



# Maritieme festivals in Rotterdam Rijnmond

Hoe festivals bijdragen aan de maritieme identiteit van een havenregio

Erasmus universiteit Rotterdam, Erasmus School of Economics  
Bachelorscriptie Urban, Port and Transport economics

Naam: M.L. Gerla  
Studentnummer: 344588  
Begeleider: M. Jansen, Msc  
Tweede beoordelaar: J. van Haaren, Msc  
Datum definitieve versie: 24 januari 2022

Het geschrevene in deze scriptie is de opvatting van de auteur en niet noodzakelijk die van de begeleider, tweede beoordelaar, Erasmus School of Economics of Erasmus Universiteit Rotterdam

## Inhoud

1 .Inleiding .....	3
2. Literatuuronderzoek.....	6
3. Methodiek en data .....	19
4. Analyse kenmerken maritieme festivals .....	22
5. De rol van overheden, fondsen en sponsors.....	29
6. Conclusie .....	32
7. Appendix A .....	35
8. Appendix B.....	36
9. Appendix C.....	37
10. Bibliografie.....	38

## 1. Inleiding

De terugtrekking van havenactiviteiten vanuit stadscentra naar locaties dichterbij de kust, is een proces wat al jarenlang gaande is en grote gevolgen heeft voor de relatie tussen stad en haven. Oorzaken van deze terugtrekking zijn de ontwikkeling van de maritieme technologie (bijvoorbeeld de introductie van container terminals), schaalvergroting (meer land en water nodig door grotere schepen), de afname van haven-gerelateerde arbeid in de stadscentra en ten slotte de gevolgen voor het milieu (vervuiling, filevorming) door toenemende havenactiviteiten (Hoyle, 1998).

Deze gevolgen zijn ook waar te nemen in Rotterdam. Doordat havenactiviteiten zich naar het westen hebben verplaatst, is een geografische scheiding tussen de stad en de haven ontstaan. Hierdoor is niet alleen de haven uit het zicht, maar ook uit het hoofd van de Rotterdamse burger verdwenen. (Aarts, 2012). In de afgelopen decennia heeft de Gemeente Rotterdam tientallen miljoenen euro's geïnvesteerd om Rotterdammers te herenigen met hun maritieme identiteit, de wederzijdse relatie tussen de stad en de haven te herstellen en het vervaagde beeld van de haven nieuw leven in te blazen (Hein, 2016). "Rotterdam zoekt naar manieren om haar water-gerelateerde erfgoedwaarden te reproduceren om een responsieve, veerkrachtige en competitieve havenstadrelatie op te bouwen", aldus de Gemeente Rotterdam in haar Stadsvisie 2030 (Stadsvisie Rotterdam 2030, pagina 110, 2007).

Ook maritieme festivals kunnen een manier vormen om bewoners van havensteden weer te verbinden met hun maritieme cultuur. In 1978 werden in Rotterdam de Wereldhavendagen opgericht met 2 doelen voor ogen: allereerst om bezoekers uit de regio weer te laten "ruiken" aan de haven nadat deze zich uit de stad richting het westen had verplaatst. Ten tweede om het negatieve beeld van de haven tegen te gaan (veroorzaakt door vervuiling, filevorming en werkloosheid). Tegenwoordig zijn de Wereldhavendagen uitgegroeid tot het grootste maritieme festival van Europa. Het is de perfecte gelegenheid om de vitale verbinding tussen stad en haven onder de publieke aandacht te brengen. Tijdens de Wereldhavendagen blijkt dat de maritieme identiteit van Rotterdam niet alleen een folkloristisch overblijfsel is, maar ook de basis voor sociale en economische ontwikkeling (Van der Berg en Tuijl, 2016)

## 1.1 Hoofd en deelvragen

De hoofdvraag van deze thesis luidt:

*In welke mate dragen maritieme festivals bij aan de maritieme identiteit van de regio Rijnmond ten tijde van een veranderende port-city interface?*

De hoofdvraag zal beantwoord worden met behulp van de volgende deelvragen:

- 1 *Wat zijn de definities van de port-city interface, maritieme identiteit en maritieme festivals?*
- 2 *Welke type maritieme festivals zijn er in de regio Rijnmond te onderscheiden?*
- 3 *Vanuit welk motief dragen lokale overheden, welzijnsfondsen en sponsors bij aan maritieme festivals in de regio Rijnmond?*
- 4 *Wat is de toekomst voor maritieme festivals gezien vanuit het perspectief van het maritieme kapitaal?*

## 1.2 Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie

Dit onderzoek is wetenschappelijk relevant, omdat nog niet eerder meerdere maritieme festivals uit dezelfde regio met elkaar zijn vergeleken en is onderzocht hoe deze gezamenlijk zouden kunnen bijdragen aan de maritieme identiteit binnen diezelfde regio. Rotterdam is de grootste havenstad van Europa en in de regio worden meerdere maritieme festivals georganiseerd. Dit maakt het tot een zeer geschikte locatie voor dit onderzoek.

Het onderzoek is maatschappelijk relevant, omdat er een geografische scheiding tussen stad en haven is ontstaan, waardoor Rotterdammers in het dagelijks leven niet meer in contact staan met de haven. Deze trend is bijvoorbeeld ook terug te zien in havens in het Verenigd Koninkrijk (Chang, Wang en Sumser-Lupson, 2011). Ondanks de veranderende port-city interface, is er een mogelijkheid dat maritieme festivals dit contact tijdelijk terug brengen. Of en zo ja hoe deze festivals dit doen, zal in dit onderzoek verder worden toegelicht.

## 1.3 Opbouw scriptie

Het onderzoek is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk twee zal aan de hand van relevante literatuur onderzoek gedaan worden naar de begrippen port-city interface, maritieme identiteit, maritieme festivals, city marketing, de maritieme cultuurkaart van Rotterdam en maritiem kapitaal. Hiermee zal de eerste deelvraag worden beantwoord. In hoofdstuk drie worden de methodiek en onderzoeksopzet besproken. In hoofdstuk vier zal er een framework worden gepresenteerd met alle kenmerken van maritieme festivals in de regio Rijnmond. Hiermee zal deelvraag twee worden beantwoord. In hoofdstuk vijf zal worden stilgestaan bij de rol die lokale overheden, fondsen en

sponsors spelen bij maritieme festivals. In dit deel zal deelvraag drie worden beantwoord. Tot slot zal in hoofdstuk zes ter conclusie antwoord worden gegeven op deelvraag vier en de hoofdvraag. Tevens zullen in dit deel tekortkomingen van het onderzoek worden besproken en aanbevelingen worden gedaan voor eventueel vervolgonderzoek. Bijgevoegd aan het onderzoek zijn de appendices met daarin de vragenlijsten van de interviews, de overzichtstabel met kenmerken van de festivals en de bibliografie met gebruikte bronnen.

## 2. Literatuuronderzoek

De laatste vijf decennia is de literatuur over havensteden snel en continue gegroeid. Paradoxaal werd er meer en intensiever onderzoek gedaan, terwijl veel havensteden juist hun haven activiteiten en maritieme identiteit begonnen te verliezen (Ducruet, 2010). In dit hoofdstuk zal literatuuronderzoek gedaan worden naar de port-city interface, maritieme identiteit en (maritieme) festivals. Ook zal worden stilgestaan bij de begrippen city marketing en maritiem kapitaal en wordt de maritieme cultuurkaart van Rotterdam toegelicht.






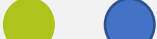

### 2.1 Port-city interface

Een gunstige locatie aan de kruising van handelsroutes of een goede toegang tot het achterland is altijd een katalysator geweest voor stedelijke ontwikkeling. Daarnaast zorgde de concentratie van de stedelijke bevolking voor een groeiende vraag naar mobiliteit en transport. (Hesse, 2017). De welvaart van de stad was voor een belangrijk deel afhankelijk van het succes van de haven, waarbij de haven en stad samen groeiden of samen krompen. Tegenwoordig zijn de haven functie en stadsfunctie gedissocieerd. Havens en steden zijn zowel economisch als geografisch uit elkaar gegroeid (Hoyle, 1989).

De port-city interface kan gedefinieerd worden als (i) de fysieke overlap tussen de stad en de haven en (ii) de functionele associatie tussen de twee (Hayuth, 1982, Hoyle 1989). Hoyle ontwikkelde een model waarin de ontwikkeling van de port-city interface in zes fases schematisch wordt weergegeven (tabel 1). In de eerste fase is er een sterke relatie tussen de dan nog primitieve haven en stad en zijn beide nog nauwelijks van elkaar te onderscheiden. De bewoners van de stad zien dagelijks havenactiviteiten midden in de stadscentra. Deze fase speelt zich af van de middeleeuwen tot aan de 19<sup>e</sup> eeuw. Door commerciële en industriële groei wordt in fase twee de haven gedwongen zich buiten de stadsgrenzen te begeven. Dit zet zich door in de derde fase vanaf het midden van de 20<sup>ste</sup> eeuw, wanneer door onder andere de introductie van de container en de opkomst van olieraffinage verdere industriële groei wordt bewerkstelligd. Deze activiteiten vinden buiten de stadsgrenzen en dus ook uit het zicht van de bewoners van de stad plaats. In fase vier en vijf verplaatst de haven zich steeds verder stroomafwaarts op zoek naar meer ruimte. Internationalisering en globalisering dragen eraan bij dat havens steeds meer een onderdeel worden van mondiale transportnetwerken. Schepen worden steeds groter, wat vraagt om diepere vaargeulen, langere kades en een hogere kraan capaciteit om de schepen snel te kunnen laden en lossen. Ook zijn er steeds meer en betere transportwegen nodig over water, weg en spoor om de vracht te verplaatsen naar het achterland. In deze fases ontwikkelt de haven zich helemaal los van de

stad. Door de toegenomen activiteiten in de havengebieden nemen de negatieve externaliteiten, zoals vervuiling en filevorming, toe. Waar de havenactiviteiten dus uit het zicht verdwijnen, zijn de (negatieve) gevolgen van de groeiende haven wel zichtbaar voor bewoners van de stad.

In de zesde en laatste fase wordt de relatie tussen stad en haven vernieuwd. Voormalige haventerreinen binnen de stedelijke grenzen wisselen hun haven functie in voor een stadsfunctie, bijvoorbeeld als geschikte locatie voor huisvesting. De haven en stad bestaan naast elkaar, maar proberen elkaar wel te versterken door nieuwe relaties aan te gaan. Dit komt bijvoorbeeld tot stand door stadsvernieuwingsprogramma's, zoals het Rotterdamse project "stadshavens". Bij dit project produceert Rotterdam nieuwe manieren van denken en handelen met betrekking tot gebieden tussen haven en stad. Binnen de port-city interface, treden de havenautoriteit en de gemeente op de voorgrond om de relatie tussen de stad en de haven opnieuw uit te vinden voor de 21<sup>e</sup> eeuw. (Aarts, 2012)

Fase	Symbool 	Tijd	Karakteristieken
I Primitieve haven en stad		Middeleeuwen tot de 19 <sup>e</sup> eeuw	Nauwe ruimtelijke en functionele relatie tussen stad en haven
II Uitbreiding stad en haven		19 <sup>e</sup> eeuw tot de vroege 20 <sup>ste</sup> eeuw	Snelle commerciële en industriële groei dwingt de haven om zich buiten de stadsgrenzen te ontwikkelen
III Moderne industriële stad en haven		Midden 20 <sup>ste</sup> eeuw	Industriële groei en introductie van containers/ ro-ro vereisen ruimte en scheiding
IV Wegtrekken van de waterkant		1960-1980	Veranderingen in maritieme technologie zorgen voor aparte maritieme industriële ontwikkelingsgebieden
V Herontwikkeling van de locaties steeds meer stroomafwaarts		1970-1990	Grootschalige moderne haven hebben grote gebieden nodig om te opereren
Vernieuwing van de relatie tussen stad en haven		1980-2000+	Relatie tussen haven en stad wordt middels stadsvernieuwingsprogramma's vernieuwd

Tabel 1, Port-city interface model (Hoyle, 1989, 1998)

## 2.2 Maritieme identiteit

Naast de eerder beschreven geografische scheiding tussen stad en haven, is ook sprake van een scheiding in tijd tussen het maritieme heden en verleden. Doordat de havenactiviteiten tegenwoordig nauwelijks meer in het stadscentrum plaatsvinden, identificeren inwoners zich steeds minder met het maritieme verleden van hun stad. Identiteit is hoe mensen over zichzelf denken, schrijven en zich hierover uiten in het heden en het verleden (Dessens, 2013). Maritieme identiteit beschrijft de manier waarop identiteit op een nationaal, lokaal en individueel niveau is beïnvloed door de zee vanaf het begin van de moderne tijd tot het heden (Redford, 2014). Het kan ook worden omschreven als de materiele en immateriële aanpassingen die tekenend zijn voor de verbintenis tussen de mens en de zee (van Popta, 2018).

