoge economische waarde heeft en dat culturele planologie wel eens de succesfactor kan zijn bij ruimtelijke bestemmingsvraagstukken voor de toekomst. Kosmopolis ondersteunt dergelijke toepassingen.

Sterker nog, Kosmopolis excelleert in toegepaste kunst. Wij passen kunst toe op de maatschappij en kiezen doelbewust voor de zoektocht naar oplossingen. Uiteraard kan Kosmopolis dat niet alleen. Kosmopolis zet kunst, cultuur en media in en smeedt allianties met andere sectoren om gezamenlijk het beoogde effect te realiseren. Terwijl de cultuursector nog zekere schroom betracht, toont Kosmopolis dat het kan en dat het moet. Het gevaar van verlies van autonomie of artistieke kwaliteit of überhaupt de kunstzinnige dimensie is een farce. Want Kosmopolis houdt kunst, cultuur en media altijd als uitgangspunt en maakt daarin scherpe artistieke keuzes. Juist doordat Kosmopolis de kracht van kunst en cultuur en media inzet, is zij een interessante partij voor andere sectoren. En juist door deze opstelling kunnen kunst, cultuur en media uit hun besloten circuit stappen en daadwerkelijk maatschappelijke betekenis opeisen.

Hier liggen sleutels tot succes. Het bedrijfsleven weet dat strategisch partnerschap, juist met anderen dan je collega's uit de eigen sector, gouden formules kunnen zijn, waarbij juist de eigenheid van beide actoren cruciaal is. Denk bijvoorbeeld aan de samenwerking tussen Philips en Douwe Egberts bij de creatie van Senseo. Maar er zijn ook succesvolle voorbeelden uit de cultuursector, zoals de coalities die de British Council smeedt met de zorgsector en de intensivering van de invloed van kunstenaars en architecten in een vroeg stadium bij de inrichting van stedelijk gebied.

Kosmopolis denkt in het bijzonder aan allianties met organisaties en overheden die actief zijn op de terreinen van onderwijs en wetenschap (zoals rechtswetenschap, filosofie en humanistiek), welzijn, zorg en wonen.

### **Uitbreiding stedelijk partnerschap**

De samenwerking tussen steden heeft zijn vruchten afgeworpen. Wat begon als voorzichtig aftasten is in hoog tempo uitgegroeid tot een levendig platform voor uitwisseling van ideeën. In het G4-overleg leidt concrete samenwerking tot een groot bereik voor interessante activiteiten. Interstedelijke samenwerking is bij Kosmopolis inmiddels vrijwel dagelijks gebruik: interessante projecten en ideeën, goede collega's op afstand en toch dichtbij.

Kosmopolis Rotterdam, Kosmopolis Den Haag, Kosmopolis Utrecht en binnenkort ook Kosmopolis Amsterdam - ze fungeren als spinnen in het web. Zij kennen hun stad; kunstenaars, leraren, musea en theaters, bedrijven, én de voorzitter van de speeltuinvereniging. In de interstedelijke samenwerking, maar ook in de internationalisering van steden en de uitwisseling met kunstenaars uit herkomstlanden vormt Kosmopolis NL een belangrijke motor.

Verscheidene andere steden hebben aangegeven geïnteresseerd te zijn in aansluiting bij Kosmopolis. De aanleiding is evident: polarisatie is niet voorbehouden aan de vier grootste steden. Ook andere Nederlandse gemeenten zien reden tot inzet van kunst en cultuur voor vermindering van de waterscheiding tussen groepen. Bovendien willen deze steden ook werken binnen de Kosmopolisformule: regulier overleg en directe samenwerking met partners in andere steden, juist op dit terrein.

Kosmopolis heeft de beperking tot de G4 in de pilotfase gezien als een praktische keuze. Er was onvoldoende budget voor inzet buiten de G4. Bovendien was het noodzakelijk eerst een functionele basis te leggen die uitbreiding in een latere fase mogelijk maakt. Die basis is nu gelegd.

Kosmopolis stelt daarom voor het stedelijk partnerschap uit te breiden. Dit gebeurt door aansluiting van drie tot tien gemeenten (drie in fase 1 en maximaal zeven volgende in fase 2) en door uitvoering van het buddytraject, waarbij de G4 een maatschap sluit met een kleinere randgemeente.



### *Aansluiting gemeenten*

De aansluiting van gemeenten start met toevoeging van drie steden in fase 1. Een aantal middelgrote steden, waaronder Eindhoven en Breda gaf in 2007 te kennen 'een Kosmopolis' te willen starten en daar budget voor vrij te willen maken. Andere steden die belangstelling hebben getoond zijn o.a. Almere, Lelystad, Deventer en Groningen. Kosmopolis beoogt deze interesse in de tweede fase ook om te vormen tot de concrete start van nog maximaal zeven Kosmopolis-organisaties. Deze gefaseerde groei van 3 nieuwe steden in fase 1 en nog maximaal 7 nieuwe steden in fase 2 wordt aangehouden in verband met beheersbaarheid. Kosmopolis stelt voor om tijdens de tussentijdse evaluatie in 2010 met het rijk, het Inter Provinciaal Overleg (IPO) en de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG) in 2010 tot vervolgspraken te komen inzake de deelnemende gemeenten. Resultaat daarvan kan zijn dat het aantal aangesloten steden in 2011 met meer dan tien wordt uitgebreid. In de huidige begroting wordt uitgegaan van aansluiting van maximaal tien gemeenten.

Aansturing van het Teamoverleg met deze nieuwe gemeenten komt in handen van een programmacoördinator die nauw samenwerkt met de creatief directeur. De nieuwe steden komen net als het G4-teamoverleg elke maand bijeen. En elk kwartaal is er een bijeenkomst van de programmamakers van alle Kosmopolis steden, onder leiding van de creatief directeur. Deze bijeenkomsten zijn gericht op kennisdeling, ervaringsuitwisseling en koersbepaling.

### *Rondreis door Nederland*

Om de nieuwe steden een krachtige start te geven en om bekendheid van Kosmopolis buiten de G4 te vergroten, organiseert Kosmopolis landelijk een rondreis langs verschillende gemeenten in Nederland. Stedelijke jongeren en aansprekende, communicatieve volwassenen treden op als vertegenwoordigers tijdens dit reizende festival. Een programma met film, muziek, installaties, lesprogramma's, en vernieuwende dialogovormen blaast de relatie tussen stad en platteland nieuw leven in. Kosmopolis zet hiervoor een aantal bestaande formats en projecten in, zoals de Burenwinkel en Visions of Paradise. Dit wordt aangevuld met specifiek voor deze rondreis ontwikkelde formules.

### *Buddytraject*

Het buddytraject is totstandgekomen tijdens het G4-overleg en wordt uitgevoerd door de G4-steden in samenwerking met Kosmopolis NL. Elke stad start samenwerking met een randgemeente. Deze randgemeente realiseert onder leiding van de stedelijke organisatie een Kosmopolis-programmering. Uitbesteding aan een programmeur of een organisatie die geworteld is in deze randgemeente is mogelijk. Kosmopolis landelijk juicht dit toe, omdat randgemeenten vaak kampen met protestadsproblemen. Deze samenwerking brengt de stedelijke partners verder in de rol van verkenner (van methoden) en overdrager (van kennis en ervaring).

## **Ambities na 2012**

Kosmopolis streeft geen voortdurende groei na. Kosmopolis streeft optimale impact na. Na 2012 verwachten we vanuit de bereikte vlieghoogte en omvang als stabiele maar wendbare organisatie voort te kunnen werken aan het volbrengen van de missie, met medewerking van vele partners uit diverse sectoren. Kunst, cultuur en media zullen uitgangspunt blijven en internationale samenwerking zal na 2012 een constante en vanzelfsprekende dimensie blijven. Wel verwacht Kosmopolis na 2012, mede op instigatie van maatschappelijke ontwikkelingen in de komende jaren, ook tot meer intensieve samenwerking te komen met andere sectoren, zoals gezondheidszorg, wonen, of economie. Ook beoogt Kosmopolis toe te werken naar wijzen van samenwerking met het bedrijfsleven die verder gaan dan sponsoring of wederzijdse dienstverlening. Hiertoe zal Kosmopolis in de periode 2009-2012 verkenningen uitvoeren.

## 4. Activiteitenplan met groeiende impact

Kosmopolis is uit op grote impact, maatschappelijk, kunstzinnig en cultureel. We kunnen verschil maken. En dat doen we ook. Serieus, selectief en professioneel. Daar is groei voor nodig. Maar wel in fases. Kosmopolis kiest voor bestendinging in fase 1, zodat we de beoogde groei in fase 2 goed aan kunnen.

Na fase 1 volgt een diepgaande evaluatie. We evalueren de maatschappelijke en culturele impact, de interstedelijke samenwerking en het imago en de herkenbaarheid van Kosmopolis. Hiertoe werken we gedurende fase 1 samen met Motivaction en de Erasmus Universiteit. Zij onderzoeken kwantitatieve en kwalitatieve gegevens over een langere periode, opdat in 2010 valide informatie beschikbaar is ten behoeve van keuzes in fase 2. Dit geldt in het bijzonder voor uitbreiding van het stedelijk partnerschap in fase 2.

Omdat Kosmopolis op bescheiden schaal blijft experimenteren en daarnaast in moet kunnen springen op de actualiteit, reserveren wij jaarlijks minimaal 20 procent van het budget voor dergelijke activiteiten.

### Fase 1: Bestendinging

<b>Periode</b>	<b>2009-2010</b>
<b>Positie</b>	<b>Kosmopolis als voortrekker</b>
<b>Omvang</b>	<b>groei t.o.v. pilot, gericht op bestendinging</b>
<b>Impact</b>	<b>Kosmopolis versterkt de culturele sector, door te faciliteren en stimuleren. Kosmopolis presenteert met haar eigen doordachte programmering andere werkwijzen en versterkt daarnaast het bereik van interessante artistieke producties op het gebied van de interculturele dialoog.</b>
<b>Budget</b>	<b>€8.700.000 euro voor twee jaar (4.350.000 in 2009 en 4.350.000 in 2010)</b>
<b>Aantal fte</b>	<b>9</b>

#### Artistieke impact

Op het gebied van **culturele verrijking** brengt Kosmopolis nieuwe culturele symbolen in het Nederlandse straatbeeld en vult het hiaten in het culturele aanbod door thematisch aandacht te besteden aan verborgen culturen en verhalen. Door slim te opereren kan Kosmopolis ogen openen en culturele instellingen stimuleren tot nieuwe benaderingen. Kosmopolis opereert op artistiek vlak in slanke vorm. Wij maken duidelijke keuzes door samenwerking aan te gaan met het maatschappelijk middenveld, onderwijs en wetenschap.

De culturele verrijking die migratie met zich meebrengt wordt zichtbaar en toegankelijk gemaakt, maar er is niet veel ruimte voor het programmeren van dure kunstvormen. Kosmopolis kiest op het gebied van facilitering van de cultuursector voor het ontsluiten van kennis en kunst via media, zoals webtoepassingen. Bij dit alles heeft Kosmopolis speciale aandacht voor kunstenaars in diaspora.

Kosmopolis investeert nadrukkelijk in **mediawijsheid en beeldvorming**, omdat dit met relatief weinig middelen tot maatschappelijke impact kan leiden. Jonge filmmakers die op bijzondere wijze reflecteren op onze (wereld)samenleving worden in samenwerking met partners zoals MTV gestimuleerd om tegenbeelden te produceren op bestaande eenzijdige beeldvorming. Kosmopolis produceert vernieuwend digitaal educatief materiaal op het gebied van interculturele dialoog en (interculturele) mediawijsheid in samenwerking met scholen en o.m. Kennisnet. Kosmopolis organiseert professionele uitwisseling tussen journalisten en media op intercultureel vlak.

Kunst biedt ruimte om **schurende kwesties** te onderzoeken. Kunstenaars die ons iets te vertellen hebben, hebben de speciale aandacht van Kosmopolis. Vernieuwende debatvormen waarbij kunstuitingen worden gebruikt als eye opener bereiken een divers publiek. Een webredactie waarin oudere en jongere journalisten samenwerken aan kosmopolis.nl en kosmopolis.tv. De creatief directeur treedt op als hoofdredacteur.

## Concrete activiteiten

### Integraal

Kosmopolis realiseert duurzame activiteiten. Dit betekent dat succesvolle activiteiten uit de pilotfase in Fase 1 worden voortgezet. Bereik en omvang van deze activiteiten worden verhoogd, teneinde de impact van deze beproefde activiteiten te optimaliseren.

### Culturele Verrijking

- Culturele Marktplaats (werktitel) Wij maken bestaande en nieuwe ervaringen op het gebied van culturele diversiteit in de kunsten en interculturele projecten zichtbaar en toegankelijk in de vorm van een applicatie naar het voorbeeld van de veilingssite marktplaats.nl. De marktplaatsfunctie richt zich op een brede doelgroep, van burgers tot scholen en buurthuizen en programmeurs van culturele instellingen. Alle disciplines zijn vertegenwoordigd. Zelfwerkzaamheid is het sleutelwoord. De marktplaats wordt in het voorjaar van 2008 gelanceerd, maar vergt ook daarna onderhoud.
- Rif Retour. In 2009 is het 60 jaar geleden dat Nederlandse regering een overeenkomst met Marokko sloot over de komst van gastarbeiders naar Nederland. Rondreizende tentoonstelling in een bus en twee vaste tentoonstellingen in Rabat en elders in (zuiden van) het land (met een aangepaste tentoonstelling tegen weinig meerkosten). Met interactieve randprogrammering. In samenwerking met Museon, de Universiteit van Amsterdam en lokale partners.
- Beautiful Cultures. Gezamenlijk identificeren studenten en oud-ambachtslieden uit diverse herkomstlanden vergeten culturele symbolen die centraal komen te staan in een nieuw ontwerp dat uitgevoerd wordt op een T-shirt. Serie industrieel geproduceerde T-shirts met culturele symbolen onder de merknaam Kosmopolis, met uitleg bij het culturele symbool. Na een succesvolle pilot krijgt het project in het voorjaar van 2008 in alle G4 een stevig vervolg.
- Workshops in buitenland. Kosmopolis presenteert artistieke kwaliteit in een wederkerig programma. Workshops in de herkomstlanden Turkije en Marokko zijn gericht op publieksparticipatie. Vooral voor jongeren. Onze activiteiten concentreren zich in de zomermaanden, wanneer een groot deel van de migranten in de regio verblijft. Workshops in Suriname en de Antillen zijn gericht op professionalisering.
- Om internationalisering te stimuleren realiseert Kosmopolis websites met heldere informatie over artistieke, culturele en maatschappelijke netwerken in de vier herkomstlanden en landen in het Midden-Oosten. In de culturele sector heeft Kosmopolis een aanjagende functie op het gebied van culturele uitwisseling.
- Kosmopolis goes Global. Tien jonge filmers maken een film in of over het land van herkomst. MTV geeft de filmers een training en zendt de filmpjes herhaaldelijk uit.
- Traveling Migrant Doc. Reizend internationaal documentaireprogramma over migratie met flankerende debatserie. (Openlucht)bioscoop in samenwerking met het IDFA en kleine lokale partners en bioscopen in buitenlandse steden.

### Mediawijsheid en Beeldvorming

- Kosmopoliet TV. Maandelijks interview met een bekende kosmopoliet. De serie video-interviews is via kosmopolis.tv te volgen. Ook een geschreven versie van het interview wordt via de pers verspreid. Verder wordt via kosmopolis.tv maandelijks een aflevering van VPRO-format 'Het Blauwe Licht' gemaakt, maar dan met jongeren als analisten en commentatoren. Mogelijk in samenwerking met de Publieke Omroep of regionale omroepen.
- Issuebarometer. De Universiteit van Amsterdam bouwt voor Kosmopolis aan een internetapplicatie waarmee de discussies binnen verschillende virtuele gemeenschappen, variërend van maroc.nl en joods.nl tot aan de fora van gereformeerde en Chinese jongeren uit het isolement worden getild. Deze hypermoderne applicatie herkent nieuwe thema's en signaleert trends. In samenwerking met TMF en Spits.

- **Axis of Evil.** Zes vrouwen uit de landen die door Bush en Bolton zijn geclassificeerd als de as van het kwaad, geven hun mening over het nieuws aangaande hun herkomstland. In dit groepsweblog worden dagelijks nieuwsitems uit deze landen (Iran, Irak, Noord-Korea, Cuba, Libië en Syrië) gepresenteerd, en van indringend commentaar voorzien. In samenwerking met de Cultuurfabriek.
- **Wijnu.nl.** Met het jongerenplatform Wijnu.nl stimuleert Kosmopolis jongeren om zelf media-inhoud te produceren. In diverse workshops worden jongeren getraind in journalistieke disciplines. Het trainingstraject wordt afgesloten met een debat dat door de jongeren zelf georganiseerd. Wijnu.nl houdt zich intensief bezig met thema's als interculturaliteit en identificatie.
- **Live streaming van bijzondere media.** Kosmopolis heeft contacten opgebouwd met de Engelstalige versie van Al Jazeera, die ruim een jaar geleden werd gelanceerd. Deze zender is in Nederland slecht te ontvangen en vindt nauwelijks zijn weg naar populaire media. De live-streaming gaat vergezeld van literaire essays over 'the opinion, and the other opinion', de *brand essence* van Al Jazeera. Verder groepsweblog over de verschillen in perceptie tussen Nederlandse en Arabische media.

### **Schurende kwesties**

- **Rondreizend theater- en digitaal project** over spanningen rondom migratie en remigratie. In samenwerking met onder meer Sharda Ganga en Rappa.
- **De Avond van de Nationale Identiteit** met voortraject op scholen. Creatieve zoektocht naar inclusieve identiteiten. In samenwerking met ontwerpers, schrijvers, onderwijsinstellingen, onderzoekers. We zijn allen leerling. Mogelijk als debatformat verspreiden, ook internationaal.
- **Kosmopolis Orient Review.** Kosmopolis werkt in samenwerking met Nederlandse media aan een publicatie waarin intellectuelen en kunstenaars uit de Arabische wereld aan bod komen. Omgekeerd werkt Kosmopolis samen met de Cambridge Arab Media Group ook aan de Kosmopolis Occident Review. Kosmopolis Occident Review wordt ingestoken in een tiental (kwaliteits)kranten in islamitische landen variërend van Jordanië en Dubai tot Marokko en Soedan.
- **Geloof & Staat.** Een theatraal debatformat dat een parlementaire enquête nabootst is in de vier grote steden ingezet om de scheiding tussen kerk en staat te onderzoeken. Nu is het de beurt aan andere plaatsen in Nederland, elke met hun unieke verhouding tot geloof en staat. Kosmopolis met een redactie waarin onder meer specialisten van de Universiteit Leiden en de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) vertegenwoordigd zijn. Met lesbrieven voor scholieren

### **Partnerschap**

Kosmopolis werkt intensief samen met slim opererende kunstinstellingen, en kunstenaars die reflecteren op de samenleving in binnen- en buitenland. Veel aandacht krijgt ook de samenwerking met onderzoeks- en onderwijsinstellingen, koepel- en belangenorganisaties en mediapartners, zoals het Albeda College, hogescholen, ISIM, Kunstfactor, Dialogue of Civilisations, EFAH, FORUM, UNESCO, Boekmanstichting, SICA, Volkskrant, NRC, Spits, de Pers, diverse websites, et cetera. Met relevante onderzoeksinstellingen zoals IMES, het Meertens Instituut, het Verwey-Jonker Instituut en ISIM wordt nauw samengewerkt.

Kosmopolis investeert ook in structurele relaties met programmerende organisaties en met kunstenaars en artiesten in Nederland, in de herkomstlanden van de grootste migrantengroepen en in het Midden-Oosten, teneinde nieuwe werken en nieuwe beelden in te vlechten in het aanbod van kunst en cultuur. Gedacht moet worden aan partners als het Rotterdams Filmfestival, IDFA, Schouwburg Rotterdam, Vrede van Utrecht, Boymans van Beuningen, De Kunsthall, Koninklijk Instituut voor de Tropen, NLPVF, The Back Lot, Garajistanbul, Istanbul Biënnale, Brasami, Luna Blou, Nieuwe Kerk Amsterdam, Nederlandse omroepen en internationale TV-zenders als The European Broadcasting Company, Al Jazeera, Al Arabia en anderen.

## **Realisatie ambities**

### **Bestendinging (nationaal en internationaal)**

We kiezen in deze fase voor verdere opbouw en bestendinging van de organisatie, en van de samenwerking met stedelijke partners. Op nationaal niveau zijn we een stabiele instelling, die anderen tot resultaten stuwt die zonder deze samenwerking niet gerealiseerd zouden worden. Ook internationaal bouwen we met diverse organisaties structureel partnerschap op en werken wij samen met een aantal verwante instellingen om kennis en expertise op het terrein van de interculturele dialoog te delen. Op bescheiden schaal programmeert Kosmopolis artistieke producties die maatschappelijk relevante thema's belichten, op vernieuwende locaties die een breed publiek bereiken. Zoals te doen gebruikelijk werkt Kosmopolis altijd samen met lokale partners en lokale media. Kosmopolis geeft jong producerend talent een kans. In fase 2 krijgt deze werkwijze een vervolg in een gedegen trainingsprogramma voor producenten. Daarnaast investeren wij in ons interactief publieksnetwerk, door een ieder die in contact is geweest met onze activiteiten in het Kosmopolisnetwerk te verwelkomen en te activeren. De websites van Kosmopolis groeien uit tot een vernieuwend platform door de inzet van een stevige redactie.

### **Uitbreiding stedelijk partnerschap**

In deze fase breiden we de stedelijke samenwerking uit met drie nieuwe steden.

### **Verbinding met andere sectoren**

Kosmopolis zal vooral vanuit de programmeringstaken een lichte verbindende rol kunnen vervullen met andere sectoren, door gebruik van onorthodoxe benaderingen en door actieve werving van samenwerkingspartners buiten de enge cultuursector, vanuit de faciliterende en programmerende taken.

### **Excelleren in culturele dialoog**

In deze fase zijn we in staat de beschikbare kennis en kunde op het terrein van de culturele dialoog te bundelen en te delen. Ook is Kosmopolis in staat gericht ontbrekende expertise op te bouwen en toe te voegen aan de gezamenlijke ervaring van de sector. Dankzij de samenwerking met diverse programmerende instellingen bouwen we onze programmeringsfunctie uit. We maken ruimte voor publieke vertoning van excellentie op het terrein van interculturele dialoog, op een uiteenlopende reeks van podia en andere locaties. Door nadrukkelijk selecteur te zijn van kwaliteit op dit terrein, zal Kosmopolis de rol van toegankelijke expert op dit terrein met gewicht uitvoeren.

