

“Een kaketoet broedt niet op de Noordpool”



© Niels Brozat

Een onderzoek naar culturele broedplaatsen in Rotterdam.

Joke Mulder
284798

Rotterdamse Culturele broedplaatsen

Een onderzoek naar de meerwaarde en beleidsvorming van culturele broedplaatsen in Rotterdam

Masterthesis Media & Journalistiek
Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen
Erasmus Universiteit Rotterdam
Student: Joke Mulder, 284798JM
Begeleider: Dr. E. Hitters
Tweede lezer: Dr.B.C.M. Kester
Datum: augustus 2006

Voorwoord

1	Inleiding.....	7
1.1	Aanleiding Rotterdam Mediastad.....	8
1.2	Doel & probleemstelling	9
1.2.1	Media, Nieuwe Media en Cross-Media.....	9
1.2.2	Onderzoeksvraag.....	10
1.2.3	Betoog	10
1.3	Methodiek.....	11
1.4	Opzet thesis	12
2	Wat is de creatieve stad?.....	14
2.1	Vier typen steden.....	15
2.2	De creatieve klasse	15
2.3	De creatieve industrie.....	16
2.4	Vijf criteria voor de creatieve stad.	18
2.4.1	De economische factor	18
2.4.2	De stedelijke factor.....	19
2.4.3	de creatieve factor	20
2.4.4	de netwerkfactor	20
2.4.5	de beleidsfactor	21
2.5	De creatieve stad volgens Florida	22
2.6	De creatieve stad volgens Landry	26
2.7	Florida versus Landry.....	31
2.8	Rotterdam een creatieve stad.....	34
2.8.1	Rapport TNO.....	34
2.8.2	Economisch beleid Rotterdam	35
2.8.3	Cultuurbeleid Rotterdam	36
2.8.4	Rotterdam, creatieve stad volgens de theorie?	37
2.8.5	Rotterdam een creatieve stad volgens respondenten.....	38
3	Culturele Broedplaatsen	41
3.1	Historie culturele broedplaatsen.....	41
3.2	Definitie Culturele Broedplaats volgens Sargentini.....	41
3.3	Clustering	43
3.4	Gentrification proces	44
3.5	Broedplaatsenbeleid	45
3.6	Onderzoek vrijplaatsen in Rotterdam.....	47
3.7	Kunstenaars in Rotterdam	48
4	Het Analytisch model.....	50
4.1	Eigen classificatie Rotterdamse culturele broedplaatsen	50
4.1.1	Klassieke Broedplaatsen	51
4.1.2	AV en Nieuwe Media broedplaatsen	51
4.1.3	Urban Broedplaatsen	51
4.1.4	Netwerkbreedplaatsen.....	52

4.2	Factoren van meerwaarde.....	52
4.2.1	Economische meerwaarde.....	53
4.2.2	Stedelijke meerwaarde	53
4.2.3	Creatieve meerwaarde	53
4.2.4	Netwerkmeerwaarde.....	54
4.2.5	Beleidsinterventie.....	55
5	Resultaten en analyse	56
5.1	Analyse Klassieke broedplaatsen	56
5.2	Analyse Nieuwe Media broedplaatsen	63
5.3	Analyse Urban Broedplaatsen	70
5.4	Analyse Netwerkbreedplaatsen.....	75
5.5	Conclusie meerwaarde culturele broedplaatsen	79
5.6	illustratie waarden systeem analysemodel	84
6	Samenvatting & conclusie.....	85
6.1	Conclusie Rotterdam creatieve stad	85
6.1.1	De economische factor	85
6.1.2	De stedelijke factor.....	86
6.1.3	De creatieve factor	87
6.1.4	De netwerkfactor	90
6.1.5	Beleidsfactor.....	90
6.2	Conclusie culturele broedplaatsen.....	91
6.2.1	Definitie culturele broedplaats	92
6.2.2	Meerwaarde culturele broedplaatsen.....	92
6.2.2.1	Top-down versus bottom-up methode.....	92
6.2.2.2	Dynamiek	93
6.2.2.3	Toegankelijkheid.....	94
6.2.2.4	Gentrification	95
6.2.2.5	Toekomst broedplaatsen.....	96
6.2.3	Beleid culturele broedplaatsen voor Rotterdam	96
6.2.3.1	Ambtelijke cultuur en creatieve politiek	97
	literatuur en bronnen.....	99

Voorwoord

Toen ik begin jaren tachtig in Rotterdam werd aangenomen op de kunstacademie waren mijn ouders hier niet erg blij mee. Kunst, daar was geen droog brood mee te verdienen. De situatie is veranderd en deze redenering houdt tegenwoordig geen stand meer. Met de komst van de ‘creatieve industrie’ en de daarbij horende ‘creatieve klasse’ wordt de kunstenaar juist gezien als de ‘smeerolie’ van de economie. Zeker sinds de publicatie van Richard Florida’s boek ‘The Rise of the Creative Class’, is de algemene stelling en gedachte: dat creativiteit het kapitaal van de toekomst is. Creativiteit is een van de motoren geworden waar de economie op draait en de kunstenaar of creatieve ondernemer bezit deze essentiële grondstof voor de creatieve stad.

In het najaar van 2005 is Staatssecretaris van Cultuur, Medy van der Laan, met een notitie gekomen over het belang van de creatieve industrie voor de economie. Rotterdam zal hier zo snel mogelijk een eigen vertaalslag van maken. Men is al doordrongen dat de aanwezigheid van de creatieve industrie en de creatieve klasse van economisch doorslaggevend belang kan zijn voor de aantrekkelijk van Rotterdam als creatieve stad. Maar kan creativiteit wel gekoppeld worden aan economie en wie en wat moet een stad precies aantrekken? Een van Florida’s hypothesen is dat de aanwezigheid van bohémiens – de kunstenaars en creatievelingen- de aantrekkelijkheid van een stad verhogen en een magneetfunctie hebben op ‘de creatieve klasse’. Aangenomen wordt dat deze bohémienne levensstijl doorgaans in culturele broedplaatsen is te vinden. Vandaar dat zij een belangrijke rol spelen in het vormgeven van de creatieve stad. Maar welke meerwaarden bieden culturele broedplaatsen nu precies voor de creatieve stad en zijn zij inderdaad de motor van de creatieve economie of zijn er naast de aanwezigheid van culturele broedplaatsen nog andere factoren die bepalend zijn om de creatieve stad vorm te geven? Of bieden deze culturele broedplaatsen zoals wij die van vroeger kennen slechts onderdak aan de bohémiens van weleer en zijn het feitelijk achterhaalde begrippen die een herziening verlangen?

De jaren tachtig waarin Rotterdam nog de grootste havenstad van de wereld was, niet Feyenoord maar de Rolling Stones in de Kuip speelden, Bram Peper als burgemeester van Rotterdam aantrad en termen als ‘de creatieve industrie’, ‘creatieve stad’ en ‘creatieve klasse’ nog niet eens bestonden. Net als in Amsterdam, werden er door Rotterdamse kunstenaars en kunstacademiestudenten (waaronder ik) leegstaande gebouwen en scholen gekraakt om letterlijk en figuurlijk onze creatieve scheppingsdrang ruimte te geven. En Rotterdam had de mooiste locaties leegstaan! Alleen zag men gelukkig de economische meerwaarde er nog niet van in. ‘Locatiekeuze op oude industrieterreinen biedt de infrastructuur die nodig is voor het ontstaan van nieuwe culturele ideeën, nieuwe technologische ideeën, nieuwe economische ideeën en het samenspel daartussen’ (Florida, 2002). Jane Jacobs had in 1961 al de befaamde uitspraak; ‘new ideas need old buildings’.

Nadat het Quarantaine gebouw op Heijplaat succesvol was gekraakt en het kraken werd gedaan, werden de oude douaneloosden op de Müllerpier gekraakt. Het gebied was een oud, vervallen rangeerterrein waar van culturele activiteiten en culturele industrie nog geen sprake was. Met de komst van de kunstenaars naar de douaneloosden op de Müllerpier ontstond er een creatieve dynamiek die een voedingsbodem voor culturele productie en consumptie bleek te zijn. Het kunstenaarscollectief ‘Kunst en Complex’ was geboren. Omringd door hoge stapels aluminium staven konden we een paar jaar ongestoord werken totdat het Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam, het Havenbedrijf, en het Gemeentebestuur inzagen dat Rotterdam veel ontwikkelde en leegstaand, industrieel-architectonisch erfgoed bezat en daar ook de economische en stedelijke meerwaarde van ging inzien. Men wilde van zijn monomane predikaat ‘

‘grootste havenstad van de wereld’ af. Ingezet werd op de stedelijke architectonische ontwikkeling van “de Kop van Zuid” en het ‘Loyd kwartier’. Voor ons, kunstenaars, was hier geen plek meer.

Vijf en twintig jaar later blijkt deze gebeurtenis, met mijn liefde voor Rotterdam, en de hype rond de creatieve stad, de creatieve klasse en creatieve industrie, de aanleiding en tevens voedingsbodem te zijn geweest om Culturele Broedplaatsen in Rotterdam als onderwerp voor mijn Masterthesis te kiezen.

Allereerst wil ik alle respondenten bedanken. Zonder hun input en medewerking had ik deze thesis niet kunnen schrijven. De begeleiding van deze thesis lag bij mijn docent Eric Hitters, een connaisseur wat betreft de creatieve stad en culturele broedplaatsen. Ik wil hem bedanken voor zijn begeleiding, steun en commentaar. Tevens wil ik A2 Stadsadviseurs bedanken voor de stage mogelijkheid, waardoor ik nog dichter op het onderwerp kwam te zitten en de theorie in de praktijk heb mogen ervaren. Speciale dank gaat uit naar collega Saskia van Bon van A2 Stadsadviseurs die mij in deze stage heeft begeleid en mij de nodige inhoudelijke input en feedback aanreikte.

Ook mijn familie en vrienden wil ik bedanken voor hun steun en support, maar bovenal mijn twee zonen Alex en Guus Kolpa, die zo geduldig op deze dag hebben gewacht.

Joke Mulder



De douaneloosden annex ateliërgemeenschap Kunst en Complex, Mullerpier 1983

© foto, Kunst en Complex

1 Inleiding

Is er met het begrip van ‘de creatieve stad’ een nieuw fenomeen geboren? Steden zijn altijd al ontmoetingsplaatsen geweest waar creativiteit floreert en hebben al eeuwen lang een grote aantrekkingskracht op kunstenaars, wetenschappers en bohémiens gehad. In deze steden kon men in de anonimiteit werken aan grote kunstwerken en grootse filosofische inzichten verwerven. Men kon er wonen, werken en kennismaken met een cultureel diverse bevolking. Maar ook grote technologische doorbraken die een nieuwe industrie creëerden vonden meestal in steden plaats.¹

Met de komst van de informatietechnologie zijn maatschappelijke en sociale structuren ingrijpend veranderd. Door deze technologie zijn wereldwijde netwerken ontstaan, waarin individuen, bedrijven en instellingen wereldwijd met elkaar zijn verbonden. De gevolgen van dit technologische wereldwijde netwerk is volgens Castells (2000), de verandering van een industriële economie naar een netwerk, kenniseconomie. Massaproductie heeft plaatsgemaakt voor flexibele productie, met behulp van wisselende ketens, bedrijven en instellingen. Hierdoor is de economie voortdurend op zoek naar nieuwe productie en consumptiemogelijkheden. Met deze verschuiving van de industriële economie naar de kenniseconomie, en de daarbij horende afname van productiviteit en werkgelegenheidsproblemen, zijn steden gaan nadenken over de functieverandering en beleving van de stad. De kenniseconomie is een economie van creativiteit geworden. Achterliggende gedachte is dat creativiteit niet te kopiëren valt, niet locatiegebonden is en toegankelijk en bruikbaar voor een grote bevolkingsgroep. *“Was de industriële economie gericht op productie van goederen, de netwerkeconomie is gericht op productie van diensten en kennis (symbolische goederen). Deze bestaan bij de gratie van creativiteit”.*²

Hiermee is creativiteit het sleutelwoord van de kenniseconomie geworden. Op verschillende schaalniveaus proberen steden een creatief imago op te bouwen of te versterken. Vanwege het toenemende belang van creativiteit voor de economie worden verschillende fysieke en symbolische instrumenten ingezet om culturele productie te stimuleren. Een van deze instrumenten is het ontwikkelen en stimuleren van culturele broedplaatsen waarbij kunstenaars en creatievelingen worden ingezet. Volgens het concept van de creatieve stad jagen zij de economie aan en kunnen zij met de aanwezigheid van een culturele broedplaats een bepaalde stadswijk nieuw leven inblazen. Tevens dienen broedplaatsen als promotiemiddel om de stad als cultuurcentrum neer te zetten.

Dat cultuur en economische ontwikkelingen nauw met elkaar samenhangen heeft Rotterdam ten tijde van ‘Rotterdam 2001 Culturele Hoofdstad van Europa’ aan den lijve ondervonden. Rotterdam heeft zich met dit festival van zijn monomane cultuur als ‘grootste havenstad van de wereld’ willen ontdoen. Dit is grotendeels ook gelukt. Zeker nu Rotterdam voorbij gestreefd is door Sjanghai als grootste havenstad, wil Rotterdam zich nog meer inspannen om zijn nieuwe identiteit als ‘Creatieve Stad’ en de daarbij horende economische groei realiseren. Landry, Florida en Rutten zeiden het al; *“nieuwe identiteiten worden vaak gezocht in bestaande kwaliteiten van de stad”*. Maar heeft Rotterdam wel genoeg inzicht in zijn bestaande kwaliteiten en is dit voldoende basis om een heel nieuw imago aan op te hangen?

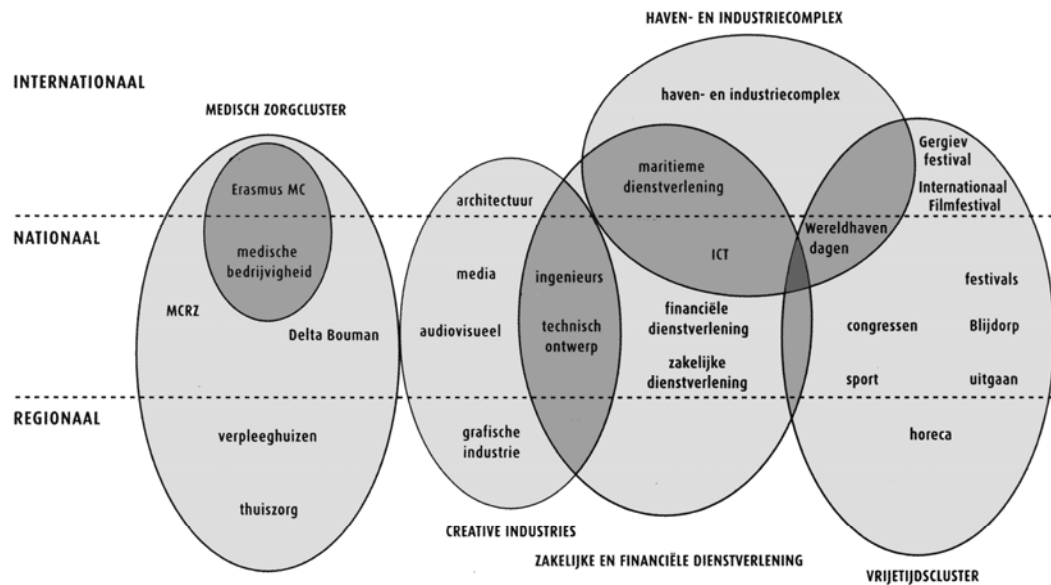
¹ Hall, P. Cities of Tomorrow, 1988, Blackwell UK

² Hemel, Z. VROM/Forum, 8-2001

1.1 Aanleiding Rotterdam Mediastad

In het rapport ‘Rotterdam: stad van de toekomst’: (EDBR,2005) stelt het in 2003 ingestelde Economic Development Board Rotterdam dat Rotterdam ondermeer zal moeten inzetten op kennis, kunde en creativiteit. Een van de speerpunten is: “*de bestaande creatieve clusters uit te breiden, het aantrekken van creatieve bedrijven en het uitbreiden van creatieve opleidingen*”.

Footprint economische clusters rotterdam



Figuur 1: Kansrijke clusters EDBR, Rotterdam: stad van de toekomst 2005-2020

Nu de havenindustrie langzaam uit de stad verdwijnt, probeert Rotterdam dit verlies op te vangen door de aandacht te verleggen naar andere vormen van economische bedrijvigheid. De verwachtingen op papier zijn hoog. Het aantrekken van creatieve bedrijven en het uitbreiden van creatieve opleidingen zal uiteindelijk meer arbeidsplaatsen in de creatieve industrie opleveren. Met het huisvesten van creatieve ondernemers in Rotterdam zullen vanzelf meer studenten en scholieren naar Rotterdam trekken voor het volgen van een creatieve opleiding. Uiteindelijk doel van de creatieve stad is toch dat grote trekkers zich in de stad gaan vestigen wat weer arbeidsplaatsen oplevert en talent aantrekt. Dit is waar een stad met zijn aanbod aan opleidingen op inspeelt. Zo werd getracht MTV naar Rotterdam te halen- wat niet gelukt is-, het North Sea Jazzfestival van Den Haag naar Rotterdam te verplaatsen- wat gelukt is- en De Nieuwe Omroep Llink binnen te halen- wat ook weer lukte.

Rotterdam is ambitieus en zet met zijn creatieve industrie hoog in. Prioriteit heeft het economische belang van Rotterdam als mediastad. De media en entertainmentindustrie is de sterkst groeiende deelsector. Dus stimuleert de gemeente haar kansrijke AV cluster door middel van projecten zoals de Schiecentrale, dat ruimte biedt aan verschillende media- en ICT bedrijven, het Rotterdams Filmfonds en het International Film Festival Rotterdam. Ingezet wordt op het verder uitbreiden en ontwikkelen van het audiovisuele en nieuwe media cluster in het Loydkwartier. Door middel van financiële stimulering en het opzetten van Media-schools, een nauw samenwerkingsverband tussen de bestaande media opleidingen in Rotter-

dam, hoopt men op een aantrekkelijke mediavestiging en ontwikkelingsklimaat. Maar wil Rotterdam als mediastad de creatieve klasse aantrekken dan moet men buiten economische kaders denken en aandacht gaan besteden aan de creatieve kaders³.

1.2 Doel & probleemstelling

Volgens de belangrijkste theoretici over de creatieve stad, Richard Florida(2002) en Charles Landry(2000), moet een stad gebruik maken van de stedelijke cultuur. Men is gaan inzien dat cultuur, en in het bijzonder populaire cultuur, als instrument ingezet kan worden voor stedelijke revitalisering om de identiteit van een stad te verstevigen, als marketingproduct en als sales-instrument. De aanwezige stedelijke cultuur onderscheidt de stad als een unieke plaats die verschillende mogelijkheden aan culturele productie en consumptie biedt. In het licht van deze ontwikkelingen is de laatste jaren heel wat onderzoek verricht naar de creatieve stad.

Zowel Florida als Landry benadrukken het belang van de aanwezigheid van culturele clusters en culturele broedplaatsen. Dit zijn de plekken waar talentvolle creatievelingen en culturele ondernemers naar samenwerking kunnen zoeken waar kruisbestuiving en synergie uiteindelijk kunnen leiden tot innovatie.

Sargentini⁴ definieert broedplaatsen als ‘culturele laboratoria waar jonge cultuurmakers en –belevers elkaar op intrinsieke gronden ontmoeten, ondersteunen en motiveren in elkaars nabijheid, activiteit en ambitie.’ Om deze groep van creatievelingen aan te trekken en te stimuleren zou er dus flink in culturele broedplaatsen geïnvesteerd moeten worden. Niet alleen in de vorm van gebouwen, de harde infrastructuur, maar ook in de mensen en voorwaarden: de zachte infrastructuur.

Burgemeester & Wethouders, het Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam en het EDBR zijn bijzonder geïnteresseerd in de rol van culturele broedplaatsen in Rotterdam. In aanvulling op een eerder onderzoek in april 2005, uitgevoerd door studenten van de Erasmus Universiteit Rotterdam⁵ (waaronder ikzelf) werd een eerste inventarisatie gemaakt van culturele broedplaatsen in Rotterdam (zie hoofdstuk 3). Met deze thesis wil ik voortbouwen op de resultaten van bovengenoemd onderzoek en dieper ingaan op de rol en meerwaarde van culturele broedplaatsen voor Rotterdam als creatieve stad. Vooruitlopend op verschillende theorieën heb ik gekozen voor de “eigen, karakteristieke en specifieke creatieve potentie van een stad”⁶, namelijk de ontwikkeling en stimulering van de AV sector in Rotterdam.

1.2.1 Media, Nieuwe Media en Cross-Media

Er circuleren verschillende definities van dit begrip. Volgens Van Dale luidt de definitie van *media* (mv), de middelen tot overdracht en verspreiding van kennis en informatie (radio, televisie, persorganen enz.). De discrepanties tussen media en Nieuwe Media zijn niet alleen de technologieën en de distributiekkanalen tot overdracht van kennis en informatie, maar hebben ook betrekking op sociologische en filosofische begrippen als ‘interactiviteit’, ‘virtualiteit’ en ‘convergentie’. Wanneer er een kruisbestuiving bestaat of ontstaat tussen verschillende media zoals, theater, muziek, radio, film, televisie, print media, internet, games en live-evenementen ‘*waarbij de verschillende media mediums specifieke betekenissen communiceren welke deel uit maken van een universeel doel*’, spreekt men van ‘cross-media’.⁷ Binnen de cross-media ontstaan in snel tempo nieuwe samenwerkingsverbanden die niet alleen in de eigen sector, maar ook in andere sectoren, een krachtige innovatieve motor kunnen worden.

³ De Vos, Rotterdam Mediastad, Rotterdam, 2005

⁴ Sargentini, Inspiratie op locatie, Amsterdam, 2002

⁵ Rotterdam Mediastad, Mulder e.a., Erasmusuniversiteit, Rotterdam, 2005

⁶ Rutten, 2005, Florida, 2002, Landry, 2000

⁷ Definitie van Indira Reynaert, www.existenz.nl

1.2.2 Onderzoeksvraag

In mijn onderzoek heb ik daarom gekozen voor culturele broedplaatsen waar de nadruk ligt op het gebruik van AV-Media en Nieuwe-Media en ‘cross-media’ disciplines. Ik heb hiermee het begrip ‘media’ breed geïnterpreteerd maar desondanks zullen er in dit onderzoek broedplaatsen niet zijn meegenomen die bij nader bestudering wel media disciplines in zich herbergen. Het begrip culturele broedplaatsen bepaalt dan ook mijn onderzoeksvraag:

Welke meerwaarde hebben culturele broedplaatsen voor het creatieve klimaat in Rotterdam en welk beleid moet de gemeente Rotterdam voeren om culturele broedplaatsen te ontwikkelen, te stimuleren of te behouden?

Doel van dit onderzoek is inzicht te verkrijgen in de ontstaansgeschiedenis, aanwezigheid, meerwaarde en positionering van culturele broedplaatsen in Rotterdam. Sluit het Rotterdamse beleid afdoende aan op de wenselijkheid van het aantrekken en behouden van talent? Hierbij wordt gekeken naar welk beleid Rotterdam voert ten opzichte van culturele broedplaatsen, of welk actief ondersteuningsbeleid de gemeente Rotterdam zou kunnen voeren om broedplaatsen te behouden, (bijvoorbeeld door toekenning van panden of subsidies). Maar ook wordt gekeken naar de rol die andere partijen zoals culturele instellingen, woningbouwcoöperaties, gebruikers en burgers hierin kunnen spelen om de culturele broedplaatsen in Rotterdam te ontwikkelen of te versterken.

De probleemstelling is meerledig en bestaat uit de volgende vragen:

- Is Rotterdam een creatieve stad of heeft de stad de potentie om zich in die richting te ontwikkelen?
- Welke kenmerken en factoren bepalen een creatieve stad? Hierbij maak ik een onderscheid in economische, stedelijke, creatieve, netwerk en beleidsfactoren.
- Wat is een culturele broedplaats?
- Welke culturele broedplaatsen zijn er in Rotterdam aanwezig? Hierbij maak ik onderscheid in Klassieke broedplaatsen, Nieuwe Media broedplaatsen, Urban broedplaatsen en Netwerkbreedplaatsen.
- Welke meerwaarde hebben deze culturele broedplaatsen voor Rotterdam op de niveaus zoals gebruikt bij de creatieve stad.
- Welk beleid voert Rotterdam ten aanzien van culturele broedplaatsen en hoe effectief is dit?

1.2.3 Betoog

Gesteld wordt dat de aanwezigheid van culturele broedplaatsen essentieel is voor Rotterdam om zichzelf als creatieve stad te betitelen. Een centrale rol hierin is de vraag op wat voor manier een stad om moet gaan met beleid rond culturele broedplaatsen? Succesvolle initiatieven ontstaan ‘bottum-up’ maar door de kleinschaligheid is het innovatieve gehalte te klein. Gaat men echter broedplaatsen top-down initiëren dan zal dit door de strikte aansturing innovatie belemmeren.⁸ Een broedplaatsenbeleid kan sterk regulerend werken waardoor spontane initiatieven, locatiekeuze en organische groei te veel gestuurd kunnen gaan worden, of om mijn begeleider Erik Hitters te citeren:

“Een kaketoë broedt niet op de Noordpool!”

⁸ Hitters, E. & van Aalst, I.: ‘The place 2B, Rotterdam, 2004

1.3 Methodiek

Er is gekozen voor een kwalitatief onderzoek, waarbij de nadruk op het veldonderzoek ligt. Aan de hand van de verzamelde kwalitatieve gegevens probeer ik de probleemcasus te interpreteren. Deze gegevens zijn verzameld door open interviews en verwerking van relevante literatuur. De kwalitatieve gegevens hebben betrekking op de aard, de waarde en de eigenschappen van het te onderzoeken onderwerp. Het interpreteren van intenties, bedoelingen en waarden worden voor een wetenschappelijk kwalitatief onderzoek als voornaamste taak genoemd.⁹ Toch kleven er ook nadelen aan deze onderzoeksmethode. Allereerst valt moeilijk te bepalen de mate van sociaal wenselijke uitspraken. Daarnaast kunnen respondenten zich bewust of onbewust positief profileren, waardoor negatieve vraagstukken afgezwakt worden of niet aan bod komen. Dit kan leiden tot een matige betrouwbaarheid van de verkregen informatie. Daartegenover kan kwalitatief onderzoek, afhankelijk van de interactie tussen interviewer en respondent, leiden tot het verkrijgen van waardevolle informatie. Uiteraard is dit afhankelijk van de mate waarin een respondent zich vertrouwd voelt met het onderwerp en met zijn interviewer. Daar kwalitatief onderzoek vaak wordt gebruikt als een vorm van praktijk en beleidsonderzoek heb ik, gelet op het doel van mijn onderzoek, gekozen voor het kwalitatieve onderzoek in de vorm van face tot face interviews. Een goed adressenbestand en een (informeel) netwerk bleken essentieel om culturele broedplaatsen, hun subculturen en de sleutelfiguren binnen Rotterdam te inventariseren. Wat niet-geïstitutionaliseerde broedplaatsen en subculturen namelijk kenmerkt, is dat ze juist niet duidelijk zichtbaar en vindbaar zijn en pas via het informele netwerkcircuit kunnen worden aangewezen.

De respondenten zijn onderverdeeld in twee groepen: de veldbetrokkenen en de sleutelinformanten, enerzijds vertegenwoordigers van de diverse typen culturele broedplaatsen, anderzijds de sleutelfiguren op het gebied van beleid, onderwijs, huisvesting en culturele instanties. Beide groepen hebben mij de nodige essentiële informatie verstrekt betreffende het onderzoeksveld. Voor de sleutelfiguren gold als criteria dat deze goed ingevoerd waren in het onderwerp en reflectie op de gestelde onderzoeksvraag konden geven. Tevens was van belang dat de respondent het onderzoeksprobleem als een omvattend samenhangend geheel benaderden.