Maritieme identiteit uit zich via maritiem en cultureel erfgoed: een reeks materiële en immateriële activa die verband houden met menselijke activiteiten en interacties die plaatsvinden in kust- en mariene (geografische of culturele) gebieden in het verleden, het heden en de ingebeelde toekomst (Alegret en Carbonell, 2014). Bij materiele activa gaat het in dit geval om boten en schepen, de vaardigheden om deze te bouwen en ander traditioneel vakmanschap (Galili en Rosen, 2010). Het Maritiem Museum Rotterdam is een voorbeeld van een plek waar bezoekers in contact komen met de materiële kant van maritiem cultureel erfgoed. Bij immateriële activa gaat het meer om de sfeer, het karakter en de identiteit van een plek, zoals de sfeer die om een vissersdorp heen hangt (Martindale, 2014). De Oude Haven in Rotterdam of het oude centrum van Vlaardingen zijn hier goede voorbeelden van. In het onderzoek zal worden gekeken of de onderzochte maritieme festivals georiënteerd zijn op het verleden, het heden of de ingebeelde toekomst.

Een haven zorgde via haar gunstige maritieme ligging voor een onderlinge verbinding tussen steden en werelddelen. Het was letterlijk een plek waar verschillende culturen elkaar tegen kwamen. Allerlei stromingen – goederen, kapitaal, informatie, mensen, ideeën en culturele invloeden – kwamen hier samen. Dit gaf een havenstad een eigen unieke en onderscheidende lokale cultuur. Lokale cultuur is een geheel van gemeenschappelijke praktijken, attitudes, symbolen en het gebruik van taal en betekenissen, die uitdrukking geven aan een collectief reproduceren van gedeelde verwachtingen, normen en conventies. Lokale cultuur bevat bijvoorbeeld collectieve waarden en gedeelde uitgangspunten, die tot uitdrukking komen in dagelijkse routines en bij bepaalde gebruiken (Schein, 1992). Gunter Warsewa (2017) heeft onderzoek gedaan naar de lokale cultuur van Europese havensteden. Hij onderscheidde vier historische kenmerken:

- 1 Havensteden als gespecialiseerde functiesystemen: volharding ondanks diversificatie
- 2 Havensteden als risicogemeenschappen: samenwerking, publieke geest en maritieme consensus
- 3 Havensteden als knooppunten van stromen: vreemdheid als normaliteit



#### 4 Havensteden als centrum en periferie: autonomie en zelfvertrouwen

Onder invloed van globalisering worden bovenstaande eigenschappen steeds meer gezien als folklorische overblijfselen zonder invloed op huidige sociale en economische processen. Toch kunnen tastbare en niet-tastbare elementen van lokale cultuur gebruikt worden als unieke kenmerken van een havenstad, bijvoorbeeld bij vernieuwingsprogramma's en imago campagnes. (Warsewa, 2017). Op deze manier kunnen havensteden zich op nationaal en internationaal niveau onderscheiden en hun maritieme verleden gebruiken als unique selling point.

Een ander aspect van maritieme identiteit is of inwoners van een dorp of stad zichzelf nog kunnen identificeren met hun haven. Uit een onderzoek naar havens verschillend in omvang in het Verenigd Koninkrijk, blijkt dat in verhouding havens in grote steden minder zichtbaar zijn voor de lokale bevolking dan in een dorp. In het algemeen geven bewoners wel aan hun haven cultureel significant te vinden, vanwege de bijbehorende historie en tradities (Chang, Wang en Sumser-Lupson, 2011). Dit geeft het spanningsveld tussen maritieme identiteit enerzijds en de veranderende port-city interface anderzijds weer. Inwoners van havensteden zien steeds minder wat er zich in hun haven afspeelt, maar voelen zich nog wel verbonden met het maritieme verleden en daaruit voortvloeiende maritieme identiteit.

### 2.3 Maritieme festivals

#### 2.3.1 Definitie

Er is slechts beperkte literatuur beschikbaar over maritieme festivals. In verschillende delen van de Christelijke Wereld die sterk verbonden zijn met de zee, bestaat de traditie om schepen en de zee te zegenen. De Romeinen en Grieken deden dit door offers te brengen. Maritieme feesten werden georganiseerd als vissersschepen uitvoeren om een goede vangst te wensen, voor vertrek naar een oorlog, voor vertrek naar onbekende wateren en bij tewaterlatingen. (Speroni, 1955). Over het ritueel van tewaterlatingen schrijft Spits (2013, pagina 60): "dat schip waar zij menselijke gevoelens voor koesteren gaat een ongewisse toekomst tegemoet op de ruwe wereldzeeën onbeschermd tegen de elementen. De enige invloed die de mens nog kan hebben, zo lijkt het, is het aan het begin van zijn leven alle goeds toe te wensen dat maar mogelijk is, alsof het schip in zijn eentje verder gaat". Gallagher en Pike (2011) merken op dat maritieme festivals simpel gezegd evenementen zijn die aan de kust worden georganiseerd, maar niet noodzakelijk een maritiem thema hebben. De aard en vorm van deze evenementen variëren van kleine gemeenschapsbeurzen tot festivals die meerdere dagen duren en waarbij populaties ter grootte van regionale steden betrokken zijn. Naar aanleiding van hun bevindingen, gebruik ik voor maritieme festivals de volgende definitie bij mijn

onderzoek: Een gelegenheid op een vastgesteld moment, buiten de dagelijkse routine om, waarbij de locatie (in een haven/aan de kust) en/of de inhoud (thema) zorgt voor een maritieme connectie.

### 2.3.2 Kenmerken

In het vervolg van deze paragraaf wordt onderzocht wat er in de wetenschap bekend is over festivals in het algemeen. In alle culturen erkennen mensen de noodzaak om tijd en ruimte vrij te maken voor gemeenschappelijke creativiteit en viering. Festivals zijn daarbij een middel om de nauwe relatie tussen identiteit en plaats tot uitdrukking te brengen (Turner, 1982). Het woord festival is afgeleid van het Latijnse woord "festum" oftewel "feest" (Falassi, 1987). Er zijn vele definities te geven, geformuleerd in verschillende periodes en vanuit meerdere wetenschappelijke disciplines (Cudny, 2014). Festivals kunnen gedefinieerd worden als gelegenheden om uiting te geven aan het collectief behoren tot een groep of een plaats (Ekman, 1999). The United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (Unesco, 2003) ziet festivals als "een onderdeel van het niet-tastbare culturele erfgoed" of "de uitoefening, vertegenwoordiging, uitdrukking, kennis en vaardigheden als ook de instrumenten, voorwerpen, objecten, artefacten en culturele ruimtes ermee geassocieerd, die samenlevingen, groepen en in sommige gevallen individuen, herkennen als onderdeel van hun cultureel erfgoed". Als we inzoomen op de kenmerken van festivals, zien we als karakteristieke eigenschappen feestelijkheden, plezier, ceremonies en dat het anders is dan het normale oftewel een tijdelijk vertrek uit de dagelijkse routine (Piette, 1992). Waldemar Cudny (2014) heeft onderzoek gedaan naar alle bestaande definities van festivals en geeft in afbeelding 1 weer welke kenmerken er zijn gevonden vanuit de wetenschap.

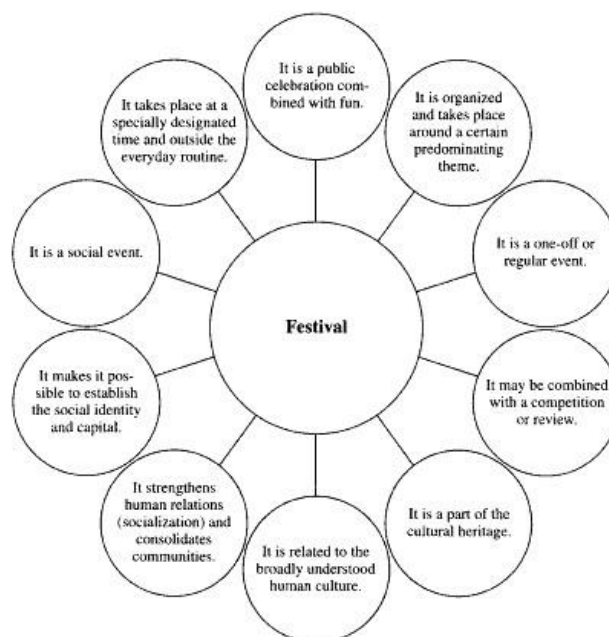


Fig. 1: The Elements of Festivals (Author's compilation).

Afbeelding 1, model kenmerken festivals, Cudny (2014)

### 2.3.3 Locatie en omvang

Twee belangrijke aspecten aan festivals die niet genoemd in het model van Cudny, zijn de locatie en de grootte van het evenement. Er is nog relatief weinig onderzoek gedaan naar de locatie van festivals. Dit is opvallend omdat festivals al lang een associatie hebben met steden en soms als middel worden gebruikt om de nauwe relatie tussen identiteit en plaats uit te drukken (Quinn, 2005). Na verloop van tijd kunnen het festival en de gastlocatie onlosmakelijk met elkaar verbonden raken (Getz, 2008). De verbinding tussen Rotterdam enerzijds en de Wereldhavendagen anderzijds is hier een voorbeeld van. Beide kunnen niet meer los van elkaar gezien worden.

Een extra kenmerk aan een festival is dus of het plaatsgebonden of plaats-loos is (Van Aalst, Van Melik, 2011). De locatie van het festival kan invloed hebben op de inhoud, het doel en het succes. Tot plaatsgebonden festivals behoren bijvoorbeeld evenementen die de traditie van een unieke plek vieren. Hierbij is het festival verbonden met de lokale cultuur en laat het zien wat de samenleving ziet als haar essentie, het viert als het ware zichzelf (Gursoy, Kim en Uysal, 2004). Dit kenmerk zal in dit onderzoek worden toegepast op de onderzochte festivals.

Door de grootte van een festival kunnen deze onderling met elkaar vergeleken worden.

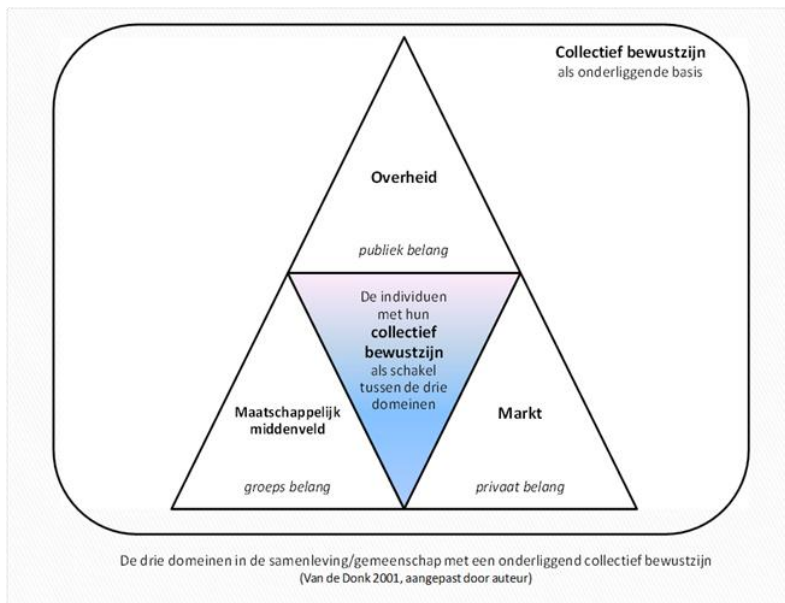
O'Sullivan en Jackson (2002) maken onderscheid in drie verschillende categorieën:

1. "Home-grown" festivals: kleine, lokale festivals, belangrijk voor de lokale gemeenschap
2. "Tourist tempter" festivals: gemiddelde grootte, georganiseerd voor de lokale gemeenschap en toeristen uit de steden en buitenwijken
3. "Big bang" festivals: grote stedelijke evenementen, met name georganiseerd voor toeristen en stedelijke inwoners, met als doel economische groei voor de stad door middel van toerisme

Bovenstaande verdeling zal ook worden toegepast op de onderzochte festivals.