### **Gebruik van artistieke excellentie**

Kosmopolis zal treffende keuzes maken, opdat ondanks een beperkt budget sprake is van artistieke meerwaarde voor de cultuursector. Kosmopolis duikt op in onverwachte hoeken en zet innovatieve strategieën uit. Hierbij heeft Kosmopolis oog voor onbekend talent en voor topkwaliteit op het brede terrein van de interculturele dialoog.

## Budget

Het benodigde budget voor Fase 1 is € 8.700.000 euro voor twee jaar (2009 en 2010 samen). De kostenefficiëncy neemt in deze fase toe ten opzichte van de pilot, omdat de uitgaven voor programmering en voor stedelijke partners in hogere mate toenemen dan de beheerslasten.

De verdeelsleutel is als volgt:

<b>Kosmopolis NL</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Programmering bovenstedelijk	865.000	865.000
Programmering internationaal	865.000	865.000
Activiteitenkosten	350.000	350.000
Communicatie	120.000	120.000
Beheerskosten	400.000	400.000
Totaal	2.600.000	2.600.000

<b>Stedelijke Kosmopolis partners</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Amsterdam	450.000	450.000
Rotterdam	350.000	350.000
Den Haag	300.000	300.000
Utrecht	200.000	200.000
Stad 5	150.000	150.000
Stad 6	150.000	150.000
Stad 7	150.000	150.000
Totaal stedelijke partners	1.750.000	1.750.000

## Fase 2: diepgaande impact

<b>Periode</b>	<b>2011-2012</b>
<b>Positie</b>	<b>Kosmopolis als voortrekker, serieus producent en programmeur</b>
<b>Omvang</b>	<b>Groei en verdieping t.o.v. Fase 1 + uitbreiding stedelijk partnerschap</b>
<b>Impact</b>	<b>Kosmopolis als serieuze speler in het Nederlands en internationaal cultuurlandschap. Kosmopolis faciliteert en toont niet alleen hoe het kan: Kosmopolis fungeert als serieuze partner voor gerenommeerde kunstinstanties. Kosmopolis creëert een veelheid aan nieuwe artistieke producten, in samenwerking met artistieke topkunstenaars en –artiesten. Kosmopolis maakt verschil, maatschappelijk en cultureel. Kosmopolis verleidt daarmee de artistieke sector tot andere werkwijzen en zet deze nieuwe methoden en producten in om brede publieksgroepen te bereiken met andere beelden, vormen, geluiden en inhoud.</b>
<b>Budget</b>	<b>€13.880.000 euro voor twee jaar (6.980.000 in 2011 en 6.900.000 in 2012)</b>
<b>Aantal fte</b>	<b>11 (+ 1 fte op tijdelijke basis in 2011)</b>

### Artistieke impact

Op het gebied van culturele verrijking is Kosmopolis in staat om regelmatig artiesten van naam en faam uit onder meer de herkomstlanden naar Nederland te halen. Vooral die artiesten die hier onopgemerkt blijven. Hiermee heeft Kosmopolis niet alleen invloed op de culturele sector die nog veel kunstuitingen uit niet-westerse landen aan zich voorbij laat gaan. Kosmopolis heeft ook grote impact op migrantengemeenschappen die de kunsten uit hun herkomstlanden nog te weinig terugzien in het cultuuraanbod.

In tegenstelling tot vele bestaande culturele instellingen investeert Kosmopolis serieus en consequent in het bereiken van gemengd publiek. Doordat Kosmopolis serieuze voorstellen kan doen voor het op bijzondere wijze programmeren van relevante hoge kunstuitingen weet Kosmopolis gerenommeerde kunstinstanties te verleiden tot een onorthodoxe aanpak.

Ook op het gebied van mediawijsheid en beeldvorming is Kosmopolis in staat om hoge kunstuitingen naar Nederland te halen die een ander perspectief bieden op andere landen en werelddelen. Ook wordt de samenwerking met de media geïntensiveerd.

Op het gebied van schurende kwesties speelt Kosmopolis een rol van betekenis omdat het hoogstaande artistieke kwaliteit weet te koppelen aan hete hangijzers in diverse onderdelen van het publieke debat. Daarmee heeft Kosmopolis niet alleen invloed op het publieke debat in ons land, maar stimuleert het bestaande culturele instellingen en belangrijke mediabedrijven tot nieuwe inzichten en werkwijzen.

Of het nu om migratie, nationale identiteit of om de scheiding van kerk en staat gaat – Nederland is niet het enige land dat met deze thema's worstelt. Kosmopolis brengt kunstenaars en wetenschappers uit de hele wereld bij elkaar om hun visie te geven op deze ontwikkelingen. Kosmopolis staat garant voor hoogwaardige artistieke activiteiten in diverse (ook dure) kunstvormen en i.s.m. gerenommeerde instellingen, instellingen en podia, soms op bijzondere locaties. Bovendien fungeert Kosmopolis als curatoriaal box voor kunstenaars die reflecteren op interculturaliteit en de migratie.

Door een onorthodoxe aanpak weet Kosmopolis met deze producties niet alleen intellectuelen te bereiken. Kosmopolis is ervan overtuigd dat ook mensen die geen kranten lezen geraakt kunnen worden door hoge kunst en diepgaande analyses. Kosmopolis weet echter dat dit een creatieve aanpak vergt, zowel op artistiek, organisatorisch als op marketing-technisch vlak.

Op internationaal niveau zal Kosmopolis een rol van betekenis spelen door zowel intensief op grassroots niveau, maar ook met vele gerenommeerde Nederlandse instellingen exposities en kunstenaars naar Nederland te halen.

Bovendien organiseert Kosmopolis jaarlijks Kosmopolis-zomerfestivals in Turkije en Marokko waarin jaarlijks onder meer een bijzondere selectie van het Nederlandse kunstaanbod gepresenteerd wordt. In Suriname en op de Antillen werkt Kosmopolis intensief samen met lokale culturele instellingen in

het organiseren en produceren van hoogstaande artistieke producties die de interculturele dialoog versterken. Door het stimuleren en faciliteren van buddy-vorming weet Kosmopolis de gelijkwaardige samenwerking tussen Nederlandse culturele instellingen en die in de herkomstlanden te bestendigen.

De grote uitbreiding van het aantal stedelijke partners vergt een stevige investering in de ontwikkeling van artistieke projecten in de kleinere en middelgrote steden. Lokale kunstenaars en instellingen krijgen opdrachten en ontwikkelen know-how op het gebied van de interculturele dialoog. De culturele infrastructuur in middelgrote en kleine gemeenten verdient versterking. Kosmopolis investeert daarin door een aantal grote projecten initiëren in samenwerking met grote en kleinere kunstinstellingen in de grote, middelgrote en kleinere gemeenten.

## **Concrete Activiteiten**

### **Integraal**

- Voortzetting van de initiatieven uit fase 1
- Uitbreiding stedelijk partnerschap tot maximaal 14 steden.
- Uitzetten van gerichte opdrachten voor de invulling van de Kosmopolis festivals.

### **Culturele verrijking**

- Another Holland Festival, jaarlijks terugkerend festival, gelijktijdig met het bestaande Holland Festival, om te tonen wat Holland nog meer vermag. Another Holland Festival geeft ruimte aan scheppende kracht van nieuw talent en aan kunstuitingen die niet doordringen tot centrum van de westerse kunsten. In het bijzonder uitingen die reflecteren op Nederland, want dit is geen internationaal festival voor de nationale elite, maar een laagdrempelig verrassend event waarin Nederland anno nu wordt gepresenteerd door de ogen van anderen.
- Linguïstisch Schakelen. In samenwerking met organisatoren van debatwedstrijden voor scholieren, wordt een landelijke scholierenwedstrijd ontwikkeld onder de werktitel Linguïstisch Schakelen. Daarmee belicht Kosmopolis de waarde van het spreken van meerdere talen, en het makkelijk kunnen schakelen tussen talen, of dat nu straattaal en ABN is, of Sranantongo en Haags dialect.
- In samenwerking met een van de toonaangevende Nederlandse musea voor moderne kunst wordt de tentoonstelling Snap Judgements van Okwe Enwezor naar Nederland gehaald. Daaraan gekoppeld wordt in hetzelfde gebouw een tentoonstelling getoond van jongeren die fotoreportages maakten in hun eigen Nederlandse (achterstands)buurt cq prachtwijk.
- Curating Citizen. (werktitel) Bijzondere personen (kunstenaars, intellectuelen, bekende en onbekende bijzondere burgers en politici) stellen hun interculturele artistieke avond samen. Curating Citizen is een ongebruikelijke vorm van gastcuratorship die kunst tastbaar en toegankelijk maakt voor een breed publiek. Met Adriaan van der Staay, Harry Stroomeer, Rabin Baldeswing, Najib Amhali. Gelijktijdig wordt een oproep gedaan: burgers mogen hun avond cureren en meedingen naar de productie ervan. Mogelijk in samenwerking met een omroep.
- Tentoonstelling over tapijtkunst uit Noord-Afrika als voorloper van de moderne kunst. In samenwerking met een toonaangevend museum en andere partners zoals het ambacht-designproject Wereldwijven, weefkunstenaars, ambachtslieden, een vernieuwende tapijtfabrikant, Premesela, BNO. In nauw overleg met partners uit de creatieve industrie worden andere mogelijkheden onderzocht om aandacht te besteden aan uitstervende ambachten.
- Interculturele Baedeker voor de hedendaagse mens. Klaziena uit Zalk, Lala Hamousha uit Rotterdam en Virginia Vijzelman uit Amsterdam-Zuidoost. Tv-programma waarin drie door de wol geveerde vrouwen uit verschillende culturen hun kennis en kunde inzake geneeskrachtige kruiden en heilzame smeersels delen met elkaar en met het publiek.
- Kosmopolis Zomerfestivals in Turkije en Marokko die moeten groeien uit tot bekende festivals waar kunstenaars uit Nederland en genoemde herkomstlanden samenkomen en samenwerken. Om de



uitwisseling en samenwerking tussen kunstenaars uit genoemde landen te versterken worden samenwerkingsprojecten geïnitieerd en gefinancierd.

### **Mediawijsheid en beeldvorming**

- Gamesplatform. In samenwerking met Guerrilla Games, de Universiteit Utrecht en Kosmopolis Utrecht werkt Kosmopolis aan een gamesplatform, met een groot aanbod games waarin culturele, geografische en politieke identiteiten kunnen worden aangenomen.
- In samenwerking met de TROS organiseert Kosmopolis driedelige televisiedocumentaire van rondreis van Frans Bauer door Marokko, inclusief een gezamenlijk optreden met 'de Marokkaanse Frans Bauer' tijdens het Kosmopolis Zomerfestival.
- Jaarlijkse lezing met internationale uitstraling waarin bijzondere en veelbesproken kosmopolieten hun visie geven op het kosmopolitisme, de wereldsamenleving en de rol van de Nederlandse samenleving in dit geheel. Met bijvoorbeeld Michael Moore en Mabel Wisse Smit. In samenwerking met een omroep.
- Kosmopolis Academie wordt in versterkte vorm voortgezet. Kosmopolis bouwt dossiers rondom voor onze missie cruciale vraagstukken zoals transculturaliteit en beeldvorming. Door deze kennis via digitale toepassingen te ontsluiten komt gespecialiseerde kennis op heldere wijze beschikbaar voor kunstensector en onderwijs.

