

OPSCHRIFT

Nummer: 2013_MC_00238

Onderwerp

titel van 'UNESCO Creative city of music' aanwenden in de toeristische en stadspromotionele benchmarking van Gent - Greet Riebbels

Op voorstel van raadslid(-leden):

Greet Riebbels - sp.a

OMSCHRIJVING VAN DE VRAAG

Toelichting

In het bestuursakkoord staan volgende 2 artikels:

- "Gent verder op de internationale culturele kaart gezet, o.m. met 'Unesco Creative City of Music' waarbij we veel aandacht besteden aan de bestaande overkoepelende structuur. Via een heldere, transparante projectsubsidie of toelage, worden internationale projecten ondersteund."
- "We gaan voor de verdere uitbouw en verdieping van onze toeristische troeven. Daarbij willen we werken met stadsambassadeurs, ook in functie van internationale gasten die onze stad goed kennen en regelmatig bezoeken."

Het is mijn observatie dat, sinds Gent bijna 4 jaar geleden de onderscheiding van 'Unesco creative city of Music' binnenhaalde, er wel grondig is gecommuniceerd over de redenen waarom onze stad de titel verdient.

Inderdaad hebben we hier een muzieklandschap met een overvloed aan identiteiten, podia (de Bijloke, Vlaamse Opera, Handelsbeurs, Vooruit, de Centrale, Capitole, Democracy, Kinky Star, Rode Pomp, Logos, e.a.), actoren, stijlen, producenten. We huisvesten ensembles met internationale faam (Collegium Vocale, Spectra ensemble, Flat Earth Society, LOD, Les Ballets C de la B, B'rock enz.). We zijn dé pop- en rockstad met zowat 600 pop- en rockgroepen. Onze participatiecijfers zijn uitmuntend (185 voorstellingen per 10.000 inwoners is aanzienlijk). We zijn dé Vlaamse stad van festivals en pleinconcerten (Festival van Vlaanderen, het muziekgerichte Filmfestival, Gent Jazz, Jazz in 't park, November Music, Pole Pole, Boomtown, 10 days off, etc.). Jaarlijks wordt zowat 6 miljoen euro werkingssubsidies uitgetrokken voor het muziekleven in Gent (exclusief de infrastructurele steun), we zijn de stad die het grootste deel van de Vlaamse muzieksubsidies binnenhaalt. De vraag is in welke mate deze unieke situatie op heden wordt vertaald in een globale toeristische, stadspromotionele en culturele communicatiestructuur, zodat 'Unesco Creative City of Music' ten volle kan renderen als onderdeel van de identiteit die we internationaal uitdragen.

Vraag

Acht u het nodig om de titel meer aandacht en exposure te geven? Welke inspanningen zijn volgens u aangewezen om de genoemde verwezenlijkingen op vlak van muziekbeleid voor een

deel terug te verdienen door een gecoördineerde toeristische en stadspromotionele strategie?

Overweegt u om een aantal artiesten als ambassadeur te laten functioneren van onze stad? Welke concrete ideeën heeft u ter zake?

In welke mate ziet u kansen om Gent als reisbestemming/congresbestemming op te hangen aan het gegeven muziekstad, naast de traditionele argumenten die we nu gebruiken (historische erfgoed, Lam Gods, musea, onze authenticiteit, onze culinaire recreatieve en uitgaansmogelijkheden, ...)?

Op welke manier ziet u het netwerk tussen de 'Unesco Creative City of Music' -steden (Sevilla, Bologna, Glasgow, Bogota) verder evolueren, zodat ook de positie van onze lokale muzikscene wordt begunstigd?

ANTWOORD

19 april 2013 10:26

Beste collega,

U geeft zelf al aan dat Gent de titel van Creative City of Music niet zomaar gekregen heeft. Gent is al jaren een stad die muziek leeft en ademt. Dat blijkt niet alleen uit de levendige muzikscene die u zonet schetste, maar ook uit de manier waarop Gent als muziekstad wordt uitgedragen vanuit toerisme en stadsmarketing. Ik zal elk van uw vragen individueel beantwoorden.

1. Acht u het nodig om de titel meer aandacht en exposure te geven? Welke inspanningen zijn volgens u aangewezen om de genoemde verwezenlijkingen op vlak van muzikbeleid voor een deel terug te verdienen door een gecoördineerde toeristische en stadspromotionele strategie?

-

Ik heb naar aanleiding van uw vraag, aan zowel de dienst toerisme als de dienst stadspromotie gevraagd om de inspanningen op te lijsten die zij de afgelopen jaren geleverd hebben op dit vlak. Ik was zelf onder de indruk van deze lijst.

Ik zal niet heel de lijst van inspanningen voor u voorlezen, maar maak een korte samenvatting van de strategie die hierbij gehanteerd wordt.

a) Toerisme:

De dienst Toerisme neemt de titel 'Unesco Creative City of Music' mee in haar promotie van Gent als levendige en jeugdige creatieve historische stad. Net zoals 'Veggie Capital of Europe' en 'Most Authentic City' onderschrijft de titel van muziekstad de sfeer in de stad en wordt het imago dat Gent heeft in binnen- en buitenland hierdoor versterkt. In de presentaties die medewerkers geven op beurzen voor professionelen uit de reissector, in de portfolio van Dienst Toerisme, op de website en in de toeristische brochures krijgt de titel om dezelfde reden exposure. De vele Gentse festivals worden door Dienst Toerisme consequent ingezet om het festivalimago van Gent te ondersteunen. Dit sluit ook aan bij 'Flanders is a Festival', de

campagne van Toerisme Vlaanderen om Vlaanderen op de kaart te zetten als festivalbestemming. Ook in de algemene toeristische folder van Gent wordt op twee plekken verwezen naar het Unesco label.