### 2.3.4 Vraag en aanbod

Maritieme festivals hebben te maken met vraag en aanbod. In afbeelding 2 is de driehoek van overheid, maatschappij en markt weergegeven. Of, en zo ja voor en door wie een festival wordt georganiseerd, wordt binnen het speelveld van deze driehoek bepaald. De markt kant wordt ingevuld door festival-organisatoren. Deze bestaat meestal uit commerciële organisaties, die als doel hebben zoveel mogelijk winst te maken met hun festival. Veel dance festivals kunnen bijvoorbeeld tot deze groep worden geschaard. Het kan ook zijn dat lokale overheden optreden als organisator van festivals. Vaak middels een separaat opgerichte stichting die gesubsidieerd wordt vanuit de lokale overheid. In de driehoek bevinden deze stichtingen zich precies op het raakvlak tussen "markt" en "overheid".



**Afbeelding 2, driehoek overheid, markt en maatschappij**

Er is veel wetenschappelijk onderzoek gedaan naar de trend waarbij lokale overheden optreden als organisator van festivals. Er bestaat een gevestigde en substantiële hoeveelheid internationale literatuur naar de significante effecten die worden gegenereerd door festivals op economisch, politiek en sociaal-cultureel domein (Arcodia en Whitford, 2006). De consumptie van cultuur wordt gezien als een teken van welvaart. In de internationale arena van stedelijke competitie, proberen steden zichzelf te profileren door culturele voorzieningen en amusements-complexen te bouwen (bijvoorbeeld uitbreiding van Ahoy Rotterdam) of door het organiseren en hosten van speciale evenementen en jaarlijkse festivals (Van Aalst en Boogaarts, 2002). Festivals geven een sterke impuls aan de stedelijke economie; ze opereren op het speelveld van kunst, cultuur, media, toerisme en recreatie. De tegenwoordig heersende oriëntatie op cultuur en entertainment in de samenleving voedt de rivaliteit tussen steden. Beleidsbepalers vinden dat ze een festival moeten opzetten om te kunnen concurreren met anderen, bij voorkeur een internationaal festival dat media-aandacht en een breed publiek trekt. (Schuster, 1995) De meeste lokale autoriteiten zijn ervan overtuigd dat festivals het imago van een stad kunnen verbeteren, onderscheidend vermogen kunnen creëren en bezoekers en toeristen kunnen trekken met als doel om economische voordelen te genereren. (Saayman and Saayman, 2006).

Bernadette Quinn (2005) onderscheid drie doelstellingen die lokale overheden kunnen hebben bij het organiseren van festivals:

1. Het festival als “image maker”. City marketing speelt hierbij een grote rol. Door het festival wil een stad zich op een bepaalde manier profileren op nationaal of internationaal niveau.
2. Het festival als “tourist attraction”. De ambitie om substantiële toeristenstromen aan te trekken is een prioriteit voor veel steden. Festivals worden gebruikt als onderdeel van stedelijke regeneratie en city marketing strategieën.
3. Het festival als “community”. Een lokaal festival wat gebruikt wordt voor de city marketing. Bij deze laatste vorm kan er een spanningsveld ontstaan, waarbij het doel van de lokale overheid en lokale bevolking niet dezelfde is. Als er teveel toeristen op het evenement af komen, voelt de lokale bevolking zich soms te gast op haar eigen festival.

In dit onderzoek zal gekeken worden of en zo ja welke van bovenstaande doelstellingen wordt toegepast bij de onderzochte maritieme festivals.

De laatste driehoek die nog niet besproken is, is die van de “maatschappij”. Er is een enorme groei aan festivals sinds 1990 en met name na 2000 (Cudny, 2014). Aan de vraag kant zijn socialisatie behoeftes, de groei van “serieuze” vrije tijd (Prentice en Andersen, 2003) en de verschuiving naar consumptie van ervaringen, trends die van invloed zijn (Getz, 2008). Festivals zijn belangrijk voor het sociale kapitaal, omdat ze bijdragen aan maatschappelijke betrokkenheid, voor de uitdrukking van maatschappelijke solidariteit en identiteit en voor het bieden van mogelijkheden om te “socializen” met vrienden en familie. Sociaal kapitaal zal verder worden toegelicht paragraaf 2.6.

#### 2.4 City marketing en het imago van een stad

City marketing en het imago van een stad zijn steeds belangrijker geworden door de groei en intensivering van de internationale competitie tussen steden. Steden willen een positief imago aannemen om daarmee symbolische en economische toegevoegde waarde te creëren. Met deze toegevoegde waarde van het “stedelijke merk”, hopen ze hun positie als stad te versterken op het gebied van huisvesting, vestigingslocatie voor bedrijven en als toeristische bestemming (Mommaas, 2002). Het groeiend belang van de kwaliteit van de woonomgeving in combinatie met de intensivering van de ruimtelijke interactie tussen Europese steden zorgt voor de toenemende en veranderde aard van de economische concurrentie tussen steden en regio’s (Van der Berg, Klaassen en Van der Meer, 1990).

Veel steden gebruiken daarom city marketing om zich als stad naar buiten toe te profileren. (Maritieme) festivals zijn een middel om dit doel te bereiken. City marketing staat voor steden die gebruik maken van marketing ideeën, concepten en middelen. Het kan gedefinieerd worden als het gecoördineerde gebruik van marketingtools ondersteund door een gedeelde klantgerichte filosofie,

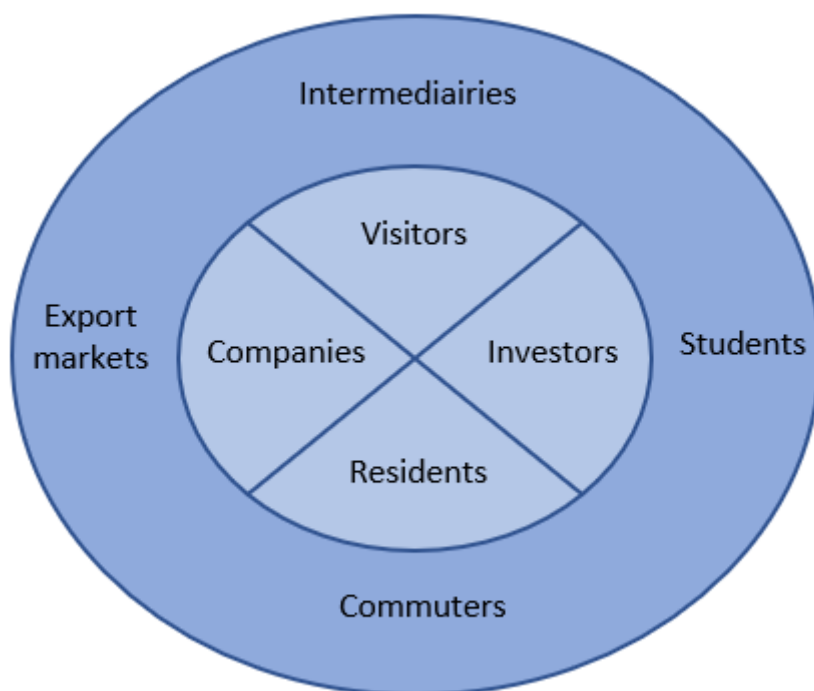
voor het creëren, communiceren, leveren en uitwisselen van stedelijke aanbiedingen die waarde hebben voor de klanten van de stad en de gemeenschap van de stad in het algemeen (Braun, 2008). Het kan ook omschreven worden als de afstemming tussen het aanbod van stedelijke functies en de vraag ernaar van bewoners, bedrijven, toeristen en andere bezoekers (Van den Berg, Klaassen en van der Meer, 1990). Deze doelgroepen die een vraag hebben naar stedelijke functies, zijn weergegeven in afbeelding 3. In het onderzoek zullen deze deels worden toegepast op de onderzochte maritieme festivals. De organisaties zijn namelijk op zoek naar bezoekers van buiten de stad en investeerders en bedrijven om hun naam aan het evenement te verbinden. Tevens wil men de lokale inwoners mobiliseren om naar het evenement in hun eigen stad te komen. Daarnaast proberen een aantal festivals ook specifiek studenten naar hun evenement te trekken. Ten slotte zijn festivals op zoek naar bedrijven en investeerders voor financiële support en inhoudelijke ondersteuning van het evenement. Voor organisaties van maritieme festivals is het van belang om te weten wat hun doelgroep is, hoe ze deze kunnen bereiken en wat kenmerkend is voor de groepen die ze naar hun evenement willen halen.

Al deze doelgroepen hebben namelijk hun eigen specifieke kenmerken volgens Braun (2008). Inwoners beoordelen hun stad op basis van de kwaliteit van huisvesting en de directe omgeving. Daarnaast zijn onder andere de beschikbaarheid van werk, onderwijs faciliteiten en vrije tijds mogelijkheden factoren die voor deze groep van belang zijn. Al deze eigenschappen zijn ook van toepassing op de groep van de studenten. Bij hun ligt de nadruk nog meer op de aanwezigheid van goede onderwijs faciliteiten.

Bedrijven kijken naar de kwaliteit van bedrijfsterreinen en kantoren en de directe omgeving daaromheen. Daarnaast is voor hun de toegang tot werknemers, (nieuwe) klanten, leveranciers, financiering en partners doorslaggevend om zich wel of niet in een bepaalde stad te vestigen.

Investeerders beoordelen het investeringsklimaat van een stad op basis van het beschikbare vastgoed. Daarnaast wordt de aantrekkingskracht van een stad beoordeeld op het gebied van wonen, zaken doen en bezoeken.

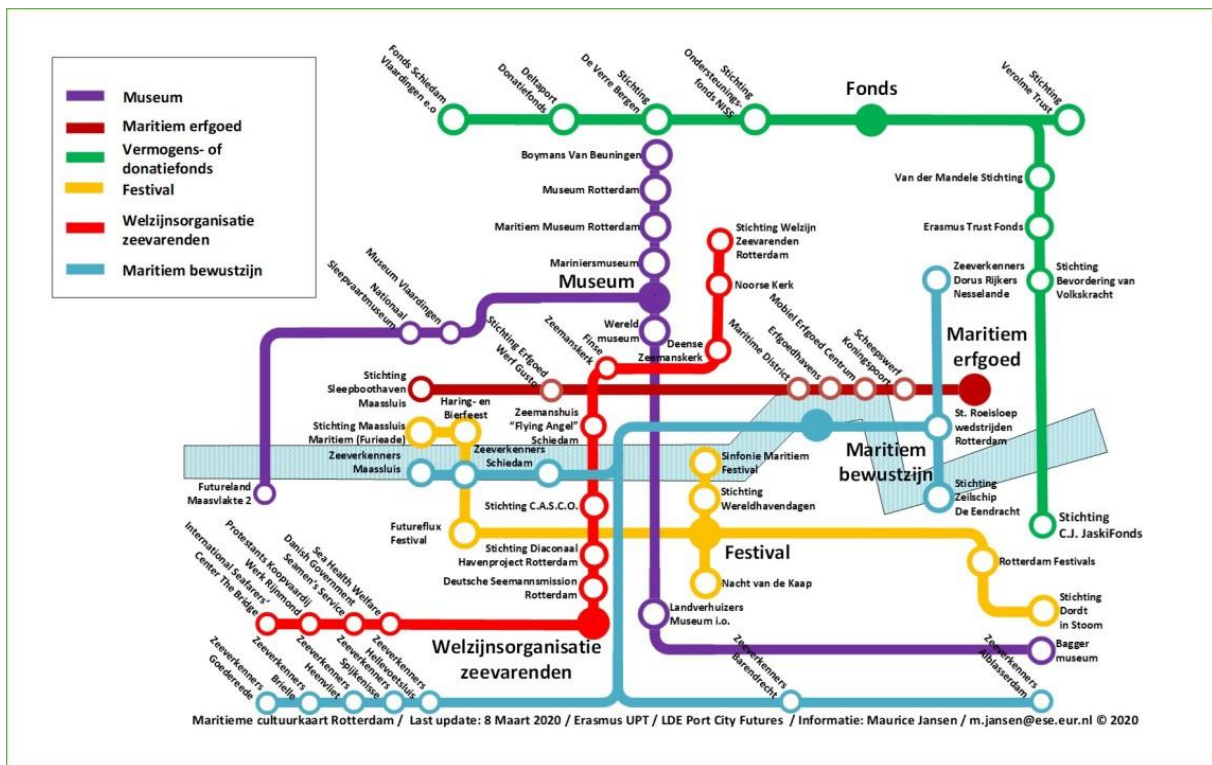
Ten slotte heeft de groep van bezoekers/toeristen van een stad weer specifieke kenmerken om vanuit hun perspectief een stad te beoordelen. Voor deze groep is de kwaliteit van hun tijdelijke accommodatie en de directe omgeving daaromheen van belang. Tevens beoordeelt deze groep de stad op basis van de toegang tot cultuur, entertainment, shopmogelijkheden, catering/restaurants en zakelijke kansen.