### **Schurende kwesties**

- (Voor)oordeel. Mediakunstenaar Martijn Engelbrecht werkt aan een formulier dat aan een groot aantal inwoners van de grote steden zal worden toegezonden. Met het formulier, dat anonimiteit garandeert, wil Kosmopolis burgers verleiden inzicht te geven in de bestaande vooroordelen ten aanzien van verschillende groepen minderheden in Nederland. Confrontatie en acceptatie zijn de sleutelwoorden van deze louterende exercitie die door middel van media-aandacht tot een nationaal debat over de zin en onzin van vooroordelen moet leiden.
- Trainingsprogramma jonge producenten; i.s.m. Atana, De Cultuurfabriek, Giep Hagoort, hogescholen en stedelijke partners. Kosmopolis heeft ervaren dat de sector een groot tekort kent aan goede producenten. Het gebrek aan producenten met een niet-autochtone achtergrond is nog groter, terwijl de andere blik van een producent vaak grote invloed heeft op presentatie en programmering. Kosmopolis introduceert in 2010 een intensief trainingsprogramma voor vier interculturele groepen jonge producenten in de vier grote steden. Voor dit trainingsprogramma zal ook buiten de G4 worden geworven.
- Lokaal Kosmopolis. Een tweewekelijks programma met publiek, waarin kunst en maatschappij centraal staan, reist langs Kosmopolis' partnersteden. Mogelijk in samenwerking met deelnemers aan het trainingsprogramma voor jonge producenten. Naar een mediapartner wordt gezocht.
- Interculturele musical, i.s.m. Joop van den Ende; de West Side Story van hier en nu in Nederland. In samenwerking met Van de Ende Foundation.

## **Partnerschap**

Kosmopolis is in deze fase in staat een serieuze partner te zijn van nationale en internationale producerende organisaties en topkunstenaars en -artiesten.

Door stevig te investeren in bijzondere artistieke producties die de cultuursector links laat liggen, weet Kosmopolis steeds weer nieuwe deuren te openen. Kosmopolis is in deze fase een stevige partner van de grote spelers in het culturele veld.

Kosmopolis biedt deze partners een kritische inhoudelijke impuls en flinke artistieke verversing, door onorthodoxe werkstijlen te kiezen en altijd jonge honden in te zetten bij deze samenwerking. Zo krijgt de samenwerking ook op topniveau altijd de onbevangen en creatieve bezieling mee die Kosmopolis voorstaat.

Kosmopolis zal in deze fase diepgaander partnerschap opbouwen met organisaties als Het Nederlands Concertgebouw, de Nederlandse Opera, Joop van den Ende, IDTV, Wunderbaum, NPS, Alliance of Civilizations, Holland Festival, et cetera. Allen steeds in combinatie met jonge individuen en creatieve ondernemers, zoals John 106, Stichting Epitome Entertainment, FUNX en de jongeren van Wijnu! enzovoort. Ook op internationaal niveau fungeert Kosmopolis als een serieuze bron van kennis en stevige partner.

## **Ambities**

### **Bestendinging (nationaal en internationaal)**

Kosmopolis zal voortbouwen op de bestendinging en professionalisering die zich voltrekt in fase 1. Kosmopolis maakt een solide ontwikkeling door, zonder te institutionaliseren. Wij zijn toegerust op structureel nationaal en internationaal partnerschap en weten de opgedane kennis en ervaring duurzaam te ontsluiten voor de kunstsector, publiek en onderwijs.

### **Uitbreiding stedelijk partnerschap**

In deze fase breidt Kosmopolis het stedelijk partnerschap uit naar maximaal 14 steden (inclusief de G4). Kosmopolis doet dit gefaseerd, opdat het beheersbaar is. Dit houdt in dat in 2009 drie steden aansluiten en in 2011 nog maximaal zeven. Aansluiting geschiedt volgende dezelfde voorwaarden als de samenwerking met de G4. Dit houdt o.a. in dat er sprake moet zijn 100% stedelijke matching. Ook wordt in deze fase uitvoering gegeven aan het Buddytraject. Dit houdt in dat elke stedelijke partner duurzame samenwerking start - op basis van de stedelijke Kosmopolis programmering - met een deel- of randgemeente in of nabij de stad.

### **Verbinding met andere sectoren**

In deze fase is Kosmopolis in staat serieus strategisch partnerschap te starten met organisaties en overheden in andere sectoren, met behoud van eigen karakter en kracht. Dit omdat we productionele initiatieven nemen, een zichtbare factor van betekenis zijn en voldoende organisatorisch en budgettair gewicht hebben om een aantrekkelijke partner te zijn voor potentiële partners uit andere sectoren.

### **Excelleren in interculturele dialoog**

In deze fase faciliteert, programmeert én produceert Kosmopolis op voldragen niveau en met de topspelers in het interculturele en maatschappelijk domein. Hierdoor is Kosmopolis op meerdere niveaus in staat de culturele dialoog in te zetten met culturele en maatschappelijke impact als doel. Kosmopolis is in staat internationaal een voortrekkersrol te spelen. Kosmopolis heeft in deze fase voldoende organisatiekracht om kennis en ervaring te bundelen en beschikbaar te stellen, voldoende programmeringsruimte om nieuwe methoden en onbekende inzichten, beelden en geluiden te introduceren en voldoende productionele kracht om samen met partners tot nieuwe artistieke werken te komen, met (inter)nationale impact.

### **Gebruik van artistieke excellentie**

Aan faciliterende en programmerende taken voegt Kosmopolis in deze fase productionele kwaliteit toe. Dit houdt in dat Kosmopolis investeert in hoogwaardig opdrachtgeverschap en in interculturele producenten. We realiseren internationale en nationale 'High Impact Events', in wisselende kunstdisciplines. We creëren nieuwe artistieke werken, in samenwerking met internationale

topkunstenaars en –artiesten. Hierbij wordt rekening gehouden met artistieke impact en met impact op beoogde doelgroepen. Populariteit is daarbij geen vies woord. Kosmopolis zal in de jaren 2009-2012 niet alleen kiezen voor samenwerking met bijvoorbeeld toonaangevende musea, theaterpodia of beeldende kunstmanifestaties, maar ook voor realisatie van een musical over interculturele relaties met internationale sterren, een tournee van Frans Bauer door Marokko, met aan zijn zijde de Marokkaanse Frans Bauer en een grootschalig internationaal games event dat geen jongere wil missen.

## Budget 2011 en 2012

Het benodigde budget voor deze fase is € 13.880.000 euro voor twee jaar (2011 en 2012 samen). De kostenefficiëntie neemt nogmaals toe in deze fase, omdat de beheerskosten relatief steeds lager worden, afgezet tegen het activiteitenbudget en het aantal steden.

De verdeelsleutel is als volgt:

<b>Kosmopolis NL</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Programmering bovenstedelijk	1.1.20.000	1.120.000
Programmering internationaal	1.370.000	1.370.000
Activiteitenkosten	450.000	450.000
Communicatie	160.000	160.000
Beheerskosten	530.000	450.000
Totaal	3.630.000	3.550.000

<b>Stedelijke Kosmopolis partners</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Amsterdam	550.000	550.000
Rotterdam	450.000	450.000
Den Haag	400.000	400.000
Utrecht	300.000	300.000
Stad 5	200.000	200.000
Stad 6	200.000	200.000
Stad 7	200.000	200.000
Subtotaal G4 + 3	2.300.000	2.300.000
Stad 8	150.000	150.000
Stad 9	150.000	150.000
Stad 10	150.000	150.000
Stad 11	150.000	150.000
Stad 12	150.000	150.000
Stad 13	150.000	150.000
Stad 14	150.000	150.000
Subtotaal stad 8-14	1.050.000	1.050.000
Totaal stedelijke partners	3.350.000	3.350.000

# Bijlagen

## Programmaliijnen G4-partners

### **Bovenstedelijke en internationale samenwerking G4**

Elke stad stelt minimaal 20% van het budget beschikbaar voor bovenstedelijke en internationale samenwerking. Inhoudelijk sluit de inzet van dit deel aan op de eigen programmaliijnen.

#### **Amsterdam**

Naar verwachting start in de eerste helft van 2008 samenwerking met een Amsterdamse Kosmopolis partner.

#### **Rotterdam**

De Rotterdamse programmaliijnen zijn:

Identiteit en beeldvorming  
Culturele uitwisseling  
Transculturele ontwikkelingen

Rotterdam besteedt binnen deze programmaliijnen veel aandacht aan de straatcultuur, met inbegrip van mode en lifestyle. Kosmopolis Rotterdam slaagt er in sterke verbindingen te leggen met andere stedelijke initiatieven in wijken en op stadsniveau. Voorbeelden daarvan zijn samenwerking met de universiteit tijdens het Mozaïek Ramadan Festival en met de gemeente tijdens de Dag van de Dialoog.

#### **Den Haag**

De Haagse programmaliijnen zijn:

Gastkunstenaarschappen  
Ondersteuning Haagse culturele instellingen  
Eigen producties rond migratie

In het Haagse programma staat gastvrijheid centraal. Kosmopolis nodigt kunstenaars uit herkomstlanden van Hagenaars uit voor een intensief Artist in Residence programma in de stad. Het is intensief omdat de kunstenaar niet alleen werk- en expositieruimte krijgt, maar ook samenwerkt met culturele organisaties, lezingen houdt, activiteiten uitvoert op scholen, masterclasses geeft aan amateurs, tijdelijk stadsdichter of stadsschrijver worden, et cetera.

#### **Utrecht**

De Utrechtse programmaliijnen zijn:

Community Art en talentontwikkeling  
Spirituele muziek en interreligieuze dialoog  
Nieuwe Media en Gaming  
Historisch perspectief/erfgoed  
Debat

Kosmopolis Utrecht stelt interculturaliteit en wereldburgerschap in alle activiteiten centraal en zoomt bij activiteiten in op specifieke elementen hieruit. Een voorbeeld daarvan is Maluku Mokro, een traject waarin de connectie tussen 'Molukkers van toen' met 'Marokkanen van nu' wordt verkend. Vanuit de interreligieuze dialoog wordt de culturele dimensie van religie getoond. Hierbij ontstaan verrassende verbindingen tussen het religieus cultureel erfgoed van de stad en nieuwe vormen van cultuur en religie. Een voorbeeld daarvan is het Mystic festival dat in nauwe samenwerking met Kosmopolis plaatsvond in de Stefanus kerk en waarbij tijdens de eerste editie de Perzische dichter Rumi, een leidend figuur van het soefisme, centraal stond.

# Onderdelen uit beleidsplannen stedelijke partners

## Kosmopolis Rotterdam

### Functies en beleidsthema's

Kosmopolis Rotterdam werkt, gemeten naar publieksgroepen, kunstdisciplines, cultuuruitingen, dialoog-, werk- en presentatievormen, vanuit een brede oriëntatie. Dit brengt met zich mee dat onze activiteiten binnen de Rotterdamse culturele infrastructuur een relatief groot aantal functies en thema's bestrijken. Vier functies en twee beleidsthema's om precies te zijn:

- intermediairfunctie culturele diversiteit,
- presentatiefunctie debat,
- presentatiefunctie grootstedelijke jongerencultuur,
- (inter)nationale presentatiefunctie nieuwe media,
- beleidsthema culturele diversiteit,
- beleidsthema internationalisering.

.Een korte toelichting op de vier functies:

- *intermediairfunctie culturele diversiteit*

Het stimuleren van culturele diversiteit en het (mede)ontwikkelen van verbindings-strategieën zijn de grondslag van ál onze activiteiten.

- *presentatiefunctie debat*

Onder debat valt ook de culturele dialoog en die ligt ten grondslag aan al onze projecten, ongeacht de vorm (gesprekken, workshops, tentoonstellingen, podiumpresentaties). Omwille van eenduidigheid zullen wij het gangbare woordgebruik overnemen en onder de presentatiefunctie debat alleen cijfermateriaal presenteren over onze publieke gesprekken en tafeldialogen.

- *presentatiefunctie grootstedelijke jongerencultuur*

Grootstedelijke jongerenculturen weerspiegelen bij uitstek de ontwikkelingen rond culturele diversiteit en zijn daarom een hoofdthema in ons programma.

- *(inter)nationale presentatiefunctie nieuwe media*

Nieuwe media spelen bij de ontwikkeling van jongerenculturen en ook van culturele diversiteit in brede zin een toonaangevende rol: als communicatiemiddel, als platform en als kunstdiscipline. Kosmopolis Rotterdam ambieert een voorhoederol in de actuele ontwikkelingen rond jongeren, nieuwe media en identificatie. Deze ambitie vertaalt zich zowel in strategische samenwerkingsverbanden als in projecten.

### Een korte toelichting op de beleidsthema's cultuurparticipatie en internationalisering

Twee beleidsthema's, cultuurparticipatie en internationalisering hebben in het Rotterdamse meerjarenplan een prominente plaats. Participatie van nieuwe publieksgroepen, hoort tot onze overkoepelende doelstellingen. De beoogde doelgroepen (jongeren en dan met name meiden van 15+, vrouwen en senioren die zich steeds minder betrokken voelen bij de Rotterdamse samenleving om hen heen) bepalen in hoge mate de keuze van presentatie- en werkvormen, samenwerkingspartners en communicatiemethoden. Onze activiteiten laten dan ook een grote variatie zien: voorstellingen, exposities, workshops, presentaties en publieke gesprekken. Hetzelfde geldt voor de buurt-, welzijns-, jongeren-, bewoners- en zelforganisaties met wie wij samenwerken. In de communicatie combineren wij gangbare methoden (publieke mediakanalen, flyers en eigen website) met een informele en persoonlijke benadering via e-mail nieuwsbrieven, mond-tot-mond-reclame via sleutelfiguren, sms-berichten etc.

Internationaal opereert Kosmopolis Rotterdam hand in hand met haar stedenpartners en vooral met Kosmopolis NL. Wij hebben een structurele uitwisseling opgezet met Turkije; wij zoeken structurele internationale samenwerking op het gebied van jongeren en nieuwe media; we ontwikkelen incidentele projecten met verschillende Europese culturele organisaties en we maken deel uit van een virtueel, Europees netwerk van kunst- en cultuurprofessionals (LabforCulture van de European Cultural Foundation).

## **Kosmopolis Den Haag**

### **Korte omschrijving van de huidige activiteiten**

Den Haag onderscheidt vier soorten activiteiten om de culturele dialoog te stimuleren: gastkunstenaarschappen, eigen producties, ondersteuning van de instellingen en samenwerkingsprojecten met de andere Kosmopolis-organisaties.

### **Gastkunstenaarschappen**

Het 'gastkunstenaarschap' is door de Haagse culturele sector benoemd als het eerste instrument in het door hen gewenste proces van internationalisering. Kosmopolis Den Haag zal daarbij zowel ingaan op voorstellen van kunstinstellingen als concrete voorstellen doen voor gastkunstenaarschappen. Buitenlandse kunstenaars, met name uit de herkomstlanden van migranten, worden uitgenodigd om zich tijdelijk – van enkele weken tot een jaar – in Den Haag te vestigen, en binnen de kunst- en cultuurinstellingen en andere organisaties aan het werk te gaan. Kosmopolis Den Haag stimuleert en begeleidt de Haagse culturele instellingen bij het opnemen van deze gastkunstenaars (en anderen werkzaam in de culturele sector in brede zin) - in de organisatie. Choreografen, schrijvers, beeldend kunstenaars, componisten, musici, architecten, denkers, journalisten, specialisten uit de kunstnijverheid en conservatoren worden uitgenodigd om via hun werk hun invloed te laten gelden op het Haagse en landelijke kunstleven. Ze presenteren hun werk, maken producties samen met onze instellingen, geven workshops en masterclasses op scholen, instellingen voor kunsteducatie en kunstvakopleidingen, en laten nadrukkelijk van zich horen in de media. Gedurende hun verblijf slaan de gastkunstenaars bruggen tussen burgers in de stad met uiteenlopende sociale en culturele achtergronden en entameren de interculturele dialoog. Binnen de culturele instellingen stimuleren zij hun collega's/gastheren in het omgaan met een andere cultuur. Buiten de instellingen presenteren ze zich nadrukkelijk als gast in de stad, en spreken zich uit over hun werk en over hun cultuur. Door ze te verbinden met de instellingen voor amateurkunst en kunsteducatie hebben ze een aanzuigende werking op jong talent in de stad, al dan niet met dezelfde culturele herkomst.

### **Ondersteunende activiteiten voor de culturele instellingen in de stad**

Het merendeel van de Haagse kunstinstellingen staat open voor een proces van verandering teneinde met het kunstaanbod meer aan te sluiten bij de veranderde samenstelling van de bevolking. Kosmopolis Den Haag steunt waar mogelijk dit proces, zowel met activiteiten als met inhoudelijke ondersteuning. Daarnaast realiseert Kosmopolis Den Haag een programma van ontmoetingen van de culturele sector met de internationale sector in de stad: ambassades, internationale instellingen, etc. De ontmoetingen zijn thematisch opgezet, en hebben als doel om de contacten en uitwisseling van ideeën tussen de internationale instellingen en de Haagse culturele instellingen te versterken. Een geslaagd voorbeeld van zo'n activiteit heeft in oktober 2007 plaatsgevonden: een rondetafelbijeenkomst met cultureel attachés van landen met een Indiase diaspora, en kunstinstellingen die mogelijkheden zien voor programmering van Hindoestaanse programma's.

### **Eigen producties en producties in samenwerking met andere instellingen**

Kosmopolis Den Haag organiseert al dan niet in samenwerking met Haagse partnerorganisaties, eigen producties. Daarnaast organiseert het zelfstandig of in samenwerking met collega-instellingen *lezingen, debatten en interactieve forumdiscussies* rond thema's die verbonden zijn aan de vraagstukken over interculturaliteit en internationalisering. Kosmopolis Den Haag organiseert incidenteel culturele evenementen die leiden tot ontmoetingen tussen bewoners van verschillende wijken in Den Haag. Onder de titel 'Stadstori's' ontwikkelt het een plan, waarbij Hagenaars in een serie voorstellingen in de wijken hun mooiste verhalen vertellen. De beste verhalen worden, na begeleiding door regisseur/dramaturg, in een slotmanifestatie bij elkaar gebracht.

### **Bovenstedelijke activiteiten**

Uitwisseling van projecten met de andere Kosmopolis-organisaties

In het samenwerkingsverband van Kosmopolis brengt elke stad, net als de landelijke organisatie, bovenstedelijke activiteiten in. De vijf samenwerkende Kosmopolis-organisaties streven ernaar om zoveel mogelijk van elkaars projecten over te nemen, en houden hiervoor een budget vrij. Omgekeerd biedt Kosmopolis Den Haag projecten aan aan de andere steden, al dan niet met extra steun van de landelijke Kosmopolis organisatie. Dat kunnen programma's zijn gekoppeld aan de gastkunstenaars (lezingen, workshops, optredens, exposities, debatten etc.), of eigen producties.

## Kosmopolis Utrecht

Kosmopolis Utrecht kiest vijf werkvormen:

- a. kunstproducties
- b. wijkgesprekken/debat
- c. culturele evenementen
- d. kennisontwikkeling en-deling
- e. overkoepelende G4 samenwerking

Met gebruik van deze vormen geeft Kosmopolis Utrecht invulling aan de volgende speerpunten:

1. community art/ talentontwikkeling
2. spirituele muziek/ interreligieuze dialoog
3. nieuwe media & gaming
4. historisch perspectief & cultureel erfgoed
5. interstedelijke samenwerking

Per programma onderdeel werkt Kosmopolis samen met programmapartners (zie hieronder) en integraal met strategische partners Netwerk CS Utrecht en Atana. Kosmopolis zal in haar werk in Utrecht wijkgericht werken en kunst, cultuur en debat brengen.

### Toelichting op de programmalijnen

#### 1. Community Art en talentontwikkeling

Partners: Culturele Zondagen, HKU, optioneel STUT, Wereldfeest, CAL

Rol Kosmopolis: co-producent/financier

In Community Art werken professionele kunstenaars met gemeenschappen, in een creatief proces waarbij een artistiek product tot stand komt. Kosmopolis geeft de voorkeur aan een proces met tastbare eindproducten. In het maakproces stelt de kunstenaar zich dienstbaar op, stuurt aan op kwaliteit en maakt gebruik van de verhalen, verlangens en zeggingskracht van de gemeenschap.

#### 2. Spirituele muziek en interreligieuze dialoog

Partners: Kerken Kijken, Domkerk, RASA, Kosmopolis landelijk

Rol Kosmopolis: co-producent

Utrecht houdt zich op meerdere niveaus bezig met spirituele muziek en interreligieuze dialoog bezig. Kosmopolis zal op dit vlak activiteiten organiseren rondom interculturele spirituele muziek en interreligieuze dialoog.

#### 3. Nieuwe Media en Gaming

Partners: Centraal Museum, HKU, Kosmopolis landelijk, Nederlandse Gamedagen

Rol Kosmopolis: mede ontwikkelaar/co-producent

Kosmopolis werkt samen met researchers van de UU, het Centraal museum en de HKU op het gebied van gaming. Er zal een stadsgame ontwikkeld worden. De HKU heeft een opleiding gaming, zowel op het gebied van inhoudelijk ontwerp als van technologie, met Evert Hogendoorn, hoofd Virtual Theatre and Gaming als grote trekker.

#### 4. Historisch perspectief/erfgoed

Partners: Kosmopolis landelijk, Moluks Museum, Bureau Tangkau, St PACE

Rol Kosmopolis: mede ontwikkelaar/co-producent/financier

Door het bieden van een historisch perspectief worden hiaten in onze historische kennis ingevuld. Deze programmalijn biedt nieuwe perspectieven waardoor een rijker en multidimensionaal beeld ontstaat van verschillende culturen en de (historische) verhoudingen tussen die culturen. Hierbij wordt altijd een link met het heden gemaakt, waardoor rijkere analyse, reflectie en duiding plaats vindt.

