

ZAGTE G EN NIEUWE CULTUUR

- Zagte G is een platform dat vooral op internet bestaat.
- Het initiatief wil cultuurmakers en ondernemers met elkaar in contact brengen om zo nieuwe initiatieven te laten ontstaan en nieuwe en jonge creatievelingen te stimuleren.
- Inmiddels zijn ruim vierhonderd mensen aangesloten bij het platform.
- Zagte G beheert een webshop, maar tijdens het Zagte G Event op 11 juni, wordt dat ook even een echte winkel. Die is gevestigd in de Nieuwe Nor.



BETA

„Beta staat op internet voor ‘in ontwikkeling’. Heerlen is nog niet af. Dat is ook een kracht: de stad is voortdurend in beweging. Daarin verschilt Heerlen van Maastricht. Die stad heeft veel mooie gebouwen en is helemaal klaar. Heerlen is nog bij lange na niet af. Hier wordt volop gewerkt. Dat geeft een bepaalde dynamiek.”

Maurice Hermans, Zagte G

Uitdaging: leeg is mooi

Lege panden zijn de rotte plekken van de binnenstad. Heerlen wil ze omtoveren tot broedplaatsen van cultuur. De creatieve ondernemer met het beste idee kan daarmee tien mille winnen. De wedstrijd moet het centrum nieuw leven inblazen.

door Geertjan Claessens

Maak iets moois en nuttigs uit de leegte. Die uitdaging legt de gemeente Heerlen voor aan ‘creatieve ondernemers en ondernemende kunstenaars’.

De wedstrijd *Design for Emptiness* ofwel ontwerp voor leegstand, gaat vandaag van start. De creatieveling met het beste reële idee krijgt tien mille om de droom ook echt waar te maken.

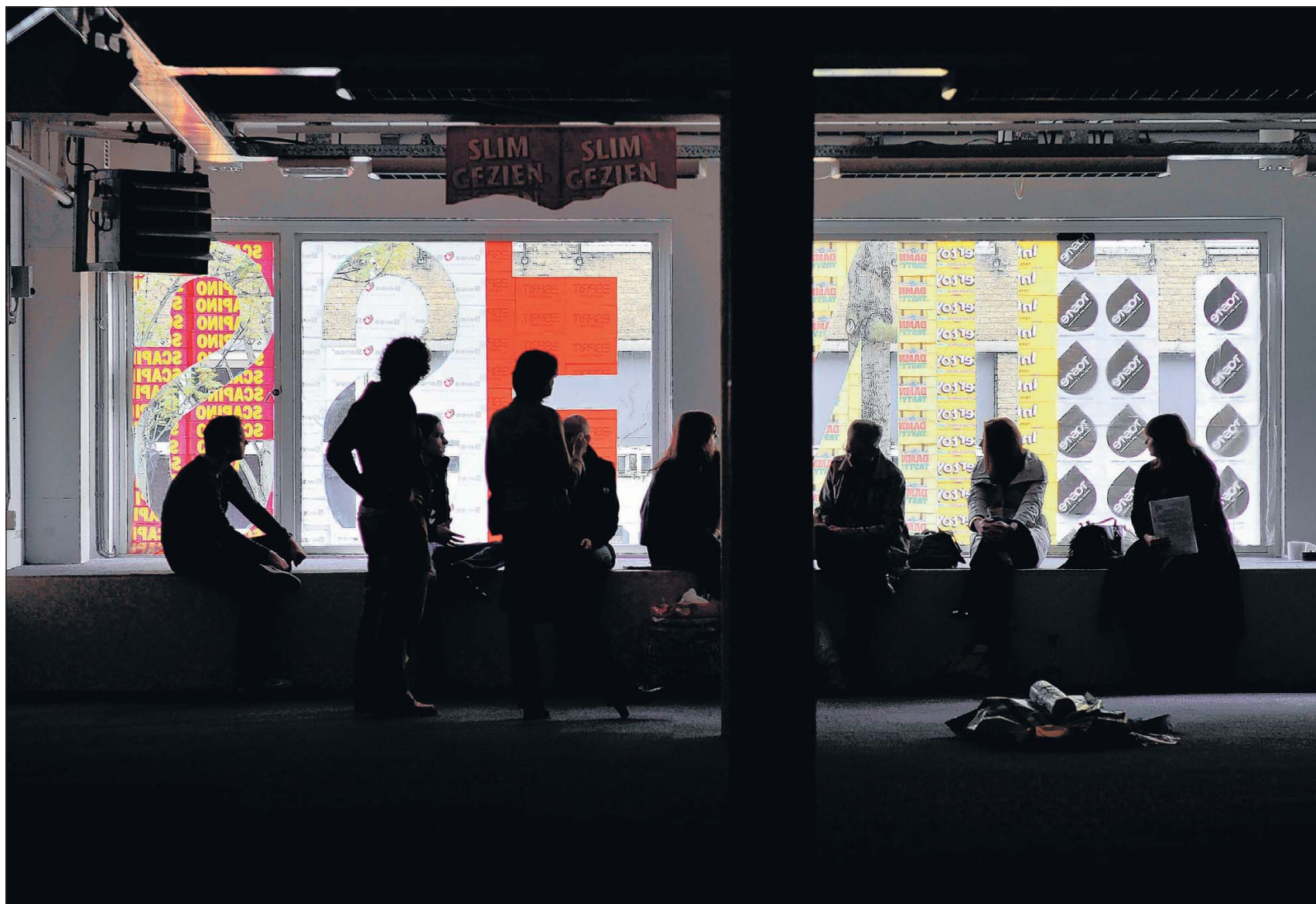
Het initiatief moet meer opleveren dan een mooi aangekleed (voormalig) leegstaand pand. De wedstrijd moet meer ideeën opleveren om de binnenstad nieuw leven in te blazen. Die binnenstad kampt met veel leegstaande winkel- en kantoorpanden. In de vorige week presenteerde Atlas voor Gemeenten staat Heerlen wat betreft leegstaande winkels op de derde plaats. Dat is een probleem, maar de gemeente wil het ook zien als kans om nieuwe ontwikkelingen mogelijk te maken, zegt wethouder Riet de Wit (SP).

