

De Kunst van het Delen

Sharing Arts Society

Sint Maarten Parade 2025 – 2028

Projectplan voor Gemeente Utrecht, januari 2024



Inhoudsopgave

1. Inleiding
2. Visie op onze maatschappelijke rol
3. Doel & Routes
4. Werkwijze
5. Activiteiten & Uitwerking
6. Bereik
7. Financiën & Organisatie & de Drie Codes

1. Inleiding

[Sharing Arts Society \(SAS\)](#) organiseert sinds 2014 de **Sint Maarten Parade** rond en in de binnenstad en sinds 2017 ook het **Vuur van Sint Maarten** op locaties in de buitenwijken van Utrecht. Deze nieuwe tradities-op-eeuwenoude-erfgoedgronden hebben zich gestaag ontwikkeld tot grootschalige verbindende feesten van de hele stad. Jaarlijks dringen ze door in de haarvaten van de wijken met de uitnodiging aan burgers om deel te nemen door middel van artistieke bijdragen in lichtsculpturen, dans, theater, circus, performance, zang, muziek, of gewoon met een mooie, zelfgemaakte lampion.

De kracht van de evenementen ligt in het verbindende element: tussen artistieke disciplines, tussen mensen van verschillende leeftijden met verschillende sociale en culturele achtergronden, tussen de 10 wijken van de stad, als mede tussen beleidsterreinen. Vanwege de domein-overstijgende publieke waarde voor de stad en de uitstraling naar buiten (regionaal, landelijk en ook internationaal) heeft Gemeente Utrecht aan SAS in de periode 2021 - 2024 voor de evenementen rond Sint Maarten een meerjarige financiële basis gegeven vanuit een samenstel van regelingen (Volksfeesten, Cultuur, Burger & Bestuur). Deze meerjarig gegarandeerde continuïteit is een voorwaarde gebleken voor inhoudelijke verdieping, artistieke vernieuwing en het verder verbreden van het bereik van de evenementen en hebben de basis gelegd voor twee zaken die grote invloed hebben gehad op de ontwikkeling van onze activiteiten.

Het eerste betreft **de meerjarige samenwerking met de Armoedecoalitie Utrecht (AC)**. De samenwerking met dit netwerk van mensen in armoede en van organisaties betrokken bij de bestrijding van armoede heeft ons denken & handelen als artistieke organisatie diepgaand beïnvloed, waarover later meer. Dankzij een meerjarige ondersteuning vanuit de regeling [Samen cultuurmaken 2022-2024](#) van het Fonds Cultuurparticipatie kregen SAS en de AC de ruimte om de samenwerking intensief en wederkerig te exploreren. Dit leidde onder meer tot [Het Grote Utrecht Stadsdiner](#), een succesvolle nieuwe stadsbrede traditie (vier edities inmiddels) op 17 oktober Wereldarmoededag, en meerdere aanpassingen in het voorbereidingsproces van de viering van Sint Maarten.

Ook **de 900^{ste} stadsverjaardag in 2022** gaf een flinke 'boost' aan onze werkwijze en aan ons deelnemers- en publieksbereik. SAS organiseerde dat jaar in opdracht van de projectorganisatie de afsluiting van de viering van Utrecht 900. Door die opdracht beschikten we voor die 'grande finale' eenmalig over extra financiële middelen, waardoor we de ruimte kregen voor een trapsgewijze opbouw van de Parade vanuit de 10 wijken van de stad. Door het samenbrengen van bewoners en organisaties uit de wijken in 10 wijkcoalities en het organiseren van [drie Vuren van Sint Maarten](#) op drie strategische locaties in de ring van 9 wijken rond de binnenstad, naast de al bestaande workshops en sculptuurtrajecten in de wijk, konden mensen dichtbij op diverse laagdrempelige manieren meedoen. In totaal namen 4000 mensen deel aan de voorbereiding en liepen er op vrijdagavond 11/11/2022 ruim 1500 mee in de [Parade 'Zonder Muren'](#). Langs de route werd de optocht opgewacht door 23.000 toeschouwers.

De opbouw vanuit wijkcoalities konden we in 2023 voortzetten met de Parade ‘Boven Water’ en blijft de basis van onze werkwijze in de komende jaren. In dit projectplan schetsen wij waar de ervaringen van de voorbije drie jaren ons in de periode 2025-2028 kunnen gaan brengen. We laten zien hoe ons denken is beïnvloed en hoe we die invloed vertalen naar onze visie, doelstellingen, werkwijze, activiteiten, organisatie en besteding van de middelen in de komende jaren.



Fragment uit het proefschrift (2008) van de Utrechtse historica Llewellyn Bogaers over processies en gemeenschapszin in de late Middeleeuwen:

“De processies waren niet alleen een geliefde traditie, zij vormden voor alle deelnemers het perfecte medium om zichzelf te presenteren, collectieve overtuigingen uit te dragen en het individuele gevoelsleven te verdiepen. Dit is de diepste reden waarom processies zo lang in ere gehouden zijn. In processies werden de actuele politieke, economische en sociale verhoudingen zichtbaar gemaakt. In zekere zin zijn zij de barometer van de samenleving. Daarom zijn ze een ‘totaal sociaal fenomeen’ te noemen. Processies zijn een bijzonder medium, omdat mensen zich daar letterlijk laten zien. Zij bekennen zich in het openbaar tot de gemeenschap. De bereidheid om aan de samenleving deel te nemen is de sleutel tot transformatie en oplossing van conflicten. Hoeveel kritiek er ook op rituelen mogelijk is, een samenleving die geen collectief gedragen socialiserende rituelen meer kent, verliest aan samenhang en brokkelt op den duur af.”

2. Visie op onze maatschappelijke rol

In ons meerjarenplan 2021-2024 schreven we dat kunst midden in de samenleving moet staan en die samenleving mee moet ontwikkelen. SAS ontwikkelt via een artistiek programma de gedachte van een *sharing arts society*: de noodzaak van delen, verbinden en samenbouwen via een gezamenlijk artistiek proces. Delen is het uitgangspunt van alle onderdelen van SAS: we geloven dat in delen een toekomst

ligt voor het domein van de kunsten en voor de samenleving als geheel. Dat delen, verbinden en samenbouwen zit zowel verankerd in de legende van de mantel van Sint Maarten als in de 17 duurzame ontwikkelingsdoelen van de Verenigde Naties die sinds 2015 de motor waren van onze jaarthema's. Utrecht is sinds 2015 een Global Goals City. SAS liet zich sindsdien voor de jaarthema's van de Parade inspireren door de 17 werelddoelen die concrete en samenhangende aanknopingspunten bieden voor een duurzame 'shared' en 'sharing' planeet en als zodanig zijn te zien als een actuele vertaling van het delen waar Martinus symbool voor staat. Ze gaan over het recht op toegang tot hulpbronnen zoals water, op eerlijke verdeling en op erbij horen & onderdeel zijn van de wereldgemeenschap.

2.1 Verhalen bepalen de maatschappelijke ordening

In 2020 bedachten we de [verhalenbank](#) om de 'stemmen van de Parade' een publiek podium te geven. Achter de artistieke uitingen in de Parade gaan achtergrondverhalen schuil van wijkbewoners en van ervaringsdeskundigen van de Armoedecoalitie naar aanleiding van de jaarthema's. Die verhalen werden in toenemende mate de motor van ons werk en maakten ons bewust van de maatschappelijke impact van verhalen überhaupt.