#### 5. Debat

Partners: TUMULT, Mitros, Graduate Gender programma/UU, EUtopia, BAK Utrecht, NFF

Rol Kosmopolis: initiator/opdrachtgever/co-producent

Kosmopolis Utrecht realiseert met partners debatseries met een specifieke inhoudelijke focus:

*Verborgene Stad*, met inspirerende voorbeelden van cultureel burgerschap

*Womenspeak* over algemene maatschappelijke kwesties, bekeken vanuit interculturaliteit en gender.

Debatseries in aansluiting op *Films in de wijk*

# Kosmopolisdefinities

## Intercultureel

Kosmopolis erkent de behoefte het leven van labels te voorzien. De afgelopen decennia zijn heel wat termen de revue gepasseerd, van multicultureel tot multiculti en uiteindelijk multikul. En tussentijds 'pakkende slogans' als Medelanders Nederlanders en benamingen allochtoon en autochtoon.

Intercultureel is het nieuwe toverwoord. Zo wordt het althans veel gebruikt.

Kosmopolis programmeert intercultureel. Dit woord onderscheidt zich van monocultureel, waarin slechts één cultuur centraal staat en van multicultuur, waarin culturen in elkaar overvloeien. Kosmopolis is er niet op uit culturele verschillen te miskennen. Wel streeft Kosmopolis naar relaties tussen en kennis van verschillende culturen. Kosmopolis is er altijd op uit een heterogeen cultureel aanbod te bieden en hiervoor verschillende culturele groepen te interesseren. Intercultureel is daarom een geschikte term voor het werk van Kosmopolis.

## Inter-esse

## Culturele of Interculturele Dialoog

De culturele dialoog is een ontmoeting tussen twee of meer mensen, waarin naar de verschillende partijen geluisterd wordt, teneinde gezamenlijk tot nader inzicht te komen en zonder dat het vellen van een oordeel, of het benoemen van een winnaar centraal staat. Het onderscheidt zich hiermee van een debat of discussie, waarin het uitspreken van de eigen inzichten en meningen en het vinden van medestanders vaak prevaleert. Kosmopolis specialiseert zich in de culturele dialoog, door verschillende vormen van dialoog in te zetten, altijd met gebruik van kunst, cultuur en media.

## Media

Media zijn middelen tot overdracht van kennis en informatie. Niet verwonderlijk dus, dat Kosmopolis media ruim inzet. Inzet van media betekent voor Kosmopolis inzet van het hele scala, met inbegrip van zowel gevestigde en nieuwere middelen. Kosmopolis schuwt de papieren krant niet, maar is progressief op de digitale weg. Immers, om ruime impact te genereren, in het bijzonder bij jongere generaties, is een actief digitaal netwerk en ruime aanwezigheid in virtuele werelden (waarop het woord virtueel nauwelijks nog van toepassing is) vereist. Interessant bij inzet van media is dat er in veel gevallen nauwelijks scheiding bestaat tussen projectinhoud en communicatie daarvan: de projectinhoud is al communicatief en vice versa.

## Cultuur

Cultuur is een ruim begrip, waarvan Kosmopolis vele betekenissen hanteert. Het kan verwijzen naar gedragingen en overtuigingen die kenmerkend zijn voor een sociale, etnische, of leeftijdsgroep (zoals jeugdcultuur en popcultuur). Cultuur kan ook gezien worden als een optelsom van levenswijzen die door een groep mensen is ontwikkeld en die van generatie op generatie wordt doorgegeven. Dit doen we altijd al, maar in deze tijd van globalisering en toegenomen migratie ervaren we in ons dagelijks leven een verhoogde verscheidenheid aan culturen. Het overheidsbeleidsveld cultuur verwijst in Nederland vaak naar artistieke zaken, maar in Vlaanderen bijvoorbeeld naar een breder beleidsveld, met inbegrip van onderwijs. Kosmopolis hanteert verschillende betekenissen van cultuur, waarbij de betekenis in casu altijd duidelijk is door de context. Waar Kosmopolis spreekt van de inzet van cultuur doelt Kosmopolis op artistieke en creatieve uitingen, die niet onder specifieke kunstbeoefening vallen, zoals vormen van debat of educatieve projecten.

## Kunst

Kunst laat zich zo mogelijk nog slechter definiëren. Kosmopolis ziet kunst als het veld van artistieke creatie in verschillende disciplines, tot stand gebracht door geoefende kunstenaars. Kosmopolis richt zich primair op de kunstdisciplines muziek, dans, theater, literatuur, design, beeldende kunst, film en fotografie. Kosmopolis sluit andere disciplines (zoals architectuur en erfgoed) geenszins uit, maar kiest op basis van impactratio in relatie tot een beperkt budget vaker voor andere disciplines.



# Organisatie

## Stedelijk partnerschap

### Landelijke organisatie met stedelijke partners

Kosmopolis is een landelijke organisatie met partnerorganisaties in de steden Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht. Kosmopolis NL biedt versterking van en samenhang tussen de Kosmopolis programma's in deze steden. Hieruit ontstaat synergie en een vliegwieleffect qua inhoud en volume.

### G4 Teamoverleg Kosmopolis

Het team bestaat uit de programmadiirecteuren of programmeurs van Kosmopolis landelijk en stedelijk. Dit teamoverleg staat onder voorzitterschap van de creatief directeur van Kosmopolis. Ook de zakelijk directeur is bij het teamoverleg aanwezig in verband met zakelijke aspecten van de stedelijke samenwerking. Het teamoverleg neemt besluiten over samenwerking. Alle leden kunnen voorstellen voor samenwerking indienen.

Hoofddoelen van het teamoverleg zijn realisatie van samenhang tussen de programma's, kennisoverdracht en effectief (her)gebruik en vergroting van bestaande concepten en activiteiten.

Ter versterking van deze hoofddoelen realiseert het team jaarlijks de volgende concrete resultaten:

- minstens één grootschalig gezamenlijk evenement, op initiatief van Kosmopolis landelijk
- minstens één coproductie tussen Kosmopolis landelijk en elke stedelijke partner
- minstens een productie per partner wordt door alle andere partners overgenomen
- elke stad minstens één overdracht of schaalvergroting van een activiteit naar andere steden
- elke stad participeert in één van de internationale activiteiten van Kosmopolis landelijk

### Faciliterende functie van Kosmopolis NL

De faciliterende functie ten aanzien van het stedelijk partnerschap betreft zowel praktische als meer inhoudelijke of strategische zaken. De belangrijkste aspecten hiervan zijn de volgende:

- Aanspreekpunt: Kosmopolis landelijk is nationaal en internationaal aanspreekpunt en zorgt voor aansluiting bij strategische partners in binnen- en buitenland. Kosmopolis vertaalt nationale en internationale mogelijkheden naar concrete samenwerking op stedelijk niveau, bijvoorbeeld door stedelijke partners te betrekken bij initiatieven tot internationale samenwerking in en vanuit het buitenland.
- Communicatie: Kosmopolis landelijk realiseert een corporate communicatiestrategie met aandacht voor de stedelijke partners. Kosmopolis ontwikkelt instrumenten en vormgeving waar de stedelijke partners gebruik van maken.
- Digitaal: Kosmopolis landelijk heeft een CRM en een CMS systeem geïntroduceerd. Dit houdt in dat er sprake is van een virtueel kantoor dat door alle partners gebruikt wordt, en van gezamenlijk gebruik van alle beschikbare data. Alle gegevens over de activiteiten zijn in een oogopslag vindbaar: van samenwerkingspartners en contactgegevens tot budgethoogten en planning.
- Formats: Kosmopolis NL heeft formats voor projectplanning en –evaluatie ontwikkeld. Gebruik hiervan bij alle partners vereenvoudigt samenwerking, vergelijking en evaluatie.
- Fondsenwerving: In de fondsenwervingstrategie van Kosmopolis landelijk worden de steden meegenomen. Dit houdt in dat Kosmopolis bij werving van fondsen en sponsors corporate niveau ook werft voor de steden. Op programmaniveau en activiteitsniveau draagt elke partner hier zelfstandig (doch in overleg met de partners) zorg voor.

### Verdeling van het rijksbudget

Verdeling van het rijksbudget geschiedt op basis van marginale toetsing van het stedelijke programma. Toetsingscriteria zijn:

- intercultureel karakter; niet gericht op één bevolkingsgroep of religie
- onderscheidend karakter
- brede toegankelijkheid
- uitvoering onder de expliciete vlag van Kosmopolis
- 100% stedelijke matching

## **Personeelsteam Kosmopolis NL**

Onderstaand overzicht betreft het personeelsteam van Kosmopolis NL. De stedelijke organisaties zijn eigen rechtspersonen en hebben eigen personeel in dienst.

### **Lichte groei personeelsteam**

In fase 1 wordt het personeelsteam van de pilotfase uitgebreid met een programmamanager en twee projectmedewerkers. Ofwel een uitbreiding van 6 fte tijdens de pilot naar 9 fte in Fase 1 (2009-2010). Dit is vereist om voldoende aansturing en coördinatie van de activiteiten te realiseren en om over voldoende capaciteit te beschikken voor projectuitvoering.

In fase 2 wordt ditzelfde team uitgebreid met een interstedelijk programmacoördinator en een communicatiemedewerker: een uitbreiding met 2 fte.

Verder is in 2011 aanvullende capaciteit vereist om de overgang van fase 1 naar fase 2 te laten slagen. De omvang van activiteiten neemt toe en het aantal steden eveneens. Deze uitbreiding vereist geen verdubbeling van personele inzet, maar wel extra capaciteit om de aansluiting van steden te begeleiden en de hoeveelheid activiteiten en de toenemende informatiestroom in goede banen te leiden. Daarom investeert Kosmopolis in 2011 in een tijdelijke procesmanager. Dit maakt het mogelijk om al in 2012 een relatieve besparing op personeelskosten te realiseren.

### **Personeelsteam Fase 1:**

#### **Directie**

De creatief directeur en de zakelijk directeur vormen samen de directie van Kosmopolis. De directie voert het artistiek en zakelijk beleid, zoals vastgesteld door het bestuur. De creatief directeur zet de creatieve strategie uit en is daarbij primair belast met uitzetten van programmalijnen, bedenken en initiëren van activiteiten, binden van creatieve partners, woordvoerderschap, en voorzitterschap van het teamoverleg G4. De zakelijk directeur zet de zakelijke strategie uit en is daarbij primair belast met dagelijkse leiding op het kantoor, samenwerking met betrokken overheden en stedelijke organisaties en financiën.

#### **Officemanager:**

- voert directiesecretariaat,
- verzorgt archivering, notulering
- voorziet en vervult diverse organisatorische taken.
- assisteert zakelijk directeur

#### **Coördinator Digitaal**

- verantwoordelijk voor webbeheer / webontwikkeling
- coördineert en initieert digitale toepassingen / virtuele activiteiten
- coördineert digitale samenwerking met stedelijke partners
- coördineert digitale systemen (CRM, CMS, et cetera)

#### **Programmamanager**

- coördineert op programmaniveau
- draagt bij aan stedelijk Teamoverleg
- stuurt projectmedewerkers aan

#### **Projectmedewerker 1**

- verantwoordelijk voor coördinatie en uitvoering projecten
- contactpersoon voor samenwerkingspartners en externe projectleiders
- bereidt G4 Teamoverleg voor
- assisteert creatief directeur

#### **Projectmedewerker 2**

- verantwoordelijk voor coördinatie en uitvoering projecten, vooral digitaal
- contactpersoon voor samenwerkingspartners en externe projectleiders
- draagt zorg voor inhoudelijk beheer continue digitale projecten

#### Projectmedewerker 3

- schrijft en redigeert teksten
- assisteert communicatiemanager
- verantwoordelijk voor coördinatie en uitvoering projecten
- contactpersoon voor samenwerkingspartners en externe projectleiders

#### Communicatiemanager

- geeft uitvoering aan het communicatieplan voor corporate communicatie,
- coördineert samenwerking op gebied van communicatie met steden,
- coördineert communicatie uitingen bij Kosmopolis activiteiten.

#### **Aanvulling team in Fase 2:**

##### Interstedelijk Programmacoördinator

- is voorzitter van het maandelijks interstedelijk overleg
- is aanspreekpunt voor stedelijke partners
- draagt zorg voor samenhang tussen stedelijke programma's
- zorgt voor heldere informatieoverdracht tussen stedelijke partners

##### Communicatiemedewerker

- ondersteunt communicatiemedewerker en stedelijke partners bij
- uitvoering corporate communicatie
- uitvoering en coördinatie communicatie bij Kosmopolis activiteiten

#### **Tijdelijke aanvulling team in 2011:**

##### Procesmanager

- begeleidt start nieuwe stedelijke partners
- zorgt voor synergie in werkprocessen van bestaande en nieuwe partners
- begeleidt verandering van werkprocessen personeelsteam, veroorzaakt door toenemende informatiestroom en toenemende omvang van activiteiten

#### **Freelancers, klankbordgroep en vrijwilligers (Fase 1 + Fase 2)**

##### Poule freelancers

Kosmopolis schakelt voor realisatie van activiteiten en afhankelijk van de specifieke behoefte freelancers in, variërend van producenten en kunstenaars tot schrijvers, journalisten en onderzoekers. Kosmopolis selecteert op kwaliteit en zorgt er daarbij voor niet alleen de bekende en veelgevraagde professionals te betrekken, maar juist ook minder bekend talent en mensen en organisaties met onorthodoxe werkstijlen. Ook zorgt Kosmopolis er voor dat in de poule freelancers een ruime diversiteit aan culturen vertegenwoordigd is. Hiermee stimuleert Kosmopolis de inzet en doorgroei van divers talent. Tegelijk maakt Kosmopolis gebruik van de verrassende inzichten van nieuwe generaties cultuurmakers.

##### Redacties

In wisselende samenstelling brengt Kosmopolis redacties bijeen die zich buigen over specifieke activiteiten of onderdelen van de programmering. Vergoeding op basis van vacatiegelden.

## Bestuur

### Bestuursmodel

In de pilotfase is gewerkt met een bestuur + directie model, het 'traditionele bestuursmodel'. Vanaf 1 januari 2009 stapt Kosmopolis over naar een raad van toezicht model. Reden is dat een raad van toezicht model in de meer stabiele kunstplanperiode aan de raad voldoende bevoegdheden biedt voor sturing. De statuten worden hierop aangepast.

**Samenstelling bestuur:** Medy van der Laan (voorzitter), Faiza Dadi (penningmeester), Anton Zijderveld, en Edwin Jacobs

### Profiel bestuur

Bij samenstelling van het bestuur is rekening gehouden met professionele expertise op diverse terreinen (wetenschap, bedrijfsleden, politiek, kunsten, maatschappij), internationale ervaring, man-vrouw verhouding, gevarieerde culturele achtergrond, variatie in leeftijd en verschil in woonplaats.

### Achtergrond van de bestuursleden:

Medy van der Laan is geboren in 1968 te Spijkenisse. Zij studeerde aan de Katholieke Universiteit Nijmegen Nederlands recht en volgde de vooropleiding harp aan het Conservatorium Arnhem. In haar afstudeerjaar volgde zij de postdoctorale opleiding wetgevingsjurist. In 1991 trad zij in dienst bij het ministerie van Binnenlandse Zaken. Van der Laan was tot 2001 hoofd van de afdeling Bestuurlijke, Internationale en Juridische Zaken van de directie Brandweer en Rampenbestrijding. Bij de directie Personeelsmanagement Rijksdienst werd zij in 2001 benoemd tot hoofd RAAC, centrum voor arbeidsmarktcommunicatie en in 2002 kwartiermaker HRM-Academie Rijk. Mevrouw van der Laan werd in 2002 verkozen tot Jonge ambtenaar van het jaar. Van mei 2003 tot juni 2006 was zij staatssecretaris voor Cultuur en Media. Sinds maart 2007 is zij werkzaam als Programmadirecteur/ Partner van TCN Property Project en heeft diverse bestuursfuncties in het culturele veld.

Anton Zijderveld is in 1937 geboren in Malang (Indonesië). Hij deed gymnasium alfa, studeerde theologie (zonder kerkelijk examen) in Utrecht en sociologie in Utrecht en de Verenigde Staten (assistent van Peter L. Berger). Hij promoveerde in de sociologie in 1966 te Leiden en in 2006 in de filosofie in Rotterdam. De heer Zijderveld was in de jaren zestig en zeventig Assistant Professor of Sociology in New York, Associate Professor of Sociology in Montreal en gewoon hoogleraar sociologie in Tilburg. Van 1985 tot december 2002 was hij verbonden aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Daarnaast is hij gasthoogleraar geweest in Montreal, Osaka en München. De heer Zijderveld heeft een achttiental boeken in Engels en Nederlands op zijn naam staan, met vertalingen in Japans, Duits en Turks. Hij is sinds 1990 tweewekelijks columnist in Het Financiële Dagblad in het kunst- en cultuurkatern 'Persoonlijk' en heeft diverse bestuursfuncties in het maatschappelijke en culturele veld.

Edwin Jacobs is geboren in 1960 en studeerde Educatie (BA), Beeldende Kunst (MA) en Kunst Geschiedenis (MA) in Tilburg. Edwin Jacobs treedt vanaf 1998 naar buiten als onafhankelijk curator en facilitator van (inter- en transculturele) projecten en programma's voor beeldende cultuur zowel nationaal als internationaal. Jacobs komt oorspronkelijk uit de onderwijswereld en was tot 2006 directeur van Museum Jan Cunen in Oss. Hij kreeg nationale en internationale bekendheid met zijn experimentele educatieve en interculturele programma's waarvoor hij het museum in Oss gratis openstelde. Vanaf 2006 was Edwin Jacobs Cultuurmakelaar in opdracht van de Gemeente Tilburg, waar hij onder andere het meerjarige kunstfestival onder de titel Cultuur Manifestatie voorbereidde. Edwin Jacobs is sinds 1 september 2007 directeur van Stedelijk Museum de Lakenhal in Leiden.

Faïza Dadi is in 1969 geboren te Bou-ismail in Algerije. Faïza Dadi studeerde Frans, doktersassistentie, en Arabische taal en culturele antropologie (1995). Zij werkte van 1993 tot 1996 voor N.V. Bank Nederlandse Gemeenten als hoofd van de afdeling betalingsverkeeroperaties. Hierna werkte Faïza Dadi een jaar bij VSB Bank (Fortis) als directeur van het VSB Kantoor Zaandam. Bij Residentie Lease B.V. heeft zij van 1997 tot 1999 gewerkt als General Manager. Mevrouw Dadi volgde twee post-doctorale studies, namelijk Business Strategie (RUG, 2003) en Strategic Business Development (RUG, 2004). In 1999 trad zij in dienst bij Delta Loyd Schade waar zij, na het beoefenen van verschillende functies, in 2004 in dienst trad als secretaris van de Raad van Bestuur en Raad van Commisarissen Delta Loyd Groep. Narcis, een organisatie voor islamitische vrouwen, is door Dadi opgericht. Momenteel is zij daar bestuurslid. Verder is zij lid van het Joods Marokkaans Netwerk Amsterdam (JMNA) en in de Raad van Advies 'inspiratie voor integratie' (IVI).

# Communicatie

Kosmopolis bouwt een merk. Binnen de kaders daarvan bouwt Kosmopolis producten, om een groot publiek in contact te kunnen brengen met haar activiteiten en bijbehorende missie.

Voor Kosmopolis staat voorop dat vanuit de inhoud aandacht wordt opgeëist. Geen schot hagel op nationale televisie en printmedia, want met dat geld heeft Kosmopolis wel wat beters te doen. Er zijn echter genoeg manieren om aandacht op te eisen en daar speelt Kosmopolis met haar activiteiten als vanzelf op in.

Om in de harten en geesten van alle Nederlanders te belanden identificeert Kosmopolis *ideas that stick*, ofwel ideeën die blijven hangen. Kosmopolis wil ongebaande paden bewandelen, ook als het om communicatie gaat.

Rondom Kosmopolis moet een *buzz* ontstaan. Om dat te bereiken richt Kosmopolis zich nadrukkelijk op zogenoemde *connectors*, mensen die snel kennis verspreiden binnen, en verbindingen leggen tussen netwerken. Via internet worden virale acties gestart die in een later stadium onder de vlag van Kosmopolis varen. Met gerichte activiteiten en advertenties wordt interesse in Kosmopolis gegenereerd. De vormgeving en stijl van Kosmopolis verwerft bekendheid door de inzet van jonge ontwerpers en een consistente huisstijl.

Het publieke debat functioneert voor Kosmopolis als een *marketing tool*. Door aandacht te vragen voor prangende thema's zoals Geloof & Staat, profileert Kosmopolis zich in de publieke arena. De website fungeert als onderdeel van de programmering en als uithangbord, tevens internationaal door Engelse vertaling. Free branding door samenwerkingspartners uit de media (onder meer FunX). Aandacht vragen in de media voor de activiteiten van Kosmopolis en de interculturele dialoog.

Voortvloeiend uit missie, doel en programmalijnen is het voor Kosmopolis vanzelfsprekend intensieve en structurele samenwerking met mediapartners op te bouwen. Dit gebeurt onder meer al met Funx, de VPRO, Algemeen Dagblad (AD). Kosmopolis werkt hard aan uitbreiding van het aantal structurele mediapartners zoals bijvoorbeeld de Pers, de Volkskrant, Spits, NIO, OHM en de KRO.

De communicatiedoelstelling is in te delen in een korte termijn- en een lange termijn doelstelling. De korte termijn doelstelling beslaat de periode t/m 2009 en de lange de gehele periode tot en met 2012. Om de lange termijn doelstelling te kunnen behalen is het noodzakelijk om eerst aandacht te besteden aan de korte termijn doelstelling.

## Korte termijn doelstelling

Voor de korte termijn worden twee doelstellingen vastgesteld:

- **verwerven van een onontkoombare positie op de culturele kaart**
- **aanscherpen procedures voor succesvolle en consistente communicatie**

### **1<sup>o</sup> doelstelling: een onontkoombare positie op de culturele kaart verwerven**

Beoogde resultaten zijn:

1. Onderscheidende identiteit krachtig communiceren
2. Vergroting naamsbekendheid
3. Succesvolle mediagenieke activiteiten realiseren

#### Ad. 1. Identiteit

De identiteit van Kosmopolis bestaat uit drie elementen:

- Visie; kunst en cultuur als bindmiddel tussen bevolkingsgroepen
- Domein; toegang en inzicht tot diversiteit vergroten bij diverse partijen, platformfunctie
- Ankers/pijlers; samenwerking met (culturele) organisaties en G4, kennisdeling nationaal en internationaal (culturele uitwisseling), multidisciplinaire programma's (debat, evenement, educatie, tentoonstelling), interstedelijk zichtbaar (huisstijl, formats en programmalijnen)

De identiteit wordt voortdurend aangepast, maar heeft een heldere kern die in het communicatiebeleid is vastgelegd. Kosmopolis is onder meer direct, laagdrempelig, wederkerig en kritisch. Deze informatie

wordt opgenomen in de gekozen communicatie instrumenten die de primaire doelgroepen bereiken. Een belangrijk instrument hierbij is een eenduidige huisstijl die toepasbaar is voor alle kantoren van Kosmopolis en meerdere mediakanalen.

Een ander belangrijk communicatie-instrument dat de identiteit uitdraagt, is de pay-off. De pay-off moet belangrijke elementen van de identiteit bevatten. Kosmopolis staat voor het bereiken van het bewustzijn dat mensen in de samenleving *gelijk* zijn en tegelijkertijd ook van elkaar *verschillen*.

Kosmopolis hanteert afhankelijk van de activiteit de volgende pay-offs:

Kosmopolis, *Niets menselijks is ons vreemd*

Kosmopolis, *Deel je wereld*

Kosmopolis, *Together Forever*

#### Ad. 2. Naamsbekendheid

Hoewel Kosmopolis in de pilotfase in de culturele sector ruime naamsbekendheid heeft verworven, is versterking van deze bekendheid gewenst, zowel bij kleinere culturele instellingen als bij het grote publiek. Herkenning, missiegericht en onontkoombaar zijn hierbij sleutelwoorden.

Vergroting van naamsbekendheid van Kosmopolis wordt bereikt door:

- Consistente toepassing huisstijl.
- Inzetten van een mix van gekozen communicatie instrumenten die gewenste doelgroepen bereiken.
- Projecten inzetten met een ruim bereik onder gekozen doelgroepen;
- Aansluiten bij bestaande succesvolle projecten/allianties; bij keuze van projecten speelt nieuwsaarde een rol.
- Virtuele sites/forums uitbreiden waarin burgers in de stijl van Kosmopolis kunnen meedenken;

#### Ad 3. mediagenieke evenementen

Zie hiervoor de activiteiten zoals beschreven bij Fase 1 en 2.

### **2<sup>e</sup> doelstelling: opstellen van procedures voor succesvolle en consistente communicatie**

Deze processen en procedures bestaan vooral uit:

- communicatieve waarde van projecten van te voren vaststellen en afstemmen op de beoogde doelgroep voordat een project wordt gekozen;
- acties en voorwaarden vaststellen teneinde regelmatig in contact te zijn met de media.
- duidelijkheid en consistentie van de boodschap waarborgen.

Deze processen en procedures worden in overleg met de stedelijke kantoren ingevoerd. De communicatiemanager van Kosmopolis is hiervoor verantwoordelijk en rapporteert aan de creatief directeur.

## **Lange termijn doelstelling**

Het bereiken van het gewenste imago is een lange termijnplanning die een periode van meerdere jaren beslaat. Kosmopolis identificeert de stakeholders en stelt originaliteit voorop bij het benaderen van deze stakeholders.

In onderstaand figuur worden drie groepen stakeholders uiteengezet. Hierbij is te zien welke doelgroep primair en secundair is.

De indeling die voor Kosmopolis geldt:

1. Publiek; iedereen, maar in het bijzonder:

- jonge mensen van 15-35 jaar oud, bereikbaar via media
- burgers die meer willen weten over onze samenleving, burgers die zich zorgen maken.

2. Strategische partners; samenwerking aangaan om de missie te behalen

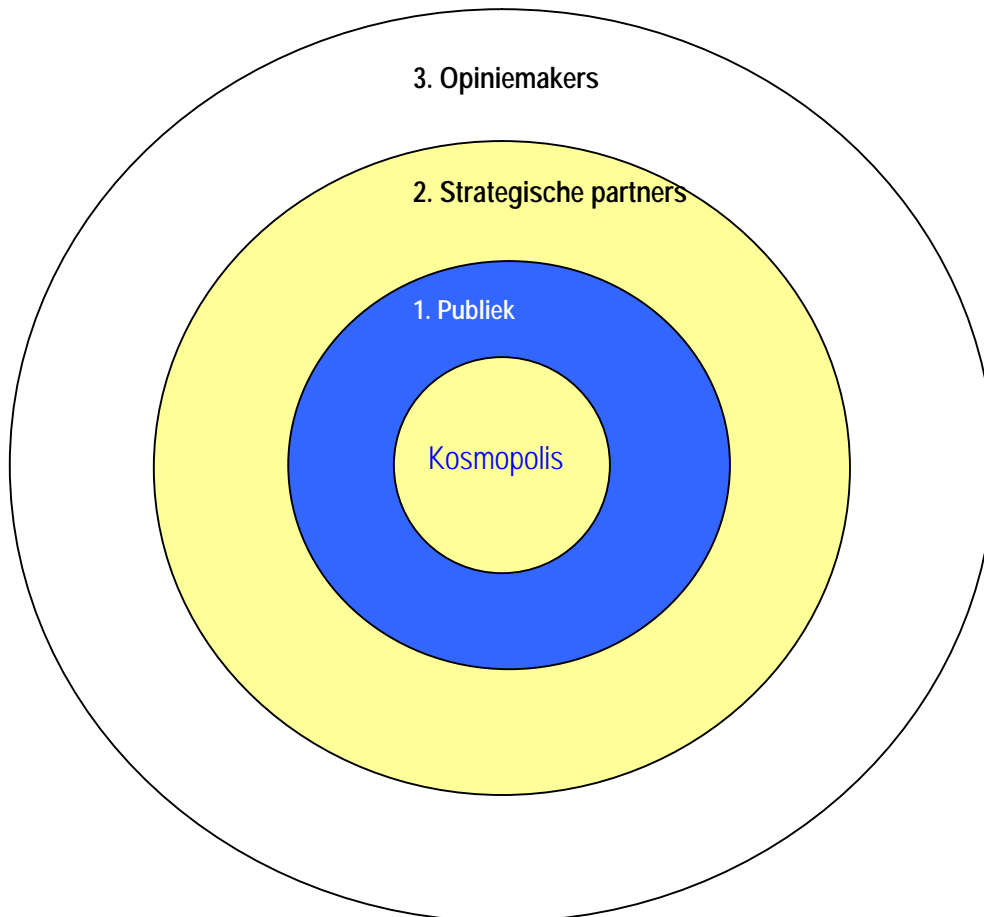
3. Opiniemakers; beslissers en media die Kosmopolis onder de aandacht van publiek brengen

De strategie hierachter is als volgt. Kosmopolis benadert het publiek rechtstreeks met haar activiteiten. Het enthousiasme van jonge trendsetters zorgt er voor dat Kosmopolis naamsbekendheid krijgt in de beoogde doelgroepen. Strategische partners met naamsbekendheid verbinden zich aan Kosmopolis, juist omdat Kosmopolis onorthodox werkt en doelgroepen bereikt die zij zelf niet altijd weten te

bereiken. Gezamenlijk genereert dit aandacht van opiniemakers, die het verhaal van Kosmopolis verder verspreiden.

Kosmopolis kiest deze strategie omdat bereik van deze drie groepen stakeholders vereist is om succes te hebben. Kosmopolis is immers uit op maatschappelijke impact. Grote groepen mensen bereiken is niet voldoende. Actieve belangstelling van opiniemakers en allianties met strategische partners zijn vereist om effect te hebben op de gehele samenleving.

Figuur 1 . Stakeholders Kosmopolis



### 3. Communicatiemiddelen

De keuze van de communicatiemiddelen is afhankelijk van de groep. In onderstaande matrix worden communicatiemiddelen afgestemd op de doelgroep. In jaarlijks vast te stellen executieplannen wordt de stijl per communicatiemiddel nader bepaald.

Tabel 1. *Communicatiemiddelen Kosmopolis*

Doelgroep	Communicatiemiddel
Publiek	PRINT
	Affiche
	Flyer, folder
	Postcard
	Programmaboek
	Advertenties
	INTERNET
	Nieuwsbrief
	Website
	Weblog
	RADIO / TV
	Free publicity
	Buitenreclame
Strategische partners	Huisstijl
	Beleidsnota
	Persberichten
	Uitnodigingen
	Bedrijfsbrochure
	Jaarverslag
	Relatiegeschenken
	Werkbezoeken
	Vergaderingen
	Sponsoring
	Nieuwsbrief
	Website
	E-mail
	CRM relatiebestand
	Agenda (digitaal)
	Powerpoint presentatie
	Direct mail
	Weblog
	Video's en film
Opiniemakers	Persberichten
	Persconferentie
	Nieuwsbrief
	Persmappen
	Persbestand
	E-mail
	Foto's
	Website met inlog voor pers
	Weggevertjes



# Financiën

## **Overheidsinzet is onmisbaar**

Kosmopolis is neergezet met ambitie en hoge verwachtingen. Kosmopolis gebruikt deze verwachtingen om tot goed resultaat te komen. Kosmopolis levert ijver en enthousiasme. En bloed, zweet en tranen wanneer dat nodig is. Maar dat is niet voldoende. Het kost ook geld. De overheidsinzet is onmisbaar. Met overtuiging kan Kosmopolis daar aan toevoegen dat de overheidsinzet effect heeft. Niet alleen direct door treffende besteding van de middelen, maar ook doordat een vliegwieleffect optreedt.

## **Vliegwieleffect**

Partnerschap staat centraal bij alle activiteiten van Kosmopolis. Dit betekent ook dat sprake is van cofinanciering door samenwerkingspartners, uit diverse sectoren en zowel privaat als publiek. Op deze wijze ontstaat een vliegwieleffect: met het budget van Kosmopolis worden ook andere geldstromen aangewend ten behoeve van de missie van Kosmopolis.

## **Toenemende kostenefficiency**

De activiteitenkosten en de kosten voor stedelijke partners stijgen in hogere mate dan de beheerskosten. De kostenefficiency stijgt dus. Dit is mogelijk doordat investeringen in de basisinfrastructuur (materieel en personeel) in de pilotfase en in fase 1 renderen: met een kleine groei van materiële en personele capaciteit kan de beoogde toename van partners en activiteiten en verdieping van de impact gerealiseerd worden.

## **Fondsen en sponsors**

Kosmopolis sluit ook partnerschappen met fondsen en sponsors. Op activiteitsniveau wordt ten alle tijden gezocht naar aanvullende financiering, door Kosmopolis zelf, of door (co)producerende partners. Maar Kosmopolis hecht in het bijzonder waarde aan structureel partnerschap met sponsors en fondsen, op programma niveau, of op corporate niveau. Waar nodig schakelt Kosmopolis hiervoor professionele expertise in.

## **Reclame inkomsten en verkoop producten**

Kosmopolis is een stichting en heeft geen winstoogmerk. Desalniettemin worden mogelijkheden voor aanvulling van eigen inkomsten op basis van reclame inkomsten of inkomsten uit verkoop van producten verkend. Wanneer de Kosmopolis websites groeien in populariteit wordt dit immers een reële inkomstenbron. Vanzelfsprekend worden wettelijke bepalingen, belastingregels en subsidieregels hierbij in acht genomen.

## **Begroting 2009-2012**

Zie bijlage.