Ze ziet de leegstand mede als een gevolg van de krimp, die in Parkstad hard toeslaat. Achterliggende gedachte van de ontwerpwedstrijd is de gevolgen van de krimp te verzachten en leegstand om te vormen tot een kans om het centrum verder te ontwikkelen.

De wedstrijd maakt deel uit van een festival van *Zagte G*, een platform waarvan ruim vierhonderd creatieve ondernemers en ondernemende kunstenaars lid zijn.

Zagte G wil met name nieuwe en jonge creatievelingen een kans geven.

Het *Zagte G Event* wordt dit jaar voor de tweede keer gehouden en staat in het teken van ontwikkeling. Het thema is dit jaar *I Beta*. „Beta staat op internet voor ‘in ontwikkeling’. Heerlen is nog niet af. Dat is ook een kracht: de stad is voortdurend in ontwikkeling”, zegt Maurice Hermans van *Zagte G*. Daarin verschilt Heerlen van Maas-



De ontwerpwedstrijd *Design for Emptiness* moet leegstaande panden

aantrekkelijker maken en cultuurmakers de kans geven zich te presenteren.

foto Marcel van Hoorn

tricht: „Die stad heeft veel mooie gebouwen en is helemaal af. Heerlen is bij lange na niet af. Hier wordt volop gewerkt. Dat geeft een bepaalde dynamiek.” Dat sluit aan bij de visie van de gemeente: krimp als kans. „Zoals wij tegen krimp aankijken, dat is uniek in Nederland. We zien niet alleen de nadelen, maar zeggen: we gaan hier een mooiere stad van maken.

Met meer ruimte om te spelen en voor groen”, zegt De Wit. Het leegstaande pand van Megapool aan de Honigmannstraat is een voorbeeld voor de nieuwe aanpak. Hier heeft graffiti-kunstenaar James Jetlag zijn atelier en expositieruimte ingericht, in overleg met de eigenaar. Guus Prevoo en Barry Goddec, ontwerp bureau Homo Ludens, maakten het logo van de wed-

strijd. De letters die de naam *Design for Emptiness* vormen, zijn geknipt uit plastic tassen van Heerlen-winkels. Zo symboliseren ze de creatieve invulling van de leegte, legt het duo uit. Ze kozen bewust voor Heerlen als vestigingsplaats, omdat het culturele leven hier groeit en bloeit, terwijl het in Maastricht gezapigheid troef is. In het ook al leegstaande pand

even verderop, beginnen Hjordis Orbons en Robin Brands hun ontwerp- en mode-atelier annex winkel ofwel *‘fashion clash store’*, naar het voorbeeld van de Fashion Clash in Maastricht. Dat is een manier om beginnende ontwerpers de kans te geven zich te presenteren, legt Orbons uit. „Als afgestudeerd mode-ontwerper aan de kunstacademie in Maastricht ben

je haast gedwongen naar de Randstad te verhuizen. Dat wilden wij niet: we wilden hier aan de slag en de stad hier beter en mooier maken.” Dat wil ook de gemeente Heerlen: de ontwerpwedstrijd moet een stroom ideeën opleveren om de binnenstad leefbaarder en aantrekkelijker te maken. Zodat Heerlen nog mooier wordt.