**Afbeelding 3: The customers of a city (Braun, 2008)**

### 2.5 Maritieme cultuurkaart Rotterdam

In deze paragraaf wordt onderzoek gedaan naar de rol die maritieme festivals kunnen spelen in de regionale cultuur. In de maritieme cultuurkaart van Rotterdam (afbeelding 4) worden alle betrokken partijen weergegeven die op een of andere manier bijdragen aan de maritieme cultuur van de stad (Jansen, 2020). In het onderzoek staat de “gele lijn”, de lijn waarin de maritieme festivals staan, centraal. Met alle “gele bolletjes” zal er een interview worden afgenomen. Het organiseren van een festival kost geld. Vaak worden de festivals (deels) gesubsidieerd door lokale overheden en welzijnsfondsen. Zie hiervoor de “groene lijn”. Vanuit welk motief deze welzijnsfondsen en de lokale gemeentes bijdragen aan de maritieme festivals, zal worden meegenomen als vraag in de interviews en uiteindelijk in deelvraag drie worden behandeld. De overige gekleurde lijnen zijn geen onderdeel van het onderzoek, maar kunnen wel een rol spelen. Het maritiem museum Rotterdam is bijvoorbeeld als organisator van het Maritiem Festival alsnog betrokken.



Afbeelding 4: Maritieme Cultuurkaart (Jansen, 2020)

Een festival is een sociaal-ruimtelijk fenomeen op een vastgesteld moment, buiten de dagelijkse routine om, wat het totale volume aan sociaal kapitaal verhoogd en waarbij geselecteerde elementen aan tastbare en niet tastbare cultuur worden gevierd. (Cudny, 2014). In deze definitie van een festival wordt het begrip sociaal kapitaal benoemd. Een reden voor een lokale overheid of fonds om te investeren in een maritiem festival kan zijn om het sociale kapitaal te verhogen. Het kan een waardevolle hulpbron zijn, die fungeert als toegangspoort tot het toekomstige academische, sociale en economische succes van kinderen. Cultureel kapitaal ongelijkheden reproduceren sociale klasse ongelijkheden (Bourdieu, 1977). Het voorkomen van ongelijkheden en het openstellen van cultuur voor alle klassen en leeftijden, kan ook een reden zijn om te investeren. Amerikaans onderzoek bevestigt de toegevoegde waarde van investeren in cultureel kapitaal. Studenten met gemiddeld meer cultureel kapitaal tonen meer enthousiasme voor culturele consumptie. Daarnaast blijkt dat kansarme studenten, die doorgaans van huis uit minder cultureel kapitaal ontvangen, een positievere houding tegenover een culturele consumptie hebben na afloop van een culturele ervaring (Kisida, Green en Bowen, 2014).

Maritieme festivals kunnen kinderen en jongeren in contact brengen met de maritieme identiteit van de stad en al op jonge leeftijd deze doelgroep enthousiasmeren voor de haven. Of maritieme festivals in de toekomst een brug kunnen vormen tussen de maritieme identiteit enerzijds



en het totaal aan maritieme kapitaal anderzijds zal in deelvraag vier van het onderzoek worden behandeld.

## 2.6 Maritiem kapitaal

De begrippen sociaal en cultureel kapitaal kunnen als onderdeel worden gezien van het innovatie ecosysteem van een haven. Samen met het werkkapitaal, natuurlijk kapitaal, menselijk kapitaal en creatieve kapitaal zorgen deze gezamenlijk voor het maritieme kapitaal van een haven. Het totaal aan maritieme kapitaal kan worden gedefinieerd als het geheel van de geërfde hulpbronnen, die in de loop van de tijd zijn toegenomen tijdens de levensduur van de havenstad. Door het functioneren van de haven vanuit het perspectief van een ecosysteem te bekijken, kan een beter en actueel beeld worden geschetst hoe competitief een havenstad is. In een tijd van de energietransitie, digitalisering en toenemende vraag naar circulariteit is dat van groot belang.

Jansen (2019) ontwikkelde een ecosysteem met daarin eerder benoemde vormen van maritiem kapitaal. Deze kunnen als volgt worden gedefinieerd:

1. Werkkapitaal: bezittingen en activa van een bedrijf, zoals kranen, schepen, voertuigen, software en patenten.
2. Natuurlijk kapitaal: de aanwezigheid van natuurlijke bronnen en materialen, zoals de ligging van de haven, diepte van de vaargeulen en de natuurlijke achterland verbindingen.
3. Menselijk kapitaal: de aanwezigheid van individuen die bereid zijn om te investeren in educatie in ruil voor hogere inkomens in de toekomst. Een goed opgeleide, vaardige en relatief jonge groep arbeidskrachten van alle opleidingsniveaus is hier een voorbeeld van. Goede maritieme opleidingen zijn noodzakelijk. In Rotterdam gebeurt dit bijvoorbeeld via opleidingen aan de Erasmus Universiteit, TU Delft of het Scheepvaart en Transport College (STC).
4. Cultureel kapitaal: een vorm van kapitaal die wordt overgedragen van generatie op generatie, onder andere door opvoeding en educatie. Hierbij gaat het om het maritieme DNA van een havenstad. Een maritiem museum of maritieme festivals zijn hier voorbeelden van.
5. Sociaal kapitaal: netwerken waarin mensen gemeenschappelijke normen, waarden en relaties delen die samenwerking binnen en tussen groepen mensen mogelijk maken. Het sociaal kapitaal dient als het cement tussen de verschillende vormen van maritiem kapitaal. Het verbindt als het ware de verschillende kapitalen met elkaar. Door een grote hoeveelheid sociaal kapitaal kan al het maritieme kapitaal optimaal functioneren en daarmee het ecosysteem als geheel.

6. Creatief kapitaal: een vorm van menselijk kapitaal waarbij creativiteit kenmerkend. Het bestaat uit ingenieurs, wetenschappers, kunstenaars, performers, ontwerpers en architecten. Maar ook studenten die baanbrekende innovaties bewerkstelligen. Hoe beter het creatieve kapitaal functioneert, hoe meer het ecosysteem de uitdagingen van de toekomst, zoals de energietransitie, aan kan.

In deelvraag vier zal onder andere worden behandeld wat de rol van maritieme festivals binnen het ecosysteem van het maritieme kapitaal is.

### 3. Methodiek en data

De wetenschappelijke literatuur bevat relatief weinig publicaties over maritieme festivals. In dit onderzoek is dan ook gekozen voor een kwalitatieve en exploratieve onderzoeksmethode, waarbij er gebruikt gemaakt wordt van een semigestructureerd interview. Deze interviewmethode geeft de interviewer de mogelijkheid om door te vragen als de geïnterviewde een interessant antwoord geeft op de in eerste instantie algemeen opgestelde vragen. Deze methode zorgt voor een relatief hoge validiteit.

De primaire data bestaat uit de antwoorden die door de geïnterviewden zijn gegeven. Alle interviews zijn opgenomen om de antwoorden zo zuiver mogelijk weer te geven en vervolgens zijn deze binnen een dag getranscribeerd. Bij sommige festivals heeft er ook een veldonderzoek plaatsgevonden door met de organisator langs de havens te lopen waar de evenementen worden georganiseerd (bij Dordt in Stoom en het Haring en Bierfeest Vlaardingen). Dit om een beter beeld te krijgen van de locatie en de sfeer die er tijdens de festivals op die locaties hangt. Bij alle interviews zijn ook aantekeningen gemaakt.

De secundaire data bestaat uit websites, social-media, programmaboekjes, programmafilmpjes en toegestuurde documenten door de organisaties (zoals de festivalplannen voor komend jaar). Websites zijn bijvoorbeeld gebruikt om meer te weten te komen over de fondsen en stichtingen die financieel bijdragen aan de verschillende maritieme festivals in de regio. Door data triangulatie toe te passen op de verschillende primaire en secundaire data bronnen is de betrouwbaarheid van het onderzoek verhoogd.

De interviews duurden tussen de 45 en 120 minuten. Een deel van de interviews heeft fysiek plaatsgevonden. Door de oplopende Corona besmettingen kon dit helaas niet bij alle interviews, waardoor ook een deel digitaal via een Teams-gesprek heeft plaatsgevonden. Er is geprobeerd zoveel mogelijk korte open vragen te stellen, waarop de geïnterviewden vervolgens zoveel mogelijk lange uitgebreide antwoorden konden geven. Dit om sturing door de interviewer in de gesprekken te voorkomen. Tijdens de interviews met de organisatoren van de geselecteerde maritieme festivals is gebruik gemaakt van een vragenlijst. De vragenlijst is opgenomen in Appendix A. De gestelde vragen kunnen ingedeeld worden in zes categorieën: algemene informatie, (maritieme) identiteit, partners/sponsors, Corona, samenwerking met onderwijsinstellingen en toekomstvisie.

In het literatuuronderzoek is er een definitie gegeven van maritieme festivals. De maritieme festivals zijn geselecteerd voor een interview dan wel doordat deze door hun locatie aan het water/in een haven maritiem verbonden zijn dan wel doordat de festivals een maritiem inhoudelijk programma hebben. Sommige festivals voldeden aan beide eisen. Er is ervoor gekozen om niet alleen

maritieme festivals uit Rotterdam te interviewen, maar om alle organisaties uit de regio Rijnmond te benaderen.

De Rijnmond is een bestuurlijke samenwerking in de regio van Rotterdam, vernoemd naar de Rijn, die daar in zee uitmondt. De regio kan worden gezien als een grote rivierdelta waartoe de volgende gemeentes behoren: Westvoorne, Hellevoetsluis, Brielle, Nissewaard, Maassluis, Vlaardingen, Schiedam, Rotterdam, Albrandswaard, Barendrecht, Rotterdam, Ridderkerk, Lansingerland, Krimpen aan den IJssel en Capelle aan den IJssel. In de regio wonen meer dan 1,3 miljoen mensen en de volledige haven van Rotterdam ligt op het grondgebied. Voor een overzicht van de regio wordt verwezen naar afbeelding 5. Het enige maritieme festival wat niet tot de regio Rijnmond behoort maar wel is meegenomen in het onderzoek betreft Dordt in Stoom uit Dordrecht. Er is ervoor gekozen om dit maritieme festival wel mee te nemen in het onderzoek, omdat Port of Rotterdam als havenmeester optreedt in de Dordtse havens waardoor het festival toch maritiem verbonden is met de regio Rijnmond. Er hebben interviews plaatsgevonden met de volgende maritieme festivals:

1. Haring en Bierfeest (Vlaardingen)
2. Furieade (Maassluis)
3. Sinfonia Maritiem Festival (Rotterdam)
4. Dordt in Stoom (Dordrecht)
5. Maritiem Festival (Rotterdam)
6. Wereldhavendagen (Rotterdam)
7. Nacht van de Kaap (Rotterdam)
8. Future Flux (Rotterdam)

Ten slotte heeft er ook een interview plaatsgevonden met Rotterdam Festivals. Dit is een onafhankelijke stichting die in opdracht van de gemeente het evenementenbeleid coördineert voor de stad Rotterdam. Op die manier werken zij samen met alle maritieme festivals in Rotterdam. Door middel van dit interview wordt er getracht meer inzicht te krijgen in het beleid achter maritieme festivals. Tevens kunnen zij als een tweede informatiebron dienen met betrekking tot maritieme festivals in Rotterdam, aangezien zij door nauwe samenwerking met de verschillende organisaties goed op de hoogte zijn van de ontwikkelingen en trends. Dit verhoogt de betrouwbaarheid van het onderzoek. Aangezien Rotterdam Festivals niet zelf optreedt als festivalorganisator, is er een andere vragenlijst gebruikt voor dit interview. Hiervoor wordt verwezen naar Appendix B.