b) Stads promotie:

De centrale doelstelling van stads promotie blijft het versterken van de uitstraling van Gent. In dit kader werden in het verleden ook al heel wat muzikale activiteiten ondersteund via het stadsmarketingsfonds. Uiteraard is de voorwaarde steeds dat het een wezenlijke bijdrage moet leveren aan de uitstraling van Gent. Dit kunnen zowel activiteiten in Gent zijn met een groot publieksbereik, als deelnames van Gentse muzikanten of ensembles aan activiteiten in het buitenland. In 2012 ging het ondermeer om de ondersteuning van O de Gand en Glimps Festival, maar bv. ook over de ondersteuning van een tournee van Collegium Vocale. Alles samen investeerde het stadspromotiefonds in 2012 95.000 euro in muzikale projecten. Daarnaast wordt ook via heel wat communicatiedragers (vlaggen, flyers, advertenties, website, nieuwsbrieven, etc...) uitgepakt met Gent als Creative City of Music.

2. Overweegt u om een aantal artiesten als ambassadeur te laten functioneren van onze stad? Welke concrete ideeën heeft u ter zake?

Het grote nadeel van het benoemen van ambassadeurs is dat dit steeds een bijzonder beperkte selectie zal zijn. Moeten we dan kiezen voor onze grootste Gentse talenten uit de folk muziek, of inzetten op onze internationale talenten uit de Elektronische muziekscene? Wat met onze toppers uit de klassieke muziek of met de pop/rock artiesten die stevig aan de internationale weg aan het timmeren zijn? En dan zwijg ik nog over de topdirigenten, koorleiders, muziekmanagers en andere ontzettend belangrijke spelers die Gent rijk is.

Ik ben geen voorstander van een ambassadeurstitel voor enkelingen, veel liever bouw ik aan een gezonde voedingsbodem voor de brede Gentse muziekscene zodat zoveel mogelijk muzikanten hier maximale ontplooiingskansen krijgen. Er zijn vandaag al heel wat muzikanten die trots zijn dat ze van Gent komen en hun stad ook mee uitdragen in het buitenland, ongeacht of er een titel en/of subsidie aan vast hangt.

En daar waar de kansen zich aandienen, bestaat nog steeds de mogelijkheid om beroep te doen op het stadsmarketingfonds om net dat extra mogelijk te maken.

3. In welke mate ziet u kansen om Gent als reisbestemming/congresbestemming op te hangen aan het gegeven muziekstad, naast de traditionele argumenten die we nu gebruiken (historische erfgoed, Lam Gods, musea, onze authenticiteit, onze culinaire recreatieve en uitgaansmogelijkheden, ...)?

Zoals ik in mijn antwoord op uw eerste vraag al zei: ook vandaag al wordt Gent als muziekstad toeristisch gepromoot. Uiteraard kan er altijd meer, maar is het een kwestie van prioriteiten stellen. Er leven wel een aantal plannen voor het versterken van wat dan de 'productlijn' muziek wordt genoemd. Het is vooral belangrijk om de verwachtingen te kunnen waarmaken die gecreëerd worden bij toeristen die voor de muziek naar Gent komen. Het muzikale aanbod in Gent wordt daarom uitgebreid in vijf talen aangeprezen in de agenda op de website en datatafel van Dienst Toerisme. In de toekomst wil men graag een applicatie maken die de bezoeker gidst doorheen muzikaal Gent. Aangezien de mensen en middelen bij Toerisme Gent niet

onuitputtelijk zijn, is het aanspreken van de muziekniche voorzien voor een volgend begrotingsjaar. In 2013 is gekozen voor de niche van mensen geïnteresseerd in een gezonde en duurzame levensstijl, en ligt de nadruk op 'conscious' of 'groen' toerisme.

4. Op welke manier ziet u het netwerk tussen de 'Unesco Creative City of Music' -steden (Sevilla, Bologna, Glasgow, Bogota) verder evolueren, zodat ook de positie van onze lokale muziekscene wordt begunstigd?

De afgelopen jaren heeft Gent een belangrijke rol gespeeld in het netwerk van de Creative Cities of Music. Het is zeker mijn intentie om ook de komende jaren hier verder op in te zetten. Tussen 18 en 21 april zal een Gentse delegatie ook deelnemen aan de eerst komende bijeenkomst van dit netwerk in Glasgow. Daar zullen de verschillende steden ook presenteren wat het label Creative City of Music voor elke stad betekent heeft tot vandaag.

Naast het internationale netwerk, vind ik ook het lokale netwerk erg belangrijk, en heel concreet de werking van de vzw Unesco Gent Muziekstad. In juni heb ik bijeenkomsten gepland met zowel het dagelijks bestuur, de raad van bestuur als de algemene vergadering van deze vzw en wil ik samen met hen een evaluatie maken van de afgelopen drie jaar.

Om de concrete plannen voor de komende jaren op te sommen is het echter veel te vroeg. Om te beginnen moet er nog heel wat overlegd worden met de betrokken partijen en daarnaast is ook het budgettaire kader voor de komende jaren nog zeer onduidelijk. Eens de meerjaren begroting rond is en ik de verschillende betrokkenen heb kunnen spreken, zal ik mijn plannen hiervoor concreter maken.