Omdat dit onderzoek een explorierend karakter heeft en gaat over de meningen van de verschillende respondenten kon niet worden volstaan met een sterk gestructureerde vragenlijst. Gekozen is dus voor het half gestructureerde diepte-interview waar aan de hand van een topic lijst de verschillende onderwerpen aan de orde kwamen om ideeën, opvattingen en meningen van betrokken uit het veld te achterhalen. Aan de hand van een topic lijst zijn, afhankelijk van personele functie en status, verschillende soorten interviews afgenomen. Bij de sleutelfiguren is er, vanwege hun deskundigheid sprake van het elite interview.¹⁰ Gekozen is voor niet voorgestructureerde vragen maar voor een persoonlijke, actieve interactie tussen respondent en onderzoeker. Ik heb de respondenten de mogelijkheid geboden om associatief op het onderwerp te reageren waardoor het verloop van de interviews niet chronologisch gebonden was. De interviews zijn digitaal opgenomen en uitgewerkt. De uitgewerkte interviews zijn door kleurmarkering onderverdeeld in de indicatoren van culturele broedplaatsen voor de creatieve stad. Met de presentatie van het analysemodel in hoofdstuk vier kunnen de verschillende meerwaardes van de verschillende typen culturele broedplaatsen getaxeerd en getypeerd worden om zo tot een antwoord te komen op de onderzoeksvraag.

In de interviews met veldbetrokkenen kwamen de volgende gesprekspunten ter sprake;

- Belang en meerwaarde van culturele broedplaatsen voor Rotterdam
- Aanwezigheid van culturele broedplaatsen in Rotterdam

⁹ Baarda,de Goede, Teunissen: Kwalitatief Onderzoek, 2002

¹⁰ Baarda,de Goede, Teunissen: Kwalitatief Onderzoek, 2002 pg.136.

- Voorwaarden voor culturele broedplaatsen
- Welke rol respondenten spelen en/of in welke verhouding zij staan.
- Samenwerkingsverbanden verschillende partijen
- Aantrekken van talent voor de stad
- Genomen of te nemen initiatieven t.o.v. culturele broedplaatsen
- Broedplaatsenbeleid
- Toekomst culturele broedplaatsen t.a.v. belang, beleid en positionering

Ik heb gesproken met representanten van de volgende door mij getypeerde broedplaatsen.

- Voor de klassieke broedplaatsen; B.A.D, het Wilde Weten en Utopia,
- voor de AV- en nieuwe-mediabroedplaatsen; V2, IFFR en RFF
- voor 'Urban' broedplaatsen; Locus 010, StadsLab en Jeanne van Heeswijk
- Voor de netwerk broedplaatsen werd gebruik gemaakt van de interviews met het IFFR, RFF en Boymans van Beuningen

Voor de sleutelfiguren op diverse terreinen zijn de volgende personen benaderd en hebben ook hun medewerking aan dit onderzoek verleend:

Sandra den Hamer:	directeur International Filmfestival Rotterdam
Jacques van Heijningen:	filmcommissionair, directeur Rotterdams Film Fonds
Aldo van Cleef:	stafmedewerker OBR, medeoprichter mediacluster
Jan Riezenkamp:	ex-wethouder Rotterdam, ex-directeur generaal OCW,
Sjarel Ex:	directeur Boijmans van Beuningen
Peter de Winter:	oprichter woonwerkgemeenschap Utopia,
Alex Adriaanse:	directeur V2
Hugo Bongers:	directeur Culturele Raad Rotterdam
Pieter Bas Koevermans:	vennoot Parc Makelaars
Mayke Mager:	oprichtster en broedplaatscoördinator StadsLab,
Jeanne van Heeswijk:	beeldend kunstenaar openbare ruimte, atelier Duende
Arie Versluis	fotograaf, atelier 'De Camping'
Chris Bouma	directeur SKAR

De relevante informatie voor mijn onderzoeksvraag is in deze thesis verwerkt. Vanwege het open karakter van de interviews is besloten de privacy van de respondenten te waarborgen en de uitgeschreven interviews niet voor publicatie ter beschikking te stellen. De interviews blijven in mijn bezit en zijn voor geïnteresseerden, afhankelijk van het doel, in gezamenlijk overleg met respondent beschikbaar.

1.4 Opzet thesis

Hoofdstuk 2 bestaat uit het literatuuronderzoek over het begrip de creatieve stad en de rol die de creatieve industrie heeft in de creatieve stad. Voor het algemene begrip van de creatieve industrie maak ik gebruik van de definities die in het onlangs verschenen gezamenlijke document van het ministerie van Economische Zaken en het ministerie van OCW,¹¹ 'Cultuur en Economie' zijn gebruikt, in mijn optiek een actuele en toegespitste omschrijving van het begrip creatieve industrie

Vervolgens bespreek ik twee belangrijke theoretici van de 'creatieve stad': Charles Landry¹² en Richard Florida.¹³ Beide auteurs houden zich bezig met de vraag hoe men in de huidige

¹¹ Hofstede & Raes: 'creativiteit in kaart gebracht', Den Haag 2005

¹² The Creative City, a Toolkit for Urban Innovators, 2000, Comedia UK

kenniseconomie een vitale stad kan realiseren met creativiteit als sleutelwoord. Aan de hand van deze theorieën kan ik in dit hoofdstuk concluderen dat verschillende factoren van belang en bepalend zijn voor de ontwikkeling van de creatieve stad. Deze factoren gebruik ik om de theorieën van Charles Landry en Richard Florida tegen elkaar af te zetten. In de volgende paragraaf belicht ik de analogie en consensus van de beide benaderingen van zowel Charles Landry als Richard Florida op de creatieve stad. Het tweede gedeelte van het hoofdstuk gaat in op de creatieve industrie en, aan de hand van de theorieën en de meningen van sleutelfiguren over de positie van Rotterdam als creatieve stad.

Hoofdstuk 3 gaat in op het begrip Culturele Broedplaatsen. Vanuit de theorie is helder geworden wat het essentiële belang is van de aanwezigheid van creativiteit, cultuur en culturele activiteiten voor de creatieve stad en zijn gebruikers. Aan de hand van verschillende theorieën zal in dit hoofdstuk het belang geschetst worden van de aanwezigheid van broedplaatsen voor een creatieve stad. Een van die theorieën is afkomstig van Sargentini¹⁴, die in zijn onderzoeksrapport -toegespitst op Amsterdam en Berlijn- drie typologieën van culturele broedplaatsen geeft. Vervolgens wordt gekeken naar de aanwezigheid van Rotterdamse culturele broedplaatsen. Deze zijn, in een door mij eerder verricht onderzoek, al geïnventariseerd.¹⁵ Om een volledige classificatie van Rotterdamse culturele broedplaatsen te kunnen geven heb ik de definitie en typologie van Sargentini als uitgangspunt genomen en een eigen aanscherping eraan gegeven. In de daarop volgende paragrafen wordt gekeken naar het beleid van Rotterdam ten aanzien van culturele broedplaatsen. Zowel het economische beleid als het cultuurbeleid worden in dit hoofdstuk behandeld.

in **Hoofdstuk 4** wordt de onderzoeksmethode uitgelegd die uiteindelijk het analysemodel zal bepalen. Na het literatuuronderzoek over de verschillende theorieën van de creatieve stad en culturele broedplaatsen zullen de indicatoren bepaald worden voor het analysemodel. De verschillende factoren van de creatieve stad en mijn classificatie, de actoren, van culturele broedplaatsen komen hier samen en vormen het analysemodel dat zich laat invullen met behulp van de gehouden interviews.

Hoofdstuk 5 zal volledig gewijd zijn aan de analyse van Rotterdamse culturele broedplaatsen. Daar er geen kwantitatieve gegevens beschikbaar zijn over Rotterdamse culturele broedplaatsen vormen de meningen en ervaringen van respondenten, als andere informatiebronnen, het kwalitatieve onderzoek. De actoren en factoren worden in dit analysemodel tegen elkaar afgezet. Met het analysemodel en de daaruit volgende conclusies probeer ik inzichtelijk te maken wat de al dan niet aanwezige meerwaarde van culturele broedplaatsen voor Rotterdam als creatieve stad betekent.

Hoofdstuk 6 is het afsluitende hoofdstuk waar de informatie en resultaten van het onderzoek afgezet worden tegenover de deelvragen. In de volgende subhoofdstukken volgt een reflectie van de behandelde literatuur en analyses die hebben plaats gevonden zodat er afsluitend antwoord gegeven kan worden op mijn vooraf gestelde onderzoeksvraag waaruit tot slot een aantal (beleids) aanbevelingen worden gegeven.

¹³ The Rise of the Creative Class, *and how it's transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, 2002, NY, USA

¹⁴ Sargentini, *Inspiratie op locatie*, Amsterdam, 2002

¹⁵ Rotterdam mediastad, adviesrapport OBR, Mulder e.a., Erasmusuniversiteit, Rotterdam, 2005

2 Wat is de creatieve stad?

Om mijn onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden zal eerst het begrip de creatieve stad nader bepaald moeten worden. Over het begrip ‘de creatieve stad’ is de laatste tijd al veel over geschreven, maar dat de stad ‘the place to be’ is, is al langer bekend. In de jaren zestig schreef Jane Jacobs al over de ‘creatieve potenties van steden en de stimulans die uitgaat van agglomeratie als brandpunt van een gediversifieerde economie’.¹⁶ Maar waarom speelt de creatieve stad tegenwoordig een zodanig belangrijke rol in de kenniseconomie en welke factoren zijn kenmerkend voor een creatieve stad? In dit hoofdstuk probeer ik op deze vraag antwoord te geven aan de hand van door mij gekwalificeerde kenmerken.

Met het vertrek van de grote industriële bedrijven die de stad verruilen voor goedkopere locaties of de arbeid uitbesteden aan niet-westerse landen, waar de loonkosten vele malen lager liggen, wordt er in het gemeentelijke beleid van steden steeds meer aandacht geschonken aan het creëren van een ‘creatieve stad’. Deze verschuiving wordt ondersteund door het idee dat onze samenleving verandert van een industriële naar een postindustriële samenleving (Webster, 2002), een ‘nieuwe economie’ die niet langer gericht is op de industriële massaproductie van goederen, maar steeds meer gericht is op kennis en ervaringen, de ‘experience economy’ waar het handelen in symbolische goederen, kennis en diensten een steeds centralere plek krijgt. In deze kenniseconomie gaat het niet meer alleen om de goederen maar om de ideeën, de innovatie en het creatieve kapitaal die een stad en zijn inwoners te bieden hebben: de zogenaamde software van de stad. Was de industriële economie of ‘oude economie’ gericht op (massa)productie van goederen, fysieke arbeid en op standaardisatie en schaalvergroting, de postindustriële economie is gericht op het menselijke intellect, kennis en creativiteit, op een flexibele productie van diensten en kennis met behulp van wisselende netwerkketens tussen bedrijven, individuen en instellingen.

Door deze technologische ontwikkelingen hebben steden zich getransformeerd van industriële naar creatieve centra. Het begrip creativiteit heeft in de kenniseconomie een heel andere betekenis en functie gekregen dan dat in de industriële economie het geval was.¹⁷ “*Enerzijds heeft de verwante consumptie nieuwe beroepen voortgebracht waarin culturele kennis wordt geproduceerd en gedistribueerd(...) Anderzijds heeft kennis een veel symbolischer, minder utilitair karakter gekregen.*”¹⁸ Binnen deze ‘nieuwe economie’ is een essentiële rol weggelegd voor de creatieve industrie, een verzamelnaam voor alle bedrijven die zich bezighouden met het creëren van conceptuele ideeën en culturele innovatie die gericht is op de productie, distributie en receptie van culturele goederen. Tot de creatieve industrie behoren film, televisie, boek & tijdschriftuitgeverijen, mode, theater, games, architectuur, muziek et cetera. Ook de sectoren die niet direct gerelateerd worden aan kunst en cultuur, maar wel hun basis vinden in creativiteit behoren tot de creatieve industrie.¹⁹ Creativiteit is dus het sleutelwoord van veel Nederlandse steden geworden en kan op verschillende manieren bijdragen aan de identiteit van een stad.

¹⁶ J.Jacobs, *The Death and Life of Great American Cities*, New York, 1961

¹⁷ Saris, J. *Creativiteit en de stad*, NAI, Rotterdam, 2005

¹⁸ Marco van der Land, *Vluchtige Verbondenheid*, 34, Erasmus Universiteit Rotterdam, 2005

¹⁹ Van Aalst en Hitters, ‘The place 2B’, Rotterdam, 2004

2.1 Vier typen steden

De relatie werd al eerder gelegd (Jacobs 1961, Hall 1998, Zukin 1998, Landry 2000, Florida, 2001) dat grote steden bij uitstek locaties zijn waar kennis, creativiteit en innovatie tot bloei kunnen komen. Sindsdien zijn steden instrumenten geworden voor stedelijk management en stedelijke planologie. De Britse geograaf Peter Hall stelt dat: *“throughout history, cities have been the source of innovation. They have been the places where human creativity flourished.”*²⁰ Hall(1998) onderscheidt vanuit historisch perspectief enige factoren waardoor steden zich hebben kunnen ontwikkelen tot innovatieve en bovengemiddelde creatieve centra.

Volgens Hall heeft het verleden vier type steden voortgebracht: de cultureel-intellectuele stad, de technologisch-innovatieve stad, de cultuur-technologische stad en de technologische-organisatorische stad.²¹ Als voorbeelden van de culturele – intellectuele stad noemt hij Athene in de oudheid, Venetië en Florence tijdens de Renaissance maar ook Berlijn, Wenen en Parijs aan het begin van de twintigste eeuw. Hier bloeide cultuur en wetenschap in een tijd waarin er tussen de gevestigde conservatieven en een klein groepje vernieuwingsgezinde een generatiekloof ontstond. De technologisch-innovatieve steden vormen de tweede categorie. Dit waren de broeinesten van nieuwe technologische ontwikkelingen en waren synoniem aan goederendiensten. Voorbeelden: Detroit vanwege zijn automobiellindustrie, de textielindustrie in Manchester en de scheepsbouw in Glasgow. Bij cultuur-technologische steden ligt het accent op de kunst en technologie. De culturele industrie was het gevolg van de opkomst van deze steden. Als voorbeeld noemt Hall de filmindustrie van Hollywood in de jaren twintig. Maar ook de stad Amsterdam die tijdens de Gouden Eeuw het internationale middelpunt vormde van handel, nijverheid, schilderkunst en scheepsvaart, valt onder deze categorie. De laatste categorie omvat de technologisch-organisatorische steden. Zij bedachten creatieve oplossingen voor behoeftes en beperkingen die het grootstedelijke leven met zich meebracht. Voorbeelden van deze ‘Urban Innovation’ zijn de aquaducten in Rome ten tijde van Caesar, de aanleg van de metro in de 19^e eeuw in Londen en Parijs, de bouw van de eerste wolkenkrabbers in New York, de herstructurering van de Docklands in Londen en de ontwikkeling van een moderne stad: Rotterdam met de Kop van Zuid. Het verschil met de andere drie getypeerde creatieve steden is dat er bij de laatste typering vanuit de overheid een grote aanjaegersrol lag die in samenwerking met lokale ondernemers creatief te werk gingen. Hall benadrukt dus dat steden, in tegenstelling tot de rurale omgeving, altijd al broedplaatsen van creativiteit en innovatie zijn geweest. Tevens veronderstelt Hall(1998) dat innovatie op drie terreinen bepalend zal zijn voor de toekomst van de stad. Deze zijn: cultuur, technologie en ‘urban order’(stedelijke organisatie). Als steden een verband weten te leggen tussen deze drie terreinen van innovatie en daarbij vorm kunnen geven aan de benodigde technologische, stedenbouwkundige, bestuurlijke en sociale voorwaarden, voorspelt Hall(1998) deze steden een ‘gouden eeuw’.

2.2 De creatieve klasse

Steeds meer Nederlandse steden willen zich als creatieve stad profileren en zijn bereid hier fors in te investeren. Volgens Richard Florida “verdienen deze investeringen zich dubbel en dwars terug”, want creativiteit is de motor van de kenniseconomie is geworden. Het heersende culturele klimaat en de aantrekkingskracht van een stad op talent zijn volgens Florida de belangrijkste voorwaarden voor het innovatievermogen van een stad of regio. Florida noemt dit de opkomst van de ‘creatieve klasse’. Deze creatieve klasse vestigt zich in steden waar een

²⁰ Hall,P, Cities of Tomorrow, third edition, Blackwell, Londen, 1998

²¹ Boekema & Hospers, De creatie van creatieve steden, Geografie, 2002, pag. 41- 44

tolerant klimaat heerst, goede technologische voorzieningen aanwezig zijn en een flinke dosis talentvolle creatievelingen. Steden moeten een plek zijn waar ontwerpers, adviseurs, ICTers, programma en filmmakers, journalisten, kunstenaars en reclamemensen graag willen wonen en werken. Zonder het zelf te beseffen is deze klasse bepalend geworden voor de stad en levensstijl van anderen, waardoor de economische invloed van de creatieve klasse groot is en alleen nog maar groter zal worden (Florida, 2002).

Charles Landry (2000) koppelt de creatieve stad niet aan een klasse maar aan een milieu. Zijn voorwaarden voor een creatief milieu zijn: diversiteit en 'mixed people', een 'sense of security' en 'cultural heritage'. Deze laatste verbindt ons met onze (stedelijke) geschiedenis en onze collectieve herinnering. Met deze uitgangspunten karakteriseert Landry (2000) de creatieve stad niet per definitie als een fysieke stad. Het is een concept, een gedachtegoed, een handelwijze, een conceptuele vernieuwing van een stedelijk veranderingsproces waarbij de sociale en economische dynamiek van een stad, met cultuur als hefboom, en de interactie tussen sleutelactoren de ingrediënten en eigenschappen van een organische creatieve stad zijn.²² Pas toen Florida's boek verscheen over de creatieve klasse, gingen veel steden hierop beleid maken. Om succesvol te zijn moet een stad volgens Florida (2002) 'niet alleen zorgen voor een goede technologische infrastructuur en opleidingsinstituten, maar ook zoveel mogelijk talent aantrekken omdat bedrijven dan vanzelf wel volgen'. De drie voorwaarden waarom een creatieve klasse voor een bepaalde regio kiest zijn volgens Florida; tolerantie, talent en technologie.

Met deze verschillende voorwaarden is, naar mijn mening, de 'creatieve stad' niet meer een zelfstandig naamwoord maar bijna een werkwoord geworden. Als stad moet je bepaalde kenmerken nastreven en werken aan bepaalde voorwaarden voordat men kan spreken van een 'creatieve stad'. Dat die voorwaarden bij onderzoekers soms zo verschillend zijn en niet altijd aansluiten bij eerdere theorieën maakt het concept en het begrip van de creatieve stad soms wat verwarrend. Het verschil ligt in de relaties die worden gelegd en de instrumenten die men hanteert. Waar Richard Florida een relatie legt tussen economie, technologie en creativiteit, legt Charles Landry een relatie tussen creativiteit en stedelijkheid en benadrukt Sharon Zukin de relatie tussen stedelijke cultuur en symbolische economie.²³ Cultuur blijkt in alle gevallen een grote aanjager te zijn en heeft grote invloed op de stedelijke dynamiek en ons dagelijks leven.

2.3 De creatieve industrie

De creatieve klasse woont in de creatieve stad en werkt in de creatieve industrie. Vooral in grote steden waar veel industriële bedrijvigheid is verdwenen, wordt de creatieve industrie steeds belangrijker. Creativiteit is de nieuwe grondstof voor de Nederlandse economie geworden, zoals dat voorheen steenkool was voor de industriële economie. (Mommaas, 2004) De creatieve industrie dient als bron van stedelijke welvaart en heeft tevens de intentie om een gunstig vestigingsklimaat te creëren voor creatieve bedrijvigheid.²⁴ Deze creatieve bedrijvigheid bestaat volgens Van de Kamp²⁵ uit creatieve ondernemingen die weer gedefinieerd kunnen worden als commerciële bedrijven die in symbolische goederen handelen. Onder symbolische goederen vallen de commerciële producten die een symbolische betekenis voor de consument in zich hebben. Film, literatuur, televisie, theater, muziek zijn creatieve producties met een symbolische waarde. Deze cultuuruitingen vind men meestal in een stad en zijn van meer-

²² Saris, J, Creativiteit en de stad, NAI, Rotterdam 2005

²³ Zukin, S., The Culture of Cities, USA, 1995

²⁴ Aalst en Beunderman, Agora 2004-1

²⁵ Van de Kamp, One eye sees, the other feels, Erasmusuniversiteit, Rotterdam, 2003

waarde voor een stad. Vandaar dat het begrip creatieve industrie onlosmakelijk met de creatieve stad verbonden is.

De creatieve industrie is een verzameling creatieve bedrijfstakken waar een groot deel van de creatieve productie plaats vindt. De term 'creatieve industrie' is een begrip afkomstig uit Engeland waar in 1998 de overheid al de nieuwe economie in verband bracht met dynamische bedrijvigheid (Van de Kamp, 2003). Men definieerde de creatieve industrie daar als volgt; *'activiteiten die voortkomen uit individuele creativiteit, vaardigheid en talent en die de mogelijkheid tot het scheppen van welvaart en werk in zich hebben door het genereren en exploiteren van de rechten op intellectueel eigendom'*²⁶.

Om het begrip creatieve industrie te operationaliseren heeft men in het document 'Cultuur en Economie'²⁷ drie categorieën afgebakend. Te weten: kunsten, media en entertainment, en creatieve zakelijke dienstverlening. Creatieve industrie benadrukt dat de kunsten een onderdeel van het dagelijkse leven zijn en verbonden met het sociale en economische leven. Tevens beseft men dat culturele en creatieve producties tot economische groei konden leiden, vanwege de productie en consumptie van goederen en de werkgelegenheid die het oplevert. Bijvoorbeeld door het ontstaan van musea en toeristische attracties is de creatieve industrie direct van economische waarde (Florida 2002).

Ook op een minder directe manier, de symbolische waarde, is de creatieve industrie van belang voor de economische ontwikkelingen in een stad. Mommaas (2004) beschrijft hoe kunst en cultuur de kwaliteit van het stedelijke klimaat kunnen verbeteren, en daarmee een bron vormen voor 'stedelijke levendigheid'.²⁸ Dit laatste is volgens Landry (2000) en Florida (2002) het meest essentieel. Kunst en cultuur geven een stad een jonge, trendy uitstraling, wat noodzakelijk is om mensen en bedrijven de stad binnen te krijgen, en te houden. De mensen die werkzaam zijn in de creatieve industrie, door Florida ook wel de creatieve klasse genoemd, worden namelijk juist door deze uitstraling, 'lifestyle' en het culturele klimaat aangetrokken. Bovendien halen zij ook andere creatieve sectoren binnen die niet direct gerelateerd zijn aan kunst, zoals adviesbureaus en technologische bedrijven, maar wel degelijk zorgen voor een economische impuls.

Ook de Nederlandse politiek heeft de economische meerwaarde van creatieve bedrijvigheid erkend.²⁹ Een beperkte definitie van de creatieve industrie omvat bedrijven, producenten en instellingen die zich direct bezig houden met 'initiële creatie' en dus nauw betrokken zijn bij het creatieve proces. In de praktijk zijn dit de autonome en gebonden kunsten, alle podiumkunsten, culturele evenementen, de AV, games en nieuwe media sector literatuur, journalistiek, vormgeving & design en architectuursector. Een ruime definitie van de creatieve industrie omvat de beperkte definitie plus de daarbij horende bedrijfskolom; alle producenten, distributeurs en verkopers die creatieve producten bij de consument brengen zoals bioscopen, schouwburgen, musea, bibliotheken en boekwinkels omroeporganisaties etc. Voor mijn onderzoeksvraag zal ik gebruik maken van de beperkte definitie van de creatieve industrie. Binnen culturele broedplaatsen ligt het accent van de creatieve productie bij de symbolische goederen waarbij de materiele functie naar de achtergrond verdwijnt

De creatieve industrie staat ook in Rotterdam in het middelpunt van de belangstelling. Vanuit gemeente en ondernemers is er een groot enthousiasme om creatief en innovatief talent en ondernemerschap te stimuleren. TNO heeft een onderzoek verricht naar de creatieve potenties in Rotterdam. Uit dit rapport blijkt dat de creatieve industrie in Rotterdam een relatief snelle groei doormaakt. De creatieve industrie is te onderscheiden in drie domeinen: de kun-

²⁶ Hodes, S., De creatieve stad en leisure, Amsterdam 2005

²⁷ Creativiteit in kaart gebracht, Raes & Hofstede, 2005

²⁸ Mommaas, H., De creatieve stad in tripolo, Agora 1, 2004

²⁹ Ministerie van Economische Zaken en OCW, creativiteit in kaart gebracht, Raes & Hofstede, Den Haag, 2005.

stensector, de media-en entertainmentsector en de creatieve, zakelijke dienstensector³⁰ De belangrijkste conclusies zijn dat met tienduizend voltijdbanen de creatieve zakelijke dienstverlening verantwoordelijk is voor 3,3 procent van de totale werkgelegenheid in de stad en dat de media en entertainmentindustrie de sterkst groeiende deelsector is met gemiddeld 13 procent per jaar in de periode 1996 tot en met 2003. Dat de AV-industrie binnen Rotterdam één van de economisch sterkst groeiende deelsectoren is, is niet verwonderlijk. Voordeel van de AV-industrie voor Rotterdam is de brede soort werkgelegenheid die het biedt. Sinds 1996 is de Audiovisuele sector speerpunt van beleid van de gemeente Rotterdam.

2.4 Vijf criteria voor de creatieve stad.

Om op mijn onderzoeksvraag of Rotterdam een creatieve stad is en welke rol culturele broedplaatsen daar in kunnen spelen, een antwoord te kunnen geven zal ik eerst het begrip moeten operationaliseren. Uit literatuur onderzoek is gebleken dat het begrip creatieve stad steeds terugkerende criteria kent die van invloed en belang zijn. In deze paragraaf introduceer ik, aan de hand van mijn literatuuronderzoek, een vijftal kenmerken voor een creatieve stad. Allereerst benoem ik de economische factor: het concept van de creatieve stad is grotendeels afhankelijk van economische aspecten zoals de aanwezige creatieve bedrijvigheid, de daaruit voorkomende culturele productie en werkgelegenheid en die uiteindelijk de gewenste economische groei bepalen. Ten tweede is er de stedelijke factor: dat wat een stad aantrekkelijk maakt en waardoor 'een creatieve klasse' zich daar wilt vestigen. Ten derde is er een creatieve factor: de grondstof waar de creatieve economie en creatieve stad op draait. Ten vierde noem ik de netwerkfactor: de onderlinge interne en externe verbanden die de stad in staat stellen nieuwe ideeën te genereren en in te bedden. Hoe groter het netwerk des te grotere de kans van slagen. Als laatste factor noem ik het overheidsbeleid: de aard van de bestuurlijke bemoeienis met het hele proces. De eerste vier factoren zijn meetbaar, de vijfde bijna niet, hij is anders van aard en heeft met inbedding te maken.

Deze vijf factoren, economisch, stedelijk, creatief, netwerk en beleid, vormen voor mij de meetinstrumenten waarmee de meerwaarden voor een creatieve stad kunnen worden getaxeerd en benoemd. Tevens dienen de vijf factoren als meetinstrument voor het analysemodel in hoofdstuk 4 betreffende Rotterdamse culturele broedplaatsen.