De festivals worden getoetst aan de hand van de kenmerken die besproken zijn in het literatuuronderzoek en worden overzichtelijk weergegeven in appendix 3. Per kenmerk zal er vervolgens in hoofdstuk vier dieper op de uitkomsten van het onderzoek worden ingegaan. De

voorbeelden en quotes die in de analyse worden gebruikt, zijn te herleiden naar de bijbehorende interviews. Dit wordt gedaan door tussen haakjes na het gebruik van een quote of voorbeeld twee cijfers te gebruiken. Het eerste cijfer verwijst naar het interview waaruit wordt gerefereerd. Hierbij wordt de volgorde aangehouden van de festivallijst op de vorige pagina. Het Haring en Bierfeest is dus interview 1. Het interview met Rotterdam Festivals is interview 9. Dezelfde volgorde van festivals wordt aangehouden in appendix 3. Het tweede cijfer verwijst naar welke quote of voorbeeld er uit het desbetreffende interview is gebruikt. Aan appendix 1 is een lijst met de namen van de geïnterviewden toegevoegd.



Afbeelding 5: Regio Rijnmond

## 4. Analyse kenmerken maritieme festivals

In dit hoofdstuk zullen de onderzochte maritieme festivals per kenmerk worden besproken.

Appendix C bevat een tabel, waarin alle kenmerken per festival overzichtelijk zijn weergegeven.

### 4.1 Doelgroep

De omvang van de festivals heeft invloed op het aantal doelgroepen wat wordt bereikt. De twee kleinste festivals, Nacht van de Kaap, Future Flux en Sinfonia Maritiem Festival, richtten zich met name op de inwoners van Rotterdam. Nacht van de Kaap en Sinfonia Maritiem Festival fungeren als randprogramma van de Wereldhavendagen [9.7]. De Wereldhavendagen zijn daarbij een iconische periode, waarin wordt gevierd dat Rotterdam een havenstad is. De haven geeft als het ware zijn verjaardagsfeestje. In deze periode zijn er geen evenementen in de stad die niets te maken hebben met de maritieme identiteit. Alle maritieme evenementen zijn geclusterd in die week, waarbij kleinere evenementen zoals de Nacht van de Kaap, Sinfonia Maritiem Festival en Motel Mozaïek een specifieke doelgroep hebben vooral gericht op de eigen inwoners. Over de keuze om alle evenementen in deze maritieme periode een rol te geven, zegt Rotterdam Festivals het volgende: “Wat leuk is dat we bewust hebben ingezet op verschillende doelgroepen en programma’s en het werkt op verschillende niveaus. Wat het maritiem museum doet is anders dan de Wereldhavendagen doet is anders dan Sinfonia of de Nacht van de Kaap doet en weer anders dan Fabriek Mozaïek in het M4H doet. Allemaal andere doelgroepen met een ander bereik. Het avontuurlijke en ontdekken dat je met Fabriek Mozaïek doet, zorgt weer voor een heel ander besef voor het zijn in een havenstad bij een heel ander publiek dan wat het Sinfonia Maritiem Festival doet. Maar het heeft allebei zijn rol en taak en draagt allebei bij aan dat gevoel in een havenstad te wonen en in een havenstad te zijn” [9:10].

De Wereldhavendagen bereiken een veel bredere doelgroep, bestaande uit inwoners, bezoekers, investeerders, bedrijven en studenten. Die laatste groep zal in de toekomst extra aandacht krijgen. Het gaat daarbij om jongeren die al wat verder in het onderwijs zitten tot aan young professionals in de leeftijdscategorie 15 tot 27 jaar. Het doel is om hun blik op de haven te laten krijgen en de kansen die daar liggen op het gebied van werkgelegenheid [6.2]. Ook het Maritiem Festival zet met hun programma actief in op studenten. Door de krachten van beide festivals te bundelen wordt er een groter en breder publiek bereikt [5.4].

Dordt in Stoom en de Wereldhavendagen bereiken een bredere doelgroep dan de andere festivals. Op nationaal niveau maar ook op internationaal niveau. Dit zie je bijvoorbeeld terug in een website die in meerdere talen beschikbaar is en programmaonderdelen die ook in het Engels worden

aangeboden. Buitenlanders naar hun evenement trekken is echter niet een doel op zichzelf voor deze festivals.

De Furiade en het Haring en Bierfeest hebben een meer lokale en regionale doelgroep. Beide evenementen bereiken vooral bewoners uit respectievelijk Maassluis en Vlaardingen en de omgeving van beide steden. Doelgroepen kunnen door de tijd heen ook veranderen. Zo richt de Furiade na een vraag vanuit de lokale overheid zich speciaal een volle dag op senioren tijdens het festival [1.1]. Bij de Wereldhavendagen is dat onder andere terug te zien in een Jongerendag op vrijdag. Meerdere festivals richtten aparte momenten in voor kinderen.

## 4.2 Ontstaansgeschiedenis

Gelet op wanneer de onderzochte festivals zijn opgericht, zijn deze onder te verdelen in twee groepen. De eerste groep bestaat uit festivals die zijn opgericht in de jaren 70 en 80: Furiade (1980), Dordt in Stoom (1985), Haring en Bierfeest (1974), Wereldhavendagen (1978) en het Maritiem Festival (1978). De laatste twee zijn tegelijkertijd opgericht met als doel om bewoners uit de regio Rijnmond een kijkje achter de poorten van havenbedrijven te bieden [6.1]. De haven verdween steeds verder uit het centrum van de stad en de Wereldhavendagen boden mensen de mogelijkheid om te kijken wat zich daar nou eigenlijk allemaal afspeelde in die haven. Dit begon ooit klein en is door de jaren heen gegroeid.

De Furiade en het Haring en Bierfeest zijn opgericht ter ere van een schip. Bij de Furiade ging het om het schip de Furie, een stoomsleper. Om deze te behouden voor Maassluis werd er een evenement georganiseerd waarmee geld werd opgehaald voor het onderhoud [1.6]. Bij het Haring en Bierfeest gaat het om het zeilschip De Balder, een schip waarmee vroeger haring werd gevangen. Dordt in Stoom werd opgericht met als doel Dordrecht op de kaart te zetten, waarbij stoom (schepen, treinen en voertuigen) als middel werden gebruikt [4.1].

Concluderend zijn er een aantal maritieme festivals in een relatief korte periode opgericht met zeer uiteenlopende redenen. Een bepaalde vorm van kopieer gedrag valt hier waar te nemen, waarbij de net opgerichte festivals er elkaar allemaal een beetje nadeden. Zo gebruikte Dordt in Stoom een stoomfestival in Hellevoetsluis als voorbeeld [4.5].

De tweede groep bestaat uit maritieme festivals die veel recenter zijn opgericht: Simfonia Maritiem Festival (2017), Nacht van de Kaap (2009) en Future Flux (2016). Kenmerkend voor al deze drie festivals is de specifieke doelgroep. De evenementen zijn ontstaan in een periode van festivalisering van de samenleving. Festivals zijn daarbij een goed middel om een bepaalde doelgroep mee te bereiken [9.10]. Tevens worden festivals gebruikt om de ontwikkeling van een voormalig havengebied naar buiten toe te promoten: M4H met Motel Mozaïek, Katendrecht met Nacht van de

Kaap en het RDM-district met Future Flux. Het doel bij de oprichting van Future Flux was dan ook haven en stad verbinden. Haven en stad groeien uit elkaar en evenementen kunnen daar wat tegen doen [8.2].

### 4.3 Omvang

Qua omvang is er een enorm verschil tussen de festivals waar te nemen. Het kleinste festival (Future Flux) trekt 500 tot 1000 bezoekers, terwijl de Wereldhavendagen met 400.000 bezoekers veruit het grootste is. In het literatuuronderzoek is er een verdeling gemaakt in drie categorieën: Home grown, Tourist tempter en Big bang festivals.

Tot de categorie Home-grown festivals, wat kleine festivals zijn die belangrijk zijn voor de lokale gemeenschap, kunnen het Sinfonia Maritiem Festival (3000 bezoekers), Nacht van de Kaap (9000 bezoekers) en Future Flux (500-1000 bezoekers) worden gerekend. Deze evenementen richtten zich met name op de lokale inwoners, in dit geval op Rotterdammers.

Tot de categorie Tourist tempter festivals, wat gemiddeld grote evenementen zijn die georganiseerd worden voor de lokale gemeenschap en toeristen uit de steden en buitenwijken, kunnen de Furiade (100.000 + bezoekers), het Haring en Bierfeest (100.000+ bezoekers) en het Maritiem Festival (50.000+ toeschouwers) worden gerekend. Het grootste deel van de bezoekers komen bij deze evenementen uit de eigen stad. Tevens valt waar te nemen dat er sprake is van een grote aantrekkingskracht op de gehele regio [1.5]. Bezoekers tot tientallen kilometers buiten de stad komen naar het evenement toe, zoals bijvoorbeeld uit Schiedam, Maassluis, Rotterdam, Den Haag en het Westland bij het Haring en Bierfeest.

Tot de categorie Big bang Festivals, wat grote stedelijke evenementen zijn, met name georganiseerd voor toeristen en stedelijke inwoners met als doel economische groei voor de stad door middel van toerisme, kunnen Dordt in Stoom (250.000 bezoekers) en de Wereldhavendagen (400.000 bezoekers) worden gerekend. Dordt in Stoom voldoet volledig aan de definitie Big Bang Festival. Met het evenement wordt geprobeerd de prachtige oude stad aan een groot publiek te laten zien. Ten eerste om toeristen te laten zien wat een leuke stad het is ondanks het negatieve imago wat er jarenlang met "hoe dichterbij Dordt, hoe rotter het wordt" om de stad heen hing [4.2]. Ten tweede wordt geprobeerd door maritieme verbondenheid bezoekers uit de regio naar de binnenstad te lokken met als doel dat deze groep de binnenstad als haar eigen binnenstad gaat zien [4.4].



#### 4.4 Identiteit: verleden, heden en toekomst

De Furiade, het Haring en Bierfeest, Dordt in Stoom, de Wereldhavendagen en het Maritiem festival richtten zich zowel op het verleden, het heden en de toekomst. Het Haring en Bierfeest doet dit door met schepen de geschiedenis van Vlaardingen te vertellen, de problemen met hoog water in het heden te laten zien en daarnaast uit te leggen wat er technisch in de toekomst allemaal mogelijk is [1.1]. De meeste bezoekers van Dordt in Stoom komen voor de oude stoommachines uit het verleden, maar vinden steeds vaker onderdelen gericht op het heden en de toekomst terug in het programma. Het heden bijvoorbeeld door moderne toepassingen van stoom in energiecentrales te laten zien [4.3]. Bij de Wereldhavendagen zijn de shantykoren een van de weinige programma onderdelen die teruggrijpen op het verleden. Het heden heeft de afgelopen jaren centraal gestaan. De komende jaren zal de blik steeds meer op de toekomst worden gericht. Bijvoorbeeld door schepen te laten zien die op zonne-energie varen of containers waar windzeilen op kunnen staan. Het evenement zal meer worden gebruikt om te laten zien wat de haven doet om bij te dragen aan de energietransitie en verduurzaming [6.13]. Het Maritiem Festival wil geen nostalgisch evenement zijn en probeert net als in het Maritiem Museum de steeds minder zichtbare maritieme wereld zichtbaar te maken voor het publiek. Dit wordt gedaan door zowel de geschiedenis als het heden te laten zien en vooruit te kijken naar de toekomst [5.2]. Bijvoorbeeld met foto-exposities en speciale tentoonstellingen.

