

## De creatieve stad: hype of kans?

Wat kan de creatieve klasse betekenen voor de stad? Volgens Fred Schoorl van het Nirov zijn er 'believers' en 'non-believers'. Kan de creatieve klasse de nodige vitaliteit brengen in steden of is de 'hype' rond Richard Florida slechts oude wijn in nieuwe zakken? Tegelijkertijd bestaat er de stad-regio paradox. Is de stad of de regio het uitgangspunt? En als de stad het vertrekpunt is, zijn de verschillen tussen steden in Nederland werkelijk wel zo groot? Genoeg vragen om te beantwoorden tijdens het Nirov-debat 'Creatieve klasse: kansen voor stad en regio' op donderdag 2 december in Amsterdam.

Ted Langenbach, creatief directeur van club Now&Wow in Rotterdam, probeerde in zijn betoog het recept te maken waarmee je een stad een creatieve impuls kunt geven. Aan de hand van internationale voorbeelden in Berlijn en Parijs, liet Langenbach zien dat je veel kunt bereiken door tijdelijke ruimten beschikbaar te stellen, ook voor de minder draagkrachtigen. De overheid zou hierin goed kunnen faciliteren. Ruime openingstijden van openbare voorzieningen kunnen een positieve impuls geven aan het avond- en nachtleven. Zo kan je in Parijs na een diner het museum Palais de Tokio bezoeken (tot 24 uur open) om vervolgens nog wat te gaan drinken of dansen. Het interdisciplinair gedrag en het internationaal karakter van verschillende kunstuitingen zijn daarbij volgens Langenbach enorm belangrijk. Hierdoor kan van onder op een vanzelfsprekende manier een creatief klimaat ontstaan. Concepten van projectontwikkelaars slagen hier meestal niet in. De projecten die nu gereed komen, zijn vaak bedacht in de tachtiger en negentiger jaren en sluiten helaas niet meer aan bij de behoeften van het nieuwe consumentisme. Als geslaagd voorbeeld noemt Langenbach zijn eigen club Now&Wow dat in de 'no-go-area' van de Rotterdamse wijk Charlois een pioniersrol vervulde. Startende ondernemers en/of kunstenaars, willen zich graag in de buurt van dit succesvolle initiatief vestigen. De stad Rotterdam zou er goed aan doen om te inventariseren wat er aan initiatieven leeft in de stad. En door de jongerencultuur meer te promoten. Zij willen immers de stad opnieuw ontdekken. Langenbach introduceert het begrip 'posthybriditeit'. Door plekken te creëren kan je volgens hem samenhang creëren onder creatieve geesten.

Zijn collega Joost van Bellen, co-directeur van de feestenorganisatie Meubel Stukken en lid van stichting Nachtwacht Amsterdam, gaf een schets van zijn ervaringen in het Amsterdamse Nachtleven. Hij ziet de nacht als een vrijplaats van kunst en cultuur. Zo was de Amsterdamse club Roxy in het begin van de jaren negentig een multidisciplinair theater, waar decorbouwers en grafisch vormgevers samenwerkten met moderne dansers en dee- en v-jays. Later verschoof Van Bellen zijn werkterrein naar het Westergasfabriekterrein. En het multidisciplinaire creatieve klimaat werd steeds internationaler, van Barcelona tot Miami. Hij pleit er voor veel plekken te laten zoals ze zijn. Juist daar kan een creatief klimaat ontstaan waar de stad profijt van kan trekken. Helaas zijn op dit moment de regels streng. Gedogen is uit en handhaven is in, zegt burgemeester Cohen. Laat de stad haar rafelranden behouden en initiatieven nemen, bijvoorbeeld door een locatieplan te maken waarmee de gemeente kan inspelen op nieuwe initiatieven.