Mensen communiceren via verhalen in een duizelingwekkende meerstemmigheid. Dat continu veranderende web van verhalen, dat elk moment verder wordt gesponnen, heeft een enorme impact op de werkelijkheid. Mensen vertellen verhalen om ervaringen te delen, maar kiezen ook woorden en verhalen om die werkelijkheid vorm te geven. Taal en verhalen zijn niet neutraal. Zij bepalen hoe mensen tegen gebeurtenissen en tegen andere mensen aankijken. Verhalen zijn van grote invloed op de maatschappelijke ordening die mensen die geboren zijn in 'het verkeerde verhaal' niet dezelfde kansen biedt als de mensen die het 'dominante' verhaal van de maatschappelijke ordening schrijven.

Maar taal en verhalen zijn niet onveranderlijk. Verhalen dikken aan, verliezen hun kracht, vervormen in de tijd en tijdens de overdracht. Mensen kunnen zich een verhaal toe-eigenen of zelf hun verhaal schrijven. Verhalen kunnen derhalve zowel een krachtig emanciperend middel zijn voor het individu als een bron van ontwikkeling voor de maatschappij.

2.2 Verhalen als motor voor verbinding

Een toekomstgerichte kunstproductie die midden in de samenleving wil staan, die van die samenleving wil zijn en die die samenleving wil mee ontwikkelen, dient zich van a tot z bewust te zijn van de veranderlijkheid, de impact en de meerstemmigheid van de verhalen die die samenleving vormgeven. En dient zich artistiek te verhouden tot al die geluiden & kleuren & kunstvormen uit die diversiteit aan culturen, leeftijden, domeinen, en sociale achtergronden. Om open te blijven staan voor de meerstemmigheid van de stad is SAS bewust een lerende organisatie met een artistiek programma in permanente ontwikkeling.

SAS beschouwt alle inwoners van de stad als lid van de 'familie Utrecht'. Die familie deelt met elkaar de stad, deelt de publieke ruimte en deelt verhalen. De opbouwende individuele en gemeenschappelijke

verhalen van de stad vormen de komende jaren de inhoudelijke en artistieke rode draad in onze projecten. De 17 Global Goals van de VN schuiven daarbij wat naar de achtergrond. We starten kortom bij de Utrechtse situatie en zoomen vandaaruit naar het wereldwijde perspectief. De veelstemmige wolk van legendes en sterke verhalen rond de wereldwijd bekende Utrechtse stadspatroon Sint Maarten dient daarbij als verbindende paraplu.

Prof. dr. Eugene van Erven, voormalig hoofd departement Media & Cultuur UU & lid Adviescommissie Cultuurverkenning Utrecht 2025-2028:

“Er is rond de Sint Maarten Parade een hele subcultuur ontstaan die intervenueert in de stad en de openbare ruimte veroverd voor een heel nieuw soort cultuur waarin diverse werelden samen komen: verschillende religies, met ook niet-religieuzen; verschillende ideeën over kunst (beeldende kunst, community arts, geëngageerde kunstenaars die de wereld van de participatieve kunst ontdekken). Stukjes samenleving, stukjes cultuur werken samen, met een zachtaardige generositeit naar elkaar die misschien wel heel Utrechts is. De Parade heeft zich ontwikkeld tot een bijzondere vrijplaats, een echte contactzone”.



3. Doel & Routes

De samenwerking met de Armoedecoalitie Utrecht maakte ons ervan bewust dat de huidige inrichting van onze maatschappij niet iedereen evenveel mogelijkheden biedt om de gevolgen van crises (corona, energieprijzen, inflatie) te overkomen of te verzachten. Mensen met geldzorgen komen makkelijker in een isolement terecht en nemen minder deel aan de maatschappij. Kunst & cultuur zijn een belangrijk onderdeel van die sociaal-maatschappelijke uitsluiting. Maar armoede is niet louter een individueel probleem. De kloof tussen arm en rijk is een gevaar voor de hele samenleving. Die kloof ondermijnt de solidariteit die de basis is van het geloof in sociale stijging en van een veerkrachtige beschaving, democratie en rechtsstaat. Er ontstaan blinde vlekken die een voedingsbodem zijn voor polarisatie.

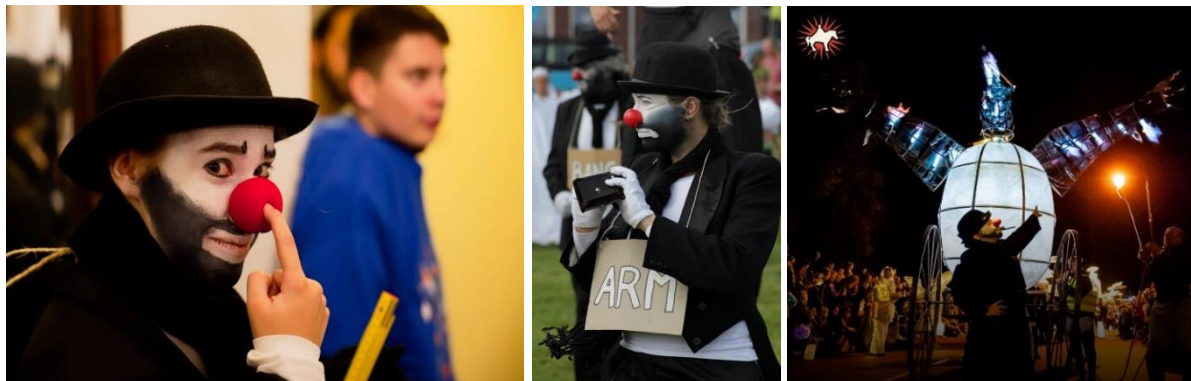
Mensen groeien steeds vaker op in bubbels met gelijksoortige andere mensen. Maar de samenleving loopt risico als verschillende sociale ‘bubbels’ niet meer met elkaar in contact komen. Voor een solidaire maatschappij moeten mensen uit verschillende bubbels elkaar ontmoeten op voet van gelijkheid. Dat

gaat zowel om de onderkant (de mensen in moeilijke sociale omstandigheden) als de dominante kant (de bubbel van geld) die de onderkant niet de kans geeft. Ook de dominante groep moet geholpen worden om in contact te komen met de onderkant. Het onderling uitwisselen van kennis & ervaringen is daarvoor essentieel. Bruggen worden alleen gebouwd op een collectief gedeeld bewustzijn over een ordening waarin de een floreert en de ander worstelt om te overleven.

Onze activiteiten hebben de komende jaren daarom tot doel: **de versterking van de collectieve verantwoordelijkheid voor de samenleving in de stad: voor andere generaties, voor andere culturele achtergronden, voor andere sociale achtergronden, binnen wijken, tussen wijken onderling en tussen wijken en de binnenstad.** Dit doel wil SAS bereiken langs **vier routes**:

Route 1: Verbind de wijken via een stads-brede aanpak. In de groeiende stad is het risico van uit elkaar groeien niet te ontkennen. Veel mensen komen nauwelijks nog buiten hun eigen wijk. De wijken lijken steeds meer eigen satellietsteden te worden. Een goede ‘wisselstroom’ tussen de wijken onderling en met de binnenstad is noodzakelijk voor een veerkrachtige stad. Gedeelde kennis en ervaringen zijn van belang om samen te bouwen aan een duurzame toekomst voor de stad. We combineren daarom in onze planvorming de komende jaren een stads-brede met een wijkgerichte aanpak, en stimuleren een uitwisseling van de 10 wijken onderling.

Route 2: Betrek de bewoners van de stad op basis van mede-eigenaarschap, wederkerigheid en gelijkheid. Uitsluiting manifesteert zich op twee manieren. Je isoleert je meer en doet minder mee aan activiteiten. Maar je zit ook vrijwel nooit aan tafel als er plannen (ook voor kunst & cultuur) worden gemaakt. Gevolg voor de planvorming is een gemis aan veel soorten ervaringsdeskundigheid vanuit de praktijk. Dat geldt ook voor de productie van kunst & cultuur. Esthetiek en het vertellen van verhalen zijn niet voorbehouden aan de ‘officiële’ kunstproducenten. Inclusie betekent voor SAS dan ook naast drempelloze toegang tot het consumeren van de ‘dominante’ cultuur vooral drempelloos ruimte maken voor een eigen bijdrage vanuit het eigen creatieve vermogen van mensen met allerlei sociale achtergronden in onze organisatie, in de samenstelling van onze programma’s en in de realisatie daarvan.



Route 3: Verbind de veelstemmige stad via een actualisering van het immaterieel erfgoed.

Vraag aandacht voor de verhalen die we als Utrechters delen. Met de Sint Maarten Parade bouwen we op een eeuwenoude traditie, die we continu vernieuwen. Immaterieel erfgoed en tradities zijn niet zozeer iets van het verleden maar zijn krachtige instrumenten tot nieuwe ontwikkelingen in de eigen tijd op weg naar de toekomst. De Parade draagt gaandeweg bij aan een beweging in de stad die het hele jaar voortduurt: de continue onderstroom van de universele boodschap van delen en samenleven als DNA van de stad Utrecht. Die beweging voeden we met actuele thema's en permanente dynamiek. De verbindende kracht van tradities laat zich niet onderschatten, mits ze 'open minded', levend en dynamisch zijn, mits ze voortdurend mee veranderen met de samenleving, en mits ze inclusief zijn en gedragen worden door alle deelnemers. Elk jaar is de Sint Maarten Parade een indrukwekkend moment voor de massa deelnemers om te ervaren van welke (stedelijke) gemeenschap ze deel uitmaken.

Uit de Erfgoednota 'Utrechts erfgoed verbindt mensen en tijden' (februari 2022):

"De viering van Sint Maarten is een voorbeeld van immaterieel erfgoed in Utrecht dat door veel Utrechters beleefd wordt. De Utrechtse Sint Maartentraditie met de Sint Maarten Parade als blikvanger is opgenomen in de nationale inventaris van het UNESCO immaterieel erfgoed. In het Europese verdrag van Faro (2005) wordt de sociale waarde van erfgoed en het belang van de participatie van de samenleving benadrukt. Erfgoed wordt daarbij gezien als middel om maatschappelijke doelen te verwezenlijken. De ondersteuning van immaterieel erfgoed door de gemeente is op dit moment niet structureel geregeld. We onderzoeken als gemeente hoe we dergelijke activiteiten in de toekomst op een passende manier kunnen ondersteunen."

Route 4: Werk domein-overstijgend. De Utrechtse adviescommissie onder voorzitterschap van Mei Li Vos pleitte in haar cultuurverkenning 'Ruim baan. Cultuur als aanjager in een veranderende stad' voor domein-overstijgend werken. Een pleidooi dat in de cultuurnota terugkwam. Tot op heden zijn er binnen de gemeente Utrecht geen regelingen die deze wens ondersteunen. SAS betreurt dit omdat de kunst veel kan leren van de praktijkverhalen uit andere domeinen en omdat kunst juist bij uitstek geschikt is om zich met maatschappelijke thema's te verhouden. De kunsten zijn vrij om verhalen, vormen, beelden en doelen te kiezen en kunnen vrij bewegen tussen organisaties, mensen en gebieden. Ze kunnen verbinden, zelfs door tegenstrijdige verhalen compromisloos naast elkaar te laten staan. Kunst kan daarmee een krachtige verbindende factor zijn tegenover polarisatie.

Irene Stengs, hoogleraar ritueel en populaire cultuur Vrije Universiteit Amsterdam (citaat uit een item van RTL Nieuws, november 2023):

"In Utrecht is in de laatste decennia een waanzinnige parade ontstaan met lichtsculpturen. Echt een fenomeen. Daarin staan inclusiviteit en delen met elkaar centraal, zoals dat past bij het verhaal van Sint-Maarten met het delen van die mantel. Die morele dimensie wordt daarin als het ware opgetild."



4. Werkwijze

De 'sharing' werkwijze van SAS draait rond een vijftal 'sharing' principes. Hieronder werken we deze principes kort uit.

a. Artistieke expressievormen zijn het middel

SAS zoekt naar aansprekende artistieke vormen die drempelloos toegankelijk zijn voor iedereen. Een artistieke parade is daarvan een uitgelezen voorbeeld: een krachtige kunstvorm die is geïnspireerd door een gezamenlijke thematiek en die middels een grote diversiteit aan muzikale, beeldende en performance uitingen een tastbaar, voelbaar en beleefbaar verhaal vertelt over de stad en de mensen die daarin wonen. De artistieke parade trekt zijn spoor door de openbare ruimte en verovert die *en passant* op expressieve wijze voor culturele ontmoeting. Artistieke parades vertellen een verhaal door middel van muzikale, beeldende en performance elementen en zetten burgers van alle leeftijden en sociale achtergronden op een podium. Buiten Nederland bestaan rijke tradities van artistieke parades waar SAS graag ervaringen mee uitwisselt. Al die parades vertellen iets over de ziel & de identiteit van de betreffende stad of streek. De *Zinneke Parade* in Brussel bijvoorbeeld is radicaal en anarchistisch. *Velvet Carnival* in Praag is een satirische maskerade, verbonden met de 'fluwelen revolutie' in 1989. Het *Carnaval in de Cariben* is kleurrijk en opstandig en heeft zijn oorsprong in het slavernijverleden. De Utrechtse Sint Maarten Parade onderscheidt zich door de unieke combinatie van lichtprocessie & carnavalsoptocht die de actualiteit met de historie van de stad verbindt.

b. Drempelloze participatie op basis van inclusiviteit en gelijkwaardigheid is het doel

SAS organiseert evenementen die een 'contactzone' creëren voor ontmoeting en uitwisseling en maakt daarbij gebruik van kunstvormen die in staat zijn om mensen van alle leeftijden en sociale & culturele achtergronden te betrekken en alle ruimte bieden om hun eigen waarden, achtergrond en creatieve vermogen in te brengen en te ontwikkelen. Sint Maarten is het Feest van het Delen en een krachtig pleidooi voor een samenleving waarvan niemand wordt uitgesloten. Het Feest speelt zich af in de publieke ruimte en is moeiteloos toegankelijk. Toegang tot workshops en tot materiaal (zoals

lampionpakketten) is daarom doelbewust gratis. Alleen wie kan deelt mee in de kosten.

Scholen bijvoorbeeld betalen de helft van de materiaalkosten en voor de begeleiding van het maakproces door een kunstenaar van SAS.

c. Mede eigenaarschap is de werkwijze

Activatie van de bewoner van de stad als betrokken deelnemer eerder dan als consument is de crux voor het slagen of falen van een artistiek project als de Parade. Het publiek is niet alleen ontvanger, maar evengoed aanbieder, maker en producent. De kunstenaar is met zijn expertise onderdeel van de collectieve creativiteit van de groep. Het publiek geeft zelf, al of niet met begeleiding van een kunstenaar, vorm aan zijn beleving waarin doen, leren en beleven onlosmakelijk met elkaar verbonden raken. Deelnemers zijn mede-eigenaar en zijn daarnaast een toegangspoort tot een nieuw publiek en tot nieuwe deelnemers. Het proces van voorbereiding is daarbij niet los te zien van de impact van het evenement. Dat proces heeft een andere dynamiek dan het evenement zelf en raakt aan het bindweefsel van de samenleving dat als een 'slow culture'-veenbrand trager, taaier en minder opzichtig werkt dan de kortstondige vurige steekvlam van het specifieke evenement.

d. Delen en verbinden is het uitgangspunt

De projecten van SAS baseren zich op algemeen bekende, actuele thema's en breed gedeeld erfgoed. SAS ziet daarbij een grote kracht in stadsbreed gedeelde, overkoepelende verhalen. Martinus (316 – 397) is de leeftijd- en cultuur-overstijgende verpersoonlijking van verbinden en delen sinds hij als jonge Romeinse soldaat van Hongaarse afkomst voor de stadspoort van Amiens zijn mantel deelde met een oude Gallische bedelaar. De Britse religiehistorica Karen Armstrong noemt dit sociale uitgangspunt 'the Golden Rule' van alle grote religies: *Behandel een ander zoals je wilt dat jij ook zelf behandeld wilt worden*. Deze legende is vertaald in het stadswapen van Utrecht en overall in de stad terug te zien, van de top van de Domtoren tot aan de stadsvlag, het shirt van FC Utrecht en het wapen van de universiteit aan toe.

e. Maatschappelijke urgentie is de drijfveer

Elk jaar kiezen we in overleg met onze achterban een jaarthema dat het collectieve gevoel en het belang van solidariteit benadrukt en dat raakt aan de Utrechtse actualiteit. Dat thema is een uitnodiging aan onze partners om er hun verbeelding op los te laten en het op hun eigen wijze vorm te geven in beeld, muziek en performance. Het jaarthema dient tevens als uithangbord om nieuwe groepen bij de Parade te betrekken. Elk jaar bereiken we nieuwe groepen en organisaties naar aanleiding van het jaarthema. Door deze jaarlijkse inhoudelijke impuls blijft de Parade in beweging en blijft het immaterieel erfgoed verbonden met de actualiteit.



Maarten Dallinga, socioloog, schrijver, journalist NRC:

“’s Avonds sta ik in het centrum van Utrecht, op een paar honderd meter van de Domtoren. Ik ben bij toeval op de Sint Maarten Parade gestuit, een grote jaarlijkse lichtjesoptocht door de stad. Het is al donker, maar overal is licht. Het publiek staat rijen dik langs de klinkerstraat waar de parade langstrekt: kinderen en volwassenen met de mooiste, zelfgemaakte lampions in alle vormen en maten, muziek en dansers. Iedereen lacht en is aardig tegen elkaar. Ik zie de schoonheid van de door honderden mensenhanden met veel zorg geschepte lichtsculpturen. Ik voel de slagen van de trommelaars doordenderen in mijn hele lijf. Ik voel me op slag vrijer worden door de sierlijke bewegingen van de voorbijtrekkende dansers. Ik voel de haast tastbare verbondenheid met de mensen om mij heen. Ik voel dat ik leef. Voor mij is ‘een mooi moment’ dit: een gebeurtenis die ik alleen of met anderen beleef en waarin ik mij even niet verloren voel, maar onderdeel van een groter, misschien wel spiritueel, geheel. Alsof ik word gedragen.”

5. Activiteiten & Uitwerking

Onze activiteiten in het kader van de Sint Maarten viering zijn de komende jaren gekoppeld aan de vier Routes uit paragraaf 3. Het doel *‘de versterking van de collectieve verantwoordelijkheid in de samenleving in de stad’* is de onderliggende drijfveer van elke activiteit.

Route 1: Verbind de wijken via een stads-brede aanpak. We organiseren jaarlijks [de Sint Maarten Parade](#) met een startpunt in een van de buitenwijken en als eindpunt het Domplein. Aansluitend op de Parade vindt een artistiek programma plaats, met een expositie van de lichtsculpturen uit de wijken en dansbare muziek met een urban vibe van Utrechtse bodem. In het weekend voorafgaand aan de Parade organiseren we een *‘Vuur van Sint Maarten’* in een van de buitenwijken van Utrecht. Voor veel wijkbewoners is dat nog altijd een eerste kennismaking met Sint Maarten. De avond start met een opzweepende, wervende miniparade door de wijk, met de lichtsculptuur van Sint Maarten te paard als centraal element. Door beeldend kunstenaars uit de wijk wordt overdag op de locatie een imposante

sculptuur van hout gebouwd waar in de avond op spectaculaire wijze het vuur in gaat, voorafgegaan door een betekenisvolle 'Vuurrede' door een bekende wijkbewoner. Om de Vuursculptuur heen vindt een warmbloedig minifestival plaats met muziek & dans & eten & drinken, en een preview van lichtsculpturen voor de Parade.



We bouwen de participatie op vanuit 'wijkcoalities' in de tien wijken van de stad. Elke wijk geeft 1 'compartiment' van de Parade vorm in beeld, geluid en performance. Onze achterban bestaat uit 150 organisaties uit allerlei maatschappelijke sectoren en artistieke disciplines. De voorbereiding 'beeldend' vindt plaats op 50 publieke locaties in de wijken en bestaat uit 30 lampionnenworkshop van een dagdeel, 15 sculptuurtrajecten (6 dagdelen), 1 masterclass (8 dagdelen), 10 sculptuurtrajecten op scholen (meerdere weken enkele uren per week). 20 beeldend kunstenaars begeleiden de sculptuurtrajecten, de masterclass en de lampionnenworkshops. De publieke locaties zijn scholen, musea, bibliotheken, wijkcultuurhuizen, speeltuinen, buurtwerkkamers. En bewust ook locaties voor kwetsbare groepen: verzorgingshuizen, vluchtelingenopvang, daklozenopvang, scholen voor jongeren met een beperking, locaties via de Armoedecoalitie, etc. Er helpen 2500 mensen mee aan de voorbereiding. Er lopen 1500 mensen mee in de optocht, waaronder 45 dans-, muziek- (orkesten, koren, etc) en theatrale groepen.



Route 2: Betrek de bewoners van de stad op basis van mede-eigenaarschap, wederkerigheid en gelijkheid. SAS streeft ernaar om kansarmen & kansrijken, straatcultuur & klassieke kunst uit alle generaties, sociale achtergronden en culturen die de 'veelstemmige' stad Utrecht rijk is op voet van gelijkheid met elkaar in contact te brengen en actief te laten samenwerken. Voor de wijkcoalities

nodigen we in een serie wijkbijeenkomsten bewoners van allerlei achtergronden, artistieke disciplines & maatschappelijke sectoren bij elkaar om te brainstormen over het jaarthema. SAS faciliteert de bijeenkomsten maar de individuele verhalen en persoonlijke associaties van de bewoners zijn 'in the lead'. Gaande de avond ontstaat uit de meerstemmige verhalen een inhoudelijke 'paraplu' voor de betreffende wijk. Deze verhalende insteek biedt ruimte om nog niet aangesloten mensen & organisaties uit de wijk alsnog te gaan betrekken en is de inspiratie voor de concrete artistieke vormgeving van het wijkcompartiment in beeld, geluid en performance. De inspiratieverhalen van de wijkbewoners vinden hun plek in de Verhalenbank van SAS en bieden de rode draad voor de publiciteit en voor de aftermovie van de Parade.

Bij wijze van aankondiging van de Utrechtse viering van Sint Maarten organiseerde Museum Catharijneconvent in 2023 voor het vijfde achtereenvolgende jaar de expositie Verhalen van Licht, in samenwerking met SAS. Tot 8 november werd in de Catharijnekathedraal een selectie van lichtsculpturen uit de vorige Sint Maarten Parade tentoongesteld, met de inspiratieverhalen uit de wijken van de Verhalenbank daarbij. Jaarlijks trok de expositie tussen 5.000 en 7.000 bezoekers.

Naast de wijkbijeenkomsten organiseert SAS vier 'stadsbrede' ('Zwerm') bijeenkomsten waarin de diverse wijken hun plannen aan elkaar presenteren en waarin SAS de deelnemers op transparante wijze meeneemt in de concrete organisatie. Dat zorgt voor nieuwe verbindingen ter plekke, een 'gedeelde' opbouw van de Parade en tegelijkertijd voor wederzijdse, onderlinge inspiratie.

Ook op artistiek gebied stelt SAS zich faciliterend op. We werken met een 'pool' van goed getrainde, professionele 'sharing' kunstenaars (beeldend, muziek, performance) die in staat zijn om de veelstemmige creativiteit van de stad mee te helpen artistiek vorm te geven. De rol van de kunstenaars is het creatieve vermogen van allerlei bijzondere individuen en gemeenschappen stimuleren, uitdagen en helpen vormgeven, met het jaarthema als inspiratie. Elk jaar biedt SAS een 'masterclass' aan voor deelnemers die hun technische en artistieke skills op het beeldende vlak willen uitbreiden. In een traject van acht avonden maakt elke deelnemer een eigen lichtsculptuur voor de Parade, met begeleiding van een ervaren kunstenaar.

We zien elk jaar het creatieve vermogen van de 'Zwerm' toenemen. De voorbereiding is voor de deelnemende orkesten, koren, dansgroepen, muziekscholen, sportverenigingen, circusopleidingen, theatergroepen steeds meer jaarrond en begint eigenlijk al met de laatste 'Zwermbijeenkomst' van het jaar (eind november), met de evaluatie van de voorbije Parade en een bespreking (met een eerste artistieke brainstorm) van thema & aanpak van de Parade in het volgende jaar. Met elke Parade groeit het vermogen van deelnemers om 'moving' te performen in de buitenlucht op straat. Bij steeds meer kunstvakopleidingen (zoals Nimeto & ROC Dans/Theater), basisscholen (zoals Regentesseschool & De Regenboog), voortgezet onderwijs (zoals Gerrit Rietveld College, Amadeus Lyceum, Leidsche Rijn College) is deelname aan de Parade inmiddels een onderdeel van het curriculum van de opleiding. Kunstenaars van SAS begeleiden de bijdragen (beeldend, muzikaal, teatraal), al dan niet samen met vakdocenten van de opleidingen. Steeds meer organisaties uit de meerjarig gesubsidieerde cultuur van de stad ontdekken de Parade (zoals Het Filiaal, De Dansers, ZIMIHC, De Vrijstaat, Het Wilde Westen,

BOKS, LeGuessWho, Museum Catharijneconvent, Centraal Museum, Podium Hoge Woerd, De Coöperatie Berlijnplein), vaak via een participatieve samenwerking met een partner uit een ander maatschappelijk domein dan de cultuur.



Route 3: Verbind de veelstemmige stad via een actualisering van het immaterieel erfgoed. Verhalen kunnen zowel een krachtig emanciperend middel zijn voor het individu als een bron van ontwikkeling voor de stad. Om de meerstemmige verhalen van de inwoners van Utrecht ruimte & een kader te bieden kiezen we de komende vier jaar als jaarthema's voor **vier stadsprofielen** van Utrecht die raken aan actuele vraagstukken en aan de legendes van de veelzijdige stadsicoon Martinus. Met deze invalshoek laten we zien dat zowel een stad als een icoon meer is dan het 'dominante' verhaal wat de ronde doet. Sint Maarten deed meer dan alleen het delen van zijn mantel en de identiteit van Utrecht is veelzijdiger, complexer en meer gelaagd dan wat de citymarketing vertelt.

2025 De Vreedzame Stad. Utrecht is een stad in transitie. Spanningen en polarisatie liggen op de loer. Bij de Utrechtse politie is sinds 2007 door agent Rachid Habchi de [Bondgenotenmethodiek](#) ontwikkeld om samen met buurtbewoners maatschappelijke spanningen vroegtijdig te signaleren en daarop in te kunnen spelen. De politie pakt daarbij een actief verbindende rol in de wijken. Vanuit Utrecht is deze methodiek sinds 2015 landelijk uitgerold. De methodiek heeft raakvlakken met [het eveneens Utrechtse programma 'Vreedzame School/Vreedzame Wijk'](#) dat zich sinds de eeuwwisseling heeft verspreid over nagenoeg alle scholen, speeltuinen en verenigingen in Utrecht. Dat beschouwt de klas, de school, de wijk als een leefgemeenschap waarin alle kinderen zich gehoord en gezien voelen. Per gemeenschap wordt een groep kinderen opgeleid als 'mediator' om conflicten op het schoolplein en elders aan te kunnen pakken. Aristoteles schreef *'Belangrijker dan een oorlog winnen is vrede te organiseren'*. De kunst van het vrede maken raakt aan de legende van Martinus als vredessoldaat. Die legende vertelt dat ruitersoldaat Martinus het leger uit wilde maar dat niet mocht van de keizer in Rome; waarna hij besloot om ongewapend het slagveld te betreden, hetgeen leidde tot een directe wapenstilstand.

2026 De Lerende Stad. Utrecht heeft 4 universiteiten, 17 hbo's en 4 mbo's. Ruim 34% van de inwoners is jonger dan 27 jaar. We stellen in 2026 het belang van ervaringskennis en van levenslang leren centraal. Dit raakt aan de legende van Sint Maarten die ook als hooggeplaatste bisschop in armoede bleef leven, om in contact te blijven met de armen en te blijven leren van 'de gewone mensen'. Kansenongelijkheid om te leren is actueel in relatie met armoede. Op een lege maag kun je niet leren en de drempels voor kinderen van minder welgestelde groepen veroorzaken vanaf heel jong een achterstelling die alleen met

de grootste moeite kan worden ingelopen. In 2026 bestaat Universiteit Utrecht 390 jaar en is het 5 jaar geleden dat de wereld de coronapandemie in recordtijd wist te bedwingen door samenwerkende wetenschappers. In het hart van het embleem van UU prijkt een schild met de kleuren rood/wit die verwijzen naar het delen van de mantel. De kernwaarde van UU is sinds 2021 'open science', met als motto Sharing Science, Shaping Tomorrow. Dat stelt het verbinden van mensen & ideeën centraal (in plaats van concurrentie), met als doel om via samenwerking met de hele samenleving een 'open society' te creëren.