Sinfonia heeft geen maritiem inhoudelijk programma, maar richt zich met crossovers op moderne toepassingen van klassieke muziek [5.3]. Muzikaal focust de Nacht van de Kaap zich zowel op het verleden, het heden als de toekomst [7.3]. Qua sfeer richt het festival zich zeer op het maritieme verleden van Rotterdam als havenstad. Een nacht in het jaar wordt er in gespeeld op het nostalgische maritieme gevoel van Katendrecht, wat vroeger de rauwe plek in de haven was waar matrozen van over de hele wereld terecht konden voor kroegen en dames van plezier. Op de SS-Rotterdam worden feesten gegeven zoals deze vroeger op cruiseschepen plaatsvonden. Het evenement brengt de bezoekers terug naar de jaren 50 [7.7].

Future Flux richt zich zoals de naam al doet vermoeden volledig op de toekomst. Het doel is daarbij om op het verleden van het RDM terrein te bouwen aan de toekomst [8.7]. In een sfeer van een hipster festival met muziek en foodtrucks wordt er getracht de meeste moderne haventechnieken aan de bezoekers te laten zien op het gebied van internet of things, artificial intelligence, robotisering en 3D printen [8.3 en 8.4].

#### 4.5 Maritieme identiteit: locatie en/of inhoud

Een maritiem festival is gedefinieerd als een gelegenheid op een vastgesteld moment, buiten de dagelijkse routine om, waarbij de locatie (in een haven/aan de kust) en/of de inhoud (thema) zorgt voor een maritieme connectie. Alle onderzochte festivals voldoen qua locatie aan deze definitie. Het gaat hierbij om rivierkades en/of binnenhavens die gebruikt worden als festivalterrein. Voor het Sinfonia Maritiem Concert is een plek aan het water een doel op zich, aangezien het in de naam van het concert zit en het de identiteit van Rotterdam als havenstad uitdraagt [3.2]. Een locatie met het water op de achtergrond dient vooral als decor. Bij De nacht van de Kaap geldt dit voor de verlichte SS-Rotterdam die op de achtergrond ligt aangemeerd. Bij de Furieade wordt in Maassluis het uiteinde van de havenkom gebruikt om een theatershow of een lasershow op het water te organiseren, waarbij het publiek vanaf de kades toekijkt. Ook de binnenhavens van Dordrecht en Vlaardingen worden voor respectievelijk Dordt in Stoom en het Haring en Bierfeest omgetoverd tot festivalterrein.

Voormalig haventerreinen die door de veranderende port-city interface een nieuwe functie hebben gekregen, lenen zich goed voor het organiseren van een maritiem festival. Dit is terug te zien bij Future Flux (RDM) en Fabriek Mozaïek (M4H). De organisatie van Future Flux zegt hierover: "Rotterdamers willen dat een evenement wortels heeft, niet alleen een gelikte marketing campagne. Daarom is de RDM als oude scheepswerf zeer geschikt voor evenementen, omdat hier onder andere de SS-Rotterdam is gebouwd" [8.7].

Qua inhoud voldoen alle festivals ook aan de definitie van een maritiem festival, met uitzondering van het Sinfonia Maritiem concert. Bij een aantal festivals speelt het feestgehalte ook een belangrijke rol. Met de Nacht van de Kaap wordt er ingespeeld op een nostalgisch gevoel naar een maritiem verleden, waarbij het festival dient als het feestje bij de Wereldhavendagen. Bij de Furieade en het Haring en Bierfeest loopt het feestgedruis en het maritiem inhoudelijke programma subtiel door elkaar heen. De Furieade organiseert op de vrijdagavond een vlootshow, maar op deze avond komt een groot deel van de bezoekers voor het feest naar Maassluis. Dordt in Stoom organiseert een aantal maritieme programmaonderdelen, waaronder een grote vlootshow. Naast de schepen nemen ook stoomvoertuigen en stoomtreinen een belangrijk deel van het programma in beslag.

Het Maritiem Festival en de Wereldhavendagen hebben een volledig maritiem inhoudelijk programma kenmerkend voor de identiteit van beide evenementen. Concluderend hebben de meeste maritieme festivals in de regio Rijnmond een maritiem inhoudelijk programma, maar is er een verschil in welke mate deze wordt uitgedragen.

#### **4.6 Locatie: plaatsgebonden of plaatsloos**

Het Sinfonia Maritiem Festival is het enige plaatsloze evenement uit het onderzoek. De afgelopen jaren heeft het evenement plaatsgevonden in de Leuvehaven, naast de SS-Rotterdam en op de Kop van Zuid voor Hotel New-York. Voor de komende jaren wordt er gezocht naar een verrassende plek aan het water [3.2]. Voor een relatief klein en jong evenement als het Sinfonia Maritiem Festival is een vaste locatie minder belangrijk.

De locatie bepaalt voor een groot deel de identiteit van het evenement. De andere onderzochte festivals vinden ieder jaar wel op een vaste locatie plaats, wat het herkenbaar maakt voor de terugkerende toeschouwer. Zo zijn de Erasmusbrug en Hotel New-York eye-catchers voor de stad Rotterdam die tijdens de Wereldhavendagen onderdeel worden van het decors waarbinnen het evenement plaatsvindt. De stoomsleper De Furie en het haringschip De Balder brengen in Maassluis en Vlaardingen letterlijk de locatie en inhoud van de maritieme spektakels Furieade en Haring en Bierfeest samen. Deze oude schepen gelegen in het decors van de oude haven brengen een bepaalde nostalgie terug bij de bezoekers die doen denken aan een allang vervlogen maritiem verleden.

#### **4.7 Samenwerking met maritiem onderwijs**

In paragraaf 2.6 is het begrip maritiem kapitaal toegelicht evenals het aspect menselijk kapitaal. Hoe het (maritieme) onderwijs als onderdeel van het menselijk kapitaal betrokken wordt bij de onderzochte festivals, wordt in deze paragraaf behandeld.

Het Haring en Bierfeest, de Furieade, Dordt in Stoom, Sinfonia Maritiem Festival en Nacht van de Kaap werken niet of beperkt samen met lokale onderwijsinstellingen. Basisscholen worden uitgenodigd om naar het evenement te komen. Daarnaast bieden de meeste festivals stageplekken aan, bijvoorbeeld voor beveiligers en medewerkers voor de opbouw/afbouw van het evenement. Er wordt her en der samengewerkt met het MBO en HBO, maar maritieme onderwijsinstellingen spelen hier verder geen rol.

Bij de Wereldhavendagen is dat duidelijk wel het geval. Vijf jaar geleden is de Wereldhavendagen Academy opgericht met als doel een permanente aansluiting met het onderwijs te hebben. In Holland Rotterdam en het Albeda zijn hierbij aangesloten en er zijn gesprekken gaande met het STC en de Erasmus Universiteit om in de toekomst ook mee te gaan doen. Verder is er de ambitie om dit met nog meer onderwijsinstellingen uit te breiden [6.4]. De Rotterdamse haven is een grote arbeidsmarkt. Het overkoepelende doel van de Academy is om jongeren en studenten te koppelen aan potentiële nieuwe werkgevers. Werkgevers kunnen zich ook bij de Academy aansluiten en doen dit steeds vaker. Hun doel is om in direct contact te komen met de jongeren en met deze groep te spreken en te horen hoe zij tegen de haven aankijken.

Binnen de Academy worden er verschillende programmaonderdelen tijdens de Wereldhavendagen georganiseerd. Een voorbeeld hiervan is "Match"; de koppeling van hoger opgeleiden (MBO, HBO en WO) aan bedrijven in de haven. Hierbij waren er informatieve onderdelen in het programma, maar ook een fysieke arbeidsmarkt, waarbij de jongeren langs kraampjes kunnen gaan om in contact te komen met bedrijven [6.6].

Er is ook aandacht voor het primair en secundair onderwijs. Onderzoek heeft uitgewezen dat contact met de haven indruk maakt op jongeren en dat deze ervaring blijft hangen in de toekomst. Het gaat hierbij om kinderen uit groep zeven en acht in het primair onderwijs en de gehele lijn bij het secundair onderwijs. De Wereldhavendagen zet actief in om scholen naar het evenement te halen. Als dit niet lukt kunnen de scholen bediend worden met gastlessen, waarbij soms ook materiaal wordt meegenomen zodat de leerlingen de haven daadwerkelijk kunnen ervaren [6.5].

Het Maritiem Festival onderscheidt zich van de Wereldhavendagen door het hele jaar door met onderwijsinstellingen samen te werken, waaronder het STC en verschillende technasia. Er wordt daarbij samengewerkt met kennisinstellingen die bezig zijn met de maritieme toekomst. Het idee hierachter is om door goed duidelijk te maken wat innovaties in het verleden hebben betekend, er beter nagedacht kan worden over de toekomst [5.6]. Ook wordt er steeds meer samengewerkt met de Erasmus Universiteit en zijn er plannen om een eigen Academy op te richten. De afgelopen editie is er samen met de Wereldhavendagen een foto-expo "werken in de Rotterdamse Haven" georganiseerd. Het doel was werkzoekenden in het algemeen en dan vooral een jonge doelgroep meer bewust te maken van hoeveel soorten werk er in de haven zijn. Veel jongeren hebben het beeld dat werken in de haven vies is en slecht betaald. Dit is totaal niet meer de realiteit. Door een fotoserie of een seminar te organiseren, probeert het Maritiem Festival hierin wat meer inzicht te geven [5.8].

Future Flux werkt samen met de Hogeschool Rotterdam en het STC, die beiden samen met het Havenbedrijf al betrokken waren bij de ontwikkeling van het RDM terrein. Een festival onderdeel wat samen met de Hogeschool ontwikkeld is, is Heroes of Innovation. Hierbij wordt bij het evenement de "Elon Musk van Nederland" uitgenodigd, oftewel een inspirerend persoon uit een bepaald vakgebied, en gekoppeld aan studenten [8.8].

## 5. De rol van overheden, fondsen en sponsors

In dit hoofdstuk zal worden gekeken naar de rol van lokale overheden, welzijnsfondsen en sponsors bij de organisatie van maritieme festivals. Om een succesvol en duurzaam evenement neer te zetten, is een bepaald budget vereist. Lokale overheden, welzijnsfondsen en sponsors kunnen dit gat opvullen. Of en zo ja hoe dit wordt gedaan, wordt in dit deel besproken. Uiteindelijk zal deelvraag drie worden beantwoordt. Deze luidt:

*Vanuit welk motief dragen lokale overheden, welzijnsfondsen en sponsors bij aan maritieme festivals in de regio Rijnmond?*

### 5.1 De rol van lokale overheden

In het literatuuronderzoek is behandeld dat lokale overheden (maritieme) festivals kunnen categoriseren als "image maker", "tourist attraction" en "community". De Wereldhavendagen en Dordt in Stoom behoren tot de categorie "image maker". De gemeentes Rotterdam en Dordrecht proberen met hun maritieme festivals zichzelf duidelijk als havenstad te profileren op nationaal en internationaal niveau. De gemeente Rotterdam doet dit indirect als aandeelhouder van het Havenbedrijf Rotterdam, wat weer de hoofdsponsor is van de Wereldhavendagen. Het imago wat daarbij wordt uitgedragen is dat van een moderne toekomstgerichte havenstad. Het doel is daarbij om de Rotterdammers te bereiken en indirect daarmee ook bezoekers van buiten de stad aan te trekken. De gedachte hierachter is dat als het interessant is voor Rotterdammers, het daarmee ook interessant is voor bezoekers [9.3 en 9.5]. Of het lukt om met hetzelfde beleid zowel de locals als de toeristen te bedienen, is de vraag. Voor toeristen is de haven een reden om naar Rotterdam te komen, aangezien deze qua omvang uniek is in Europa. Daarentegen is de lokale bevolking steeds minder verbonden met de eigen haven en zou een gericht lokaal beleid overwogen kunnen worden om het gevoel van maritieme identiteit bij de Rotterdammers weer tot leven te wekken.

