

Tekst: Pål Jacob Jacobsen
Foto:

Når næringslivet ønsker mer kultur

Midt i kulturåret til Lille2004 kom sponsorene til kommunen og spurte om hva de skulle gjøre sammen etter kulturåret.

Kulturåret var en suksess og næringslivet ønsket en langsiktig strategi basert på erfaringene fra kulturåret.

Dette var den viktigste drivkraften bak Lille3000 prosjektet.

Byens strategi for post-2004 har tre hoveddeler:

Kommunens kultursatsing og kulturbudsjett øker med 30% fra 2003 til 2005 – pengene går hovedsaklig til satsinger rundt Maison Folie som er 10-12 lokale kulturhus (som ligner på Tou Scene) og kulturutdannelse i skolene

I tillegg til dette opprettet man Lille3000 som hvert 2-3 år skal lage et minikulturår i 3 måneder – med 80 millioner kroner i budsjettet for hvert kvartals-programm. Sponsorene fra 2004 (pluss noen nye) betaler 45% og Lille resten

Den tredje delen i strategien er å skape økt samarbeide og nettverk mellom næringslivet og kultur. Den nye Triple Helixen blir nå kommunen-næringslivet-kulturen. Her ligger kulturindustri-klyngen og nettverket mellom kultur, næringsliv og forskning.

Slikt samarbeide er ikke noe nytt for Lille og når man graver litt mer finner man ut at ”kommiteen for metropol Lille” med representanter fra næringslivet kultur og offentlig sektor betraktes som den viktigste kraften bak både Lille2004 og Lille3000.

Lille ser ut til å ha lykket og det er viktig at vi lærer av dem når vi nå gå inn i den avgjørende fasen av Stavanger2008 – tiden mellom 2008 og det nye konserthuset i 2012. I denne perioden er det helt avgjørende at kunstnere, befolkningen og sponsorer følger opp sitt engasjement fra 2008.

Vår økonomi er veldig forskjellig fra Lille og de fleste andre byer i Europa. Vi har solid vekst, lav arbeidsløshet og sterke offentlige finanser. Vårt behov for å skape nye arbeidsplasser er derfor ikke like tydelig som i resten av Europa.

Men en ting har vi til felles med mange europeiske byer. Ungdommen velger heller kulturfag enn matte og fysikk og uansett arbeidsløshetstall så må vi sørge for at vi skaper muligheter og vekst i regionen for kulturindustrien slik at de nyutdannede senere ikke flytter til Oslo og København.

Et godt eksempel på kulturnæringen er prosjektet som Mediafarm og Europakontoret har med Europaparlamentet. Vi har vunnet kontrakten å lage et 300m2 multimediasert rollespill for ungdom fra hele Europa. I dette arbeidet blandes multimedia og politikkkunnskap med teaterkunnskap som bidrar til at rollespillet blir både dramatisk og engasjerende.

Avgjørende for å lykkes befrukte S2008 med initiativ fra næringslivet er at sponsorene fra S2008 og resten av næringslivet blir med i denne dialogen – dette blir en stor utfordring for en Næringsforeningen som allerede har mye kultur på sin agenda.

Deleted: