

Zandkastelen financieel aantrekkelijk

Wie in de zomermaanden weleens aan het Scheveningse strand komt, kan daar de laatste jaren de meest fascinerende zandkastelen en andere bouwsels van zand aanschouwen. De kustlijn heeft dan een weliswaar zeer vergankelijk, maar tevens tot de verbeelding sprekend element aan de gebouwde omgeving toegevoegd gekregen.

MARIANNE BRONKHORST*

Het maken van zandsculpturen is een fenomeen dat is overgewaaid uit de Verenigde Staten. Het ons allen zo vertrouwde zomers tafereel van kinderen die aan het strand met behulp van schepjes en emmertjes zandkastelen bouwen en slotgrachten graven, heeft plaats gemaakt voor de aanblik van het werk van 'grote mensenhanden'.

Voor enkele kinderen blijken de speelse zandbouwsels achteraf de eerste voorzichtige schreden te zijn geweest op het pad van een carrière als bouwer van indrukwekkende zandsculpturen die zij, trekkend van strand naar strand, doen verrijzen. We praten hier over een beroepsgroep in wording die de grove, geïmproviseerde bouwsels uit de kindertijd lang achter zich heeft gelaten. In plaats daarvan doen zij hun publiek versteld staan met fantastische bouwsels met soms zeer gedetailleerde contouren. Die zandsculpturen brengen zij tot stand met technieken en gereedschappen die, zoals dat hoort bij een eigen beroepsgroep, worden aangeduid met jargon als *carven* (het snijden van zand), *tools* (gereedschap voor het grove werk) en *tooltje* (gereedschap voor het detailwerk). Er bestaat zelfs een wereldwijde organisatie, de *World Sand Sculptors Association*, die zandsculptuur als kunstvorm in de hele wereld wil bevorderen. Allerlei activitei-



Kunst aan de kust. Foto: auteur

ten, zoals evenementen, cursussen en wedstrijden kunnen zij voorzien van een door hen gewaarborgd keurmerk.

NEDERLAND

In de Nederlandse situatie staat de beroepsgroep in wording nog in haar kinderschoenen. Volgens recente informatie zijn hier nog geen bouwers van zandsculpturen die zich *full time* met het *carven* van zandsculpturen bezig houden en daarvan in hun bestaan kunnen voorzien. Voorlopig worden de bouwers hoofdzakelijk gedreven door enthousiasme. In de Verenigde Staten zijn enkele bouwers er al wel in geslaagd met zandsculpturen hun boterham te verdienen. Overigens bestaat er tussen

het 'emmertjes en schepjes-werk' uit de kinderjaren en een professionele carrière als bouwer van zandsculpturen nog een scala aan mogelijkheden. Zandsculpturen bouwen kan op ieder niveau worden beoefend. Volgens een brochure verstrekt door Inaxie, een organisatie die zich bezig houdt met de organisatie van allerlei evenementen op het gebied van zandsculpturen, is "... geduld en veel oefenen natuurlijk de enige manier om een goede carver te worden. Nogmaals, iedereen kan het leren. Je hoeft geen kunstacademie gedaan te hebben om zandsculpturen te maken." Een kwaliteit die deze activiteit ook zeer geschikt maakt voor bedrijfsuitjes, al dan niet met een therapeutisch doel als teambuilding voor ogen.

Vanzelfsprekend is er zoals bij veel menselijke activiteiten het geval is ook bij het bouwen van zandsculpturen uiteindelijk wel sprake van wedijver: wie brengt het mooiste bouwwerk tot stand? Wedstrijden bieden hiervoor een uitkomst. In Nederland

is de Scheveningse kust hiervoor het strijdtoneel tijdens het jaarlijks terugkerende *Sand Sculpture Festival*. De zandsculpturen die dan zijn te bewonderen, zijn gebouwd door twaalf teams die strijden om de 'Gouden Troffel'. Het is de bedoeling dat de bouwers vrij naar eigen verbeelding, creativiteit en vaardigheid in hun zandsculptuur het thema van dat jaar vorm weten te geven. Het afgelopen jaar was dat 'De koninklijke wereld'. Op het Scheveningse strand, vóór de onderaan de boulevard gelegen rij van strandtenten, openbaart zich een waarlijk openluchtmuseum.

IMPORTZAND

Zandsculpturen lijken op het eerste gezicht een duidelijk lokatiegebonden fenomeen. Er zijn

namelijk grote hoeveelheden zand voor nodig, wat de gedachten meteen doet uitgaan naar kusten met zandstranden. Toch is zandsculptuur een minder kustgebonden fenomeen dan op het eerste gezicht lijkt. Zo wordt voor de bouwwerken op het *International Sand Sculpture Festival* niet gewoon gebruik gemaakt van het Scheveningse strandzand, maar van uit Cuijk aangevoerd rivierzand. De meer hoekige structuur van het rivierzand maakt deze zandkorrels meer geschikt als bouwstenen dan de mooi rond afgeslepen zandkorrels van het strand. Om het verschil voor buitenstaanders duidelijk te maken, wordt de vergelijking gemaakt tussen knikkers, die je onmogelijk op elkaar kunt stapelen, en dobbelstenen, die zich veel beter laten stapelen. Als het rivierzand uit Cuijk naar het Scheveningse strand kan worden gebracht, kan het natuurlijk overal naartoe worden vervoerd. Zandsculpturen bouwen is voor een belangrijk deel dan ook een zogenaamde 'indoor-activiteit'. Ter opluistering van winkelcentra, beurzen en andere verzamelplaatsen van mensen komen ook zonder het geruis van de zee op de achtergrond de mooiste kunstwerken tot stand. Voor de geoefende bouwers zijn dit natuurlijk uitgelezen mogelijkheden om een beroepspraktijk op te bouwen.