2.4.1 De economische factor

De economische factor verwijst naar de economische betekenis van creativiteit, die kan worden samengevat in het begrip creatieve economie. De definitie van de creatieve economie luidt als volgt: '*de economische benutting van cultuur en creativiteit als productiefactor die resulteert in exploiteerbare goederen en diensten*'.³¹ Binnen de creatieve bedrijfstakken zijn drie stadia te onderscheiden: de initiële creatie, de materiële productie en de distributie. De initiële creatie, het creëren van betekenis of symbolische waarde, vormt de kern van de creatieve industrie.

De economische waarde van creatieve producten bestaat uit twee componenten: de gebruikerswaarde en symbolische waarde. De economische waarde is de waarde van het culturele product wat resulteert in exploiteerbare goederen en diensten. De symbolische waarde is het imago of de esthetiek, maar ook de waarde die de consument zelf ervaart en bepaald.³²

Dit is ook de rol die culturele broedplaatsen kunnen innemen, 'het creëren van betekenis of symbolische waarde, waarmee gesteld kan worden dat deze (in)direct van economisch belang

³⁰ TNO, Rutten, P. Creatieve Industrie in Rotterdam, Delft 2005

³¹ Brinkhorst, L. & van der Laan, M., Ons creatieve vermogen, Ministerie van E.Z. & O.C.W., Den Haag, 2005

³² Ministerie van Economische Zaken en OCW, creativiteit in kaart gebracht, Raes & Hofstede, Den Haag, 2005

zijn'.³³ Maar ook de gebruikerswaarde van een exploiteerbaar cultureel product kan binnen culturele broedplaatsen plaatsvinden. De economische factor is ook de mate van aanwezigheid en stimulans die een stad biedt aan creatieve bedrijvigheid en de bijbehorende 'creatieve klasse'.³⁴ Maar andersom geldt ook dat wat creatieve bedrijvigheid aan economische impuls aan de stad biedt. Binnen de economische factor van de creatieve stad staat de mens en zijn culturele product centraal. Juist hun aanwezigheid zou een impuls geven en het economisch kapitaal van een stad vermeerderen.

Een groep die hier succesvol op kan inspelen is de allochtone creatieve ondernemer. Door demografische ontwikkelingen zal rond 2015 de helft van de Rotterdamse bevolking allochtoon zijn. De opkomst van de allochtonen ondernemer is hiermee onvermijdelijke en een niet te onderschatten ontwikkeling. In de komende jaren zal deze groep dan ook in steeds meer sectoren te vinden zijn en hun culturele product in belang toenemen.

2.4.2 De stedelijke factor

Maar niet alleen het aantrekken van specifieke 'economische dragers' is van economische meerwaarde, ook het herinrichten van ruimtelijke locatie speelt een cruciale economische rol. Is een gebied aantrekkelijk, toegankelijk en veilig genoeg om zich als bedrijf, creatieve ondernemer, festival of tijdelijk evenement te vestigen? De stedelijke factor verwijst dus naar de aantrekkelijkheid van de stad als vestigingsplaats. Volgens Florida (2001) zijn het niet langer de beschikbare banen die de locatiekeuze van mensen bepalen, maar de culturele faciliteiten in de stad. Van de Kamp (2003:22) stelt dat de aantrekkingskracht van steden mede bepaald wordt door de mate waarin deze dienen als een centrum waar informatie, ervaringen en nieuwe ideeën gedeeld worden.

*“Regio's die economisch willen innoveren en excelleren, kunnen niet zonder de creatieve klasse. Daarom is het als stad nodig een prettig leefklimaat voor deze klasse te scheppen”*³⁵. Men kiest eerder voor de stad waar men zich prettig en energiek voelt. Deze 'energie' heeft betrekking op de aanwezige uitgaansmogelijkheden, kosmopolitische cultuuruitingen, alternatieve circuits, geestverwantschap e.a.

De creatieve zelfstandige ondernemer kiest zelf in welke stad en afhankelijk van de financiële situatie in welke locatie hij gaat werken. Voor creatieve starters en alumni bieden culturele broedplaatsen een financiële aantrekkelijke locatie, een stedelijk netwerk en een klimaat van synergie en innovatie. Gezien de genoemde voordelen zullen starters eerder geneigd zijn om aansluiting in culturele broedplaatsen te zoeken. Daar deze culturele broedplaatsen meestal gehuisvest zijn in steden is het niet verwonderlijk dat zij een belangrijke rol in de stedelijke ontwikkeling kunnen spelen. Aangezien culturele broedplaatsen vaak in overtollige fabrieken of in onmin geraakte bedrijfspanden worden gehuisvest kunnen zij het behouden en hergebruiken van industrieel erfgoed, veelal monumentale gebouwen, van verwaarlozing of sloop redden. Daarnaast kunnen onontwikkelde of her-ontwikkelingsgebieden, door gebruik te maken van de aanwezigheid van culturele broedplaatsen, meerwaarde aan de wijk of regio bieden. Dit wordt ook wel het gentrificationproces genoemd. Voor kunstenaars hoeft dit proces niet altijd ten voordelen te verlopen. Door de meerwaarde en de daarbij horende stijging van de grondprijs worden plekken voor kunstenaars onbetaalbaar. Zij zullen genoodzaakt zijn om uit te wijken en op zoek te gaan naar nieuwe onontdekte gebieden, waarmee een nieuw 'gentrificationproces' in gang is gezet.

³³ Ministerie van Economische Zaken en OCW, creativiteit in kaart gebracht, Raes & Hofstede, Den Haag, 2005

³⁴ Mommaas, H., De creatieve stad in tripolo, Agora 1, 2004

³⁵ TNO, Rutten, P. Creatieve Industrie in Rotterdam, Delft 2005

2.4.3 de creatieve factor

“Creativiteit laat zich lastig organiseren omdat creativiteit slecht regels verdraagt”. Minister Brinkhorst deed deze uitspraak op het congres over creativiteit en innovatie.³⁶ Hiermee omschrijft hij tevens ook het lastige proces van definiëren en operationaliseren van het begrip creativiteit. De kern van Florida’s betoog is, dat door de toenemende globalisering bedrijven permanent op zoek zijn naar de plekken waar talent en creativiteit zich ophouden. Maar volgens Florida en Landry moet het begrip creativiteit, in samenhang met de creatieve economie en de stad, niet alleen meer gezocht worden in het exclusieve scheppende domein van de kunstenaar maar juist in het aanwezige potentieel van de stad: het creatieve kapitaal. Van der Steenhoven³⁷ omschrijft het creatieve kapitaal van de stad als ‘een verzameling van omgevingsfactoren die mensen en organisaties in staat stellen tot creativiteit’. Door juiste prikkels af te geven kunnen er creatieve denkprocessen ontstaan, en juist dat creatieve denkvermogen zorgt voor innovatie waardoor creativiteit kan bijdragen aan economische productiviteit en concurrentiekracht in de samenleving.³⁸ ‘Creativiteit is het proces waarbij nieuwe ideeën worden geproduceerd, terwijl innovatie het proces is waardoor ze worden geïmplementeerd’. (Van der Kamp 2003) Creativiteit en innovatie gaan dus hand in hand. Zonder creativiteit hebben we geen nieuwe producten, diensten, processen strategieën of organisatievormen.³⁹

Het begrip creativiteit kan zowel economisch als op andere manieren geïnterpreteerd worden. Mihaly Csikszentmihalyi⁴⁰ brengt creativiteit in verband met geluk, intense momenten van absorptie en de ervaring in momenten van creatieve activiteit vergeten aanwezig te zijn; ze zitten in een 'flow' en laten zich niet afleiden. “Creativiteit is elke daad, elk idee of product dat een bestaand gebied verandert of dat een bestaand gebied verandert in een nieuw gebied”.⁴¹

2.4.4 de netwerkfactor

Naast de clustering die zich in het fysieke manifesteert, zijn ook de door Castells beschreven netwerken⁴² van groot belang voor de creatieve stad. Gestimuleerd door nieuwe technologieën, bijvoorbeeld het Internet, zullen er volgens Castells (1996: 412) in de nieuwe economie steeds meer kleine flexibele bedrijven ontstaan, gericht op hoogwaardige kennis waarin de netwerken een dominante rol spelen. Niet langer is er sprake van een 'space of places', maar een 'space of flows' waar het gaat om informatiestromen. Bij clustering gebeurt het tegenovergestelde proces, waarin voornamelijk het belang van face-to-face en de fysieke nabijheid van de verschillende partijen voorop staan. Door de steeds verdergaande ontwikkeling van het Internet en de (computer) technologie zou wellicht een nieuwe vorm van clustering kunnen ontstaan die zich vooral, of in ieder geval steeds meer, in het virtuele afspeelt. Daarnaast zouden gebruik van de ruimtes en de gewenste faciliteiten kunnen veranderen. Zo zullen eisen aan werkruimten zoals het oppervlakte, het aantal ramen en situering misschien verschuiven naar eisen over de technologische faciliteiten, zoals de aanwezigheid van elektriciteit, computers, andere hardware, software en een Internetaansluiting. Het is wat dat betreft niet zo dat de eisen aan de fysieke locaties in de netwerkstructuur verdwijnen maar eerder verschuiven. Er zijn echter ook andere vormen van netwerken die niet in het virtuele, maar juist wel in het fysieke plaatsvinden maar minder

³⁶ Innovation Lecture, Ministerie van Economische Zaken: Den Haag, april 2005

³⁷ Creativiteit en de stad, pag.98, NAI, Rotterdam 2005

³⁸ D.Jacobs, creativiteit en economie, 2005

³⁹ TNO, Rutten,P. Creatieve Industrie in Rotterdam, Delft 2005

⁴⁰ Csikszentmihalyi, M., Creativity, flow and the psychology of discovery and invention; 1996,Harper Collins- New York

⁴¹ Csikszentmihalyi, M. Creativiteit, Boom Amsterdam, 1999

⁴² Hitters,E.,Van Aalst,I.: ‘The place 2B’, 2004

formeel zijn dan de werkplaatsen: zoals festivals, cafés enz. Ook deze netwerken spelen een grote rol in de ontwikkeling van de creatieve industrie. De stad als creatief web.

2.4.5 de beleidsfactor

Hitters en Van Aalst⁴³ beschrijven aan de hand van twee voorbeelden - de Witte de Withstraat (Rotterdam) en de Westergasfabriek (Amsterdam) - twee manieren waarop een stad om kan gaan met het beleid rond de culturele clusters. Ten eerste is er de 'top-down' strategie waarbij culturele clusters vanuit gemeentelijk initiatief worden opgezet en aangezet. Een goed voorbeeld is de Westergasfabriek in Amsterdam. De tweede strategie is de 'bottom-up'. Deze laat de clustering aan particuliere initiatieven over zodat clusters op een organische wijze ontstaan. Het voordeel van de eerste vorm is dat er een duidelijke visie bestaat over de wijze waarop het cluster is opgebouwd en hoe de verschillende partijen binnen het cluster met elkaar samen kunnen of moeten werken. Het nadeel is dat deze vorm, door de strikte sturing van bovenaf, innovatie belemmert omdat die over het algemeen uit spontane initiatieven ontstaat. Die spontaniteit is bij de 'bottom-up' strategie veel meer aanwezig, maar de innovatie is door de kleinschaligheid van de bedrijven niet zo groot. De vraag is wat de beste manier is om de startende ondernemers en de broedplaatsen te stimuleren. De invulling daarvan zou echter ook door de ondersteuning van een bottom-up strategie plaats kunnen vinden. Over het algemeen ontstaan vrijplaatsen meer vanuit een bottom-up strategie en worden de economische broedplaatsen vanuit een top-down strategie benaderd. Florida gaf aan dat het belangrijk is om niet alleen de geïnstitutionaliseerde kunsten te stimuleren, maar juist meer te investeren in de (informele) subculturen, de 'straatscène' omdat zij zo belangrijk zijn voor de vernieuwende, creatieve sfeer in een stad die de creatieve klasse aan moet trekken. Zo werden in Londen vanuit de gemeente juist de lokale, meer alternatieve initiatieven gestimuleerd, wat het leefklimaat van de stad verbeterde, aldus Mommaas.⁴⁴

⁴³ Hitters, E., Van Aalst, I.: 'The place 2B', Explaining and exploring the logic of Urban clusters: Rotterdam, 2002

⁴⁴ Mommaas, H. De creatieve stad in tripolo, Agora 1, 2004

2.5 De creatieve stad volgens Florida

Nu de kenmerken van een creatieve stad benoemd en gedefinieerd zijn, zullen deze verschillende niveaus over de theorie van Richard Florida worden gelegd. Anders gezegd, wat zegt Florida over deze vijf factoren van de creatieve stad. Florida stelt dat “creativiteit de motor is van de economie”. Hierin gaat het niet zozeer om de kennis als wel om het vinden van creatieve toepassingen van deze kennis. Deze creativiteit is volgens Florida aanwezig bij de creatieve klasse. Om deze creatieve klasse aan je stad te binden moet de stad de drie T’s van Tolerantie, Technologie en Talent in zich hebben. Volgens Florida is de ideale definitie van een creatieve stad:

‘het vermogen om de punten van de technologie, cultuur, maatschappij en economie met elkaar te verbinden en zo een werkelijk creatieve wereld te scheppen waar ieder individu zijn potentieel maximaal kan verwezenlijken’

2.5.1 Economische factor

Florida stelt dat de gezamenlijke koppeling en groei van technologische innovatie en creatieve inhoud steeds meer de motor van de economie is geworden. Maar ook dat creativiteit al veel langer een economische kracht bezit en ten grondslag ligt aan alle economische bewegingen (Florida: 56). Met dit verschil dat in het huidige creatieve tijdperk creativiteit niet langer de externe noodzakelijke impuls is maar de regel. Niet langer zijn het de afgeleide producten van creativiteit, maar de ideeën zijn de nieuwe economische goederen geworden die verhandeld worden. Deze omslag heeft ervoor gezorgd dat we van een zogenaamd ‘corporated’ systeem naar een meer ‘people-driven’ systeem zijn gegaan. Florida onderscheidt de economische waarde van de creatieve industrie in een directe en indirecte waarde. De directe economische waarde, vanwege de productie en consumptie van goederen, en de werkgelegenheid die het oplevert, bijvoorbeeld door het ontstaan van musea en toeristische attracties. De indirecte economische waarde is te omschrijven als de symbolische waarde, zij hebben niet direct een meetbare meerwaarde maar zijn op een minder directe manier van belang voor de economische ontwikkelingen in een stad. Kunst en cultuur kunnen de kwaliteit van de stedelijkheid verbeteren en daarmee een bron vormen voor ‘stedelijke levendigheid’, waardoor de kwantificeerbare waarde gemeten kan worden aan o.a. het aantal bezoekers van cultuurconsumptie. Tevens stelt Florida dat de creatieve economie driedig is. Technologie: daarbij gaat het om nieuwe systemen en investeringen voor creativiteit. Talent: waarbij de werknemer gestimuleerd wordt de productie te beïnvloeden met ideeën voor het produceren van nieuwe en meer effectieve modellen van goederen en diensten. Tolerantie: een energieke stedelijke klasse welke geleid wordt door creativiteit.

De creatieve economie zou op vrijwel elk product meerwaarde genereren. Ook de toegevoegde creatieve waarde van een product, zoals de bedenkers, ontwerpers, illustratoren en distributeurs van bijvoorbeeld een pak Cornflakes, leveren volgens Florida een belangrijke bijdrage aan de creatieve economie en maken deel uit van zijn creatieve klasse. Dit milieu, de creatieve klasse, staat open voor culturele, artistieke, economische en technologische creativiteit. Tevens zorgt deze klasse ervoor dat alle vormen van creativiteit in de stad kunnen wortelen. Florida stelt dat de basis van deze creatieve klasse economisch is omdat zij economische waarden uit hun creativiteit halen. De creatieve klasse vormt volgens Florida een alternatieve maar steeds meer normstellende groep van de samenleving. Zo hebben zij alternatieve waarde ‘mainstream’ gemaakt en de traditionele arbeidsethos van hard werken geadopteerd en gherwaardeerd.

2.5.2 Stedelijke factor

“Creatieve mensen vind je niet meer waar de werkgelegenheid is, zij kiezen voor steden met een groot creatief belang”. Hiermee concludeert Florida dat het stedelijke aspect een cruciale rol speelt. Creatieve mensen kiezen niet meer voor de economische bedrijvigheid van een stad maar voor de ‘belevingsfactor’ van een stad (Florida: 283). Volgens Florida zoeken creatieve mensen een plek op met meer mogelijkheden tot het ontwikkelen van een eigen identiteit als creatief persoon. Er moet een kritische massa aanwezig zijn die mogelijkheden tot reflectie biedt. Maar ook moet deze plek authentieke, kenmerkende karaktereigenschappen bezitten, liefst passend bij de regio. Met het laatste doelt Florida net als Jacobs (1961) op de aanwezigheid van authentieke gebouwen en plaatsen die een unieke en originele ervaring bieden (Florida: 228). Authenticiteit is volgens Florida een werktuig voor de creatieve stad geworden. ‘Live the life’ is een ander nieuw ideaal geworden en is een pakket vol intense, multi-dimensionale ervaringen die de creatieve klasse dient te versterken in zijn identiteit als creatief persoon (Florida:166.) Hierdoor heeft het begrip ‘vrijtijdseconomie’ aan belang gewonnen. Straatcultuur speelt een belangrijke rol in deze multi-dimensionale ervaringen. De creatieve klasse kiest eerder voor een organische, natuurlijke straat vol cultuur dan voor geïmporteerde georganiseerde culturele activiteiten: ‘*It is not just a scène but many: music scène, art scène, film scène, nightlife scène, gay scène etc.*’ (Florida: 182) De creatieve klasse van Florida laat zich dus verleiden door stedelijke motieven zoals locatiekeuze, de lifestyle waar zij zich mee kunnen identificeren en die aansluit op hun eigen beleving, de sociale interactie, de diversiteit van de bevolkingssamenstelling van een stad en de authenticiteit .

2.5.3 Creatieve factor

Volgens Florida kan creativiteit op verschillende manieren een bijdrage leveren aan de stad. Creativiteit ontstaat meestal op de straat en trekt zich niets aan van geloof, ras, geslacht en etniciteit en in talloze vormen aanwezig is. Zo noemt hij de technologische creativiteit - het vermogen om nieuwe producten en processen te bedenken - cruciaal. Maar ook economische creativiteit - ondernemers die technologie weten om te zetten in commerciële innovatie - is noodzakelijk. Daarnaast onderscheidt Florida nog de esthetische, de stilistische, de culturele, de artistieke, de muzikale, de burgerlijke, de politieke en de bestuurlijke creativiteit. Met deze opsomming is het niet verwonderlijk dat Florida stelt dat ‘ieder mens een creatief potentieel heeft en ieder mens creatief is’. Daarom behoort een dergelijk grote bevolkingsgroep bij Florida tot de ‘creatieve klasse’.

De creatieve klasse van Florida bestaat uit twee componenten; de creatieve kern en de creatieve professionals (Florida: 69). De creatieve kern zijn de individuen die nieuwe technologische en/of creatieve ideeën creëren. Hun taak bestaat uit het produceren van nieuwe vormen of ontwerpen die eenvoudig zijn over te dragen en een hoge mate van bruikbaarheid bezitten. Dit is de groep wetenschappers, musici, ontwerpers, kunstenaars, architecten, filmers etc. De tweede groep, de creatieve professionals, bevinden zich rond de kern en hebben te maken met complexe problemen die uit deze ideeën voortkomen. Deze creatieve professionals houden zich voornamelijk bezig met creatieve oplossingen met betrekking tot complexe kennis voor specifieke problemen. Hieronder vallen bij Florida de groep culturele managers en creatieve beleidsmakers. De kunstenaar, aanwezig in de culturele broedplaatsen, behoort tot de harde kern van de creatieve klasse en heeft een andere beroepspraktijk en een ander belang dan de werknemer in de organisatie waar creatieve processen plaats vinden. Een kunstenaar onderscheidt zich in het creatieve proces met iets scheppends en uitvoerends bezig zijn.

Een ander kenmerk voor de creatieve klasse is volgens Florida dat zij wordt gedreven door de intrinsieke beloning waardoor de inhoudelijke kant van het werk en de werkomgeving belangrijker zijn dan het inkomen. Ook de creatieve werkplek wordt door Florida benoemd

als een belangrijke karakteristiek voor de creatieve klasse. Zo zouden zij graag in ruimtes ver-
toeven met hoge plafonds, veel daglicht, geen rommel en waar een overdaad aan hangplekken
aanwezig is; de zogenaamde ‘no-collar workspace’ (Florida:122). Deze ‘no-collar’ werkplek-
ken onderscheiden zich niet alleen fysiek maar ook op sociaal-maatschappelijk gebied. Er
heerst een informele werksfeer, er zijn geen kledingvoorschriften en de werktijden zijn flexi-
bel in te richten. Een ander eigenschap van de creatieve klasse die hij onderscheidt, ligt vol-
gens Florida in de tijdsbeleving. De creatieve klasse kent meer flexibiliteit in tijdsindeling.
Door de complexe verwevenheid tussen werk en privé geniet de creatieve klasse een rijkere
vorm van flexibiliteit. Zo zijn informele werktijden en werkplekken niet ongewoon (Flori-
da:152). Juist in deze werkhouding onderscheidt de creatieve klasse zich van de werkende
klasse. Waar de werkende klasse een protestante werkhouding erop nahoudt (hard werken,
groot plichtsbesef) streeft de creatieve klasse meer een bohémienne ethiek na, waar de nadruk
ligt op plezier, geluk en het waarderen van het leven.

2.5.4 Netwerkfactor

In tegenstelling tot wat Putnam⁴⁵ beweert: - dat sterke sociale banden ook het sociaal-
economische kapitaal vergroot - beweert Florida juist het tegenovergestelde. De creatieve
klasse van Florida opteert eerder voor de ‘quasi anonimiteit’ dan dat men verlangt naar de
sterk sociaal, hechte gemeenschap van Putnam (2000). Met deze bevinding stelt Florida dat de
huidige samenleving in het creatieve, economische tijdperk sterk verschilt met het gemeen-
schapsmodel van vroeger. Doordat de ‘close-knit’ groep vast wilt houden aan tradities wordt
er niet genoeg ruimte gecreëerd voor nieuwe creatieve stromingen. Waar vroeger sterke socia-
le banden -strong ties- economisch belangrijk waren, geldt dat nu voor de zwakke sociale
banden, ‘weak ties’. Zij zijn het sleutelmechanisme voor de mobilisatie van financiën, creativi-
teit, ideeën, en informatie. Zwakke banden zouden voor het vinden van werkgelegenheid be-
langrijker zijn dan sterke banden. We zijn ‘footlose’ geworden en sterke banden kunnen onze
mobiliteit tegenhouden. Zwakke banden echter vereisen minder onderhoud en investering en
kunnen pragmatischer ingezet worden. De creatieve klasse van Florida wil niet langer gedo-
mineerd en belemmerd worden door deze sterke banden.

Florida noemt deze inwoner ook wel ‘*de Flaneur*’; een burger die zonder sterke familieban-
den en overige bemoeienissen een eigen leven wil opbouwen. Florida vreest dan ook dat er
een duidelijke tweedeling tussen gemeenschappen zal gaan ontstaan met verschillende institu-
ties, economieën, inkomens, etniciteiten, rassen, politiek en religie. De eerste groep noemt
Florida:

1. de creatief diverse groep: deze groep bestaat uit een cosmopolitane mix van hich-tech
mensen, kunstenaars, bohémiens, wetenschappers, ingenieurs, kortom de ‘creatieve
klasse’ van Florida
2. De ‘close-knit’ gemeenschap: deze groep is volgens Florida op de kerk gebaseerd en
bestaat uit de oudere werknemers, de arbeidsklasse en de plattelandsbevolking.

De eerste groep is in opkomst en daarom economisch dominant en interessant. Mede doordat
er bij de creatieve klasse niet duidelijk een scheiding tussen werk en privé is aan te brengen is
tijd en plaats een abstract begrip geworden. Hierdoor geniet de creatieve klasse “een rijkere
vorm aan flexibiliteit” die het mogelijk maakt om te wonen waar, en te werken wanneer men
dat wilt. “*Our work can follow us where ever we are*”. Het is al eerder gezegd: creatieve pro-
cessen laten zich niet sturen, dus ook niet in ruimte en tijd.

⁴⁵ Putnam,R., Bowling Alone, New York, 2000

2.5.5 Beleidsfactor

Kunst en cultuur geven een stad een jonge, trendy uitstraling, wat noodzakelijk is om mensen en bedrijven de stad binnen te krijgen en te houden. De creatieve klasse wordt namelijk juist door deze uitstraling en *lifestyle* aangetrokken. Bovendien halen zij ook weer andere creatieve sectoren binnen die niet direct gerelateerd zijn aan kunst, zoals adviesbureaus en technologische bedrijven, maar wel degelijk zorgen voor een economische impuls. Afgaande op beleidsnotities en innovatiestrategieën stelt Florida dat creativiteit tot uitdrukking komt op universiteiten, bedrijfsbroedplaatsen, culturele instellingen en laboratoria. De aanwezigheid van een universiteit is slechts één facet van de benodigde infrastructuur voor een creatieve stad en basisvoorwaarde voor de infrastructuur van de creatieve economie (Florida: 291). Hij pleit voor een aantrekkelijk stedelijk klimaat waarbij de drie T's als beleidsinstrument dienen en niet alleen worden ingezet voor het creëren van een creatieve economie maar voor het creëren van een creatieve gemeenschap. Want zegt Florida; “*een creatieve economie kan je niet duurzaam opbouwen op slechts dertig procent van de beroepsbevolking (creatieve klasse)*”. Florida pleit dan ook om de overige zeventig procent van de beroepsbevolking, door hun werk creatiever te maken, bij het productieproces van de creatieve klasse te betrekken. “*Een creatieve economie is nog geen creatieve samenleving*”.

2.6 De creatieve stad volgens Landry

Eind jaren tachtig ontstonden er in Engeland twee onafhankelijke organisaties die als denktank fungeerden en zich bezig hielden met het begrip van de creatieve stad: Demos en Comedia. Charles Landry en Franco Biancchini maakten hier deel vanuit en introduceerden als eersten het begrip ‘de creatieve stad’. Doel van deze organisaties was om de in verval geraakte industriële steden uit het slop te halen en nieuw elan te geven. In de vitaliserende plannen voor de stad zocht ook Landry naar een nieuwe economische groei en vond dit in de factor creativiteit: “*I wanted to discovered the ways in witch creativity can be organized and how creative people can be managed*”. Landry stelt dat er zeven factoren aanwezig moeten zijn voor een creatieve stad: creatieve mensen, menselijke diversiteit die toegang heeft tot talent, intentie en leiderschap, een openhartige cultuur, een sterke positieve lokale identiteit, stedelijke gebouwen en faciliteiten en de mogelijkheid tot netwerken.

