

PERSBERICHT

Leiden, 4 januari 2011



DOEK VALT VOOR UNIEK FESTIVAL KEY OF LIFE

Het bestuur van de Stichting Leiden Festivals heeft noodgedwongen besloten de organisatie van het Festival Key of Life, dat onder haar verantwoordelijkheid twee keer plaats vond in oktober 2009 en 2010, vooralsnog stop te zetten. Reden is dat Leiden Marketing, de opdrachtgever die het Festival Key of Life zijn grootste subsidie verleende, besloten heeft de financiering van het festival te beëindigen. Als reden hiervoor wordt, kort samengevat, aangegeven dat de kennispartners van de stad zich nog onvoldoende in het festival herkenden. Zij hebben op verzoek van Leiden Marketing besloten zelf meer verantwoordelijkheid voor de activiteit op zich te nemen.

Het Festival Key of Life, een kunstzinnig kennisfestival, beoogt een nieuwe vorm van wetenschapscommunicatie en –engagement, waarbij actieve participatie van de burger centraal staat en waarin gezocht wordt naar een gedeelde of publieke verantwoordelijkheid voor de culturele, maatschappelijke en ethische implicaties van wetenschappelijk en technologisch onderzoek. Dit voor Nederland unieke festivalconcept streeft er naar om vormen van kunst te presenteren waarin zowel wetenschappelijk onderzoek als de publieke betrokkenheid op de resultaten van wetenschappelijk onderzoek zichtbaar zijn. Met onderwerpen als *Biogenetica* en *Alien Life* (2009), *The Body and the Brain* (2010) en *De Nieuwe Mens* (2011) beoogde het festival ook de Leidse kennispartners een podium te geven om haar nieuwste kennis te presenteren.

De afgelopen twee festivals hebben aangetoond dat het Festival Key of Life juist in Leiden kan uitgroeien tot een nationaal en internationaal uitzonderlijke ontmoeting tussen wetenschappers, kunstenaars en publiek. Het festival biedt de kans om in Leiden, de stad van ontdekkingen, het publiek wetenschap te laten ontdekken via ongebaande paden: niet met gangbare wetenschapsvoorlichting maar door middel van kunst en cultuuruitingen. Met deze aanpak kan Leiden zich als universiteitsstad onderscheiden.

Het bestuur van de Stichting Leiden Festivals is bijzonder teleurgesteld dat Leiden Marketing al na twee jaar heeft besloten de subsidie stop te zetten, juist in deze eerste groeifase van het festival. Hierdoor lijkt het onmogelijk de ingezette ontwikkeling verder uit te werken. Echter, de ervaringen van de afgelopen festivals, de enthousiaste reacties van wetenschappers, kunstenaars en publiek zijn voor de Stichting Leiden Festivals voldoende reden om in 2011 te onderzoeken of het door haar unieke ontwikkelde concept waarin kunst en wetenschap samenkomen, op een andere wijze in Leiden of elders in Nederland kan worden vorm gegeven met enthousiaste, mogelijk nieuwe samenwerkingspartners. Stichting Leiden Festivals nodigt geïnteresseerden van harte uit om hiertoe contact op te nemen.

Informatie bij Marijke Reuvers, directeur van Festival Key of Life: 06-45432450 of marijke@fkol.nl