2027 De Rebelse Stad. Utrecht is de laatste jaren in het sociale domein regelmatig dwars tegen het landelijke beleid ingegaan, onder meer met een eigen schuldenaanpak, met de opvang van migranten, met het coronabeleid, en door 'ongelijk te investeren in gelijke kansen'. Een toegankelijke en transparante overheid begint op stedelijk niveau. Voor verandering moet je buiten de lijntjes durven gaan. De populariteit van Martinus is niet los te zien van zijn weerbarstige acties die positief 'de grenzen opzochten'. Hij verzette zich tegen de in zijn tijd gangbare mensenhandel. Hij scheurde zijn mantel (die deels eigendom was van de keizer in Rome). Hij ging zonder wapens het slagveld op. Toen hij op gezag van hogerhand werd aangewezen om bisschop te worden verborg hij zich in een ganzenhok om de promotie te ontlopen (maar de ganzen verraadden hem). De geschiedenis van Utrecht als stad startte in 1122 met een burgerverzet tegen de bisschop. Een van de privileges was het recht op jaarmarkten. De grootste daarvan vond plaats op 11/11 met Sint Maarten. Deze jaarmarkt ging eeuwenlang gepaard met een carnavalesk oogstfeest dat was doortrokken van de rebelse geest van Martinus: rond een enorm Sint Maartensvuur werden de machtsverhoudingen voor één dag omgekeerd en stonden de armen in plaats van de rijken in het centrum van de aandacht.

2028 De Zorgende Stad. De veerkracht en de vitaliteit van een stad worden behalve door de economische 'spierkracht' voor een groot deel bepaald door het sociale bindweefsel dat de stad bij elkaar houdt. De bijdrage van vrijwilligers is hiervoor onmisbaar. Dit sociale bindweefsel staat de komende jaren onder druk. Als voorbeeld de ouderenzorg. In 2028 zijn er meer 65-plussers dan jongeren onder de 25. Meer dan een miljoen Nederlanders is dan ouder dan 80 en heeft zorg nodig, terwijl de beroepsbevolking met een miljoen krimpt. In het zomer 2023 verschenen rapport Niets doen is geen optie van IBO Ouderenzorg wordt gevreesd voor lange wachtlijsten, een verlies aan levenskwaliteit en dat armere mensen straks niet meer dezelfde zorg als rijkere mensen tot hun beschikking hebben. Er is behoefte aan een baanbrekende nieuwe visie op zorg waarin vrijwilligerswerk, mantelzorg en langer actief blijven centraal staan. De pensioenleeftijd zal stijgen naar 70 jaar of nog ouder (zelfs 74 jaar wordt al genoemd). Voor mantelzorgers is de 1600 jaar oude legende van de gedeelde mantel zo actueel dat menig eigentijds psycholoog hem ten voorbeeld stelt: 'Zorg ook voor jezelf, geef nooit je hele mantel weg, want als je zelf in de kou staat kun je een ander niet meer verwarmen'. Of met andere woorden (uit een oud Sint Maartenliedje): 'Geen van tweeën word je er armer van, alle twee word je er warmer van.'



Route 4: Werk domein-overstijgend. SAS heeft de stad Utrecht als zijn werkterrein. We zijn onlosmakelijk met de stad verbonden en hebben als culturele organisatie in de loop der jaren veel ervaring opgedaan in het verbinden van mensen, partijen en doelstellingen uit diverse maatschappelijke domeinen. Vanwege de ervaring die we hebben opgedaan met domein-overstijgend werken op ‘sharing’ wijze worden we ook regelmatig benaderd door organisaties buiten de culturele sector. In een landelijke publicatie van een aantal hogescholen en universiteiten ‘De Stad als Lab’ (oktober 2022) werd SAS met zijn ‘sharing werkwijze’ beschreven als een ‘stadslab’. Zo droegen we de afgelopen jaren bij aan een nieuwe marketingstrategie voor FC Utrecht (op Sint Maarten gericht) en aan het activatieprogramma van de Utrechtse start van de Tour de France (o.a. met een Parade), en schreven we visiedocumenten voor het lustrum van Universiteit Utrecht, voor de viering van de Unesco-toekenning van de Nieuwe Hollandse Waterlinie, voor Utrecht 900 jaar Stadsrechten (waarvoor we ook het motto ‘Stad Zonder Muren’ aandroegen), voor 900 jaar Waterschap, en kregen we uitnodigingen voor presentaties elders (o.a. van de universiteit in Praag).

De Sint Maarten Parade is niet meer weg te denken uit de kalender van Utrecht en de publieke waarde voor de stad wordt breed gedeeld, van het stadsbestuur tot de wijkbewoners. En de uitstraling reikt ook buiten de stads- en de landsgrenzen. Alleen al in het najaar 2023 gaven we een presentatie voor de cursisten van Leiderschap in Cultuur (LinC) en kregen we delegaties uit Groningen & Aalst & Beveren (België) en Praag (Tsjechië) op visite. Bij de Parade waren verschillende filmploegen uit het land aanwezig, onder andere van het Nederlands Openluchtmuseum dat de Sint Maarten Parade gaat opnemen in hun permanente overzicht van tradities in Nederland, en een livestream van 5 kwartier werd gefilmd door een filmploeg van ‘Amsterdam Experiences’ met Engelstalig commentaar onder de titel ‘Saint Martin’s Illuminated Parade in Utrecht’, met als doelgroep een internationaal publiek (van expats).

In december 2023 werd SAS uitgenodigd door het Utrecht Brand Team om in gezamenlijkheid te onderzoeken hoe de uitstraling van de Sint Maarten Parade kan worden gebruikt om het ‘merk Utrecht’ de komende jaren te versterken en te verdiepen. Het Utrecht Brand Team is een netwerk van marketing- en brandmanagers van grote Utrechtse organisaties en bedrijven, dat zich samen met

Utrecht Marketing inzet voor een sterk ‘merk Utrecht’ vanuit de overtuiging: Utrecht maken we samen. In 2024 wordt SAS verder betrokken bij de aanscherping van het ‘merk Utrecht’ vanuit de ‘sharing’ gedachte.

De komende jaren willen we onze expertise in domein-overstijgend werken verder uitbreiden & verdiepen. Zo zijn we benaderd om in 2024 de Sint Maartenparade te koppelen aan de ‘teruggave’ van de Domtoren aan de stad (na jaren renovatie) en om bij te dragen aan het activatieprogramma daaraan voorafgaand. Elke vraag die ons wordt gesteld vanuit een ander domein dan het culturele domein vertelt ons iets over onszelf in relatie tot de samenleving. Elke keer dat wij ons verdiepen in een wederpartij leert ons dat iets over andere netwerken en ontwikkelingen elders.