In tegenstelling tot Florida koppelt Landry er geen klasse aan maar ziet hij creativiteit als een vanzelfsprekende eigenschap die bij een stad hoort. Deze moet aangeboord worden om de stedelijke samenleving een nieuwe impuls te geven. Volgens Landry kan met creativiteit hardnekkige sociale en maatschappelijke problemen aangepakt worden en tegenwicht bieden. Dit kan variëren van het ‘aanpakken van drugoverlast en daklozen tot het creëren van welvaart of verrijken van de visuele omgeving’.⁴⁶ Maar tegenwoordig ziet Landry dat er een hype rond de creatieve stad ontstaat, waar men alleen maar bezig is strategieën en plannen te ontwikkelen om kunsten en kunstenaars te ondersteunen met passende ‘institutionele infrastructuur’, zoals subsidies en huisvesting. In de definitie van de creatieve stad zijn volgens Landry niet alleen kunstenaars en culturele producenten- die werkzaam zijn binnen de creatieve industrie- creatief, maar ook de ambtenaar, de politicus, de wetenschapper, de zakenman en de maatschappelijk werker kunnen een zekere mate van creativiteit vertonen. Een creatieve, verbeeldingsrijke stad moet in Landry’s ogen ‘talent herkennen, koesteren, aantrekken en onderhouden, zodat ideeën, talenten en creatieve organisaties gemobiliseerd worden om juist deze groep te behouden. De uitdaging bij Landry ligt in het koppelen van creativiteit en talent voor de stad.

2.6.1 Economische factor

‘Cultuurmiddelen vormen de grondstoffen en waardegrondslag voor de creatieve stad waarbij creativiteit de methodiek is om deze bronnen te exploiteren en te laten groeien’. (Charles Landry). Landry heeft al vroeg onderkend dat culturele middelen en kwaliteit van leven in een stad verband houden met economische ontwikkelingen en het scheppen van banen. Landry (2001) stelt dan ook dat een stad heel goed creatief kan zijn, maar vaak de analytische, evaluatieve en financiële vaardigheden mist om innovatieve oplossingen te ontwikkelen. ‘Creativiteit is een absolute preconditionie voor innovatie, maar als het om de maximale creatieve potentie van een stad gaat is innovatie de belangrijkste grondstof’ (Landry: 15). Om van creativiteit tot innovatie te komen zal er eerst een evaluatieproces aan vooraf moeten gaan. Door dit proces zie je dat sommige steden zich kunnen specialiseren in creativiteit en andere in innovatie. Al snel werd duidelijk dat cultuurmiddelen belichaamd werden door mensen met talent en speciale vaardigheden. Cultuurmiddelen zijn de ruwe grondstoffen van een stad waarbij creativiteit de methodiek is om deze bronnen aan te boren en te helpen groeien. Landry stelt dan ook dat creativiteit een van de pre-condities is voor de creatieve stad en zijn creatieve industrie; de laatste is de snelst groeiende stedelijke economie.

Waar Florida het nog heeft over de creatieve klasse, hanteert Landry een breder begrip: ‘creatief milieu’. Hieronder verstaat Landry: “*een plaats die alle benodigdheden bevat in ter-*

⁴⁶ Landry, C., Origines van de creatieve stad, in *Creativiteit en de stad*, NAI, Rotterdam 2005

men van 'harde' en 'zachte' infrastructuur om een stroom van ideeën en vondsten op gang te brengen".⁴⁷ Het hart van het creatieve milieu vind je in de clustering van creatieve mensen en bedrijven op een locatie. Willen creatieve steden dus een belangrijke rol spelen in de kennis-economie dan zullen zij bepaalde voorwaarden moeten ontwikkelen en versterken.⁴⁸ Enkel het aantrekken van creatief kapitaal, de zgn. 'software' voor een stad volstaat niet. Van essentieel belang is het versterken van dit creatief kapitaal. De voorwaarden voor een creatieve stad zullen ten eerste komen te liggen om de aanwezigheid van het creatieve talent. Landry stelt dat creativiteit zijn legitimiteit aan de kunst en het artistieke proces ontleent en bepaalde eigenschappen bezit die goed aansluiten bij de creatieve economie. Hierbij ligt volgens Landry de nadruk eerder op 'denkkracht' dan op 'spierkracht' en dat vraagt verbeeldingskracht en scheppingsdrang. "*Think creatively, plan creatively, act creatively!*"

2.6.2 Stedelijke factor

Landry's boek 'The Creative City' is geschreven vanuit een diepgewortelde Europees stedelijke cultuur. Het 'oude stadsplein', de agora, met zijn sociaal maatschappelijke functie is een Europees voorbeeld die in bijna alle steden is terug te vinden. Deze stadspleinen werkten mee aan een gezond stedelijk klimaat vanwege de interactie die er tussen de verschillende culturen plaats vond. "*The feeling that urban life itself has a self-sustaining quality beyond the individual; the notion that mixing, diversity and culture create potential*"⁴⁹.

Landry omschrijft de stedelijke factor als een creatief milieu, een fysiek stedelijke omgeving waarin mensen zich aangespoord voelen om mee te doen, te communiceren en te delen. Om een creatief milieu te verkrijgen, merkt Landry op, dat steden snel de neiging hebben om creatieve milieus te kopiëren of te adopteren. Ook Rotterdam heeft hier veelvuldig gebruik van gemaakt (zie 2.9) maar volgens Landry (1998) moeten nieuwe identiteiten vaak gezocht worden in bestaande kwaliteiten van een stad. Dit van groot belang om tot een creatief proces en product te komen waarbij het tevens als instrument kan dienen voor stedelijke revitalisering. Het creatieve proces staat aan de basis van een cultureel product, waarin een idee wordt omgezet in innovatie.⁵⁰ Vaak bevinden deze creatieve milieus zich in leegstaande pakhuizen die verbouwd werden tot 'kweekplaatsen' voor nieuwe bedrijven en talent.

Een creatief milieu is dus een plek, een gebouw of cluster, een gedeelte van een stad, een stad, of zelfs een hele regio die de noodzakelijke software bezit evenals een 'harde en zachte infrastructuur'. Onder 'harde infrastructuur' verstaat Landry de gebouwen en instituties zoals opleidingen, onderzoeksinstituten, culturele instellingen en faciliteiten en andere ontmoetingsplaatsen, maar ook ondersteunende diensten zoals transport en gezondheidsdiensten. Onder de zachte infrastructuur verstaat Landry een hoogopgeleide, flexibele beroepsbevolking, dynamische denkers, scheppers en uitvoerders, de mogelijkheid om excentriekeling de ruimte te geven, sterke communicatiekanalen en een aangenaam ondernemersklimaat.

In het kader van de stedelijke revitalisering pleit Landry(2000) voor speciale ruimtes voor kunstenaars en culturele ondernemers waar zij tegen een redelijke huur gezamenlijk kunnen werken. In veel gevallen helpt de aanwezigheid van kunstenaars in de wijk tegen verpaupering en wordt een neerwaartse spiraal doorbroken. Kunstenaars opteren niet voor objectieven kenmerken van een gebouw of locatie, maar voor de sfeer die het uitstraalt. Waar een Gemeentebestuur een wijk of gebied als kansloos heeft betiteld kan de ontwikkeling van broedplaatsen in dit gebied deze zwakte omzetten in een sterkte.

⁴⁷ Landry, C., *Origines van de creatieve stad*, in *Creativiteit en de stad*, NAI, Rotterdam 2005

⁴⁸ Landry, C., : *The Creative City, a Toolkit for Urban Innovators*, 2000, Comedia UK

⁴⁹ Landry, C., : *The Creative City, a Toolkit for Urban Innovators*, p. XIV, 2000, Comedia UK

⁵⁰ Tuunter, *Agora* 5, 2001.

2.6.3 Creatieve factor

Landry (2000) stelt dat in principe ieder mens in potentie creatief is, maar dat opvoeding en vormende ervaringen, persoonlijkheid, motivatie en praktijkervaring bepalen of deze creativiteit tot uitdrukking komt. Er zijn verschillende en schijnbaar tegenstrijdige soorten van creativiteit zijn, zodat creativiteit niet alleen in verband moet worden gebracht met het uiteindelijke product maar ook met het denkproces. Deze manier van denken moedigt innovatie aan en schept nieuwe mogelijkheden. In deze betekenis is creativiteit een modern concept geworden omdat het 'het nieuwe', de vooruitgang en voortdurende veranderingen benadrukt.

In zijn 'toolkit' introduceert Landry dit denkproces als creatieve uitingsvorm met het begrip, 'het holistisch denkvermogen'. Het is een spirituele benadering van het creatieve gedachtegoed voor een creatieve stad waar men met een 'helikopterview' ontdekt dat alles met elkaar in verband staat en alles met elkaar verbonden is. Creatief denken is volgens Landry een manier 'om ons los te maken van stijve vooroordelen en onszelf open te stellen voor complexe fenomenen die niet altijd uitgelegd kunnen worden aan de hand van logica'. Tevens is het een manier om onontdekte mogelijkheden waar te nemen. *"The recognition that everything is connected exposes the limitations of compartmentalized thinking, revealing possibilities neither fully understood nor exploited"*.⁵¹

Landry onderscheidt zes gebieden (ontleend aan de Italiaanse socioloog en psycholoog Alberto Melucci) waar creativiteit zich in bevindt, de kunsten, wetenschap, advertentie en communicatie, organisatie en zakelijk bestuur (business management), jongeren subculturen en collectieve bewegingen. Volgens Landry laten stadsbesturen zich slechts door twee gemakkelijk te definiëren gebieden inspireren, de zakelijke organisatie (business management) en de advertentie en communicatie (stadsmarketing). Deze gebieden zijn voor de meeste stadsbesturen eenvoudig te begrijpen, maar zijn te mager om te dienen als rationeel bestuursinstrument voor een creatieve stad. Landry pleit dan ook voor het 'holistisch denkvermogen'.

Belangrijke factor van creativiteit is dus het holistisch denkproces; een driedimensionaal denkvermogen en een toestand van 'flow', een proces van creativiteit waarin innovatie en schepping kunnen ontstaan. Om vanuit deze toestand van 'flow' tot een innovatie of creatief proces te komen is het de uitdaging van creativiteit om te herkennen dat tegenpolen deel kunnen uitmaken van hetzelfde geheel. Maar wil creativiteit impact hebben op een stad dan moet er volgens Landry met de buitenwereld gecommuniceerd worden anders blijft creativiteit pure zelfexpressie.

2.6.4 Netwerkfactor

Onontbeerlijk voor de ontwikkeling van een creatieve stad is de netwerkfunctie die een stad aan de kunstenaar, cultuurproducent biedt. Hier kunnen contacten gelegd worden met collega's, culturele sleutelfiguren en met een publiek wat openstaat voor vernieuwende creatieve producties. Een creatief milieu is essentieel voor het creatieve proces en vice versa. Landry(2000:133) omschrijft een creatief milieu als zijnde een fysieke plek waar een kritische massa bestaande uit ondernemers, intellectuelen, sociaal-activisten, kunstenaars, bestuurders, makelaars, studenten en wetenschappers kunnen opereren in een 'open-minded', kosmopolitische context en waar face-to-face interactie kan resulteren in nieuwe ideeën en innovatie. "Een volwaardig creatief milieu kan alleen bestaan met noodzakelijke behoeften als 'software', 'harde infrastructuur', en 'zachte infrastructuur'".⁵²

De 'zachte infrastructuur' van Landry's creatieve milieu is een systeem van sociale netwerken en associatieve structuren, die de stroom van ideeën tussen individuen (de software) en instituten (de hardware) ondersteunt en aanmoedigt. Deze sociale netwerken kunnen be-

⁵¹ Landry; The Creative City, pag. 17, 40

⁵² Tuunter, Agora 5, 2001, Landry, 2000: 133

staan uit regelmatige ontmoetingen in een (business)club, informele overleggen, netwerkborrels, de face-to-face contacten of via informatie technologie, de zgn. virtuele contacten. De ‘zachte infrastructuur’, sociale netwerken, liggen volgens Landry in het hart van het creatieve milieu en vragen daarom ook om een flexibele organisatiestructuur met een hoge dosis vertrouwen, zelfverantwoordelijkheid en meestal ongeschreven sterke principes. Daarbij moeten de intentie en de bereidheid aanwezig zijn om het sociale netwerk uit te breiden en te laten slagen.

Landry gebruikt in deze context de door Amin & Thrift geïntroduceerde term ‘Institutional thickness’⁵³, een combinatie van veelvoudige culturele organisaties, belangengroepen, onderwijsfaciliteiten, lokale gemeenschappen, particulieren, etc., die op microniveau op elkaar inwerken en elkaar versterken naar een algemeen erkend doel in de lokale economie. Het stimuleert ondernemers zich eerder in een stad te gaan vestigen. Tevens verstevigt het de lokale inbedding van een creatief cluster, terwijl gelijktijdig bij ondernemers en kleine zelfstandige het vertrouwen in economische zin wordt gevoed, relaties worden verstevigd en informatie wordt uitgewisseld.

Nu de creatieve industrie gezien wordt als de nieuwe economische motor kan deze combinatie van samenwerken van verschillende partners het economische doel dienen. ‘Institutional thickness’ bepaalt dan ook in welke mate culturele clusters succesvol zijn en succesvol werken en de lokale economische capaciteit kunnen vergroten. De factoren die ‘institutional thickness’ in gang zetten zijn afhankelijk van de samenwerking, interactie en coalities tussen (individuele, lokale, culturele) ondernemers, lokaal en gemeentelijk beleid, en publieksprivate samenwerkingen. Hoe actiever deze samenwerking des te groter de kans op synergie, innovatie en dikte van ‘institutional thickness’. Op haar beurt is deze weer afhankelijk van sociale en culturele factoren voor de economische ontwikkeling. Hierdoor is zij dan ook dicht verwant aan de regionale economie en kan gezien worden als een stimulerend gemeentelijk, regionaal netwerk waarin culturele ondernemers gestimuleerd worden nauwere en intensievere samenwerkingsverbanden aan te gaan⁵⁴ en ‘institutional flexibility’ (Landry 2000).

Deze begrippen zijn in mijn optiek van essentieel belang voor de inbedding van culturele broedplaatsen in Rotterdam. Bij institutional thickness gaat het dus niet over de aanwezigheid van fysieke ruimtes, zoals met een broedplaatsenbeleid, maar over de aanwezigheid van een combinatie van een aantal elementen zoals een sterke interactie tussen instituties, een collectief culturele vertegenwoordiging op politiek niveau, en het ontwikkelen en bijstellen van een gemeenschappelijk gevoel over industriële en culturele waarden.

2.6.5 Beleidsfactor

Landry’s benadering biedt een belangrijk beleidsinstrument voor stedelijke revitalisering. De cyclus van stedelijke creativiteit is volgens Landry (Landry: 225) een dynamisch proces dat een zekere vorm van stedelijke creatieve energie probeert te scheppen, deze te bundelen en in te zetten in de stad. Het is een proces waarin vele partners mee kunnen participeren en waar contact tot stand gebracht kan worden tussen lokale en nationale instellingen, burgers en overheid, particuliere sector en vrijwillige sector, kunstenaars en het bedrijfsleven.

Met de cyclus van stedelijk creativiteit verstrekt Landry een beleidsinstrument en een mechanisme om de sterke en zwakke kanten van stedelijke creatieve projecten en processen in diverse stadia te beoordelen. Met deze creativiteitscyclus kunnen steden inventariseren en beoordelen of er genoeg partijen aanwezig zijn die nieuwe ideeën kunnen aanmoedigen, dragen, uitzetten en doorgeven, waardoor er weer een nieuwe stroom van ideeën op gang zou moeten komen. Doelstelling is om de stedelijke bevolking te betrekken en hun het strategische belang

⁵³ idibem

⁵⁴ Amin and Thrift 1994, Landry 2000, van Aalst en Hitters 2004

te laten inzien van creativiteit en innovatie. Doel is tevens om getalenteerde mensen de mogelijkheid te bieden hun ideeën te ventileren en te realiseren en zo programma's te ontwikkelen die verborgen talent en creativiteit ontdekt en deze met goed materiaal uit te rusten.

Landry heeft de cyclus van creativiteit in vijf stadia onderverdeeld.

Het eerste stadium is te zorgen dat mensen ideeën en projecten genereren. De ideeën zijn de eerste in de waarde keten van het culturele product. Door een platform te beiden waar debatten kunnen plaats vinden creëert men een plek waar ideeën samen komen. Daarnaast moet men zorg dragen dat deze ideeën en projecten gebundeld worden. De volgende stap is dat ideeën tastbaar gemaakt worden. Het tastbaar maken moet voor een grote groep duidelijk zijn, dus niet allen begrijpelijk voor creatievelingen. Visualisatie zou een manier kunnen zijn. De derde stap is te zorgen dat de ideeën via netwerk en marketingstrategieën zich gaan verspreiden. In deze fase zullen invloedrijke partijen hun krachten en netwerken moeten bundelen. De vierde stap is het leveren van mechanismen waardoor plannen en projecten uitgevoerd kunnen worden. Onder deze mechanismen vallen ruimtes, incubatietijd, laboratoria en platformen. De vijfde en laatste stap in deze creativiteitscyclus is het vertalen van de resultaten naar de stad, het opbouwen van netwerken, platform en discussieruimte voor publiek creëren waar weer nieuwe ideeën gegenereerd kunnen worden. Door de cyclusredenering van Landry zorgt het vijfde stadium ervoor dat deze weer doorloopt naar het eerste stadium waar het hele proces zich weer herhaalt. De ideeën die in de eerste cyclusfase zijn ontstaan zullen zich door dit proces verbeteren en vernieuwen waar weer innovatie uit voort kan komen. Want, zegt Landry; "Als de cyclus heeft gewerkt en nieuwe ideeën heeft voortgebracht dan zal er bij alle betrokken partijen een collectief gevoel van stedelijke revitalisering worden versterkt". Men is zich bewust dat er een positief veranderingsproces in gang is gezet waar alle partijen deel van uit maken. Hierdoor zullen innovatieve ideeën zich beter kunnen inbedden en zal er een betere 'institutional thickness' plaats kunnen vinden. Zodoende krijgen beleidsmakers de mogelijkheid om zichzelf de vraag stellen: hebben wij genoeg uitrusting om stedelijke creativiteit te beschermen en doen wij als stad wel genoeg ons best om de stedelijke creativiteit aan te moedigen, waardoor de stad er ook profijt van heeft.

2.7 Florida versus Landry

Gemeenschappelijke kwalificatie bij Florida en Landry is dat ze instrumenten aanreiken voor het revitaliseren van steden waarbij het begrip creativiteit een centrale rol inneemt. Wat Florida en Landry benadrukken is dat de condities voor een creatieve stad niet letterlijk alleen bij de creatievelingen van een stad gezocht moeten worden. In die ruime context benoemen zij wie tot het creatieve milieu of de creatieve klasse gerekend kan worden. Nadruk ligt hierbij meer op de dosis aan culturele diversiteit dan op het kwantitatieve aandeel van kunstenaars in de stad. Creativiteit behoort de hele gemeenschap toe! Waar Florida de nadruk legt op de aanwezigheid van de creatieve klasse in de stad, legt Landry de nadruk op de aanwezigheid van een breed scala aan cultuurmiddelen in de stad. Beide zien de aanwezigheid hiervan als grondstof en als meerwaarde voor de creatieve stad.

2.7.1 Economisch

Florida legt verband tussen de creatieve klasse, de creatieve economie en de condities om de creatieve klasse aan te trekken. Tevens concludeert Florida dat economische ontwikkelingen aanzienlijk worden gestuurd door habitatfactoren zoals diversiteit, tolerantie, stedelijke infrastructuur en amusement.

Landry legt verband tussen de aanwezigheid van cultuurmiddelen en economisch groei. Deze cultuurmiddelen zouden de ruwe grondstof van een stad zijn waar het begrip creativiteit wordt ingezet en omgezet in innovatie, uitvinding en copyrights. Deze cultuurmiddelen zijn niet alleen maar tastbare producten maar kunnen ook symbolen en bezigheden zijn. Cultuurmiddelen binnen het economische domein beslaat het hele scala aan plaatselijke producten in kunstnijverheid, diensten en makelij.

2.7.2 Stedelijk

Florida concludeert dat creativiteit de motor van de kenniseconomie is geworden. Het heersende klimaat en de aantrekkingskracht van een stad op talent zijn de belangrijkste voorwaarden voor het innovatievermogen van een stad of regio zijn, waarbij de drie factoren (talent, technologie en tolerantie) beslissend zijn. Het 'talent' wordt door Florida als de creatieve klasse aangeduid. Daartoe behoren, naast de harde kern van creatieve beroepen, ook andere kennisintensieve beroepen zoals toeleveranciers en distributeurs. Zijn analyse gaat ook uit van een concurrentie tussen steden om de creatieve klasse aan te trekken. Florida gaat hiermee voorbij dat deze voorgestelde mobiliteit niet in de Europese traditie en cultuur ligt geworteld. Allereerst al door de taal en cultuurbarrière en ten tweede vanwege de hang en het belang die Europeanen hebben met hun eigen netwerk.

Landry echter gaat uit van de authenticiteit van het al aanwezige stedelijke milieu en legt de relatie tussen creativiteit en stedelijkheid. Deze stedelijke cultuurmiddelen omvatten het historische, kunstzinnige en industriële erfgoed bestaande uit architectuur, stadsgezichten en monumenten. Landry stelt dat creativiteit en verbeeldingskracht binnen de publieke, private en gemeenschappelijke sfeer aangemoedigd moeten worden waardoor er een ideeënbank van mogelijkheden en potentiële oplossingen voor stedelijke problematiek tot stand wordt gebracht.⁵⁵ Bij hem liggen de kenmerken voor een creatieve stad in het creatieve milieu, die een stad al vanuit zichzelf bezit maar nog niet gebundeld heeft. Landry's creatieve milieu bestaat uit een harde en zachte infrastructuur.

⁵⁵ Landry.C. Creativiteit en de stad: 44. NAI. Rotterdam 2005

Onder zachte infrastructuur verstaat Landry de plek of het netwerk waar ideeën ontstaan en waar een kritische massa aanwezig is, deze is in tegenstelling tot de harde infrastructuur niet locatie gebonden. Onder harde infrastructuur verstaat Landry de gebouwen en de stedelijke en industriële omgeving die een stad vorm geven. Maar ook de aanwezigheid van ‘institutional thickness’ is volgens Landry essentieel. Hiermee bedoelt hij de aanwezigheid en bereidwilligheid van geïnstitutionaliseerde instanties om creativiteit in te zetten, uit te dragen en te verankeren in de stad.

2.7.3 Creativiteit

Zowel Florida als Landry stellen dat creativiteit niet alleen het domein van de kunstenaar meer is, maar dat ieder mens in potentie creatief is. Bij Florida is creativiteit gekoppeld aan de economie en bij Landry aan de (inwoners van een) stad. Bij Landry hangt creativiteit samen met opvoeding, persoonlijkheid en motivatie die niet direct in verband moeten worden gebracht met een definitief eindproduct maar met een denkproces. Hiermee benadert Landry het begrip creativiteit als een exclusief onderscheidend menselijke eigenschap. Binnen het begrip van de cultuurmiddelen van Landry krijgt deze betekenis in lokale en etnische tradities van het openbare leven: feestdagen, rituelen, verhalen, optredens. Landry’s cultuurmiddelen beslaat een breed spectrum van productie, consumptiemiddelen en symbolen. Middelen als taal, kookkunst, kleding, subculturen, maar ook de podiumkunsten, beeldende kunsten en de creatieve sector vallen hieronder.

Consensus tussen Florida en Landry is het belang wat zij hechtten aan de jongeren(sub)cultuur voor een stedelijke dynamiek en revitalisering. Deze sub culturen zijn belangrijk omdat zij voor een sociale en culturele cohesie zorgt waarbinnen creativiteit kan ontstaan. Deze jongerencultuur verwijst naar waarden, normen, rituelen, symbolen en tekens, kortom naar een eigen identiteit die weer vertaald is in ‘image’, ‘attitude’, en ‘lifestyle’.

2.7.4 Netwerk

Het kruispunt tussen Landry en Florida ligt in de netwerkfactor. Een creatieve stad heeft dynamische processen nodig zodat nieuwe energie kan doorstromen. Waar Landry zijn netwerkmodel van ‘institutional thickness’ introduceert als virtueel cement om een creatieve stad mee op te bouwen, pleit Florida voor ‘weakties’. Deze ‘zwakke netwerkbanden’ zouden economisch gunstiger voor de creatieve stad werken. Want; zegt Florida: “juist de ‘strongties’ zorgen voor weinig beweging waardoor er niet genoeg dynamiek binnen de stad plaats vindt”. Deze ‘strongties’ vind men zeker in Amerika, binnen geloofsgemeenschappen, families en vriendschappen. Zij werken volgens Florida remmend en stremmen daardoor de economie. Hierin is Florida typisch Amerikaans. In Europa spelen deze netwerkverbanden een niet zodanig dominante rol. Eerder is er sprake van een maatschappelijke betrokkenheid en een consumptieve betrokkenheid bij de stad.⁵⁶

2.7.5 Beleid

Zowel Florida als Landry veronderstellen dat het te voeren beleid voor een creatieve stad zal draaien om creativiteit. Niet alleen in de kennis en creatieve industrie alsook in de diensten en productiesector. Bij Florida draait het wezenlijk om het ontwikkelen, stimuleren, aftappen en aanwenden van menselijke creativiteit. Landry echter pleit voor een nieuwe benadering omtrent de stedelijke cultuur. Deze neemt volgens hem een centrale rol in bij toekomstige stadsontwikkeling en stedelijk beleid. Beide introduceren beleidsinstrumenten om de creatieve stad vorm te geven. Landry zijn creativiteitscyclus en Florida de drie T’s. Deze laatste

⁵⁶ Land, v.d., M., Vluchtige Verbondenheid, Rotterdam, 2005

wordt al door menig beleidsambtenaar gevolgd en gehanteerd. Maar beide benadrukken dat de door hen aangereikte beleidsinstrumenten gezamenlijk met de karakteristiek van de desbetreffende stad moeten worden ingezet.

2.7.6 Conclusie

Florida's creatieve stad is verankerd in economisch-stedelijk beleid. Door 'sloganing' van de begrippen talent, technologie en tolerantie en de ruime definitie van de creatieve klasse krijgen steden de suggestie dat de creatieve stad maakbaar is. Gedeeltelijk is dit volgens Florida ook zo, want zijn creatieve klasse is een meritocratie, een gemeenschap waarin de sociale status wordt bepaald door prestatie en capaciteiten. Florida stelt dat deze status voor iedereen toegankelijk is. (the American dream) Maar zelfs Florida vindt dat steden niet klakkeloos zijn lijstje moeten overnemen maar eerst goed moeten kijken naar hun eigen karakteristieken. Florida's succes heeft te maken met de alliteratie van de begrippen waardoor ze eenvoudig te definiëren zijn en functioneel in te zetten. Nu is er niets op tegen als beleidsmakers en stadsbesturen hoog opgeleiden en talentvolle naar een stad als Rotterdam willen trekken, integendeel het zal alleen nog maar meer de dynamiek, diversiteit en economische groei stimuleren en versterken. Maar door Florida als spil van de creatieve stad neer te zetten, komt in mijn optiek het belangrijke onderzoek van Charles Landry ten onrechte in de schaduw te staan. Landry benoemde in 2000 al de stedelijke voorwaarden die voor de creativiteit van een stad voor wezenlijk belang zijn, o.a.: diversiteit en 'mixed people' een 'sense of security' en 'cultural heritage'. Deze laatste voorwaarde vormt tevens de discrepantie tussen beide. Tussen de voorwaarden voor een creatieve stad van Landry(2000) en Florida (2002) zijn veel overeenkomsten te vinden. Maar helaas heb ik nergens in de literatuur van Florida een verwijzing naar het eerdere werk van Landry kunnen vinden. Een ander punt van commentaar is dat Florida de creatieve stad en zijn creatieve klasse als een Amerikaans 'winner and loser' model presenteert. Zijn concept heeft 'mercuriale' trekken, vluchtig, onrustig, individualistisch en opportunistisch. Iets wat Florida niet valt te verwijten, maar wellicht inherent is aan de huidige (Amerikaanse) samenleving.