Het Maritiem Festival, Furieade en het Haring en Bierfeest kunnen worden gezien als een tourist attraction. Met deze evenementen wordt geprobeerd substantiële toeristenstromen naar de steden te trekken. De Gemeente Vlaardingen draagt bij aan het Haring en Bierfeest, aangezien deze een vanuit de politiek opgelegde opdracht heeft om de stad te promoten en de lokale bevolking cultuur aan te bieden [1.3].

Concluderend worden maritieme festivals behorend tot de categorie image maker en tourist attraction voor twee doelen ingezet. Enerzijds om de lokale bevolking een vorm van (maritieme) cultuur aan te bieden. Daarnaast worden de evenementen gebruikt als "maritieme influencers" om bezoekers te bewegen naar de stad te komen. City marketing en het neerzetten van een imago

spelen hierin een belangrijke rol. Nacht van de Kaap, Sinfonia Maritiem Festival en Future flux worden met name georganiseerd voor de lokale bevolking. Overheden zijn nauwelijks actief bij de organisatie van deze evenementen.

## 5.2 De rol van welzijnsfondsen

Welzijnsfondsen spelen een kleine rol met betrekking tot maritieme festivals. Het Fonds Schiedam Vlaardingen draagt bij aan de Furieade en het Haringen en Bierfeest. Het ondersteunt activiteiten op het gebied van educatie, cultuur, sport en jeugd in de regio. Bij het aanbieden van cultuur vervullen beide maritieme festivals op regionaal niveau een functie. Vandaar de donatie vanuit het fonds. Het DeltaPORT Donatiefonds is het burenfonds van de Rotterdamse haven en steunt de Furieade. Met het fonds ondersteunt het havenbedrijfsleven en het Havenbedrijf Rotterdam als donateurs haar maatschappelijke betrokkenheid in de directe omgeving van de haven. Het fonds is opgericht in 1970 toen de haven zich steeds verder naar het westen uitbreidde. De dorpen in de omgeving groeiden mee, want de havenarbeiders moesten ergens wonen. Om bij te dragen aan voldoende cultuur voor deze groep, werd het fonds opgericht.

## 5.3 De rol van sponsors

Alle onderzochte maritieme festivals hebben meerdere sponsors, die verschillende redenen hebben om bij te dragen. Rotterdam Festivals zegt hierover: "soms is het de hobby van de directeur. Soms is het omdat de directeur iemand kent. Soms is het omdat het echt een manier is om het bedrijf in de spotlight te zetten. Andere sponsors juist omdat een manier is om nieuwe werknemers te vinden. Weer anderen zien het als een morele verplichting. Het verschilt dus enorm" [9.13]. Dit verschil kan ook bij de Wereldhavendagen worden waargenomen: "Bij de ene is het arbeidsmarkt. Bij de ander is het naamsbekendheid. Bij de ander zit het in het DNA. Die zijn zo trots, die willen dat gewoon aan het publiek laten zien. Bij een aantal, zoals EMO, is het om te laten zien wat ze allemaal doen om overlast te beperken. Dat verhaal vertellen. Uitleggen wat er gedaan wordt om het negatieve te beperken" [6.8]. Bijdragen om een bestaand negatief beeld als bedrijf tegen te gaan, kan ook worden waargenomen bij de Furieade: "Vopak is een regionale sponsor. Die zitten hier aan de overkant van het water vieze lucht te produceren. Die willen graag wat positieve promotie van hun organisatie" [2.4]. Bij Dordt in Stoom dragen een aantal sponsors bij om het vestigingsklimaat in Dordrecht te verbeteren en bezoekers te wijzen op de prettige voorzieningen die de stad te bieden heeft qua wonen en werken. Ten slotte willen sommige bedrijven graag iets teruggeven aan de stad, waar veel van hun werknemers wonen met hun kinderen. Indirect bieden ze zo een feestje aan voor deze groep. Zonder partners gebeurt dit namelijk niet [4.6]. Lokale sponsors, zoals bijvoorbeeld

drankzaken en horecatenten, dragen ook een steentje bij aan het Haring en Bierfeest en de Furiade. Dit zorgt voor lokale naamsbekendheid en extra omzet door de georganiseerde feesten tijdens het maritieme festival. Er zit echter geen diepere motivatie achter hun steun voor het evenement.

## 6. Conclusie

In dit hoofdstuk zal antwoord worden gegeven op deelvraag 4 en de hoofdvraag. Tevens worden aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek en worden de tekortkomingen van de thesis besproken. Deelvraag 4 luidt: *Wat is de toekomst voor maritieme festivals gezien vanuit het perspectief van het maritieme kapitaal?*

De toekomst van maritieme festivals in de regio Rijnmond is een erg zekere. Alle onderzochte festivals, met uitzondering van Future Flux, geven aan in de toekomst verder te willen gaan. "Voor de maritieme festivals is daar zeker een stabiele toekomst. Die wordt alleen maar interessanter omdat de wereld aan het veranderen is en de haven en de maritieme wereld daarin mee moeten veranderen. Energietransitie en een schonere en duurzamere wereld horen daarbij. Digitalisering hoort daar ook bij. Dat krijgt ook zijn weerslag inhoudelijk in de verschillende festivalprogramma's. En Rotterdam is en blijft een grote havenstad, dus wij zullen altijd blijven investeren in festivals op dat vlak omdat wij geloven dat het fysiek bij elkaar komen, het feit dat dat juist nu niet kan, het samenkomen en het vieren van die identiteit van enorm belang is. Aldus Rotterdam Festivals [9.14].

Maritieme festivals behoren binnen het ecosysteem van het maritieme kapitaal tot het culturele kapitaal. Kranen en schepen worden als werkkapitaal tijdens de Wereldhavendagen of Dordt in Stoom aan het publiek geshowd. Het maritieme DNA bereikt op die dagen letterlijk het centrum van de stad. Met excursies ruilen bezoekers juist het centrum in voor een bezoek aan het natuurlijk kapitaal van de Rotterdamse haven. Ook het creatieve kapitaal krijgt steeds vaker een plek in maritieme festivals. Future Flux heeft daarin een mooie mix weten te vinden tussen techniek en cultuur. Een middel om jongeren te enthousiasmeren voor de haven. Dit is van belang om in de toekomst de haven draaiende te houden. Volgens het laatste onderzoek van bureau SEOR heeft 70% van de bedrijven in de haven moeilijk vervulbare functies. Een grote uitdaging dus op het gebied van menselijk kapitaal. Maritieme festivals kunnen hier op inspelen door vraag en aanbod van havenarbeid bij elkaar te brengen tijdens het evenement. Maar als de kades de week na het evenement leeg zijn, is het zicht op de haven van de jongeren weer vervaagd. Daarom is structurele samenwerking tussen maritieme festivals als de Wereldhavendagen en het Maritiem Festival met onderwijsinstellingen zo ontzettend belangrijk. Door niet alleen tijdens de evenementen maar het hele jaar door de verbinding te zoeken, kan beter inzicht worden gekregen wat de jongeren aan behoeftes hebben. Hier kan door de festival organisaties vervolgens met maatwerk op worden ingespeeld. Niet alle festivals geven het menselijke kapitaal een plek in hun programma's. De Nacht van de Kaap heeft totaal andere doelen en tracht een goed feest neer te zetten op Katendrecht. Het



geeft bezoekers weer even dat nostalgische gevoel in een havenstad te zijn en draagt op die manier bij aan het sociale kapitaal.

Concluderend hebben alle vormen van maritiem kapitaal een plek binnen de maritieme festivals. De evenementen dienen binnen het ecosysteem enerzijds als kijkdoos om de verschillende vormen van kapitaal aan de bezoekers te laten zien. Anderzijds biedt het een platform om de verschillende kapitaalvormen bij elkaar te brengen. Op die manier versterken en vergroten maritieme festivals het maritieme kapitaal binnen de regio Rijnmond.

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt: *In welke mate dragen maritieme festivals bij aan de maritieme identiteit van de regio Rijnmond ten tijde van een veranderende port-city interface?*

Maritieme festivals dragen bij aan de maritieme identiteit van de regio Rijnmond. De evenementen trekken grote aantallen bezoekers en brengen op die manier veel mensen in aanraking met de maritieme wereld. Het bereiken van grote groepen mensen lukt dus, maar daarin ligt ook gelijk de uitdaging. Bij de Wereldhavendagen viert Rotterdam een havenstad te zijn, maar de meeste activiteiten vinden plaats aan het water. In het grootste deel van de stad is nauwelijks iets te merken van de festiviteiten. Hier liggen kansen om de activiteiten uit te breiden en daarmee grotere groepen inwoners in aanraking te brengen met de haven.

Alle wijken in Leiden vieren hun gemeenschappelijke verleden met het Leids Ontzet. Dit zou als voorbeeld kunnen dienen voor de regio Rijnmond tijdens de Wereldhavendagen. Waarom niet een regionale vrije dag overwegen waarbij jong en oud stilstaan bij het maritieme verleden, heden en de toekomst van onze havenstad? Het zijn de niet-bezoekers van de Wereldhavendagen die een beeld bij de haven hebben wat eigenlijk niet klopt met het heden en zeker niet met de toekomst. Een regionale aanpak zal nodig zijn om de haven in de toekomst draaiende te houden. Alle onderzochte festivals kunnen een rol spelen om die haven tijdelijk terug te brengen naar de stadscentra.

In het literatuuronderzoek is er stilgestaan bij de veranderende port-city interface. In het model van Hoyle is er in de zesde fase sprake van vernieuwing van de relatie tussen stad en haven. Uit het onderzoek blijkt dat maritieme festivals in de regio Rijnmond aan dit proces bijdragen door de haven tijdelijk weer terug de centra van de steden in te brengen en op die manier oude haventijden te doen herleven. Een mooie doelstelling voor de maritieme festivals zou kunnen zijn om in de toekomst een zevende fase aan dit model toe te voegen: een verdieping van de relatie tussen stad en haven. Door inwoners bewust en enthousiast te maken in een havenstad te wonen en te werken. Door te vertellen over de nieuwste trends in de maritieme wereld en stil te staan bij bijzondere geschiedkundige momenten.

Zoals bijvoorbeeld de viering van 150 jaar Nieuwe Waterweg dit jaar. Meerdere festivals hebben aangegeven hierbij stil te willen staan. Een festival is daarbij een hele mooie manier om dat verhaal uit te dragen. Het is meer dan kraampjes op de kade en vlaggetjes die zwaaien. Er zit een rode lijn in het verhaal, waardoor mensen meer bewust worden van de impact van de maritieme wereld. Festivals als de Furieade en het Haring en Bierfeest hebben nog ruimte om naast een heel gezellig feest hun maritiem inhoudelijke programma verder uit te breiden. In een snel veranderende wereld wordt het steeds belangrijker om de maritieme verhalen van het verleden, heden en toekomst te vertellen in het festival programma. Een succesvol evenement organiseren is hetzelfde als innovatie. Struikelen en weer opstaan. Future Flux zal in haar huidige vorm ophouden te bestaan, maar kan op een locatie dichterbij het centrum misschien wel weer aanslaan. Zo liggen er nog genoeg kansen voor de verschillende festivals om te verbeteren. Door te leren van elkaar. Door structureel en duurzaam samen te werken met het onderwijs. Door de nieuwste trends van de haven te volgen en een plek te geven in de programma's. En door in gesprek te gaan met de mensen die de haven nog niet kennen en te bedenken hoe deze groep in de toekomst geraakt en geïnspireerd kan worden. Dit onderzoek levert empirisch bewijs bij het concept van maritiem kapitaal. Voor mogelijk vervolgonderzoek zou dezelfde opzet gebruikt kunnen worden in andere havensteden om de rol van maritieme festivals op die locaties onder de loep te nemen. Een tekortkoming van dit onderzoek is dat niet alle maritieme festivals uit de regio zijn meegenomen, te weten Brandersfeesten Schiedam, Delfshaven Festival, Fabriek Mozaïek, Stoomdagen Hellevoetsluis en het Baggerfestival Sliedrecht. Bij een mogelijk vervolgonderzoek zouden deze ook kunnen worden onderzocht. Ten slotte zou er kwantitatief onderzoek gedaan kunnen worden om te kijken of bepaalde programma onderdelen aanslaan bij het publiek. Zo zou er inzicht verkregen kunnen worden hoe de festivals hun maritieme programma onderdelen beter zouden kunnen laten aansluiten bij de vooraf bepaalde doelgroepen.