Zef Hemel, sinds kort adjunct directeur van de Dienst Ruimtelijke Ordening van de gemeente Amsterdam, ging in op de vraag of de creatieve stad een hype of een kans is. Kan creativiteit wel een ruimtelijke dimensie hebben? Hij corrigeerde het beeld dat Richard Florida, auteur van de veel geciteerde publicatie *The Rise of the Creative Class*, de grondlegger is van het idee van de creatieve klasse. Al aan het van de negentiende eeuw verklaarde Hippolyte Taine dat het 'artistieke milieu' bepalend is geweest voor grote culturele oplevingen in steden. Een lange reeks van publicaties van theoretici als Alfred Marshall (1890, theorie van de industriële agglomeratie), Joseph Schumpeter (1938, theorie van de innovatiecyclus), Francois Perroux (1961, theorie van de groeipolen), Gunnar Törnquist (1978, het creatief milieu) en de lange reeks publicaties van Jane Jacobs (van 1961 tot op heden, o.a. 'Economy of Cities' en 'Cities in Wealth of Nations') hebben aangetoond dat het denken over de creatieve klasse absoluut geen hype is. Hemel geeft wel aan dat het huidige debat op de hype

leeft en te weinig diepgang kent. Hij staat daarom wat langer stil bij de theorie van Jane Jacobs waarin zij vast stelt dat steden de basis zijn van de economie. De stad is een ecosysteem, de energiebron is 'import'. In tegenstelling tot wat economen beweren - zij denken dat steden groeien door export - leeft een groot deel van de stad (90 procent) van de lokale economie. En het is juist deze lokale economie die van import leeft. Het begrip 'kopiëren' is hierbij van groot belang. Door initiatief te nemen, moed en ondernemingszin te hebben, kan 'import' divers worden. En binnen de stimulerende omgeving van een stad kan succes en innovatie ontstaan. Een stad vol succes trekt immers succesvolle ondernemers aan.

Innovatie is volgens Hemel in deze tijd steeds belangrijker omdat markten steeds sneller verzadigd raken. Grote, dynamische en geversificeerde steden worden steeds belangrijker. De echte wereldsteden hebben al vaak een creatieve klasse. De kans ligt daarom bij de subtop. Hemel concludeert dat het idee van spreiden fataal kan zijn voor een stad. Je moet juist het sterke van een stad versterken. Steden als Groningen, Eindhoven of Tilburg komen wat hem betreft hier niet voor in aanmerking. De Randstad vindt hij een ramp, het is echt geen optelsom van steden. Om internationaal mee te kunnen tellen moet je het op één plek concentreren, op de plaats waar de stedelijke economie het meest divers is. En dat is Amsterdam.

Gerard Marlet, directeur/onderzoeker Stichting Atlas voor gemeenten (tevens verbonden aan de Utrecht School of Economics, Universiteit Utrecht), maakte de vertaalslag van de theorie van Florida naar de Nederlandse praktijk. Hij constateerde dat Florida bij veel gemeenten onderwerp van gesprek is, maar tot dusver nauwelijks effect heeft op het lokaal economisch beleid. Eén van de oorzaken is dat 'The rise of the economic class' vaak simplistisch wordt uitgelegd. Zo bestaat er het misverstand dat de creatieve klasse bestaat uit kunstenaars die in oude fabrieken willen wonen en werken. Ook is er nog weinig onderzoek gedaan naar de betekenis voor de Nederlandse stad of regio. Florida heeft volgens Marlet zeker aantrekkelijke kanten. Het is wel zaak om de definitie die Florida geeft aan de 'creatieve klasse' in Nederland specifieker te omschrijven. Zo behoort de beroepsgroep van managers bij Florida tot de creatieve klasse, terwijl Marlet voor de Nederlandse situatie alleen die beroepen er bij wil hebben die meer dan gemiddeld creatief zijn in het arbeidsproces. Ook zijn zij meer dan gemiddeld productief. In de Verenigde Staten behoort 30 procent tot de creatieve klasse, in Nederland is dat volgens Marlet 19 procent.

De essentie van de creatieve beroepsgroep is dat zij graag in steden leven en goed gebruik maken van de stedelijke voorzieningen. De creatieven geven daardoor een flinke impuls aan de lokale economie. Marlet hangt de creatieve klasse niet op aan begrippen als tolerantie of diversiteit, die bij Florida wel een grote betekenis krijgen. In de Nederlandse situatie spreken volgens Marlet begrippen als historiciteit, traditionele en culturele waarden aan bij de creatieve klasse. De ruimtelijke vertaling moet volgens Marlet vooral plaats vinden door een goed en breed aanbod van woningen. Amsterdam schiet nu in dit opzicht tekort en kan daardoor de creatieve klasse minder goed binnen de stad houden. Rotterdam ziet hij als een goede kanshebber als de creatieve hoofdstad van Nederland.

Net zoals bij Florida hecht Marlet ook betekenis aan de beroepsgroep van 'nerds', de creatieven van de ICT. Zij hechten zich echter minder aan de traditionele waarden van de stad. Wel hechten zij zich aan een eigentijdse woonomgeving, goede ict-voorzieningen en een veilige omgeving. Hun woonvoorkeur ligt eerder bij steden als Almere of Zoetermeer. Marlet definieert drie soorten woonmilieus. 'Dinkdam' is de consumentenstad waar ook buiten de werktijden voldoende openbare voorzieningen zijn om kennis uit te wisselen (de vier grote steden). 'Technotrecht' is de stad voor de nerd. En 'Burgerbosch' staat voor de groene woonomgeving, bijvoorbeeld Wassenaar of de Vinkeveense plassen. Marlet vindt het uiterst zinvol dat gemeenten met een helder begrip van de creatieve klasse aan de slag gaan.

In de volgende drie presentaties komen de beleidsmakers van Amsterdam, Groningen en Eindhoven aan het woord. **Marc Hanou**, van de Bestuursdienst van de gemeente Amsterdam, geeft aan dat het

belang van de creatieve economie is erkend, onder andere in de discussie over 'Amsterdam, ruimte voor talent'. De creatieve industrie is in korte tijd gestegen van 4,4 tot 6,4 procent van het totaal aantal banen in de stad. Tot een echte nota is het niet gekomen. Amsterdam heeft niet gekozen voor de creatieve klasse als leidend thema van de stad. Het is bijvoorbeeld wel zaak om als gemeente goed in te spelen op de grote vraag naar kleine bedrijfsruimten. Hanou ziet dat de creatieve bedrijvigheid steeds meer verschuift naar de randen van de stad, daar waar voldoende ruimte aanwezig en betaalbaar is. Hanou benoemt verder een aantal initiatieven. Zo is er bij de Dienst Ruimtelijke Ordening een *taskforce* in het leven geroepen om de ruimtelijke voorwaarden te scheppen voor de creatieve economie. Ook bestaat er een brede kenniskring die zich met het onderwerp bezighoudt. Hanou constateert wel dat er behalve met Zaanstad, tot dusver op regionaal niveau geen afstemming is geweest.

**Martin van Wijck** van de dienst RO/EZ van de gemeente Groningen, duidde de betekenis van de creatieve stad Groningen binnen een regionaal perspectief. Zo heeft de stad 180.000 inwoners en telt de regio er 430.000. Dat geeft zeker betekenis aan de creativiteit in de stad, niet alleen voor wat betreft de concentratie van kunst en cultuur, maar ook voor de creatieve bedrijvigheid. Van de 130.000 arbeidsplaatsen zijn er in de stad Groningen 7.000 in de creatieve bedrijven werkzaam. Voor het goed laten functioneren van de stad zijn volgens Van Wijck goede verbindingen met het ommeland noodzakelijk. Het is ook van belang de ruimtelijke kwaliteiten te benoemen, ook buiten de grenzen van de stad. Zo is de landschappelijke omgeving goed voor de stedeling om zich te ontladen of om zichzelf op te laden. Vooruitstrevende projecten als de uitbreidingswijk Meerwijk en culturele manifestaties zoals 'Blue Moon' en 'A star is born' hebben bijgedragen aan de vitaliteit van de stad. Zo is binnen dit levendige klimaat 'Groningen gist' ontstaan, een actief netwerk waarin nieuwe creatieve ideeën worden ontwikkeld en concrete projecten worden vastgesteld.

**Karel van Dijk**, van de dienst SOB van de gemeente Eindhoven, vertelt dat de stad hoge ambities heeft. Samen met de steden Leuven en Aken wil Eindhoven de Europese technologie regio vormen. En volgens Van Dijk kan de stad de concurrentie met de Randstad aan. Zo vinden 40 procent van alle Nederlandse R&D-investeringen plaats in Eindhoven en worden zelfs 80 procent van alle Nederlandse patenten in de stad vastgelegd. De bekendste clusters – mechatronics, automotive, ICT en life science - zijn gebaseerd op de traditionele industrie en ontwikkelen zich tot een sterke kennisregio ('brainport'). Tien procent van de totale werkgelegenheid van 340.000 personen werkt op dit moment in de creatieve beroepen, zoals design, bijzondere technieken en de beeldende kunsten. De creatieve klasse is volgens Van Dijk van belang voor de economische structuur en kan bijdragen aan de kwaliteit van het leefklimaat. Eindhoven heeft tal van goede voorzieningen maar kent geen grootstedelijk klimaat. Compensatie is snel gevonden in de omgeving, zoals Antwerpen maar ook Amsterdam. Je moet dat groot zien, zegt Van Dijk.