Landry heeft, in tegenstelling tot Florida's Amerikaanse economische model, vanuit een Europees planologische model naar de creatieve stad gekeken en onderzoek gedaan. Hierdoor sluit zijn beleidsmodel beter aan bij Europese steden. Ook Landry benoemt voorwaarden voor een creatieve stad: diversiteit in bevolkingssamenstelling, een gevoel van veiligheid en een verbondenheid met het culturele erfgoed. Landry benadrukt in zijn boek veel meer het Europees culturele stedelijke aspect waar cultureel erfgoed een belangrijke rol inneemt. Het begrip 'cultural heritage' geeft steden trots en identiteit en verbindt de verschillende bevolkingsgroepen met een collectieve herinnering en geschiedenis. Daarmee kan het begrip tevens worden ingezet als middel voor kwaliteit van leven en toerisme. Al deze aspecten hebben een symbolische waarde die men minder terug vindt bij Florida. Daarbij heeft Amerika een heel andere stedelijke planningstraditie, waardoor het moeilijker is om Florida te transporteren naar Europa.

Met zijn beleidsmodel voor 'institutional thickness' en zijn 'creativiteitscyclus', geeft Charles Landry steden hiermee een aantal instrumenten in handen die zowel voor de Europese ontwikkeling van de creatieve stad, culturele broedplaatsen en bij stedelijke innovatieproblematiek ingezet kunnen worden. Hierdoor zijn Landry's theorieën in mijn optiek relevanter en sluiten deze veel meer aan bij de Europese stedelijke planningstraditie. Dit is tevens de grootste discrepantie tussen Florida en Landry.

2.8 Rotterdam een creatieve stad

Uit bovenstaande literatuur blijkt dus dat steden aantrekkelijk zijn als aan tenminste drie aspecten is voldaan. De stad moet een aantrekkelijk economisch klimaat bezitten, er heerst een rijke levendige culturele dynamiek en de stedelijke planologie, de woon-leef- en werkomgeving is aantrekkelijk, kortom een bruisende en vitaliserende stad. Kennis en innovatie, waarvan creativiteit het ingrediënt is, dient als motor van deze creatieve stad. In de volgende paragrafen wordt het rapport van TNO over Rotterdam als creatieve stad behandeld en wordt het economische en culturele beleid van Rotterdam geschetst.

2.8.1 Rapport TNO

Net zoals elke andere zichzelf respecterende stad wil Rotterdam zich tegenwoordig manifesteren als een creatieve stad met een gezonde creatieve industrie.

Eerder onderzoek heeft aangetoond dat de creatieve industrie een sterk groeiende sector is⁵⁷. Zo ook in Rotterdam. TNO⁵⁸ heeft onlangs onderzoek gedaan naar de betekenis en aanwezigheid van de creatieve industrie in Rotterdam en heeft de knelpunten in de creatieve productie onderzocht. Volgens TNO kan de betekenis van de creatieve industrie voor de economische groei terug gevoerd worden op drie positieve effecten: Het directe effect, de creatieve industrie als toegevoegde waarde en werkgelegenheid, het indirecte effect: de creatieve industrie als gangmaker van andere bedrijvigheid en de creatieve industrie als magneet voor kennis, creativiteit en talent.⁵⁹

In het rapport van TNO⁶⁰ is de creatieve industrie verdeeld in drie deelsectoren. Met 48 procent is de creatieve zakelijke dienstverlening de grootse sector. Hier vindt men dan ook het meeste aantal voltijdbanen. Meer dan de helft van de banen vindt men binnen de architecten of technisch ontwerp bureaus. De media en entertainment sector, tevens de snelst groeiende, volgt op een tweede plaats met 33 procent. Uitgeverijen zijn hier met 69 procent de grootste werkgever. Er wordt dan ook veel verwacht van de audiovisuele (AV) industrie, door het OBR getypeerd als een kansrijk cluster. Dit cluster wordt gestimuleerd door middel van projecten zoals de Schiecentrale, het voormalige energiebedrijf in het Lloydkwartier, dat nu ruimte biedt aan verschillende media- en ICT bedrijven (Leenen,2004).

De derde deelsector; Kunsten beslaat 19 procent, waar de meeste voltijdbanen binnen de musea, theaters en kunstinstellingen zijn te vinden. Met een totaal van 10.000 voltijdbanen bevat de creatieve industrie 3,3 procent van de totale werkgelegenheid in de stad. De creatieve industrie is in Rotterdam met 8 procent gestegen tegen een totale groei-economie van 2,7 procent. De creatieve industrie in Rotterdam heeft zich dus de afgelopen jaren verdriedubbeld.⁶¹ Getuigen het kleine aantal werknemers per vestiging (6,1) is de creatieve industrie in Rotterdam relatief kleinschalig. TNO (2004) concludeert aan de hand van de analyse dat de creatieve industrie in Rotterdam dus sterk regionaal georiënteerd en relatief kleinschalig is.

Tevens signaleert Rutten (2004) dat Rotterdamse culturele broedplaatsen moeten wijken voor kleinschalige creatieve ondernemingen. In het kader van herinrichting en herstructurering bestaat het gevaar dat de experimenteerruimtes ‘die horen bij de creatieve biotoop van de stad’ zullen verdwijnen (Rutten:137).

⁵⁷ Raspe en Segeren 2004; Manshanden et al 2004; Rutten et al 2004

⁵⁸ Manshanden, Rutten e.a, Creatieve Industrie in Rotterdam.Delft 2005

⁵⁹ Rutten et al 2004

⁶⁰ Creatieve Industrie in Rotterdam; Rutten et al 2004

⁶¹ Rutten et al 2004

2.8.2 Economisch beleid Rotterdam

Voor Rotterdam zijn het economische en het culturele beleid van groot belang voor de groei van de creatieve industrie. Rutten⁶² stelt dat deze creatieve industrie vooral gestalte krijgt via het economische ontwikkelingsbeleid. Het Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam (OBR) en het Economic Development Board Rotterdam (EDBR) spelen in nauwe samenwerking met de gemeente hier een belangrijke rol in. Met de havenindustrie heeft Rotterdam mondiaal altijd een strategische plek ingenomen. Maar deze positie is met de komst van de kenniseconomie verdwenen. Met de kenniseconomie die wordt gedomineerd door drie spelers, bedrijven, kennis en onderwijsinstellingen en beroepsbevolking probeert Rotterdam een inhaalslag te maken door in te zetten op de kwaliteitskant van de economie, de kenniseconomie, hoogwaardige woonmilieus en kansrijke clusters.⁶³ Hiermee hoopt Rotterdam de economie structureel te versterken. Het OBR beheert en exploiteert veel grond in Rotterdam. Daarom speelt het OBR een sleutelrol in het aantrekken en opzetten van nieuwe bedrijven, industrieën en clusters in Rotterdam. Een van die kansrijke clusters is het AV-cluster. Doelstelling van het AV-beleid, en de rol die het OBR hierin heeft, bestaat uit een kwalitatief en kwantitatief deel.

De kwalitatieve doelstelling van het AV-beleid van de gemeente Rotterdam is te komen tot een naar verhouding (omvang) volwassen (winstgevende) en evenwichtige (geen monocultuur) AV-sector, aansluitend op de toekomstige ontwikkelingen in de AV-sector; daarbij gericht op enerzijds de regionale en (inter)nationale media en anderzijds de ondersteuning van de bedrijven in hun communicatie (business-to-business en business-to-consumer) in de regio ter versterking van hun dienstverlening en economische bedrijvigheid.

De kwantitatieve doelstelling van het gemeentelijke AV-beleid is dat de AV-sector in Rotterdam jaarlijks sterker groeit dan het landelijke gemiddelde. De taken van de gemeente hierbij zijn:

1. Het scheppen van de juiste condities in de stad door vroegtijdige ontwikkelingen in de AV-markt te signaleren en actief in te spelen op de wensen en behoeften van enerzijds in de stad gevestigde AV-bedrijven en anderzijds van buiten Rotterdam gevestigde AV-bedrijven die bij kunnen dragen aan het bereiken van de doelstelling.
2. De vestigingsvoorwaarden in de vorm van 'unique sellingpoints' samenhangend verkopen aan de AV-markt in samenwerking met het Rotterdams Fonds voor de Film en audiovisuele media, het Internationaal Filmfestival Rotterdam, het Initiatief, Rotterdam Animation Town en de onderwijsinstellingen en gericht bedrijven werven die bij kunnen dragen aan het bereiken van de doelstellingen. Op deze manier scheidt de gemeente Rotterdam de voorwaarden voor de AV-bedrijven om te investeren in Rotterdam en een gezonde business op te bouwen.

Het EDBR erkent dat het AV-cluster te klein en te afhankelijk is van overheidsgeld om een zelfregulerend economisch cluster te zijn. Wel levert dit cluster een flinke bijdrage in de aantrekkelijkheid van de stad. Zeker met de aanwezigheid van het Internationaal Film Festival Rotterdam. Met deze troef hoopt Rotterdam zich op de kaart te kunnen zetten als 'mediastad'. De netwerkfactor zal voor het AV-beleid van cruciaal belang zijn. Daarom streeft het OBR naar een bredere samenwerking op politiek-economisch, cultureel en stedelijk gebied. Door de niet aflatende dialoog met de internationale AV-markt zou dit ertoe moeten leiden dat nieuwe trends en ontwikkelingen binnen de Rotterdamse AV-markt snel opgepakt en vertaald kunnen worden wat op hun beurt weer een economische, stedelijke en culturele meerwaarde voor de stad kan betekenen.

⁶² Rutten: 85, Knelpunten in creatieve productie: creatieve industrie, TNO, Delft 2005

⁶³ Kwaliteit werkt door: Economische Visie Rotterdam 2002-2006, OBR 2002

2.8.3 Cultuurbeleid Rotterdam

Ook Rotterdam erkent dat kunst en cultuur een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan het economische klimaat. De afgelopen decennia is er flink geïnvesteerd in de culturele infrastructuur, met recentelijk Rotterdam 2001, Culturele Hoofdstad van Europa. Onder de culturele infrastructuur vallen volgens Rutten (2005) de financieringen en netwerken. Alvorens een cultureel product kan worden uitgezet zijn financieringsmogelijkheden en netwerken noodzakelijk.

Het Rotterdamse cultuurbeleid valt onder de bestuurlijke dienst Kunst & Cultuur. Toekenning van de structurele subsidie is afhankelijk van de visie van het College Burgemeesters en Wethouders op kunst & cultuur in Rotterdam. De cultuurnota van het Rijk heeft hier sturing in. Kerntaak van de Dienst Kunst & Cultuur is het verstrekken van subsidies aan kunst en culturele initiatieven. Daarnaast adviseert en coördineert DKC culturele beleidstaken. Tevens dient DKC als intermediair tussen de culturele instellingen en het politieke bestuur. Ook vertegenwoordigt DKC de culturele sector in overlegplatforms binnen en buiten het gemeentelijke bestel. DKC verstrekt structurele en incidentele subsidies aan personen en instanties die met (professionele als amateur) kunst & cultuuractiviteiten een bijdrage leveren aan het stimuleren van het kunst- en cultuurleven in Rotterdam. Structurele subsidies worden voor vier jaar aan Rotterdamse culturele instellingen verstrekt.

Naast de structurele subsidies kent de DKC ook de incidentele subsidie. Dit zijn gelden voor eenmalige kunst en culturele projecten. Niet alleen professionele maar ook amateur kunstenaars kunnen een verzoek indienen. Onder de incidentele subsidies valt het Actieprogramma Cultuurbereik. Door extra impulsen te geven aan culturele activiteiten, die gericht zijn op jongeren en wijkbewoners, hoopt men juist die bewoners te bereiken die niet vaak deelnemen aan culturele activiteiten te bereiken. Binnen het Actieprogramma Cultuurbereik zijn ook weer verschillende soorten subsidies aanwezig.

De adviestaken op het gebied van kunst en cultuur zijn met het wegvallen van de Rotterdamse Kunststichting overgeheveld naar de Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur. Zij stimuleert de ontwikkeling van kunst en cultuur en de verspreiding van het aanbod in de stad door middel van subsidieverlening, advies en debat. De Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur, voorheen RKS, beoordeelt op verzoek van het College de ingediende subsidieaanvragen op hun artistiek inhoudelijke betekenis. Na vier jaar dient er opnieuw een subsidieverzoek te worden geschreven. Criteria voor toekenning worden door een commissie opnieuw tegen het licht gehouden. Zowel amateurs als professionele kunstenaars kunnen voor subsidie bij RRKC aankloppen. Hier ligt een adviserende taak naar de gemeente, de deelgemeenten en culturele instellingen. Tevens brengt men ook de discussie op gang over alles wat kunst, cultuur en maatschappij in beweging houdt. Deze debatfunctie en bevordering van kwaliteitszorg binnen de Rotterdamse culturele instellingen zijn de primaire taken van de RRKC geworden waarbij het begrip cultuur in de breedste zin van het woord wordt gedefinieerd. Essentieel is de adviserende taak die het RRKC op zich neemt zoals die daarvoor bij de RKS lag. Dit betekent dat de RRKC zich met de inhoud van het beleid bezig zal houden terwijl de Dienst Kunst en Cultuur van de Gemeente Rotterdam zich meer met de bestuurlijke en zakelijke kant zal bezig houden. Het nieuwe kunstbeleid zal zich rekenschap geven van de verschillende fases die zich in cultuurproductie voordoen. *“Een jonge talentvolle creatieveling zal daarbij misschien eerder voorrang krijgen in de toekenning van een atelierruimte dan een kunstenaarscollectief dat al langer in de luwte bezig is. Bij die verschillende fases horen ook weer verschillende beleidsinstrumenten”* (Hugo, Bongers, RRKC). Van de culturele broedplaatsen kunnen Locus010, MAMA, WORM en V2 rekenen op gemeentelijk structurele subsidie. In de culturele infrastructuur van Rotterdam ligt de financieringstaak bij Dienst Kunst & Cultuur. Door een debatplatform te realiseren is de netwerktaak, naast de subsidie adviestaak, bij de Rotterdamse Raad voor Kunst en Cultuur komen te liggen.

2.8.4 Rotterdam, creatieve stad volgens de theorie?

Rotterdam heeft het imago een creatieve stad te zijn. Daarnaast getuigt de theorie dat Rotterdam over deze specifieke kenmerken bezit. Zeker als men kijkt naar het aanwezige (hoge)opleidingsinstituten, 'leisure' en festivals. Er heerst een levendige culturele dynamiek (festivals, 'leisure evenementen, 'dance en urban skate scene') en het heeft een stedelijk karakter met een aantrekkelijke woonleefomgeving bezit.

Vanuit Florida's gedachtegoed bezit Rotterdam de drie T's. Technologie; de concentratie van innovatie en technologie in een regio. Wat dat betreft zijn in Rotterdam interessante ontwikkelingen gaande zoals Stadshavens Rotterdam, herinrichting van het binnenstedelijk havengebied. Talent: de middenklassers en de getalenteerde. Florida noemt talent de belangrijkste grondstof van de kenniseconomie. In de creatieve stad horen opleidingsinstituten aanwezig te zijn waarbij creativiteit tot innovatie leidt en talent voortbrengt. Deze opleidingsinstituten dienen als kweekvijver van eigen talent voor de stad, "*want zonder talent van eigen bodem is het meestal ondoenlijk talent van buiten aan te trekken*".⁶⁴ Uit historie blijkt Rotterdam een adoptiestad voor cultureel talent te zijn geweest. Maar met de aanwezigheid van de juiste opleidingsinstituten is Rotterdam nu zelf in staat om talent voort te brengen. Binnen het begrip van de creatieve stad zijn dit de voorwaarden voor talent en ondernemers om zich aan een stad te verbinden. Speerpunt van het gemeentebestuur is dan ook om meer in te zetten om de magneetfunctie van de stad voor hoger-opgeleiden te verhogen. De derde T is van tolerantie. Rotterdam heeft de grootste verscheidenheid aan culturen en rassen binnen de stadsgrenzen wonen, maar met het vorige gemeentebestuur en zijn leefbaarheidfixatie van schoon en veilig is er een beleid van 'zero tolerance' ontstaan zodat Rotterdam slecht scoort op het begrip tolerantie.

Volgens Landry en Florida groeit en ontwikkelt een creatieve stad zich door zijn diversiteit en het onverwachte, de openheid en omarming van alle culturen en geloven, rassen en levensstijlen. Maar na de aanslagen van 9/11 zijn veel steden in een spagaat gekomen betreffende het begrip tolerantie. Nu de dreiging uit de samenleving zelf komt en de overheid geen veiligheid kan garanderen komt het recht op anonimiteit op de tocht te staan en wint het gevoel van grip op veiligheid. De laatste jaren zijn er verschillende wetten en stedelijke voordeelingen gekomen die de anonimiteit en bewegingsvrijheid van de burger hebben ingeperkt. "Hierdoor komt tolerantie op gespannen voet te staan met veiligheid, terwijl tolerantie juist een voorwaarden kan zijn voor veiligheid".⁶⁵

Vanuit de theorie van Charles Landry scoort Rotterdam goed met het begrip van zijn creativiteitscyclus, een instrument die Rotterdam al langer heeft ingezet als het over het neerzetten van culturele evenementen ging. Een stevig debat is nooit geschuwd. Binnen het huidige cultuurbeleid van de Rotterdamse Raad van Cultuur zal de debatfunctie een sterke rol gaan spelen. Daarnaast heeft Rotterdam een zeer sterke karakteristiek als arbeiders en werkstad; niet altijd tot genoegen van bestuurders. Deze karakteristiek kan tweeledig werken. Rotterdam kan trots zijn op dit predikaat en hier zijn voordeel mee doen door zich te richten op de kleine culturele zelfstandige ondernemer.

Er zijn al verschillende adviezen afgegeven voor Rotterdam als 'Vakmansstad.' Of Rotterdam ontdoet zich van zijn arbeiders karakteristiek door zich expliciet te richten op de midden en hogere klasse. Maar Charles Landry benadrukt juist de meerwaarde van een creatieve stad door het inzetten van zijn eigen karakteristiek. In tegenstelling tot veel andere steden in Nederland beschikt Rotterdam, mede door het bombardement, niet of nauwelijks over een historische kern of aanwezig cultureel erfgoed. Rotterdam bezit echter wel een schat aan industrieel erfgoed.

⁶⁴ Steenhoven, J.v.d., creativiteit en de stad, blz. 94, NAI, Rotterdam 2005

⁶⁵ Hemker&Koopman, Creativiteit en de stad, NAI, Rotterdam 2005).

Na het bombardement heeft Rotterdam al zijn creativiteit aangewend voor de wederopbouw van de stad. Inherent daaraan zijn toenmalige planologische oplossingen achterhaald, maar daardoor bezit Rotterdam een stedelijke dynamiek die Hall(1998) vergelijkt met Londen en New York. Futuristische hoog –en nieuw- bouw, Art-Deco architectuur, verlaten rangeer en haventerreinen en industrieel erfgoed worden binnen de stedelijke innovatie opnieuw herzien en hergebruikt.

De architectonische mix is het visite kaartje van Rotterdam geworden en daarmee ook zijn sterkste culturele karakteristiek. Hall(1998) benoemde deze aanwezige componenten al om Rotterdam te typeren als een technologisch organisatorische stad. In het licht van Hall's definitie moet deze typering positief geïnterpreteerd worden.

Ook Charles Landry geeft een definitie van creatieve stad, : *“A cultural rich place would have a critical mass of cultural activity from one-off festivals to organizations that regularly create work. Architecture would mix the old and the new in an urban environment visually at ease with its contrasts. Such an approach, with creativity at its core, enriches identity, distinctiveness and confidence”*⁶⁶, die van toepassing is op Rotterdam.

2.8.5 Rotterdam een creatieve stad volgens respondenten

Niet alleen aan de hand van literatuur over de creatieve stad wil ik mijn vraag, of Rotterdam een creatieve stad is, beantwoorden. Van groot belang was hoe de respondenten dachten over Rotterdam als creatieve stad. Uit de gehouden interviews komt een beeld naar voren van Rotterdam als een creatieve stad. Het is niet uit chauvinisme- een eigenschap Rotterdamers niet vreemd- dat uit de interviews een beeld ontstaat van een lange rijke culturele vitaliteit in Rotterdam waar men blijkbaar wel een cultureel risico durfde te nemen. Dit is vooral te danken geweest aan de onorthodoxe houding en initiatieven van (culturele) beleidsmakers, (top) ambtenaren, culturele instanties en zijn burgers.

Met het bombardement van 1940 had Rotterdam niet alleen zijn handelscentrum verloren, maar tevens ook het culturele centrum. Daarom startte men na de oorlog niet alleen met de wederopbouw van de infrastructuur maar tevens ook met de culturele wederopbouw van Rotterdam. Als eerste werd de infrastructuur in Rotterdam aangepakt. Belangrijke stedelijke initiatieven waren, naar Amerikaans voorbeeld, de bouw van ‘Het Groothandelsgebouw’ (de eerste economische broedplaats), de wederopbouw van Concertgebouw De Doelen en de realisatie van de Lijnbaan.

“Zo heeft de Wethouder van Financiën en Kunstzaken (1958-1967), Mr.J. Zeelenberg, er destijds eigenhandig voor gezorgd dat De Doelen werd gebouwd, dat Toneelgroep Theater uit Arnhem werd weggekocht en dat de acteurs huisvesting in Rotterdam kregen aangeboden. Deze top-down benadering om het culturele klimaat te versterken zou later nog vele malen met andere gezelschappen navolging krijgen. Zij werden naar Rotterdam gehaald en gefaciliteerd met ruimtes en subsidies”(Jan Riezenkamp).

Met als thema ‘ De wederopbouw van de verwoeste stad en de wil om moeilijkheden te overwinnen’, startte in 1955 de manifestatie E55. Met drie miljoen bezoekers kwam er pas echt een culturele ontwikkeling in Rotterdam op gang. Nieuwe producten werden geïntroduceerd, en veel kunstenaars, acteurs artiesten en wetenschappers werkten aan deze innovatie manifestatie mee. Rotterdam had de smaak van festivals te pakken. In 1960 werd de Floriade geopend en in 1970 het popfestival Kralingen en C70 waarvan de eerste wel het bekendste was. Met dit festival zette Rotterdam zich bij een groot publiek (tijdelijk) muzikaal op de kaart. Maar de

⁶⁶ Landry, 2000, blz. 74

toenmalige directeur van de Rotterdamse Kunststichting, Adriaan van der Staay, vond Rotterdam nog steeds een achterblijver op cultureel gebied en probeerde met het opzetten van manifestaties over poëzie, architectuur en film de ‘humuslaag’ te verdikken. Zo werd door Van der Staay het initiatief genomen voor een Rotterdams filmfestival en werd Huub Bals aangetrokken als organisator; het latere International Film Festival Rotterdam.

Alleen het, toenmalige, Film Festival Rotterdam van Huub Bals vergde een grotere financiële inspanning vanuit de Gemeente. Pas twintig jaar later zou het een ingebede plaats binnen Rotterdam krijgen. De intenties waren destijds dat Rotterdam na de fysieke wederopbouw ook een culturele wederopbouw nodig had. Veel prominente en invloedrijke figuren in de stad omarmden de culturele initiatieven omdat zij het belang van cultuur in de stad inzagen”. (Hugo Bongers)

Er was niet alleen plaats voor culturele podiuminitiatieven maar ook stond men open voor kunstenaarsinitiatieven. Zo vestigde in 1976, met instemming van de toenmalige wethouder van Haven en Cultuur, Riezenkamp, de woonwerkgemeenschap ‘Utopia’ zich in de oude wassertoren op het drinkwaterterrein de Esch.

Met de komst van Utopia als woonwerkgemeenschap was er destijds vanuit de Gemeente meer de houding van ‘het staat er nu toch en laten we maar kijken hoe het zich ontwikkelt’. Zo ook met het Quarantaine gebouw op Heijplaat waar ik, als Wethouder Haven en Cultuur en de directeur van het Havenbedrijf, Henk Molenaar, direct bij betrokken waren. Molenaar had een groot gevoel voor deze initiatieven en was op enig moment de grootste verhuurder van atelierruimtes in de stad” (Jan Riezenkamp).

Tegenwoordig speelt de culturele wederopbouw geen rol meer. Nu spelen andere motieven mee om initiatieven aan te trekken. Een van deze motieven is de onderlinge stedelijke concurrentieslag om zich als creatieve stad neer te zetten. Daarom zal Rotterdam ook zijn best blijven doen om interessante groepen en initiatieven naar zich toe te trekken. Dit is ook een van de redenen waarom Rotterdam zich sterk heeft gemaakt om het Noth Sea Jazz festival binnen te halen. Maar ook op mediagebied zie je een hoge concentratie aan import.

“Mensen komen vanuit een andere stad om zich te vestigen in Rotterdam. De laatste vijftien jaar is het gemeentebestuur ook gericht op de aantrekkingskracht en vestigingsmogelijkheden binnen Rotterdam te intensiveren. Vooral de Schiecentrale en het Filmfonds Rotterdam zijn de producten van een gericht economisch en cultureel Gemeentebestuur beleid. Door de economische doelstelling, die op bepaalde punten prima samenvalt met de culturele doelstellingen trek je, in het kader van de verbetering van je economie en tegelijkertijd van je culturele infrastructuur, groepen van buitenaf aan”. (Hugo Bongers, RKKC)

Ook Media broedplaats V2 werd door Rotterdam geadopteerd. De media, zeker in de kunst en cultuursector, had volgens Adriaanse altijd in een verdomhoekje gezeten. Maar met de opkomst van de huidige technologie kwam deze discipline zowel maatschappelijk als binnen de kunst en cultuursector breed in de aandacht.

“We wisten toen dat de tijd rijp was om de volgende stap te zetten met de organisatie en dat we naar een andere stad moesten. En er is eigenlijk maar een stad in Nederland en dat is Rotterdam. Amsterdam is een dichtgeslibde stad, er is geen plaats

voor echte innovatie in de culturele sector. Rotterdam heeft deze ruimte wel. (Alex AdriaansV2)

Research & Development is een belangrijke component voor de creatieve stad. In 1997 heeft V2 een medialab geopend dat specifiek over software en hardwareontwikkelingen gaat en onderzoekstrajecten doet samen met universiteiten en onderwijsinstellingen binnen en buiten Nederland. Innovatie speelt hier de hoofdrol.

Een ander Rotterdams R & D initiatief komt van het IFFR. Met het Rotterdam Lab hoopt het IFFR als innovatie project te worden gezien. Rotterdam Lab, een vier daagse workshop tijdens het filmfestival, moet de springplankfunctie zijn voor jonge talentvolle filmmakers. Het Rotterdam Lab stelt hen, liefs ook buiten het festival, in de gelegenheid

“om zich de internationale markt van filmmakers eigen te maken”(Sandra den Hamer, IFFR).

Locatiekeuze wordt ook benoemd als meerwaarde voor de creatieve stad. Meerdere respondenten benoemen Amsterdam versus Rotterdam als locatiekeuze. Meerwaarde van Rotterdam blijkt het vacuümgevoel te zijn. Hieronder verstaat men het traditieloze en informele circuit. Tegen wil en dank erkennen respondenten Rotterdam als een creatieve stad, bang om te worden ontdekt of te worden overspoeld. Design heeft zijn weg al naar Rotterdam gevonden.

Van de DesignAcademy uit Eindhoven vertrekt tachtig procent naar Rotterdam. Coryfeeën als Hella Jongerius, Bert Jan Pot, Chris Kabel, Jurgen Bi, Wicky Zomers, allemaal kiezen zij voor Rotterdam(Arie Versluis)

Sjarel Ex ziet hier een grote rol voor Rotterdam weg gelegd. Als Design alumni besluiten zich te vestigen in Rotterdam zou volgens Ex deze segmenten een belangrijke rol in de creatieve industrie kunnen spelen. Een van de grote kansen om opdrachten te verzorgen liggen bij de Gemeente, de Universiteit en woningbouwcoöperaties.