Terts Brinkhoff, voormalig directeur van theaterfestival de Parade: *“Zo’n Sint Maarten Parade is een geweldige uitvinding. Een overweldigende ervaring voor kinderen, maar ook voor volwassenen, voor toeristen, voor voorbijgangers. Dat krijg je nooit met een musical in een schouwburg voor elkaar. De stad komt tot rust. Kinderen voelen: dit is mijn stad, de straat is van ons. Je maakt het magisch waardoor de stad boven zichzelf uitstijgt. Dit is de stad op zijn ideaalst zoals ie moet zijn. Er is zo’n behoefte aan. SAS roert de soep echt een andere kant op dan normaal, dan wat de schouwburg bijvoorbeeld doet. Zo’n optocht is een opstand, een demonstratie en een louterende processie ineen. De Sint Maarten Parade in Utrecht is vergelijkbaar met Venetiaans Carnaval in Venetië of Thanksgiving Day in New York.”*

6. Bereik

Het bereik van het Vuur en de Parade is sinds 2022 significant toegenomen. Maar de publiciteit rond de evenementen is een steekvlam die niet kan bestaan zonder de veenbrand van het maandenlange proces van voorbereiding.

Activatie offline en online

We ontwikkelen in de maanden voorafgaand aan het Vuur en de Parade een stads-brede promotiecampagne in samenwerking met Utrecht Marketing, de Armoedecoalitie en onze andere deelnemers. Hierin gaan on- en offline-pr hand in hand. Offline zetten we met aantrekkelijk beeld en

een goed verhaal in op het betrekken van wijkkranten (zoals ‘Dreefnieuws’ in Overvecht), op het UITmagazine van Utrecht Marketing en op andere stedelijke media (kranten, internet, tv, radio). De landelijke media lichten we in met persberichten. Lokaal zorgen we dat we tijdig en duidelijk de omwonenden informeren & activeren tot deelname via flyers en brieven in de brievenbus.

Mede-eigenaarschap is de basis van onze communicatie aanpak. De publiciteit rond de evenementen wordt stapsgewijs opgebouwd tijdens het proces van voorbereiding in de wijken. Bij de wijkbijeenkomsten worden affiches en flyers ter verspreiding meegegeven aan de deelnemers. De deelnemers communiceren zelf met hun achterban. Elke deelnemer krijgt een aparte pagina om zelf te vullen op de [website van de Parade](#) – die pagina wordt weer gelinkt aan de eigen website van de deelnemer. SAS en de Armoedecoalitie verspreiden online op weg naar de Parade een reeks activerende nieuwsbrieven.

Posts en Stories op onze Instagram- en Facebookpagina worden veel geliket en gedeeld, en gevolgd door een stroom aan foto’s en filmpjes door deelnemers. Die worden weer veel gedeeld door andere deelnemers op hun eigen pagina’s en andersom. Als een inktvlek groeit zo het bereik dag aan dag tot weken na de Parade. In de aanloop tot de zomer lichten we vooral de wijkbijeenkomsten uit. Na de zomer richten we ons op de workshops en de locaties in de wijken, op de werving van vrijwilligers en op het warm maken voor het Vuur en de Parade. Tijdens de Parade blijven we onze volgers informeren, en na de evenementen delen we foto’s en aftermovies. De aftermovies worden ook vertoond op RTV Utrecht. Op Facebook volgen sinds 2023 2.424 mensen ons (in 2023 101 nieuw), op Instagram 1.209 (in 2023 235 nieuw). Het totaal bereik via Facebook was in 2023 47.745 mensen (waarvan 23.381 in november), via Instagram Posts 9.172 (waarvan 4969 in november), en via Instagram Stories 56.208 (waarvan 48.364 in november).

Activatie via een gezamenlijke evaluatie

Ook een uitgebreide en gedetailleerde gezamenlijke evaluatie heeft een belangrijke activerende werking. Dit heeft een tweeledig resultaat: enerzijds het ontvangen van brede input vanuit de gezamenlijke creativiteit van de Zwerm, anderzijds een duidelijk gevoeld mede-eigenaarschap bij de Zwerm door de ervaring serieus genomen te worden. Eind november wordt eerst uitgebreid geëvalueerd met het organisatieteam en daarna tijdens de laatste stadsbrede ‘Zwermbijeenkomst’ van het jaar met de deelnemende organisaties. In de weken daaromheen wordt bovendien met een aantal partnerorganisaties apart geëvalueerd. Uit alle opgehaalde materiaal komen opties voor ontwikkeling richting de toekomst bovendrijven. Onderliggende vragen zijn steeds: hebben we iets bijgedragen aan de realisatie van ons doel? Is het ons gelukt nieuwe verbindingen te maken en het collectieve bewustzijn aan te wakkeren? Met deze vragen in het achterhoofd voert Universiteit Utrecht op verzoek van SAS binnen het programma ‘Knowledge in Society’, onder leiding van onderzoeker Jaswina Elahi, in 2024 een onderzoek uit onder de achterban van de Parade. We hopen op nuttige aanbevelingen voor onze aanpak.



7. Financiën & Organisatie & de Drie Codes

SAS is een kleine slagvaardige projectorganisatie die de bruggen tussen de kunsten en het sociaal-maatschappelijke domein wil verbreden en verstevigen. Voor deze koers is het denken en handelen in langere lijnen cruciaal. Een meerjarige betrokkenheid is één van de cruciale voorwaarden voor het opbouwen van vertrouwen bij met name bewoners die minder deelnemen aan de maatschappij. Andere belangrijk gebleken voorwaarden voor deelname zijn: een plaats aan tafel bij de vormgeving van activiteiten, laagdrempelige-/toegankelijke activiteiten waarbij ieders inbreng gelijkwaardig wordt gewaardeerd en het ontbreken van een ander belang dan het betrekken van mensen bij een gezamenlijke viering. Dat vereist een arbeidsintensieve organisatie en een gratis activiteitenaanbod.

Financiën & Fair Practice Code

Het budget van SAS voor de Sint Maarten viering (circa € 240.000) maakte de afgelopen jaren per jaar een Parade en één Vuur van Sint Maarten mogelijk. De financiële basis komt sinds 2021 van een meerjarige ondersteuning vanuit Gemeente Utrecht (€ 152.500 per jaar) en vanuit Fonds Cultuurparticipatie (€ 75.000 per jaar). Dit laatste voor de samenwerking met de Armoedecoalitie Utrecht in het kader van het programma 'Samen cultuurmaken 2022-2024' van het FCP. Deelnemende organisaties dragen bij naar de mogelijkheden en dat is goed voor de resterende € 12.500. Deze begroting volstaat om meerdere redenen niet meer om in 2025-2028 dezelfde activiteiten op hetzelfde niveau te organiseren.

Ten eerste zijn de subsidies niet tussentijds verhoogd, terwijl de **inflatie** 10 tot 15% bedraagt. De prijsstijging kan SAS in 2024, met goedkeuring van de gemeente Utrecht, opvangen door aanwending van middelen uit het bestemmingsfonds dat we in 2022 hebben opgebouwd uit de eenmalige opdracht voor de afsluiting van U900. In 2025 is dat bestemmingsfonds uitgeput.

Ten tweede loopt SAS het risico het recht op teruggave van de **Btw te verliezen** als er geen betalende eindgebruiker komt voor de activiteiten die SAS organiseert. De individuele deelnemer en toeschouwer aanslaan is zowel onwenselijk vanuit de doelstelling van de activiteiten, als ondoenlijk vanuit praktisch

oogpunt. Gezien de publieke waarde van de viering van Sint Maarten voor Utrecht heeft SAS de wethouder Cultuur gevraagd om de relatie tussen SAS en de gemeente om te vormen naar een opdrachtgever—opdrachtnemer relatie. Het Btw-voordeel dat verloren zou gaan bedraagt 15 tot 20%.