PROMOTIE

In het geval van Scheveningen is de relatie tussen zandsculpturen en de kust er wel degelijk. Het *International Sand Sculpture Festival* vormt namelijk een belangrijk onderdeel van de promotie van Scheveningen als badplaats. De Stichting Promotie Den Haag meldt trots dat wat negen jaar geleden als een gewaagd experiment is begonnen, is uitgegroeid tot een exclusief evenement dat wereldwijde belangstelling trekt. Dat is allemaal *free publicity* voor de badplaats Scheveningen. Want meer dan de competitie tussen de teams die de zandsculpturen bouwen, telt bij de organisatie van dit evenement de competitie tussen badplaatsen. Tegenwoordig is een badplaats geen kwaliteit meer in zichzelf. Het is geen plaats meer waar mensen als vanzelfsprekend voor een dag of langer naartoe trekken en hun geld uitgeven. Er zijn onderscheidende kenmerken nodig die als trekkers dienen. Het festival is voor de badplaats Scheveningen zo'n trekker. Dat dit een succesvolle trekker is, blijkt op verschillende manieren. In de eerste plaats komt er een aan-

zienlijk aantal mensen op dit evenement af. In het afgelopen seizoen zijn er gedurende de vier weken dat de zandsculpturen te bezichtigen waren, zo'n 800.000 bezoekers geteld, terwijl het in de betreffende periode beslist geen strandweer was. Bij meer zomerse weercondities hebben de organisatoren door de jaren rekening leren houden met ongeveer een miljoen bezoekers. De aanzienlijke toestroom van bezoekers heeft de organisatoren overigens doen afwijken van de oorspronkelijke opzet. De eerste jaren werd er namelijk slechts één grote



De winnaar van het Scheveningse Sand Sculpture Festival 1997. Foto: auteur

zandsculptuur gebouwd. Dit leidde tot een te grote mensenmassa die zich op één plaats verdrong om al dat schoons te aanschouwen. De opzet van twaalf sculpturen met daar tussenin een korte wandelafstand geeft letterlijk meer ruimte en bovendien meer kans dat toeschouwers al wandelend van de ene naar de andere sculptuur in de verleiding komen één van de aan de route gelegen strandtenten aan te doen. Dat het tentoonstellen van meer dan één zandsculptuur het mogelijk maakt een wedstrijdelement in het evenement te betrekken, biedt ook nog eens een

extra gelegenheid voor een groots opgezette feestelijke prijsuitreiking.

SUCCES

Het succes van het festival blijkt in de tweede plaats uit de erkenning die de organisatoren hebben gekregen van het Nationaal Bureau voor *Tourisme* (NBT). In 1991 mochten zij de jaarlijks uitgereikte promotieprijs ontvangen die het NBT toekent aan een evenement dat een grote positieve invloed heeft op het beeld van

Nederland als vakantieoord. In de woorden van een medewerker van de Stichting Promotie Den Haag is het evenement van hoog kwalitatief niveau. De ruimschootse aandacht in de binnen- en buitenlandse media bevestigt in ieder geval de mediagevoeligheid van dit evenement. Zo worden voor dit jaar de volgende cijfers genoemd: in 25 miljoen exemplaren van de gedrukte pers is aandacht besteed aan het festival en maar liefst zeventien televisiestations hebben een camera-ploeg gestuurd naar het Scheveningse strand. De laatste maar zeker niet de minste graadmeter van het succes is de *feedback* van de strandtenthouders. Samen met andere sponsors, die die met naam en toenaam bij de zandsculpturen worden vermeld, investeren zij in de kosten die het hele festival met zich meebrengt. Dat zijn de kosten voor het zand dat moet worden aangekocht en vervoerd, voor de machines die moeten worden gehuurd om het zand in de eerste fase van de bouw van de sculptuur flink aan te stampen en voor het onderdak en de maaltijden die de bouwers krijgen aangeboden. Zolang de strandtenthouders het evenement blijven ondersteunen, zien zij blijkbaar voldoende van hun investeringen terugvloeiën in een verhoogde omzet. De zandsculpturen lijken voor Scheveningen dus belangrijke bouwstenen in

de competitie met andere badplaatsen. En hoewel de bouwers er zelf misschien nog geen dikbelegde boterham mee kunnen verdienen, dragen ze wel bij aan de promotie en de inkomsten van de organiserende gemeente.

Dat betekent dat er in ieder geval wel andere mensen zijn die dankzij het festival een beter belegde boterham hebben. Als zij hun belegde broodjes en koffie maar niet meenemen naar een andere welbekende kustplaats.

*Redactie AGORA