Zij zijn de grote blokken(werkgevers, omzetmakers en grondeigenaren) in de stad. Als zij zich geroepen zouden voelen direct de creatieve industrie te stimuleren door hier opdrachten in te plaatsen dan komt het goed met Rotterdam als creatieve stad. (Ex, Boymans)

Volgens respondenten is Rotterdam een bewegelijke, dynamische stad, waar geen sprake meer is van een mono-culturele samenstelling. Deze culturele samenstelling bepaalt dan ook de hoedanigheid van de creatieve stad. Het stedelijke leven in Rotterdam zie je vertaald in het culturele leven. Als creatieve stad zou in Rotterdam het accent meer op de multi-culturaliteit moeten liggen dan op het breed ingezette media cluster. Respondenten beschouwen dit als een monocultuur binnen Rotterdam. Hierdoor blijft men teveel gespist op import productie.

“Zou Rotterdam zich richten op een eigen lokaal creatiefproduct dan zou er volgens de theorie van Jane Jacobs een ‘creatieve loop’ plaats kunnen vinden. “Als je geïmporteerde goederen/ideeën gaat vervangen door eigen locatiegebaseerde producten en ideeën dan zet je creativiteit in de stad en dan ontstaat de creatieve stad”(Jeanne van Heeswijk)

Een van de voorwaarden van de creatieve stad is de aanwezigheid van talent. Volgens respondenten is talent ook volop aanwezig in Rotterdam. Probleem is alleen hoe je dat talent zichtbaar moet maken. Zeker het jonge toekomstige talent kiest voor nieuwe podia. Om dit talent aan de stad te binden is onderwijs een speerpunt van beleid in Rotterdam geworden.

3 Culturele Broedplaatsen

Culturele broedplaatsen zijn op te vatten als innovatieve milieus of creatieve clusters die met een creatieve stad worden geafficheerd en die bovendien een magnetische aantrekkingskracht op de creatieve klasse lijken te hebben. Het vaststellen van de waarde van culturele broedplaatsen is mijn kernvraag. Maar vooraleerst moet het begrip culturele broedplaats gedefinieerd en gekwalificeerd worden. Vervolgens worden Rotterdamse broedplaatsen in beeld gebracht.

3.1 Historie culturele broedplaatsen

Midden jaren zeventig zijn de eerste broedplaatsen uit woningnood ontstaan. Leegstaande scholen, pakhuizen, kantoren en verzamelpanden waren de plekken waar beginnende kunstenaars, krakers en activisten tegen relatief lage huurprijzen de mogelijkheden kregen over: zelfbeschikking, experimenteermogelijkheden, te mislukken en opnieuw te beginnen, synergie en samenwerking, onderlinge kruisbestuiving, zelf initiatief en verantwoordelijkheid nemen, een grote mate van vrijheid, zonder druk van buitenaf zich ontplooien. Kraakcafés, kraakrestaurants, galeries en werkplaatsen bleken ook andere stadsbewoners aan te trekken die zich rond deze krakersbolwerken gingen vestigen. Zij bleken aanjagers van nieuwe initiatieven te zijn.

Ook voor de leefbaarheid van de buurt en de stad als geheel hadden de gekraakte panden betekenis door de vaak aanwezige (semi-)openbare ruimte. Zo waren er in de kraakpanden vaak crèches, oefenruimten en expositieruimtes gevestigd. In de vaak aanwezige horecagelegenheden kon men goedkoop eten en drinken. De grotere ruimtes fungeerden als een welkome aanvulling van de reguliere podia, dans- en uitgaansgelegenheden. In deze semi-openbare ruimten vond een zichtbare uitwisseling plaats tussen de tegencultuur en de dominante cultuur. De uit de kraakpanden voortgekomen subculturen hebben bekende kunstenaars, filmmakers en theatergezelschappen voortgebracht. De vernieuwende invloed vanuit de kraakpanden op kunst en cultuur was onmiskenbaar. Ook Gemeentes begonnen de meerwaarde van deze broedplaatsen en zijn locaties te ontdekken.

3.2 Definitie Culturele Broedplaats volgens Sargentini

Het begrip 'broedplaats' heeft de laatste jaren bekendheid gekregen als onderwerp van gemeentelijk beleid om de creatieve stad vorm te geven door kunstenaars en creatieve ondernemers goedkope woon- werk-en atelierruimte aan te bieden.⁶⁷ Maar tot in de jaren negentig hadden alleen kunstenaars en krakers interesse in oude leegstaande pakhuizen, scholen, loodsen, en fabriekspanden. Deze panden dienden als woon-werkruimte voor culturele ontwikkeling. Vaak waren het startersplekken voor jonge kunstenaars en net afgestudeerden die tegen een lage huur hier hun culturele activiteiten konden ontplooien.

Sargentini (2002) definieert broedplaatsen als 'culturele laboratoria waar jonge cultuurmakers en –belevers elkaar op intrinsieke gronden ontmoeten, ondersteunen en motiveren in elkaars nabijheid, activiteit en ambitie'. Broedplaatsen hebben verschillende functies die in de praktijk in elkaar overlopen; ontmoeting, experiment, presentatie, uitgaan, discussie en debat. De belangrijkste kenmerken van culturele broedplaatsen zijn volgens Sargentini een betaalbare huur en een schaalgrootte die onderlinge samenwerking en wisselwerking bewerkstelligt welke weer tot innovatie leidt. Ook een ruime aanwezigheid van geschikte werk - en oefenruimtes met de juiste facilitaire voorzieningen zijn belangrijk, zoals hoogte van de ruimte, inval van daglicht, voldoende vloeroppervlak, elektra, Internet en telefoon aansluitingsmogelijkheden. Of de kunstenaars ook woonachtig zijn in het pand waarin ze werken is minder van

⁶⁷ Arnoldus, Agora 1, 2004

belang, hoewel de combinatie wonen en werken het artistieke klimaat en de leefbaarheid van de wijk of buurt positief kan beïnvloeden (Sargentini, 2002)

Sargentini onderscheidt drie soorten broedplaatsen: de 'economische broedplaats', de 'culturele broedplaats' en de 'vrijplaats'. De eerste categorie, de economische broedplaats, is te zien als een locatie waar startende ondernemers zich hebben gevestigd en innovatief bezig zijn, dan wel technologisch, dan wel conceptueel. De broedplaats is de plek waar het productieproces zich afspeelt en waarin dat kader de onderlinge contacten plaats vinden en onderhouden worden. Ook bij de culturele broedplaats is er onderling contact in een productieve sfeer, maar is de productie gericht op kunst en cultuur. Volgens Sargentini is hier het produceren van innovatieve kunst en cultuur de hoofdactiviteit waarin vaak meerdere disciplines naast elkaar en met elkaar beoefend worden, en er ook sprake is van samenwerkingsverbanden waardoor de synergie en kruisbestuiving plaats kan vinden. De derde broedplaats, de vrijplaats, is een gekraakte ruimte waarin zelfbeheer onafhankelijke, niet-commerciële en experimentele culturele activiteiten plaatsvinden. Vaak is de vrijplaats naast een werkruimte ook een woonruimte, maar dit hoeft niet per se het geval te zijn. Wijn (2002) definieert de culturele broedplaats als 'een aanzienlijk complex van werk- en oefenruimten dat het individuele kunstenaars en groepen mogelijk maakt onder de juiste financiële en facilitaire condities en in een inspirerend klimaat kunst te produceren' en legt daarmee ook de nadruk op de processen die in een culturele broedplaats plaats vinden. Het zijn deze culturele broedplaatsen en vrijplaatsen die ook wel getypeerd worden als een 'humuslaag'⁶⁸ van artiesten en kunstenaars die zorgen voor innovatie en vernieuwing in de creatieve industrie en een levendige sfeer in de stad.

Bij zijn beschrijving van de verschillende vormen van broedplaatsen merkt Sargentini (2002: 104) terecht op hoe zijn definities van de culturele broedplaats en de vrijplaats elkaar in de praktijk vaak overlappen ('een culturele broedplaats is geen vrijplaats, een vrijplaats is vaak wel een culturele broedplaats') - ook Arnoldus (2004) gebruikt in zijn bespreking van de broedplaatsen (die hij ook wel 'rommelzones' noemt) de termen 'vrijplaats' en 'culturele broedplaats' naast en door elkaar. Die overlapping zit echter ook, maar misschien nog wel sterker, aan de andere kant van het door Sargentini geschetste drieluik. De culturele betekenis van broedplaatsen voor de stad laat zich volgens Sargentini vertalen in de experimentele, alternatieve en onafhankelijke manier waarop kunst en cultuur geproduceerd worden. Daarnaast zijn broedplaatsen door de (regelmatige) aanwezigheid van restaurants, podia en oefenruimte ook goed voor de leefbaarheid van de buurt. Bij de ontruiming in 2000 van de Kalenderpanden in Amsterdam konden de krakers rekenen op de nodige steun van de Amsterdamse bevolking. Men noemde de aanwezigheid van deze broedplaats met zijn woon/werk- en cultuuroeleinden, een meerwaarde voor de leefbaarheid van de stad. Sargentini spreekt dan ook over de symbiotische verhouding tussen de kunstenaar en de stad; beide hebben elkaar nodig en zijn ze afhankelijk van elkaar.

De economische effecten die culturele broedplaatsen voor een stad kunnen betekenen zijn driedelig: allereerst genereren zij bestedingseffecten. Ten tweede vormen zij een bron van inkomsten en zorgen zij voor werkgelegenheid. Maar ook zorgen zij voor planologische investeringen. Het Lloyd kwartier in Rotterdam is hier een goed voorbeeld van. Ten derde zouden zij kunnen bijdragen aan de leefbaarheid van een stad en kunnen kunstenaars in culturele broedplaatsen een rol van betekenis spelen in de opwaardering van een gebied of wijk (gentrificationproces).

Bij de stedelijke betekenis van culturele broedplaatsen onderscheidt Sargentini twee vormen van synergie: de interne en de externe synergie. Bij interne synergie is er sprake van zelfstandig functionerende locaties, panden, die geen duidelijke binding met de buurt of stad heb-

⁶⁸ Van der Groep & Stelling, 2004

ben en dit ook niet van invloed laten zijn op het interne functioneren. Hier inspireren en versterken kunstenaars en culturele producenten elkaar, wat weer sneller tot innovatie zal leiden. Onmisbaar voor interne synergie is een grote mate van zelfwerkzaamheid en betrokkenheid die tot een grotere sociale cohesie kan leiden, welke op zijn beurt weer gunstig is voor een innovatieproces. De externe synergie is meer gericht op de stedelijke meerwaarde. Juist deze stedelijke meerwaarde is van groot belang bij culturele broedplaatsen. In de praktijk betekent dit, het aanbieden van publieks en buurt functies in de vorm van podia en horeca. Noodzakelijk is wel een grote openheid en toegankelijkheid van de culturele broedplaats waardoor er op een hoger schaalniveau een uitwisseling met de omgeving of stad plaats vindt.

Een andere betekenis die culturele broedplaatsen volgens Sargentini op een stad kan hebben, is de symbolische waarde. Deze symbolische waarde uit zich in de uitstraling of imago-versterking van een stad. Amsterdam heeft door de aanwezigheid van vele culturele broedplaatsen jarenlang een magnetische aantrekkingskracht op kunstenaars gehad. Met de komst van de culturele broedplaatsen en zijn bewoners kan een stad “de aantrekkelijkheid als vestigingsplaats voor bedrijven verbeteren, jong talent aantrekken en toeristen en bezoekersstromen op gang zetten”(Sargentini 2000). Maar andersom heeft de kunstenaar en cultuurproducent de stad ook hard nodig. Sargentini benoemt het incubatiemilieu en het grote aanbod aan opleidingen, podia, werkruimte en musea. Ook biedt de stad de kunstenaar een “*flexibele arbeidsmarkt en het grootse potentieel aan afnemers van culturele producties*” (Sargentini,2000).

3.3 Clustering

Culturele clusters kunnen omschreven worden als redelijk duidelijk afgebakende gebieden waar een hoge mate van culturele of creatieve bedrijvigheid is, mogelijk gericht op zowel productie als consumptie.⁶⁹ Zoals net al aangegeven hebben creatievelingen van nature een bepaalde aantrekkingskracht op elkaar, maar volgens Mommaas⁷⁰ zijn de culturele clusters ook van noodzakelijk belang voor innovatie en de bevordering van de creativiteit in een stad. ‘It’s in the air’, zei Alfred Marshall ruim honderd jaar geleden al bij zijn beschrijving van locatievoordelen voor bedrijven.⁷¹ De ideeën van Marshall vormen, in de relatie tussen stedelijkheid en innovatie, het uitgangspunt van verscheidende theorieën. Innovatieve en creatieve bedrijven werken samen in geclusterde netwerken. Clustering is daarmee ook voor de stad van grote waarde.

Maar niet alleen de fysieke clustering van bedrijven, ook de sociale clustering van mensen zijn volgens John Urry van meerwaarde. Urry (2002) noemt drie voorwaarden van ‘co-presence’ als reden waarom de creatieve klasse zich aangetrokken voelt tot het stadsleven: ‘face-to-face, face-the-place en face-the-moment’. Face-to-face contacten zijn de toevallige of geplande ontmoetingen waar oog-in-oog contact van cruciaal belang is. Bij face-the-place is er sprake van een confrontatie tussen een persoon en de fysieke omgeving, terwijl bij face-the-moment er sprake is van een grootschalig evenement. De mate waarin plaatsen en momenten worden aangeboden waar deze ontmoetingen plaats kunnen vinden, maakt volgens Urry (2002) de ene stad aantrekkelijker voor de creatieve klasse dan de andere.⁷² Scott (2000: 18) beschrijft de voordelen van clustering. Voor creatieve bedrijven, die vaak klein en zeer gespecialiseerd zijn (Van de Kamp, 2003: 31), is het mogelijk om door samenwerking (logistieke, productionele en facilitaire) kosten te drukken en flexibeler te zijn. Bovendien kan er een groter publiek bediend worden, en kan er een gezamenlijke marketing worden gevoerd.⁷³

⁶⁹ Van Aalst en Hitters, 2004, The place 2 be,

⁷⁰ Mommaas, H. De creatieve stad in tripolo, Agora 1, 2004

⁷¹ Groep en Stelling, 2004, Agora1

⁷² Hodes,S. De creatieve stad en leisure, Amsterdam 2005).

⁷³ Van de Kamp 2003: 31; Van Aalst en Hitters 2004

Clustering heeft volgens Porter(1990) als schaalvoordeel dat de ‘aanwezigheid van een netwerk van basisindustrieën of ondersteunende sectoren internationaal concurrerend zijn’. Voor de creatieve industrie wellicht belangrijker zijn de voordelen die voortkomen uit het face-to-face contact dat de clustering mogelijk maakt, zoals het uitwisselen van informatie, ideeën en de mogelijkheid om elkaar te inspireren en samen te werken. Hoewel er ook sprake kan zijn van competitie, is het wel een vorm van competitie die zorgt voor vernieuwing en innovatie die door Marshall werd beschreven als ‘competitieve collaboratie’ (Van Aalst en Hitters, 2004). Deze onderlinge stimulatie die door de clusters wordt gegenereerd, wordt ook wel ‘synekism’ genoemd, een bepaalde sfeer waarin creativiteit en innovatie wordt gestimuleerd.⁷⁴

Deze bepaalde sfeer vindt men in culturele broedplaatsen. Clustering kan dus bepalend zijn voor het succes of mislukken van een culturele broedplaats. Broedplaatsen kunnen daarom om verschillende redenen van meerwaarde zijn voor startende ondernemers. Ten eerste vanwege de eerder genoemde individuele vrijheid en autonomie van experimenteren. Ten tweede is er het collectieve aspect van samenwerking en synergie, zij vormen de basisingrediënten voor de totstandkoming van innovatieve productie in een creatief milieu. En als derde kan het creëren van lage faciliterende lasten noodzakelijk zijn om startende ondernemers en pas afgestudeerden te verbinden met de stad. Deze drie aspecten zijn relevant voor het stimuleren van creativiteit.⁷⁵ Maar ook kunnen broedplaatsen dienen als springplank voor starters die behoefte hebben aan goedkope woon,- en werkplekken met goede faciliteiten en contacten. Dat starters op deze manier een plek in de stad vinden, is niet alleen goed voor hun verdere ontwikkeling - zo zijn volgens Wijn (2002) vele gearriveerde kunstenaars begonnen in broedplaatsen- maar ook voor de stad.

3.4 Gentrification proces

Onlangs stond in Vrij Nederland⁷⁶, onder de kop: Clinton in Harlem’, een artikel wat typerend is voor een gentrificationproces en de gevolgen daarvan. Vijf jaar geleden besloot oud-president Bill Clinton een kantoor in Harlem, New York, te huren. Juichend werd hij door de overwegend zwarte bewoners binnengehaald. Maar de stemming is nu omgeslagen. In zijn kielzog hebben projectontwikkelaars en rijke blanken een nieuwe wijk en markt ontdekt. De oorspronkelijke huizen en bewoners moeten plaats maken voor luxe nieuwbouwappartementen, kantoorcomplexen en nieuwe rijke bewoners.

Ook voor broedplaatsen kan het gentrificationproces een nadelig gevolg zijn. De sociologe Ruth Glass gaf in 1964 de naam ‘gentrification’ aan een ongewoon proces dat zich in West End London voltrok; *“One by one many of the working-class quarters of London have been invaded by middle classes.....Shabby,modest mews and cottages...have been taken over..and become elegant, expensive residences. ...Once this process of ‘gentrification’ starts in a district it goes on rapidly until all or most of the original working-class occupiers are displaced and the whole social character of the district is changed”*.⁷⁷

Volgens Hoefnagels⁷⁸ is gentrification een complexe term. De complexiteit komt volgens Hoefnagels doordat het niet één proces is dat zich overal hetzelfde voordoet. Gentrification zal dus nooit een eenduidig te definiëren proces zijn, omdat het proces verschillende trajecten doorloopt en afhankelijk is van de volgende factoren en actoren: bewoners, bestemmingsplan, Gemeente en overheid, financiële instellingen en toekomstige bewoners. *“Gentrification is heel het proces waardoor een gebied opwaardering ondergaat op sociaal, fysiek en econo-*

⁷⁴ Hitters,E.,Van Aalst,I.: ‘The place 2B’,Explaining and exploring the logic of Urban clusters: Rotterdam,2002

⁷⁵ Van.de.Kamp,2003: 29-34)

⁷⁶ Vrij Nederland, augustus 2006, pg.10

⁷⁷ Glass, R. : Aspects of change, Londen, 1964

⁷⁸ Hoefnagels,Gentrification, 2004, Erasmusuniversiteit, Rotterdam

misch vlak van een lage naar een middelhoog tot hoge status welke gepaard gaat met de komst van mensen buiten de wijk".⁷⁹ Het begrip gentrification is dus uit verschillende elementen opgebouwd. Het eerste element is dat gentrification een heel proces beslaat, het tweede element is dat er mensen van buiten de wijk aan te pas komen en het derde element is, dat waar gentrification plaats vindt gebieden of wijken zijn met een bepaalde (lage) status. En tot slot vinden er op sociaal, economisch en fysiek gebied verschuivingen plaats

Het gentrification proces en zijn gentrificiers hebben een belangrijke en bepalende rol in het broedplaatsenbeleid. Sargentini⁸⁰ beschrijft dat broedplaatsen meestal tijdelijk van aard zijn, en dat het zeer moeilijk is deze broedplaatsen te handhaven in gebieden waar de grondprijs stijgt. Dit is wat men in Amsterdam heeft gezien. Met het opwaarderen van de panden en de daarbij horende migratie van nieuwe bewoners, heeft er een ware exodus van kunstenaars plaats gevonden. Door de hoge huren en het verlies van het oorspronkelijke karakter van de panden trokken de kunstenaars de binnenstad uit om zich in andere gebieden, zelfs buiten Amsterdam, te gaan vestigen.

Zeker met de opkomst van de creatieve stad en zijn creatieve klasse en milieu is men gaan beseffen dat de aanwezigheid van kunstenaars in een stad van groot belang en meerwaarde kan zijn. Indirect kunnen kunstenaars en broedplaatsen ook een andere rol vervullen in het gentrification proces. Er werd al gesteld dat gentrification nauw verbonden is met allerlei factoren en actoren die een opwaartse herwaardering aan een gebied of wijk kunnen geven. Kunstenaars kunnen daar een belangrijke voortrekkersrol in spelen. De sociale opwaardering hoeft niet alleen afhankelijk te zijn met de komst van gentrificiers. Soms is de wijk nog niet door hen 'gespot', maar wel door kunstenaars. De invloed van de kunstenaar is dan in het gentrification proces tweeledig. Als eerste tonen zij interesse in de wijk of het gebied met als gevolg dat er een sociale verandering plaats zal gaan vinden. "Gezien de sociale status van de kunstenaar onderscheiden zij zich van de oorspronkelijke bewoners en vindt er een opwaartse trend qua sociale status plaats"(Hoefnagels 2004). Maar niet alleen de sociale status, ook de invloed die kunstenaars en gentrificiers op het proces hebben is verschillend. De komst van kunstenaars gaat meestal gepaard met de komst van restaurants, galleries, oefenruimtes, podia, kortom de creatieve industrie. De meerwaarde die kunstenaars dus ten opzichte van gentrificiers hebben is dat zij de macht en invloed hebben om een gebied culturele waarde te geven (Hoefnagels 2004), waardoor een gebied een culturele status zal krijgen.

In het licht van het gentrification- en het regeneratieproces kan een culturele broedplaats dus een stedelijk en economisch doel dienen. In de huidige stedelijke ontwikkeling, waarin steden creatieve steden willen zijn, speelt cultuur een belangrijke rol en wordt ook ingezet om kansarme gebieden uit een negatieve spiraal te halen. Een van de instrumenten is oude vervallen gebouwen te laten betrekken door kunstenaars, zodat deze gebieden weer aantrekkelijk en levendig worden en vanzelf weer een magneetfunctie krijgen voor (nieuwe)bewoners.

3.5 Broedplaatsenbeleid

Culturele broedplaatsen zijn de laatste jaren steeds vaker onderwerp van gemeentelijk beleid om kunstenaars en ondernemers in aanverwante creatieve bedrijven goedkope woon, werk en atelierruimte aan te bieden.⁸¹ In Amsterdam moesten in de jaren negentig veel alternatieve woon(werk)vormen plaats maken voor stedelijke her-ontwikkeling. Kunstenaars en andere creatieven trokken uit de stad weg en Amsterdam dreigde hiermee zijn 'creatieve kapitaal te verliezen. Om dit proces een halt toe te roepen begon het Amsterdamse gemeentebestuur in 1999 met een 'broedplaatsenbeleid'. Met dit beleid en een budget van vijftien miljoen

⁷⁹ Hoefnagels, Gentrification, 2004, Erasmusuniversiteit, Rotterdam

⁸⁰ Sargentini, Inspiratie op locatie: 2001: 33

⁸¹ Arnoldus, Agora 1, 2004

miljoen gulden probeerde de gemeente Amsterdam culturele werkplanden te realiseren en te behouden.

Kenmerken voor een broedplaats zijn volgens het broedplaatsenbeleid in Amsterdam; ‘een betaalbare huur, en een schaalgrootte die onderlinge samenwerking en wisselwerking kan bewerkstelligen’. Ook stelt het beleid dat broedplaatsen niet exclusief geassocieerd moet worden met (jonge) starters of uitsluitend professionele kunstbeoefenaren. Op basis van de kenmerken geven zij de volgende definitie aan culturele broedplaatsen,⁸² *‘een aanzienlijk complex van woon-en oefenruimten dat het individuele kunstenaars en groepen mogelijk maakt onder de juiste financiële en facilitaire condities en in een inspirerend klimaat kunst te produceren: de mogelijkheid om werken te combineren met wonen en tegenwoordigheid van meerdere kunstdisciplines kunnen het functioneren van de broedplaats versterken’*.⁸³

Culturele broedplaatsen kunnen op twee manieren bestaan. De eerste is vanuit een top-down benadering. Hier worden de broedplaatsen vanuit de Gemeente of andere instanties georganiseerd, waarbij gebruikers rekening dienen te houden met regelgeving en beperkingen (van der Kamp:30) De ander benadering is de bottom-up benadering. Clustering geschiedt hier door verbondenheid en gedeelde interesses. Meestal bevinden deze culturele broedplaatsen zich nog in een ‘krakersfase’ waardoor er geen sprake is van regelgeving en beperkingen. Deze benadering ligt ook dicht bij de oorspronkelijke aard van broedplaatsen. Zij hebben een laboratorium functie waar in letterlijke en figuurlijke zin ruimte is voor experiment. Arnoldus⁸⁴ onderstreept dat een stad gebaat is bij ‘niche ruimtes, vrijplekken, rommelzones, rafelranden, waar zonder teveel bemoeienis, regelgeving en interventie geëxperimenteerd mag worden zonder dat er vanuit gemeente en overheidswegen over de schouders wordt meegekeken.

Zes jaar later lopen beleid en praktijk in Amsterdam niet synchroon. Met het beleid is elke spontaniteit uit de sub-cultuur verdwenen en heeft het broedplaatsenbeleid eerder projectontwikkelaars dan kunstenaars aangetrokken. De gestuurde mono-cultuur die het broedplaatsenbeleid met zich meebrengt is voor veel Amsterdamse kunstenaars een reden geweest om af te haken en zijn heil in ander plaatsen te zoeken.⁸⁵

Een broedplaatsenbeleid bleek meer te zijn dan een pand aan te kopen en er kunstenaars en culturele ondernemers in te zetten. In Amsterdam is er door derdejaars studenten sociologie van de UVA een onderzoek gedaan naar, “in hoeverre het karakter van een vrijplaats wordt bepaald door de locatie en de mate van institutionalisering”. Tevens werd onderzocht of het broedplaatsenbeleid al enig effect had en welke gevolgen dit met zich meebracht. Op vijf deelgebieden werden de vrijplaatsen geanalyseerd; de productie, de doelstelling, de bezoekers, de externe relaties (netwerk contacten) en de kerngroep. De zestien locaties die werden bezocht werden ook weer onderverdeeld in vier categorieën; perifeer gelegen broedplaatsen met een zwakke institutionalisering, centraal gelegen broedplaatsen met een zwakke institutionalisering, perifeer gelegen broedplaatsen met een sterke institutionalisering, centraal gelegen broedplaatsen met een sterke institutionalisering.

Conclusie was dat er een tendens plaats vond waar vrijplaatsen steeds meer naar de rafelrand van de stad werden geduwd. Reden is de hoge grondprijs in het centrum en de druk op het grondgebruik het laagst is aan de rafelranden. Maar tevens vind men aan de rafelranden ook de meest zwak geïnstitutionaliseerde vrijplaatsen. Een andere conclusie was dat de twee dimensies, locatie en institutionalisering, steeds minder los te zien zijn van elkaar. Gesteld werd dat de centraal gelegen locaties zich kenmerken door kleinschaligheid, grote productie intensiteit en hoge diversiteit van activiteiten. De perifeer gelegen locaties kenmerkten zich

⁸² ontleend aan Wijn 2002

⁸³ Gemeentelijk Broedplaatsenbeleid Amsterdam 2003

⁸⁴ Arnoldus, Agora 1, 2004

⁸⁵ Stikker, Volkskrant magazine, 19 juni 2004

door hun gesloten karakter. Daarnaast staat het collectieve karakter voorop, er is een grote mate van zelfvoorziening in wonen en werken, en de frequentie van activiteiten laag is. Interessant was de conclusie in welke mate van institutionalisering deze invloed heeft op het karakter van de vrijplaats. Deze invloed vertaalde zich in het afzwakken van de idealen. “Marginaliteit, alternatieve leefwijzen, innovatie en het ongestructureerde multiculturele karakter verdwenen naar de achtergrond”.⁸⁶ Men concludeerde dat, *‘de vrijheid om tot spontane, innovatieve ontplooiing te komen door het broedplaatsenbeleid aan banden van de culturele productie is gelegd’*.⁸⁷

Door inmenging van de overheid heeft het ‘eindproduct’ aan kwaliteit ingeboet. De aanbeveling die naar de gemeente Amsterdam werd gedaan was om meer ruimte te geven aan een eigen invulling van gebruikers en bewoners en zich alleen te beperken tot het leveren van structurele voorwaarden. Een broedplaatsenbeleid lijkt dus tweeledig. Aan de ene kant krijgen kunstenaars de mogelijkheid om tegen een gering bedrag een werkruimte te huren. Maar aan de andere kant is wonen er niet meer bij in het huidige broedplaatsenbeleid. Terwijl men in de toenmalige kraakateliers op elk willekeurig tijdstip en onder elke omstandigheid kon kiezen voor face to face contacten, zijn bij de nu heersende institutionele inperkingen de noodzakelijke face tot face contacten tijdsgebonden.