Ten derde dringt de gemeente (terecht) aan op **fair pay**. In 2021 stelde de SER dat € 35,- ex btw per uur voor free lancers als minimumtarief zou moeten gelden. Daarvoor kunnen ZZP'ers zich verzekeren, een pensioen opbouwen, tijd vrij maken voor scholing, vakantie, acquisitie en administratie. Van de medewerkers van SAS komt in 2023 de gemiddelde beloning (alle vergoedingen, gedeeld door alle uren) op € 23,56 ex btw. Een betaling volgens het SER minimumtarief betekent voor SAS een gemiddelde loonkostenstijging van 33%. De vaste en variabele loonkosten vormen samen 45% van het projectbudget. Daarmee leidt het toepassen van fair pay tot een kostenstijging van 15%.

Een voorgesprek met een ambtenaar Culturele Zaken en de wethouder Cultuur maakte ons duidelijk dat een verhoging van de bijdrage in de periode 2025-2028 evenwel niet realistisch is, gezien de krapte op de gemeentelijke begroting. SAS bevindt zich daardoor in een spagaat en benadrukt daarom met klem de urgentie van **een opdrachtgever – opdrachtnemer relatie** vanaf 2025 met de gemeente. Een opdracht doet recht aan de publieke waarde van de activiteiten en verzekert *en passant* de Btw-plichtigheid. Omdat we op moment van schrijven geen zicht hebben op de realisatie van een opdrachtgever – opdrachtnemer relatie zijn we genooddaakt om in de ingediende meerjarenbegroting de prijscompensatie en het wegvallen van het Btw-voordeel te verwerken. Fair pay blijft dan iets om naar te streven, zichtbaar gemaakt met een extra kolom in de begroting. Daarmee stijgt de begroting met 30% om de viering van Sint Maarten op hetzelfde niveau te kunnen organiseren. We zetten daarnaast in op een meerjarige voortzetting van de financiële ondersteuning door het Fonds Cultuurparticipatie van onze samenwerking met de Armoedecoalitie.

Crowdfunding & Crowdsourcing

Sinds 2020 trekt SAS samen met Armoedecoalitie Utrecht en [stichting Noodhulp](#) op met de actie [Geef om je Stad](#): *crowdfunding* voor Utrechters die een steuntje in de rug hard kunnen gebruiken. We doen dat op 'sharing' wijze: de helft van elke donatie gaat naar Stichting Noodhulp Utrecht die Martinus in zijn logo heeft en spoedeisende steun verleent op gebied van geestelijk, lichamelijk en maatschappelijk welzijn. De andere helft van elke donatie is een bijdrage aan de Parade, zodat we iedereen gratis kunnen blijven laten meedoen. De werkwijze van SAS baseert zich voorts op *crowdsourcing*: co-creatie met al onze partners. Zonder die partners en de vrijwillige ondersteuning van duizenden helpende handen in de hele stad zouden onze evenementen niet bestaan. De wederkerigheid onttrekt zich voor het merendeel aan onze begroting, maar waar mogelijk maken we hem zichtbaar.

Organisatie

Sint Maarten Parade is een evenement dat het hele jaar door om inzet vraagt van het vaste team, en bijvoorbeeld ook om een materialenopslag en kantooruimte. Die vaste kosten worden 'omgeslagen' op het evenement. De omslag bedraagt circa 20% van de projectkosten. Het vaste team van SAS werkt het

hele jaar door aan de voorbereiding, uitvoering en evaluatie, houdt door het jaar heen contact met het netwerk en legt contact met nieuwe instellingen voor deelname in het nieuwe jaar.



Het vaste team van SAS bestaat uit de ervaren cultureel ondernemers **Paul Feld** (artistiek directeur) en **Joost de Groot** (zakelijk directeur). Beiden zijn gepikt en gemazeld in de culturele sector. Paul Feld onder meer als schrijver/regisseur van meer dan 100 theatervoorstellingen, en als artistiek leider van theatergezelschap Growing up in Public (1989 – 2009) & van het programma Vrede van Utrecht (2013). Joost de Groot onder meer als creatief producent van o.a. het Wereldfeest, nauw betrokken bij de oprichting van FOTODOK en De Vrijstaat, en directeur van Cultuur 19.

Vanaf zes maanden voorafgaand aan de evenementen wordt het vaste team aangevuld met een ‘kernteam’ van freelance producenten, artistiek coördinatoren (professionele kunstenaars voor beeld, geluid en performance), een ‘pool’ van professionele beeldend kunstenaars (voor het begeleiden van sculptuurtrajecten), wijkproducenten (voor de organisatie van het Vuur van Sint Maarten), en ervaringsdeskundigen van de Armoedecoalitie (voor het betrekken van de achterban van de AC). Samen met het vaste team zetten zij zich aan het organiseren van de participatie, het bijeenbrengen van de wijkcoalities, de artistieke uitwerking van de inhoudelijke opzet, het organiseren en begeleiden van deelnemers en workshops, het aantrekken van vrijwilligers, de productie op de locaties en de communicatie in de fysieke en sociale media, etc. In de laatste weken voor de uitvoering sluiten vrijwilligers, runners en technici zich bij de organisatie aan.



Governance Code Cultuur

Leden van onze Raad van Toezicht zijn betrokken vanuit hun expertise in maatschappelijke deelgebieden die raken aan het werk van SAS: **a)** Voorzitter Sigrid Merx (Onderwijsdirecteur dep. Media en Cultuurwetenschappen); **b)** Penningmeester Peter de Haan (directeur Museon Omniversum); **c)** Secretaris Radj Ramcharan (coördinator multicultureel Buurtcentrum De Oase, coördinator ouderen Buurtteams Utrecht, adviseur Stichting Lezen & Schrijven, secretaris Stichting Asha); **d)** Fawzia Nasrullah (voorzitter College van Bestuur scholengroep PCOU-Willibrord).



Code Diversiteit & Inclusie

Het laten klinken van alle diverse stemmen in de stad en iedereen drempelloos mee laten doen is de ambitie van SAS. Langs de route van de Parade hebben we een overdekte rolstoeltribune voor wie niet makkelijk mee kan in de optocht. Sinds 2022 is er een speciale tolk op die tribune voor slechtzienden; de tolk is tot ons gekomen via onze partner FC

Utrecht. In nauw overleg met de ervaringsdeskundigen van [Possiblize](#) zijn we in voorbereiding om de website van de Parade toegankelijker te maken voor alle zintuigelijke beperkingen.

SAS is voorts vanaf 2019 bezig met verjonging en diversificatie van haar organisatie in alle lagen: van Raad van Toezicht tot productieteam tot kunstenaars. Al doende leiden we zo ook een nieuwe generatie parademakers op. Dat doen we op basis van wederkerigheid: SAS biedt de kans ervaring op te doen met het uitvoeren van verantwoordelijke taken en zij introduceren ons in hun netwerk en maken ons deelgenoot van hun visie & ambitie.

Behalve praktisch stimuleren we inclusiviteit ook op waardenniveau door te benadrukken dat de waarde van 'sharing' niet cultuurgebonden is. SAS is vanaf het begin een van de aanjagers van PACT, het samenwerkingsverband van de Utrechtse cultuursector om de eigen inclusiviteit te bevorderen. In 2023 is SAS de voorzitter van de werkgroep Partners en profileert zich daarin als pleitbezorger van samenwerking met een partner uit een ander maatschappelijk domein dan cultuur.