Van Dijk laat een aantal actuele stedenbouwkundige projecten de revue passeren waarin goede combinaties zijn te vinden van wonen, werken en culturele voorzieningen. De Witte Dame is daar een bekend voorbeeld van. Maar ook de voormalige Philipscomplexen Emmasingel en Strijp S (400.000 m<sup>2</sup>, qua oppervlak 4x de Witte Dame) zijn voorbeelden van stedelijke vernieuwing die Van Dijk omschrijft als 'places to be', plekken waar productie, ontmoeting, wonen en recreatie hand in hand gaan. De kracht van Eindhoven is dat zij de aanwezige kwaliteiten goed weet te benutten, aldus Van Dijk.

Dagvoorzitter Fred Schoorl vat de uitgangspunten van de sprekers samen. Twee zaken vielen hem op. Ten eerste, kies voor concentratie. En ten tweede dat de steden en regio's zichzelf opnieuw uitvinden op basis van de eigen sterke punten. Hoe gaat de stad dat afstemmen op de regio? Hanou zegt dat Amsterdam zich vooral afstemt op internationale schaal. Op nationaal niveau zijn de steden complementair. Anton de Vries van de VROM-raad ondersteunt het idee van concentreren dat Zef

Hemel naar voren bracht, bijvoorbeeld door de topvoorzieningen bij elkaar te brengen. Hij stelt dat alle schalen in het geding zijn, ieder milieu heeft immers zijn eigen schaal nodig. Van Wijck betoogt dat je de verschillende ondernemers een goede voedingsbodem moet geven. Ook een aanwezige uit De Bosch ondersteunt deze gedachte: de gemeente moet ruimte vrij maken voor creatieve functies. Amersfoort oriënteert zich. De stad kent weliswaar een economische groei, onder andere door de ICT, maar wil wel nieuwe beroepsgroepen aantrekken. Bijvoorbeeld door Hogescholen binnen de stadsgrenzen te halen, waarvan op dit moment vooral een concentratie is te vinden in Utrecht.

Schoorl stelt de vraag of je de creatieve klasse wel moet institutionaliseren. Ook zonder regie kan het werken. Geef ze de ruimte en laat het bloeien. Hanou zegt dat de stad Amsterdam alle soorten bedrijvigheid in zich heeft en zich niet wil concentreren op één soort, de creatieve bedrijvigheid. Het is wel van belang dat de stad investeert in zwakke functies, bijvoorbeeld in het beleid van broedplaatsen. Een woordvoerder van het Ministerie van OC&W vindt het van belang om te investeren in de grote steden. Je kan daarbij wel onderscheid maken tussen de werknemers in de creatieve industrie en de culturele beroepen. Hij stelt voor om naar analogie van de waterschappen te komen tot 'creaschappen'. Je moet voor de leefbaarheid zorg dragen waar concentraties van mensen aanwezig zijn.

Van Dijk spreekt zich uit om de zwaartepunten van de regio's te benoemen. Het rijksbeleid kan het eigene van een regio versterken. Zo is in Zuid-Oost Brabant van oudsher de auto-industrie gevestigd. Dit kan je versterken, bijvoorbeeld door de aanwezige kennis uit Delft te importeren. Een woordvoerder van een woningbouwvereniging uit de Haarlemmermeer spreekt zich uit voor het regionale denken. Kan een stad als Amsterdam het allemaal wel zelf oplossen? Hanou is het eens om als regio na te denken, verschillende steden kunnen immers complementair zijn. Het is hem bijvoorbeeld bekend dat de creatieven in de suburbs wonen.

Het debat over de creatieve klasse maakte duidelijk dat nog niet iedereen hetzelfde vastomlijnde idee heeft over wie nu tot deze klasse behoort. Toch hebben de verschillende sprekers duidelijke richtingen aangegeven in welke richting het debat zich kan bewegen. De theorie van Richard Florida en de Nederlandse bewerking in de Atlas voor gemeenten geeft voldoende houvast voor gemeenten en regio's om met dit onderwerp aan de slag te gaan.