Door deze inperking is synergie geen vanzelfsprekendheid meer, terwijl de aanwezigheid en uitwisseling van ideeën juist de grondstof tot innovatie is. Waar de kenniseconomie een 24 uren economie is geworden, bestond er in de toenmalige kraakateliers een 24 uren creatieve economie. Het lijkt erop dat gemeentes eerder voor het economische rendement kiest dan voor de oorspronkelijke functie van culturele broedplaatsen. Door de hoge grondprijzen en institutionele inperkingen zullen kunstenaars eerder ‘garage entrepreneurs’ (Hall, 1998) worden dan dat zij het noodzakelijke face-to-face contact opzoeken.

3.6 Onderzoek vrijplaatsen in Rotterdam

In het rapport ‘De schaduwstad’⁸⁸ doen Boelens en Sanders onderzoek naar vrijplaatsen in Rotterdam en Brussel. Ook zij gebruiken de theorievorming rond de creatieve stad om op zoek te gaan naar het aanwezige creatieve potentieel in de subculturen aan de ‘schaduwkant’ van de stad. Te weinig wordt er volgens Sanders en Boelens rekening gehouden met de ‘door-slaggevende kracht die deze subcultuur heeft voor het sociale welzijn en het algemeen welbehagen in de stad’ (Sanders & Boelens, 2004). De opkomst van het creatieve milieu volgens Florida zien Sander en Boelens (2004) te beperkt. Volgens hen spelen er meerder criteria mee die een creatief milieu bepalen. Met de hype rond de creatieve stad en de daaruit voortkomende rapporten en conclusies gaan steden massaal planologisch op culturele broedplaatsen inzetten. Hier ligt volgens Sanders en Boelens (2004) juist de paradox. Want, zovragen zij zich af, hoe kan stedenbouw en planologie, primair gericht op regelen, creatieve milieus conditioneren. Deze zijn per definitie primair allergisch voor regelgeving. Zij concluderen dat vrijplaatsen zich laten kenmerken door de relatieve onvindbaarheid, het ontwijken van controle en het relatieve isolement. Maar deze noodzaak tot autonomie is met de opkomst van de creatieve stad en zijn creatieve milieu verdwenen doordat er een economische en stedelijke focus op de kunstenaar is komen te liggen.

Ook de kunstenaar heeft deze omslag bemerkt en beseft dat er op zijn beurt stappen richting politiek gemaakt moeten worden om te kunnen overleven. Sanders en Boelens menen dan ook deze subculturen niet zozeer bepaald worden door fysieke condities, “*maar eerder door*

⁸⁶ Lommers, Agora 5, 2001

⁸⁷ Vrijplaatsen in Amsterdam, onderzoeksrapport, Lommers e.a, UVA, Amsterdam, 2001

⁸⁸ Sanders, W., Boelens, L., De Schaduwstad, p.7, Urban Unlimited, Rotterdam, 2004

sociale maatschappelijke en informele krachten in locale en mondiale netwerken van vernieuwers.”

Hoe men stedelijk en beleidsmatig omgaat met deze vrijplaatsen en culturele broedplaatsen berust volgens hen op misvattingen. Allereerst stellen zij dat creatieve milieus niet top-down aangestuurd kunnen worden. Kern zit in de samenstelling van het netwerk en het daaruit volgende initiatief. Ten tweede zullen creatieve milieus niet via gesubsidieerde huur ontstaan. Te vaak, stellen Sanders & Boelens, lopen deze pogingen vast op regelzucht en tijdelijk niet duurzame initiatieven. Ten derde zal een vrijplaats of broedplaats niet ontstaan of zich verder ontwikkelen als men vanuit de politiek een *laisser-faire* houding aanneemt. Deze houding behelst eerder een desinteresse dan betrokkenheid. En als laatste stellen Sanders & Boelens dat het hebben van culturele broedplaatsen niet een concurrentiefactor tussen steden zou moeten zijn. Broedplaatsen zijn niet locatiegebonden omdat deze meestal uit netwerken bestaan. Dus als stad moet je je niet meer afvragen hoe je het creatieve kapitaal kan inzetten voor de stad, maar wat de stad voor het creatieve kapitaal kan doen om haar te behouden.

Met een vergelijkend onderzoek naar vrijplaatsen in Brussel en Rotterdam komen zij tot de volgende conclusies en aanbeveling. De aanwezigheid van voldoende en goedkope ruimte is essentieel voor vrijplaatsen. Tevens pleiten zij voor een van Florida's peilers voor een creatief milieu, tolerantie en toegankelijkheid. Zij adviseren het inzetten van intermediairs, "zij die het ontluikend creatief en innovatief potentieel in de stad in contact brengen met het grote kapitaal en het brede publiek". Maar ook het verbinden en verankeren van netwerken binnen vrijplaatsen zou volgens Sanders & Boelens een versterkend effect hebben. Een andere, interessante aanbeveling is het plegen van schaduwplanning. Hiermee bedoelen zij het essentieel ongrijpbaar maken van vrijplaatsen, maar ook het niet bewust plannen van een gebied. Door weinig sturing en bemoeienis zouden deze plekken zich organisch ontwikkelen. Hun laatste aanbeveling is het benutten van de tijdelijkheid. Deze tijdelijkheid vindt men in de stedenbouwkundige planning. De tussentijd die er ligt in de ontwikkeling en realisatie van reorganisatie of nieuwbouw zou door tijdelijke bewoning benut kunnen worden. Ook hier geldt het gentrification-principe, met de aanwezigheid van een vrijplaats zou een wijk een meer glossy uitstraling kunnen krijgen. Met deze aanbevelingen geven ook Sanders & Boelens instrumenten in handen van beleidsmakers om vrijplaatsen te behouden.

3.7 Kunstenaars in Rotterdam

Een ander onderzoek waar ik nader op in wil gaan is in 2001 onder kunstenaars in Rotterdam gehouden.⁸⁹ Rotterdam telt 1100 ingeschreven kunstenaars. Hiervan is 80% afgestudeerd aan een ABK, 10% heeft voortijdig de opleiding verlaten en de overige 10% zijn autodidact. De jaarlijkse aanwas onder afgestudeerden bedraagt 40 á 50 kunstenaars. In totaal telt Rotterdam zestig collectieven. Hiervan is de helft tweepersoonscollectieven. Daarnaast zijn er nog twintig kleine collectieven met drie tot vijf deelnemers. Tenslotte zijn er tien grote collectieven met zes tot veertig deelnemers. Dit zijn de culturele broedplaatsen, opgenomen in dit onderzoek. De overige collectieven zijn de atelierpanden. Hier heeft de kunstenaar een individueel huurcontract met de verhuurder. Dit kan in het bezit van het OBR, de SKAR, het Havenbedrijf, of particulieren partijen zijn. Hier is geen sprake van een woonfunctie of van een gezamenlijk werkproces.

Respondenten zien als voordelen tot het behoren van een groep of collectief: de wederzijdse inspiratie (52%), delen van inspanning voor tentoonstelling of manifestatie (52%), gezamenlijkheid materiele zaken (38%), gezelschap/ aanspraak (33%) en gezamenlijke publiciteit (32%). Op het totaal geeft een kwart van de respondenten aan geen enkel voordeel in een collectief te zien. De andere helft van de respondenten geeft aan zich niet tot een collectief te

⁸⁹ Das, P., *Beeldende Kunstenaars in Rotterdam, hun positie, opvatting en verwachting*, Rotterdam, 2001

rekenen. De overige vijftientig procent rekt zich wel tot een collectief. Belangrijkste voordelen waren inspiratie en het delen van financiële en organisatorische lasten. Daarnaast gaf drie kwart van de kunstenaars er de voorkeur aan voor een individuele manier van werken. Dit zijn verrassende conclusies, zeker in het licht gezien van Sargentini's definitie van culturele broedplaatsen. Waar bij Sargentini sprake is van een laboratoriumfunctie waar kunstenaars elkaar op intrinsieke gronden ontmoeten en inspireren, is hier bij Rotterdamse kunstenaars niet altijd sprake. Vaak blijken het eerder pragmatische redenen te zijn om zich aan te sluiten bij een collectief.

4 Het Analytisch model

Deze thesis richt zich op de onderzoeksvraag welke meerwaarde en invloed culturele broedplaatsen hebben voor het creatieve klimaat in Rotterdam. De onderzoeksvraag is geoperationaliseerd in een door mij ontwikkeld analysemodel. Doel van het analysemodel is om inzicht te verwerven in de rol en invloed die factoren en actoren op elkaar hebben en welke meerwaarde deze genereert voor de creatieve stad.

Het analysemodel is opgebouwd uit twee indicatoren. Allereerst de actoren: de geïnventariseerde en geclassificeerde culturele broedplaatsen in Rotterdam. Daarnaast de factoren: de meerwaarde die zijn vastgesteld aan de hand van het literatuur onderzoek. In ruime mate wordt in deze analyse de citaten van respondenten opgenomen. Functie hiervan is, niet alleen te dienen als illustratie, maar tevens als explorerend onderdeel en als interpretatiekader bij de analyse van mijn onderzoeksvraag. Belangrijk argument voor deze benadering is dat op deze manier de vervlechting van actoren en factoren beter in beeld gebracht kunnen worden.

4.1 Eigen classificatie Rotterdamse culturele broedplaatsen

Sargentini gaf al aan dat er verschillende soorten broedplaatsen bestaan. In zijn onderzoek onderscheidde hij drie soorten: de economische, de culturele en de vrijplaats. Bij zijn beschrijving van de verschillende vormen van broedplaatsen merkt Sargentini (2002:104) terecht op hoe zijn definities van broedplaatsen en elkaar in de praktijk vaak overlappen. Daarnaast benoemde Sargentini in zijn definitie voor culturele broedplaatsen de culturele productie en belevingsfactor. In de Rotterdamse broedplaatsen is niet bij alle genoemde broedplaatsen deze culturele beleving aanwezig

Een broedplaats zou volgens Sargentini ook een menging moeten zijn van culturele productie en consumptie. Want juist de publieksfunctie geeft meerwaarde aan een broedplaats. Alleen kunstenaars en ontwerpers gezamenlijk in een gebouw plaatsen wil nog niet betekenen dat er dan sprake is van een broedplaats, pas als er een substantiële hoeveelheid activiteiten zijn, gericht op een algemeen publiek, kan er sprake zijn van een broedplaats. Biedt een culturele broedplaats alleen gastateliers aan dan vallen volgens de definitie van Sargentini veel Rotterdamse broedplaatsen af.

Aangezien Sargentini zijn definitie van culturele broedplaatsen vanuit een Amsterdams planologische model heeft ingevuld kan deze niet blindelings over de Rotterdamse broedplaatsen worden gelegd. Vandaar dat ik voor een eigen aanscherping heb gekozen. Uit een eerder vooronderzoek⁹⁰ voor het Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam heb ik een inventarisatie en classificatie gemaakt van culturele broedplaatsen in Rotterdam.

In het volgende analyse model heb ik getracht een zo volledig mogelijk beeld te geven van de aanwezige Rotterdamse culturele broedplaatsen. Echter, het verschil tussen een atelierpand, een collectief of een culturele broedplaats blijkt soms zeer transparant te zijn. Daarnaast blijkt er een fluxus beweging aanwezig te zijn met betrekking tot culturele broedplaatsen. Juist de tijdelijkheid en de onzichtbaarheid zijn vaak karakteristieken van broedplaatsen. Waar eerder in mijn analysemodel broedplaatsen waren opgenomen, werden zij na verloop van tijd weer opgeheven en ontstonden er weer nieuwe initiatieven. Door de netwerken in het (in)formele circuit heb ik geprobeerd een zo volledig mogelijk beeld te geven van de aanwezige culturele broedplaatsen. De kwalificatie van de culturele broedplaatsen is door interviews, bezoek, literatuurverzameling, archiefmateriaal en diverse media tot stand gekomen. In de volgende paragraaf volgt de classificatie van Rotterdamse culturele broedplaatsen in vier categorieën. Daarnaast worden zij met een korte definitie en kenmerk geschetst.

⁹⁰ Rotterdam Mediastad, ErasmusUniversiteit, Rotterdam, 2005

4.1.1 Klassieke Broedplaatsen

Allereerst zijn er de ‘Klassieke broedplaatsen’. Van oorsprong de kunstenaarsinitiatieven die vaak bottum-up zijn ontstaan en vanuit de behoefte om gemeenschappelijk woon/werkruimte en interesses te delen geleid hebben tot particulieren acties, zoals het kraken van een pand. Deze vaak gekraakte panden zijn gaandeweg vanuit een gedoogbeleid meer geïnstitutionaliseerde en zelfregulerende broedplaatsen geworden. Qua creatieve inhoud hebben een aantal van deze culturele broedplaatsen zich ontwikkeld tot multidisciplinaire woon/werkpanden van creatievelingen. Belangrijke meerwaarde is de podium en debatfunctie. Hier kunnen makers hun cultuurproduct aan een groot publiek presenteren in de vorm van exposities, optredens of debatten. De panden hebben meestal een definitieve culturele bestemming. Vaak is er na verloop van tijd geen sprake meer van tijdelijke ingebruikname (uitzondering hierop is het Poortgebouw). Qua creatieve inhoud hebben deze culturele broedplaatsen zich ontwikkeld tot multidisciplinaire verzamelingen van creatievelingen. Steeds vaker ziet men daarin mediagerelateerde disciplines opduiken. Het door Sargentini benoemde kenmerk van een culturele broedplaats: ‘het gemeenschappelijke werkverband gericht op het produceren van kunst en (sub)cultuur’ heeft direct betrekking op de klassieke broedplaatsen.

4.1.2 AV en Nieuwe Media broedplaatsen

De tweede classificatie die ik maak, zijn de AV en Nieuwe Media broedplaatsen. Waar er in de klassieke broedplaatsen nog sprake is van een gecombineerde woon/werkfunctie gaat het bij de nieuwe media- en AV-broedplaatsen om een werkpaar waar culturele ondernemers gericht zijn op synergie en innovatie die tot culturele, commerciële productie kan leiden. Men hanteert een bredere opvatting van creativiteit, die sterker aansluit bij de hedendaagse economische mediamaatschappij.

Sargentini beschreef een economische broedplaats als ‘een locatie voor startende bedrijven gericht op het produceren van AV en Nieuwe Mediaproducten’. Belang van deze broedplaatsen is de werkgelegenheidsgroei, dynamiek en innovatie. Vanwege het belang voor de stedelijke economie kent het Rotterdamse AV beleid een sterke stimulans en facilitering aan de audiovisuele sector toe, waardoor sommige van deze broedplaatsen een top-down benadering kennen. AV en Nieuwe Media broedplaatsen onderscheiden zich van Klassieke broedplaatsen door de interactiviteit, de mix van meerdere specialiteiten en het hoge ‘cross-media’ karakter.

4.1.3 Urban Broedplaatsen

De derde classificatie is de ‘Urban broedplaats’. Hierin staan alle multiculturele disciplines centraal. Focus ligt op de grootstedelijke cultuur, culturele uitingen en preferenties van jongeren, minderheden en nieuwkomers. Globale culturele verschijnselen zoals stickercultuur, skate boarding, urban exploration, HipHop, Grafity zijn culturele verschijnselen die weer vertaald worden in lokale consument- en belevingsproducten. Maar Urban culture gaat ook over lifestyle, imago, glossy’s, gaming, mode, design ect. Door de mix van de grootstedelijke cultuur maakt Urban Culture deel uit van de creatieve stad. De Urban broedplaatsen zijn ‘glokaal’, dat wil zeggen dat ‘Urban culture’ mondiale culturele verschijnselen met lokale culturele verschijnselen verbindt. Samenwerking kan al snel tot synergie leiden.

Men spreekt bij Urban Culture ook wel over de ‘humuslaag’. Zij halen hun inspiratie uit de vitaliserende stedelijke dynamiek en wonen in de marge van het economische en sociale centrum. Urban broedplaatsen kunnen materiële en immateriële broedplaatsen zijn, maar ook tijdelijk en seizoensgebonden broedplaatsen. Daarbij kunnen zij onafhankelijk van fysieke ruimtes of faciliterende diensten zijn. De meerwaarde zit in de infrastructuur van sociale contacten, netwerken en de ‘etnomix’ van verschillende cultuuruitingen op lokaal gebied waar-

door innovatie en synergie tot stand komt. Zeker met het begrip van ‘ De Creatieve Stad’ en de daarbij horende stedelijke dynamiek en trends winnen Urban broedplaatsen aan belang, aanwezigheid en aantal.

4.1.4 Netwerkbreedplaatsen

De vierde, en laatste, classificatie zijn de Netwerkbreedplaatsen. Deze broedplaatsen zijn niet afhankelijk en gebonden aan een fysiek gebouw. Bij Netwerkbreedplaatsen functioneren aan elkaar gekoppelde netwerken als een feitelijke virtuele broedplaats. Het is een locatie waar de netwerken van verschillende creatieve ondernemers samenkomen en aan elkaar gekoppeld worden zodat grotere netwerken ontstaan (ontmoetingsplaats). Communicatie en informatie uitwisselingen en cross-overs vinden plaats via het netwerk. Maar als Netwerkbreedplaatsen zich gaan materialiseren, kunnen ook fysieke ontmoetingen plaats vinden. Daardoor zullen Netwerkbreedplaatsen eerder een overlap kennen met Urban broedplaatsen dan met Klassieke en AV-Nieuwe Media broedplaatsen.

Klassieke broedplaatsen	<ul style="list-style-type: none"> • Utopia • Het Wilde Weten • Kunst & Complex • Foundation B.A.D. • Quarantaine gebouw • Duende • Kaus Australis • Cucosa • Poortgebouw • Van Nelle fabriek • Gravendijkwal 	Urban broed- plaatsen	<ul style="list-style-type: none"> • MPlex • Humus • Salle Demain • StadsLab • DePlayer • Mama • Freehouse • ‘De Camping • Marconi maatschap • HipHopHuis • Lab 37-43
Nieuwe media broedplaatsen	<ul style="list-style-type: none"> • V2 • Locus 010 • Cell • WORM • 25 KV • Rotterdam Lab • Kort Rotterdam • Digital Playground • Wereldwyt 	Netwerk broed- plaatsen	<ul style="list-style-type: none"> • R.AT • Nieuwe Garde • Het Initiatief • Adapter • Dorkbot • TOTT • Freehouse • Transferium

Fig. 2, indeling en typering culturele broedplaatsen Rotterdam.⁹¹

4.2 Factoren van meerwaarde

Na de classificatie van de Rotterdamse culturele broedplaatsen: aangeduid als de actoren, volgen de factoren die van meerwaarde zijn voor het analysemodel. Om de meerwaarde van de Rotterdamse culturele broedplaatsen te beoordelen worden zij getoetst op de vijf essentiële onderdelen van de creatieve stad zoals deze in de theorie van Charles Landry en Richard Florida zijn behandeld; te weten: de stedelijke, de economische, de creatieve factor, de netwerkfactor en de mate van beleidsinterventie.

De invulling van de waarden in het analysemodel geschiedt aan de hand van de gehouden interviews met twee verschillende groepen, de vertegenwoordigers van verschillende culturele broedplaatsen, de culturele ‘sleutelfiguren’ in Rotterdam en de overige verzamelde informatie. De interviews zijn digitaal opgenomen, waarna ze uitgeschreven en met kleurmarkering

⁹¹ Voor uitgebreide informatie en adressenlijst zie Bijlage I

geanalyseerd zijn op de benoemde factoren. De meerwaarde van de factoren kan afhankelijk zijn van een directe en indirecte betekenis.

4.2.1 Economische meerwaarde

Om de meerwaarde van broedplaatsen op economisch gebied te onderzoeken en te bepalen heb ik aan de hand van de theorieën van Landry en Florida en de gehouden interviews factoren gekozen die van belang zijn om de economische meerwaarde te kunnen bepalen. Tevens is gebruikt gemaakt van het TNO rapport van Rutten over de creatieve industrie in Rotterdam.

De economische meerwaarde voor culturele broedplaatsen wordt bepaald door, de directe meerwaarde die meetbaar is in:

- het aantrekken van creatieve ondernemers naar Rotterdam.
- het verbeteren van het lokale vestigingsklimaat voor ondernemers en het daardoor mogelijk ontstaan van nieuwe werkgelegenheid.
- het aanbieden van woon-werkruimte aan alumni en beginnende creatieve ondernemers.
- startende creatieve ondernemers doorgroei mogelijkheden bieden waardoor deze groep zich kan professionaliseren.

de indirecte meerwaarde die zich moeilijk laat meten door:

- stimulering van een innovatieklimaat voor creatieve productie
- het vergroten van de mogelijkheden voor culturele consumptie
- het verbeteren van het imago van de stad.
- het vergroten van de aantrekkelijkheid van de stad voor de creatieve klasse.

4.2.2 Stedelijke meerwaarde

Onontwikkelde of her-ontwikkelingsgebieden kunnen door gebruik te maken van de aanwezigheid van culturele broedplaatsen meerwaarde aan een wijk, of regio bieden. Deze ontwikkelingen zijn al eerder beschreven door Jane Jacobs en leveren het bewijs dat met de komst van kunstenaars en de oprichting van culturele broedplaatsen een wijk of regio een ware metamorfose kan ondergaan. Door de meerwaarde en de daarbij horende stijging van de grondprijs worden plekken voor kunstenaars onbetaalbaar. Zij zien zich genoodzaakt uit te wijken en op zoek te gaan naar nieuwe onontdekte gebieden. Dit noemt men het gentrificationproces. De stedelijke meerwaarde wordt bepaald door:

- het vergroten van de leefbaarheid op wijkniveau (directe omgeving van de broedplaats)
- het vergroten van de ‘urban buzz’, de culturele dynamiek van de stad, zowel vanuit het oogpunt van consumptie als productie
- het vergroten van de leefbaarheid van de stad voor de creatieve klasse
- het bevorderen van interactie en vermenging tussen verschillende sociale en culturele bevolkingsgroepen.

4.2.3 Creatieve meerwaarde

Het begrip creativiteit een moeilijk meetbaar begrip. Het is een geestelijk proces wat door verschillende prikkels en invloeden in gang wordt gezet, inspiratie geeft en uiteindelijk tot innovatie en een product kan leiden. Als we het hebben over de creatieve stad dan zien we een gedifferentieerd beeld wat betreft de begripvorming rond creativiteit. Zo kan creativiteit vele gezichten krijgen als Florida het heeft over de economische, de technologische, de burgerlijke en de politieke creativiteit. De verschillende vakgebieden hanteren elk hun eigen definitie en

begrippen kader. Bij benadering van de creatieve stad heeft creativiteit de betekenis van innovatievermogen. Benaderen we het begrip vanuit het kunstenaarsdomein dan heeft creativiteit de betekenis van scheppend vermogen. Voor het analyse model is gekozen voor de condities waar creatieve ideeën, synergie en innovatie kunnen ontstaan.

De creatieve meerwaarde wordt bepaald door:

- Locaties waar ideeën ontstaan, ontwikkeld en gerealiseerd worden
- Controversiële ontmoetingsplaats voor creatieve geesten
- Locatie waar creatieve ideeën aan een publiek gepresenteerd worden
- Locatie waar creatieve producenten met relatief weinig commerciële druk (dankzij lage vaste lasten) kunnen experimenteren (laboratoriumfunctie).

4.2.4 Netwerkmeerwaarde

De netwerkmeerwaarde vertaalt zich in de uitwisseling van contacten en toegang tot contacten. Om de netwerkmeerwaarde voor culturele broedplaatsen te operationaliseren gebruik ik de definitie van Loes Camp⁹². Deze luidt:

“een groep mensen of organisaties die een belang hebben om zich met elkaar te verbinden. Dit belang kan een persoonlijk of organisatiedoel zijn of een gemeenschappelijk doel met andere leden van het netwerk”.

Het accent van de netwerkmeerwaarde bij culturele broedplaatsen ligt op de netwerkactiviteiten voor het vergroten, verbeteren en stimuleren van activiteiten voor de culturele ondernemer en voor de stad. Het is een systeem van sociale structuren die door onderlinge formele en informele contacten met elkaar zijn verbonden. Culturele broedplaatsen bieden een individuele culturele producent een informeel en intensief netwerk, een creatief milieu, waarin deze producent zijn eigen productie doet. Tegelijkertijd profiteert deze individuele culturele producent van de weids verbreide netwerken van alle ander producenten in de broedplaats.

Daarnaast zijn culturele broedplaatsen per definitie geïntegreerd in grotere netwerken. Een stad haakt met zijn broedplaats(en) aan op (inter)nationale informatiestromen, waardoor de broedplaats een schakelfunctie kan hebben tussen lokale culturele productie en internationale netwerken. De netwerkmeerwaarde van een broedplaats is voor een culturele ondernemer dus tweeledig:

- 1) samenwerken in broedplaatsen, face 2 face contact
- 2) via broedplaatsen toegang hebben en gebruik maken van brede (inter)nationale netwerken.

De netwerkmeerwaarde is van meerwaarde voor:
de ondernemer / culturele producent

- Als individuele ondernemer kun je via de netwerken van iedereen in de broedplaats in contact komen met de juiste personen die je weer op weg kunnen helpen in je creatieve of zakelijke proces. (stedelijk, landelijk en internationaal) Als culturele ondernemer vind je in een broedplaats inbedding in bestaande netwerken waar je je voordeel mee kan doen.

de stad

- Culturele broedplaatsen zijn per definitie al verbonden met een groter netwerk welk zijn invloed heeft op de creatieve stad.
- Daarnaast is geprobeerd de combinatie van samenwerkingsverbanden, interactie en coalitie van verschillende partners te meten. Het zijn de al eerder beschreven factoren die ‘Institutional Thickness’ en ‘embeddeness’ in gang zetten (zie 2.6.4).

⁹² ‘Grow Up!, De paradox van creatieve netwerken en locale betrokkenheid, Erasmus Universiteit, Rotterdam, 2005

4.2.5 Beleidsinterventie

Eerder werd al vermeld dat Hitters en Richards (2002, Face2face) aan de hand van twee voorbeelden; De Westergasfabriek, Amsterdam en De Witte de Withstraat(Rotterdam) twee manieren beschrijven hoe een stad kan omgaan met het beleid rondom culturele clusters. Als eerst wordt de Westergasfabriek als voorbeeld aangehaald als ‘ top-down’ strategie, wat inhoudt dat clusters vanuit een gemeentelijk of institutioneel initiatief worden opgezet en aangestuurd. De tweede strategie is de ‘ bottom-up methode, deze laat de clustering aan particulieren initiatieven over waardoor clustervorming op een organische wijze ontstaat.