### **Reflectie**

Een tekortkoming van het onderzoek is abductieve redentatie. Voor deze opzet is gekozen aangezien er nog geen empirisch bewijs bestond over maritieme festivals. Het nadeel van deze manier van redentatie, is het niet weergeven van een causaal verband. De hoofd en deelvragen zijn beantwoord door de meest waarschijnlijke verklaring te geven voor de onderzochte verschijnselen.

## 7. Appendix A

### Vragenlijst interview met maritieme festivals

**1. Algemeen:**

- Hoe lang bestaan jullie?
- Wanneer in het jaar georganiseerd?
- Doelgroep?
- Aantal toeschouwers?
- Organisatiestructuur?
- Wat is de doelstelling/missie van het festival?

**2. Identiteit:**

- Wat is de identiteit van jullie festival?
- Oriënteert het festival zich op het verleden, het heden of de toekomst?
- Eventuele vervolgvraag: Als er een maritieme identiteit is, hoe wordt deze uitgedragen?
- Hoe beleefd de bezoeker de identiteit van het festival?

**3. Partners:**

- Wie zijn jullie partners?
- Waarom dragen jullie partners bij aan jullie festival?
- Hoe dragen jullie partners bij aan jullie festival?

**4. Corona:**

- Hoe zijn jullie hiermee omgegaan?
- Hoe reageerden de toeschouwers, hebben ze het festival “gemist”?

**5. Onderwijs**

- Werken jullie samen met onderwijsinstellingen?
- Eventuele vervolgvraag: zo ja, op welke manier?

**6. Toekomstvisie**

- Hoe kijken jullie tegen de toekomst van jullie festival aan?

### Lijst met geïnterviewden:

- |    |                   |                             |
|----|-------------------|-----------------------------|
| 1. | Ben Trooster      | (Haring en Bierfeest)       |
| 2. | Remco Brandenburg | (Furieade)                  |
| 3. | Mariet Struijk    | (Sinfonia Maritiem Concert) |
| 4. | Marco Westland    | (Dordt in Stoom)            |
| 5. | Karen Meirink     | (Maritiem Festival)         |
| 6. | Sabine Bruijnincx | (Wereldhavendagen)          |
| 7. | Jasper Scholte    | (Nacht van de Kaap)         |
| 8. | Jouke Goslinga    | (Future Flux)               |
| 9. | Franc Faaij       | (Rotterdam Festivals)       |

## 8. Appendix B

### Vragenlijst interview met Rotterdam Festivals

#### 1. Algemeen

Wat doet Rotterdam Festivals?

Wat is jullie doelstelling?

Wat is de geschiedenis van Rotterdam als festivalstad?

#### 2. Identiteit

Wat is de identiteit van de stad Rotterdam?

Hebben jullie een specifiek beleid mbt maritieme festivals?

Gegeven de veranderde Port-city interface, kunnen maritieme festivals het havengevoel tijdelijk terugbrengen bij de Rotterdammers?

#### 3. Onderwijs

Hoe kunnen de festivals gebruikt worden om mensen enthousiast te maken om te werken in de haven?

Welke samenwerkingen zijn er tussen maritieme festivals enerzijds en onderwijsinstellingen anderzijds?

#### 4. Sponsors

Wie zijn jullie sponsors?

Wat is hun motivatie om jullie te sponsoren?

Waarom sponsoren maritieme bedrijven maritieme festivals?

#### 5. Corona

Hoe zien jullie de Corona ontwikkelingen mbt de organisatie van festivals?

#### 6. Toekomstvisie

Is er een stabiele toekomst voor festivals in het algemeen in Rotterdam?

Is er een stabiele toekomst voor maritieme festivals specifiek in Rotterdam?

## 9. Appendix C

### Framework Maritieme festivals Rijnmond

	<b>Doelgroep</b>	<b>Startjaar</b>	<b>Omvang</b>	<b>Identiteit</b>	<b>Maritieme identiteit</b>	<b>Locatie</b>	<b>Connectie onderwijs</b>	<b>Doel lokale overheid</b>
<i>Haring en Bierfeest</i>	Bezoekers Inwoners	1974	Tourist tempter (100.000+)	Verleden Heden Toekomst	Locatie en inhoud	Oude-haven	Nee	Tourist attraction
<i>Furieade</i>	Bezoekers Inwoners	1980	Tourist tempter (100.000+)	Verleden Heden Toekomst	Locatie en inhoud	Oude-haven	Nee	Tourist attraction
<i>Sinfonia Maritiem Festival</i>	Inwoners	2017	Home grown (3000)	Toekomst	Locatie	Wisselend (laatste editie Kop van Zuid)	Nee	Community
<i>Dordt in Stoom</i>	Bezoekers Investerders Inwoners Bedrijven	1985 (om het jaar georganiseerd)	Big bang (250.000)	Verleden Heden Toekomst	Locatie en inhoud	Oude-haven + Merwekades	Nee	Image maker
<i>Maritiem Festival</i>	Bezoekers Inwoners Studenten	1978	Tourist tempter (50.000+)	Verleden Heden Toekomst	Locatie en inhoud	Leuvehaven	Ja	Tourist attraction
<i>Wereldhavendagen</i>	Bezoekers Investerders Inwoners Bedrijven Studenten	1978	Big bang (400.000)	Verleden Heden Toekomst	Locatie en inhoud	Rotterdam centrum rond de Maas	Ja	Image maker
<i>Nacht van de kaap</i>	Inwoners	2009	Home grown (9000)	Verleden	Locatie en inhoud	Katendrecht	Nee	Community
<i>Future Flux</i>	Bezoekers Bedrijven Studenten	2016	Home grown (500-1000)	Toekomst	Locatie en inhoud	RDM-district	Ja	Community

## 10. Bibliografie

- Aarts, M., Daamen, T., Huijs, M., & De Vries, W. (2012). Port-city development in Rotterdam: a true love story. *Urban-e*, 2(3).
- Alegret, J. L., Carbonell, E., (2014), Introduction. In: *Revisiting the coast: new practices in maritime heritage*. Vol 18.
- Arcodia, C.V., Whitford, M., (2006), Festival attendance and the development of social capital, *Journal of convention & Event Tourism*, pp1-18
- Bourdieu, P., (1977), *Cultural reproduction and social reproduction, Power and ideology in education*, Oxford University Press
- Braun, E., (2008), *City marketing: towards an integrated approach*, Erasmus Research Institute of Management (ERIM)
- Chang, YC., Wang, N., Sumser-Lupson, K.,(2011) Port Social and Culture Survey in the South West of England, *Journal of Coastal Research*, pp 156-161
- Cudny, W. (2014), *The phenomenon of festivals: their origins, evolution and c*
- Dessens, H., Hoogtij, *maritieme identiteit in feesten, tradities en vermaak*, pagina 9-15
- Ducruet, C., Jacobs, W., De Langen, P. (2010), *Integrating world cities into production networks: the case of port cities*, *Global Networks*
- Ekman, A.K. (1999), *The revival of cultural celebrations in regional Sweden. Aspects of tradition and transition*, *Sociology Ruralis*
- Gursoy, D., Kim, K., Uysal, M., (2004), Perceived impacts of festivals and special events by organizers: An extension and validation. *Tourism Management* 25, pp 171-181
- Hayuth, Y. (1982), *The port-urban interface: an area in transition*. *Area*, 14, pp. 219-224
- Hein, C. (2016). *Port cities and urban waterfronts: how localized planning ignores water as a connector*. *WIREs Water*, 3, 419-438. doi:10.1002/wat2.1141
- Hesse, M. (2017). *Approaching the relational nature of the port-city interface in Europe: ties and tensions between seaports and the*, volume 109, issue 2, pages 210-223
- Hoyle, B. (1989). *The Port-City interface, trends, problems and examples*, *geoforum*, volume 20, issue 4
- Hoyle, B. (1998). *The redevelopment of derelict port areas*. *The Dock & Harbour Authority*, 46-49.
- Falassi, A. (1987). *Festival: definition and morphology*, *Time out of time*, essay on the festival

- Galili, E., Rosen, B. Preserving the maritime cultural heritage of the Mediterranean, a cradle of cultures, religions and civilizations-the holy land perspective. *J. Coast Conserv.*
- Gallagher, A., Pike, K., (2011), Sustainable management for maritime events and festivals, *Journal of coastal research*, pp 158-165
- Gemeente Rotterdam. (2007), *Stadsvisie-Rotterdam-2030*
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management* 29: pp 403-428
- Jansen, M., (2019). Port innovation ecosystem, a symbiosis of capital; a case study of Rotterdam, Erasmus University Rotterdam
- Jansen, M., (2020). Een Guggenheim effect voor Rotterdam-Zuid?, LinkedIn
- Kisida, B., Greene, J.P., Bowen, D., Creating cultural consumers: the dynamics of cultural capital acquisition, (2014), *American sociological association*, pp 281-295
- Kruijf, F de. (2021) "Wie wil er nog in de Rotterdamse haven werken?", 28 mei 2021, NRC
- Martindale, T. (2014). Heritage, skills and livelihood: reconstruction and regeneration in a Cornish fishing port, *Socials issues in Sustainable Fisheries Management*, vol.9. Springer, New York, pp. 279-299.
- Mommaas, J.T., (2002), City branding: the necessity of socio-cultural goals, department of leisure studies, pp 32-48
- O'Sullivan, D., Jackson M.J., Festival Tourism, A contributor to sustainable local economic development?, *Journal of sustainable tourism*, pp 325-342
- Piette, A. (1992). Play, reality and fiction. Toward a theoretical and methodological approach to the festival framework, *Qualitative sociology*, pp 37-52
- Prentice, R., Andersen, V., (2003) Festival as creative destination. *Annals of tourism research* 30, pp 7-30)
- Quinn, B (2005). Arts festivals and the city. *Urban Studies* 42: pp 927-943
- Quinn, B (2010). Arts festivals, urban tourism and cultural policy, *Journal of policy research in tourism, leisure & events*, pp 264-279
- Redford, D. (2014). Maritime History and identity: the sea and culture in the modern world, abstract
- Saayman, M., Saayman, A., (2006), Does the location of arts festivals matter for the economic impact?, *Papers in regional science*, pp 569-584
- Schein, E. (1992), *Organizational Culture and Leadership*, 2<sup>nd</sup> ed., San Francisco
- Schuster, J., (1995), Two urban festivals: La Merce and first Night, planning practice and research, pp 173-188

Spits, E., (2013), Hoogtij, maritieme identiteit in feesten, tradities en vermaak, pp 53-61

Speroni, C., (1955), California Fishermen's festivals, Western Folklore, pp 77-91

Van Aalst, I., Boogaarts, I., (2002), From museum to mass entertainment: the evolution of the role of museums in cities, European urban and regional studies, pp 195-209

Van Aalst, I., Van Melik, R.,(2012) City festivals and urban development: does place matter? European urban and regional studies, pp 195-206

Van den Berg, L., Klaassen, L.H., Van der meer, J., (1990), Strategische city-marketing, serie bedrijfskundige signalelementen

Van der Berg L., van Tuijl E. (2016). Urban festivals as tools for social developments, the case of world port days in Rotterdam. In: Nel-lo Oriol, Mela Renata, 2016. Cities in the 21<sup>st</sup> Century. Routledge

Van Popta, Y., (2018). Sloop de dijken, laat de zee terugkeren!, Rondom Schokland 58

Turner, V. (1982). Celebration: Studies in festivity an ritual. Washington, DC: Smithsonian Institution Press

Warsewa, G. (2017). The transformation of port cities: local culture and the post-industrial maritime city, Institute for Labour and Economy, University of Bremen