Interessant is dat sommige broedplaatsen geheel spontaan tot stand lijken te komen, terwijl andere broedplaatsen niet gerealiseerd konden worden als de Gemeente er geen geld in had gestoken. In mijn analyse model classificeer ik de broedplaatsen ook naar de mate waarin ze onderwerp van (Gemeente)beleid en interventie zijn(geweest).

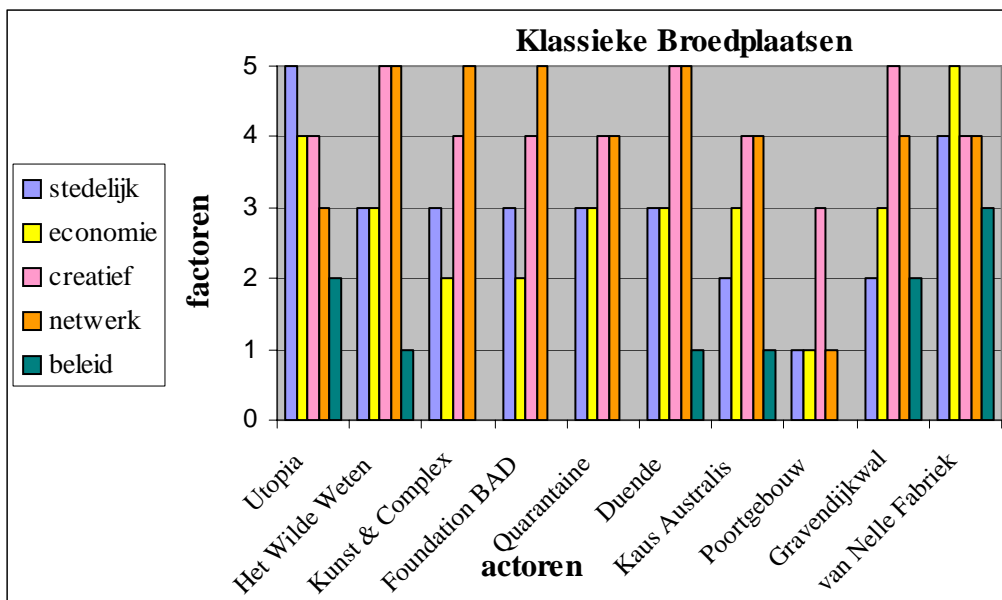
Tussen het volledige top-down model(25KV) en het volledige bottom-up model (Poortgebouw) bevinden zich verschillende niveaus. Zo kan er sprake zijn van een bottom-up ontstane broedplaats die door de overheid wordt ‘geadopteerd’(Locus010), of van een broedplaats die slechts incidenteel vanuit de overheid wordt gesteund(het Wilde Weten, Worm). De kwalificatie die aan beleidsinterventie wordt gegeven hangt sterk samen met de ‘adoptie’ factor en bemoeienis vanuit Gemeente.

5 Resultaten en analyse

Nu duidelijk is hoe het onderzoek is opgezet en de analyse heeft plaats gevonden, worden in de volgende paragrafen de resultaten geanalyseerd. Aan de hand van de indicatoren wordt met de geanalyseerde interviews op meerwaarde, de situatie in culture broedplaatsen op waarden bepaald. De volgende paragrafen tonen de analyse van de Klassieke, AV en Nieuwe Media, Urban en Netwerkbreedplaatsen, waarin de uitspraken van respondenten op de economische, stedelijke, creatieve, netwerk en beleidsinterventie meerwaarde zijn vervlochten. Dit hoofdstuk zal afgerond worden met een conclusie over de aanwezige meerwaarde in culturele broedplaatsen.

5.1 Analyse Klassieke broedplaatsen

Klassieke broedplaatsen zijn de kunstenaarsinitiatieven met een sterke woon-werkfunctie, hoewel de woonfunctie bij sommige broedplaatsen dominanter aanwezig is. Reden is omdat bewoners vaak werkzaamheden buiten de locatie verrichten, waardoor in sommige gevallen het ideologische grondbeginsel los is komen te staan.



- 0 = geen
- 1 = nauwelijks
- 2 = weinig
- 3 = matig aanwezig
- 4 = aanwezig
- 5 = sterk aanwezig

De geschiedenis leert dat in het begin van de broedplaatsvorming er een enorme dynamiek aanwezig is. Maar na een jaar lijkt deze dynamiek in te zakken of weg te zijn en ook niet meer terug te komen. Meestal hebben de bewoners zich dan zo geïnstalleerd dat men met de daar geboren kinderen en huisdieren een andere fase ingaan. Van een broedplaatsen dynamiek is dan geen sprake meer (Sjarel Ex, Boijmans van Beuningen)

Maar er zijn ook klassieke broedplaatsen die geen woonfunctie bezitten zoals Cucosa, waar de autonome kunstenaar wel de mogelijkheid krijgt om een samenwerking met het collectief aan te gaan en gebruik te maken van de podiumfunctie. Juist de podiumfunctie is van

meerwaarde voor klassieke broedplaats. Het verlies van een publieks-en podiumfunctie en de daarbij externe werkzaamheden kunnen oorzaken zijn dat broedplaatsen aan dynamiek verliezen. Diegene die achter en overblijven zijn de gebruikers die fysiek en relationeel in de locatie hebben geïnvesteerd. Meestal zijn het de gebruikers met kinderen die overblijven. Meerdere respondenten bevestigen deze bevinding. Zeker klassieke broedplaatsen zijn verbonden en worden beïnvloed door wat er verder in een mensenleven gebeurt. Men erkent dat deze ontwikkeling onontkoombaar is, maar niet verontrustend. Gesteld wordt dat bottom-up altijd wel nieuwe initiatieven blijven komen die weer de oude initiatieven zullen inhalen. Na verloop van tijd zullen ook deze initiatieven weer weggedrukt worden. Hieruit ontstaat een natuurlijke selectie van professionele toppers en kwaliteit.

5.1.1 Economische meerwaarde

Binnen de definitie van de economische meerwaarde en het analyse model kan geconcludeerd worden dat het merendeel van de klassieke culturele broedplaatsen een indirecte economische betekenis heeft die men vertaald ziet in het aanbieden van woon/werkruimte aan alumni, hoewel er niet binnen alle klassieke broedplaatsen sprake is van doorstroom. Zeker bij de al langer bestaande initiatieven hebben toenmalige alumni zich gevestigd. Naarmate de voorzieningen officiëler worden, is men ook steeds meer in de hardware en de software(waaronder familiebanden)gaan investeren.

Rotterdam kent ook de broedplaatsen welke vijftwintig jaar geleden dynamisch begonnen en nu tot een woongemeenschap zijn terug gebracht, waar niets meer gezamenlijk wordt gedaan. Omdat men zich gevestigd heeft is het ook niet verwonderlijk dat men niet snel zal vertrekken uit een broedplaats, ook al is er al lang geen sprake meer van culturele activiteiten. Dit is geen zorgelijke maar eerder organische, Darwinistische ontwikkeling.(Hugo Bongers)

De direct economische meerwaarde is bij klassieke broedplaatsen moeilijk meetbaar te maken. Vaak is er sprake van autonoom kunstenaarschap die niet direct in culturele productie zichtbaar en meetbaar is, of hun creativiteit niet ontplooiën ten behoeve van winst. Voordat een kunstenaar bekend wordt en zijn culturele product in een economische meerwaarde ziet transformeren gaat er eerst een productieketen aan vooraf. De productieketen van een alumni begint bij zijn afstuderen, waar hij in de gelegenheid wordt gesteld zijn product aan een groter publiek te tonen. Is de alumni talentvol en veelbelovend dan zal de galeriehouders of conservator hem uitnodigen voor deelname aan een tentoonstelling. Dit kan een groepstentoonstelling, solotentoonstelling of thematentoonstelling zijn. Op deze tentoonstelling komt een nog breder publiek af en wordt het werk door critici besproken. Ook publicatie van het werk in de (museum, galerie)catalogus werkt gunstig en geeft een bepaalde productstatus. Hieruit volgt de volgende fase van de aankoop. Dit kan lokale, gemeentelijke en/of rijkssteun(CBK, museum) of private steun(verzamelaar) zijn.

Een volgende stap in de productieketen van de alumni zijn de in binnen en buitenland reizende (groep, solo) tentoonstellingen, al dan niet gesubsidieerd door de grotere instellingen en stichtingen. Bij deze tentoonstellingen begint de economische meerwaarde mee te spelen. De kunstenaar vertegenwoordigt en promoot Nederland met een creatief exportproduct. De Rotterdamse kunstenaar Joep van Lieshout, Marlies Dekker, Hella Jongerius, Uyttenbroek & Versluis zijn hier voorbeelden van. Maar helaas dringen weinig kunstenaars (inter)nationaal door. De meeste kunstenaars zijn afhankelijk van gemeentelijke en rijkssubsidies. Met de tentoonstelling 'Project Rotterdam' probeert Boijmans van Beuningen een internationale springplankfunctie te vervullen. De meerwaarde die Boijmans met deze tentoonstelling beoogd, is als intermediair tussen galleries, bedrijfsleven en kunstenaar te willen staan. Vanuit de klassieke

ke broedplaatsen werden kunstenaars uit het Wilde Weten, BAD, Kunst en Complex, Duende en Casus Strada op individueel werk geselecteerd.

Boijmans zou er goed aan doen om het bestaande werk van Rotterdamse kunstenaars te stimuleren door middel van tentoonstellen, aan te kopen en werkverbanden aan te trekken en te continueren. In algemene zin zijn Rotterdamse kunstenaars en vormgevers ook eigenlijk de beste ambassadeurs voor Rotterdam. (Sjarel Ex, Bijmans van Beuningen)

Respondenten vinden broedplaatsen belangrijk en onderscheidend voor een stad en goed voor het (inter)nationale netwerk en de persoonlijke ontwikkeling van de mensen die in contact komen met de creatieve cellen. Ex (Boijmans) stelt dat, daar waar creatieve cellen zich hebben ontwikkeld er ook een samenwerking met de markt moet liggen. Hij pleit dan ook voor een betere samenwerking tussen markt en talent.

In Rotterdam zie je veel imago en veel behoefte aan mensen in de creatieve sector, maar kijk je naar de marktpartij en de dienstensector hoe zij zijn gewend om creatief talent in te schakelen dan valt op dat deze niet goed is ontwikkeld. Ook autonome kunstenaars moeten kennis en kunde kwijt kunnen in de industrie. Als autonoom kunstenaar kan je wel naam en internationale roem hebben maar als er geen contact met de markt is dan blijft een kunstenaar geïsoleerd en dat is niet meer genoeg (Ex, Boymans).

Met het veranderende subsidieklimaat is deze tendens al eerder ingezet en zijn kunstenaars gedwongen financiën te generen langs niet gesubsidieerde wegen. De uitspraak van Ex heeft dan ook betrekking op de gevolgen van deze aanscherping. Maar niet alleen is de kunstenaar afhankelijk van financiële steun voor zijn werk. Volgens Hugo Bongers komen kunstenaars pas echt tot hun recht als zij zijn ingebed in een netwerk van instituties.

De effectiviteit van een kunstenaar in de samenleving is gediend bij een voortgaande institutionalisering door zijn of haar handelen. Niet in de betekenis dat de kunstenaar een bureaucraat moet worden maar in de betekenis dat je effectiviteit groter wordt op het moment dat je gebruik maakt van deze institutionalisering (Hugo Bongers).

5.1.2 Stedelijke meerwaarde

De stedelijke factor bij de klassieke broedplaatsen is binnen het analyse model matig te noemen. Hoewel de stedelijke meerwaarde zich laat vertalen in de leefbaarheid van een wijk of regio wil dit nog niet zeggen, dat waar deze factor matig of bijna niet aanwezig is, dit zijn neerslag heeft op de leefbaarheid van een wijk. Hoewel in de interviews BAD en het Wilde Weten wel bewust voor de locatie hebben gekozen, heeft men deze meerwaarde niet doorgezet zoals Utopia dit heeft gedaan. Utopia heeft door een bewuste planologische invulling in zelfbeheer, voor een van de meest opmerkelijkste initiatieven op stedelijk gebied gekozen.

Met het betrekken van de watertoren als woonwerkgemeenschap bleven de snelfilter gebouwen, waar het water gezuiverd werd, in onbruik. Met eerst zelf onderzoek te hebben gedaan naar de toekomstmogelijkheden benaderden wij jonge beginnende architecten om mee te denken over de planologische invulling van het gehele ter-

rein. Met de verbouwing, door architect Wytze Patijn, van de snelfilter gebouwen tot jongerenhuisvesting kwamen de eerste bewoners op het DWL terrein. De Gemeente Rotterdam bleek meer dan geïnteresseerd naar de bestemmingsplannen. “Van de eerste aanzetten en onderzoeken in beheer van Utopia hebben de Gemeentelijke Planologen veel profijt gehad om het DWL terrein uiteindelijk te herinrichten” (Peter de Winter, Utopia).

Waar Solnit⁹³ stelt dat met de komst van nieuwe bestemmingen en her-inrichtingsplannen een gentrification proces zal plaats vinden, zijn de bewoners van Utopia op dit gentrification proces vooruit gelopen door zelf met een planologische invulling te komen waar alle partijen profijt bij hadden. De bewoners van Utopia hadden nooit de behoefte het terrein voor eigen gebruik te houden, maar hoopte er een leefbare wijk te realiseren. Met de komst van koopwoningen, sociale huurwoningen, supermarkten en scholen is er een gemêleerd gezelschap van bewoners ontstaan. Hoewel er met de nieuwe wijkbewoners geen specifieke binding is, is er wel sprake van wederzijds profijt. De nieuwe bewoners maken gebruik van de faciliteiten van Utopia, zoals het café, het restaurant en bezoek aan Hal 4. Met de ontwikkeling van de wijk, en de daarbij vanzelfsprekende komst van supermarkten, scholen, sociale en maatschappelijke voorzieningen, heeft Utopia ook de beschikking over consumenten en sociale gemakken gekregen.

5.1.3 Creatieve meerwaarde

Het analysemodel laat duidelijk zien dat de klassieke broedplaatsen, die een podiumfunctie hebben, die op zijn beurt onder de creatieve factor valt, ook beter scoren in de stedelijk en economische factor. Dit is niet verwonderlijk want juist de podiumfunctie trekt publiek van buiten aan waardoor een locatie een magneet functie kan verkrijgen. ‘Een open, bohémien klimaat trekt vanzelf andere bedrijvigheid en ambitieuze vrijzinnige mensen aan’ (Florida 2002). Dit werkt weer door op de culturele consumptie waarmee tevens de ‘urban buzz’ wordt vergroot.

Voor Rotterdam is Het Wilde Weten het beste voorbeeld voor een culturele broedplaats. Hier vind samenwerking tussen kunstenaars plaats en is er sprake van een sterke publieksfunctie waarbij de culturele beleving aanwezig is. (Hugo Bongers)

Binnen de klassieke broedplaatsen wordt de podiumfunctie uiteenlopend toegepast. Sommige broedplaatsen hadden een podiumfunctie, maar door de verscherpte voorschriften is deze functie verdwenen. Vandaar dat er soms naar alternatieven wordt gezocht en de podiumfunctie wordt verlegd naar de openbare of publieke ruimte. Juist de ontmoetingsplaats van creatieve geesten waar ideeën ontstaan en synergie plaatsvindt, is een van de belangrijkste kenmerken van culturele broedplaatsen.

In controverse staat het onderzoek die de SKAR onder kunstenaars heeft laten verrichten. Daar geeft 75% van de geïnterviewde aan individueel te werken en is van synergie geen sprake. Synergie is dan ook een proces welke je niet vooraf kan plannen of sturen maar waar je hooguit de condities voor kan genereren. Deze condities laten zich vertalen in een open (netwerk) klimaat en ruimte om in vrijheid te kunnen experimenteren (Landry 2000). Pas dan kan synergie ontstaan, maar het blijft afhankelijk van de chemie en de dynamiek tussen creatieve geesten.

⁹³ The Cybercities Reader 2004, 296: Hollow City: Gentrification and the eviction of Urban Culture (2000)

Bij Duende gaat die synergie ook in 'flux'. Er zijn momenten dat Duende heel actief is in de stad maar evengoed minder actief is. Een broedplaats is ook iets discontinuus", dat zal je moeten accepteren. Het is stromend. Er zullen momenten van heel veel energie plaats vinden maar ook momenten dat deze weer in ruste is. De condities waarop die energie zichtbaar kan worden is belangrijk. In het kunstenaarscircuit is deze beweging een "discontinuüm". Hierdoor blijf je beweging houden, anders zou je opnieuw instituten creëren(van Heeswijk)

Cultuur moet de tastzin prikkelen. "Je moet een product kunnen ruiken en proeven". Daarom zijn volgens Jan Riezenkamp de 'face to face' contacten zo ongelofelijk belangrijk. Kunstenaars, maar ook directeuren van culturele instellingen laten zich vaak leiden door hun tastzin. Huub Bals, oprichter en oud directeur van het IFFR, heeft ooit over zijn filmkeuze gezegd: "Een film zie ik met mijn buik". Riezenkamp erkent dat hij zich soms ook door deze onderbuik gevoelens liet sturen en een belangrijke rol speelden bij beslissingen over beleidsinmenging. Een kunstenaar is in staat iets verbeelden waar een ander (nog) niet aan toe is. Niet verwonderlijk dat 'trendwatchers' hun toekomstbeeld uit dit milieu halen. De kunstenaar verwoordt, verbeeldt, maakt zichtbaar, maakt tastbaar wat er aan zit te komen.

Broedplaatsen moeten in een groter maatschappelijk geheel worden gezien. Elk bedrijf calculeert 15% Research & Development in. Laat de maatschappij deze broedplaatsen dan als de 15% research & development zien. Broedplaatsen kunnen een betekenisvolle rol in R&D spelen. In het begin kost het geld, je investeert in de kunstenaar maar dit zal zich later altijd terug verdienen(Patrick Boels).

5.1.4 Netwerkmeerwaarde

Het netwerk is het domein waar culturele broedplaatsen per definitie ontstaan. Vanouds is het zo, dat waar kunstvakonderwijs aanwezig is, er vanzelf culturele broedplaatsen ontstaan. Het netwerk hiervoor wordt meestal in de studententijd gelegd. Door individuele contacten kan men besluiten met gelijkgestemde een gezamenlijke ruimte te zoeken waar experiment plaats kan vinden. Rotterdam heeft een kleine culturele sector waardoor het netwerk overzichtelijk is. Iedereen die 'iets' met cultuur te maken heeft kent elkaar of weet elkaar wel te vinden.

Globaal spreekt men van 'six steps of separation', in de culturele sector van Rotterdam is men drie kussen en een verloren liefde van elkaar verwijderd"(Jeanne van Heeswijk).

Dit in tegenstelling tot andere grote steden. In Amsterdam zijn veel meer aparte en afgebakende culturele scènes aanwezig waardoor zij ook verder uit elkaar liggen. In Londen zijn het hele gebieden waar culturele scènes zich afzonderlijk in bewegen, maar waar ook overlapping in zit. In Rotterdam zijn deze gebieden veel kleiner en fragmentarischer, waardoor er niet voor de hand liggende overlappings plaats vinden. Sommige respondenten noemen dit het 'vacuüm van Rotterdam'. Hieronder verstaat men: de verbintenis en beïnvloeding van gebruikers die verbonden zijn aan het culturele netwerk van Rotterdam. Zodoende zullen wetenschappers, kunstenaars, vormgevers, architecten, filmmakers e.a. elkaar sneller opzoeken en samenwerkingsverbanden aangaan. Respondenten ervaren dit als een unieke meerwaarde van het culturele netwerk in Rotterdam.

Ook binnen Boijmans van Beuningen beseft men dat het netwerk van Rotterdam klein is en zich op lokaal niveau afspeelt.

Broedplaatsen zijn belangrijk en onderscheidend voor een stad en goed voor je internationale netwerk in de stad en de persoonlijke ontwikkeling van de mensen die in contact komen met de creatieve cellen. Een groep mensen die op allerlei gronden een bepaalde periode tijd bij elkaar zijn om iets te ontwikkelen. In allerlei opzichten heb je daar veel aan. Maar de manier waarop je een broedplaats functioneel maakt, waardoor het een economische motor wordt is nog iets wat ontwikkeld moet worden(Sjarel Ex)

Binnen deze ontwikkeling zou Boijmans een rol willen spelen. De bijdrage zou bestaan uit het bij elkaar brengen van partijen. Hierbij gaat het volgens Ex om drie wezenlijke partijen. Als eerste het publiek, de bezoekers, per jaar heeft Boijmans 200.000 bezoekers waarvan dertig procent uit Rotterdam. Ten tweede heeft Rotterdam door zijn stadsconservators nauwe banden met de creatievelingen uit de stad en als derde het bedrijfsleven en de particuliere sector die via de vrienden van Boijmans, bedrijfsvrienden, sponsering en andere zakelijke contacten binnen het netwerk van Boijmans behoren. .

Netwerken en koppelen is ook wat Jan Riezenkamp benoemt als je spreekt over de invloed die partijen kunnen hebben. “*Zeker met culturele initiatieven moet je soms associatief te werk gaan*”. Invloedrijke personen en partijen kunnen de juiste mensen aan elkaar proberen te koppelen. Belangrijke partijen kunnen door netwerkcontacten en de invloed die zij hebben zorgen voor verankering en inbedding. Het vraagt van de bestuurder ook de bereidheid om toe te kunnen geven dat een initiatief ook wel eens kan mislukken, maar dat het wel een interessante mislukking is geweest. Een netwerk is dus essentieel voor het voortbestaan van een broedplaats. Landry benoemde het al: hoe groter het netwerk hoe dikker de ‘institutional thickness’ en hoe bredere de inbedding waardoor men meer gronden heeft om te blijven bestaan.

5.1.5 Beleidsinterventie

Binnen de klassieke broedplaatsen ziet men dat de beleidsinterventie zeer laag is, met uitzondering op de Van Nelle Fabriek. Rotterdam heeft tot kort ook niet veel bemoeienis gehad met culturele broedplaatsen. Het gedogen, aanbieden en onderhouden van een ruimte waren de grootste inspanningen die men, soms ook met tegenzin, vanuit de gemeente kon verwachten. Pas sinds de hype rond de creatieve stad en de meerwaarde die men toekent aan culturele broedplaatsen is er een omslag te bemerken.

Een beleidsinmenging inzake een broedplaatsenbeleid zoals men dat kent in Amsterdam, zou voor Rotterdam niet relevant zijn. Daar kwam het broedplaatsenbeleid voort uit een nijpend tekort aan betaalbare woon-werk ateliers en de exodus van de kunstenaar uit Amsterdam. Volgens respondenten staat er in Rotterdam genoeg industrieel erfgoed en bedrijfspanden leeg die een nieuwe functie als ateliergebouw kunnen krijgen. Moeilijker vindt men het om creatief talent aan te trekken en te behouden. Dit vereist een ander beleidsmatige aanpak en opzet dan ‘de financiële stenen kwestie’ van een broedplaatsenbeleid. Een broedplaatsenbeleid vinden respondenten gelijk iets definitiefs.

Daarbij gaat men voorbij aan de karakteristiek van een broedplaats en dat is zijn toevalligheid, vluchtigheid en bewegelijkheid. De contante factor van een broedplaatsenbeleid en de daarbij horende subsidie geven geen prikkels.(Patrick Boels)

Om talent aan te trekken en te behouden vindt Ex (Boijmans) dat de componenten van het beleid niet op een broedplaatsenbeleid maar op de creatieve industrie gericht moeten zijn.

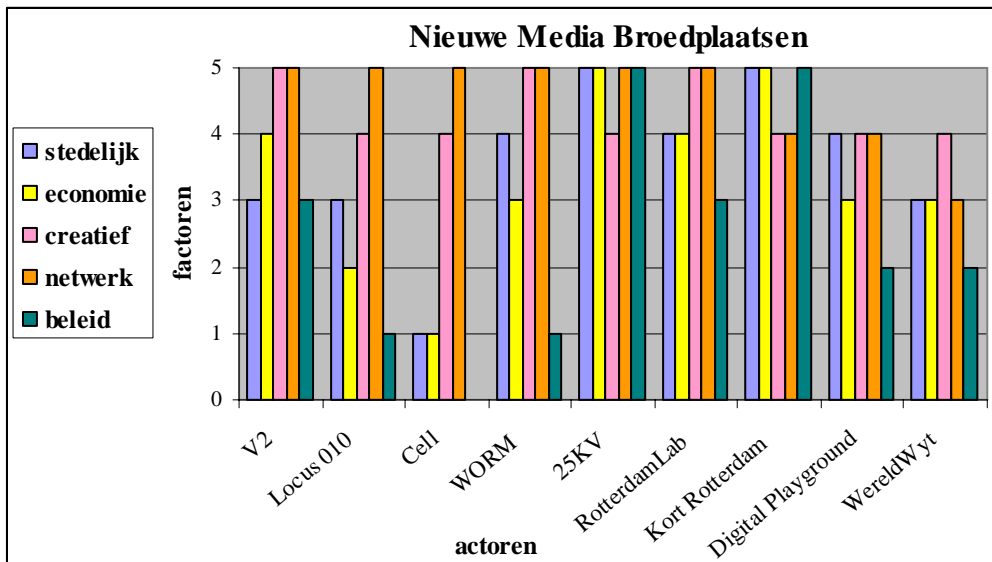
De Gemeente, de Universiteit en de woningbouwcoöperaties zouden hierin de grootste opdrachtgevers moeten zijn. Zij zijn de grote blokken(werkgevers, omzetmakers, grondeigenaren) in de stad. Als zij zich geroepen zouden voelen direct de creatieve industrie te stimuleren, door hier opdrachten in te plaatsen, zou het goed komen met stad (Sjarel Ex).

Maar men beseft ook wel dat kunstenaars een kwetsbare groep zijn, die op allerlei manieren afhankelijk zijn van regelgeving vanuit de Overheid en Gemeente. Hierdoor wordt beleid en subsidie altijd van bovenaf aan de culturele sector opgelegd. Boymans ziet een belangrijke rol weggelegd voor het EDBR om culturele broedplaatsen noodzakelijk te verankeren en in te bedden. Volgens Riezenkamp wordt er op alles al een beleid gemaakt waardoor er targets gehaald moeten worden. Op die manier creëer je weinig ruimte. Sommige ontwikkelingen kun je niet voorspellen. Als politiek bestuurder heeft Riezenkamp vaker een houding gehad van: “*de politicus als thermostaat, niet als thermometer*”.

5.2 Analyse Nieuwe Media broedplaatsen

Nieuwe Media broedplaatsen hebben als kenmerk dat men gebruik maakt van AV en Media disciplines. Clusters hebben een duidelijke werkfunctie en van een woonfunctie is meestal geen sprake. Men maakt gebruik van elkaanders expertise en streeft naar cross-overs. Met de komst van de informatietechnologie en de daarbij horende verschillende media hebben kunstenaars een omwenteling op het autonome vakgebied gemaakt. Adriaanse(V2) noemt het een “multimediale wijze van werken”. Hiermee bedoelt Adriaanse gebruik te maken van meerdere disciplines, van schilderen tot film, poëzie en fotografie naast elkaar.

Er was geen ruimte voor kunstenaars die én popmuziek maakten en ook nog schilderden en fotografie erbij deden en dat allemaal tegelijk konden presenteren. Want voor muziek had je concertruimtes, voor schilderen had je museums, voor theater theaterzalen. Alles had zo z'n plek. Alles wat ging over vermenging had een probleem, enerzijds voor het vinden van mogelijkheden voor presentatie, anderzijds om te begrijpen waar het überhaupt over ging, omdat ook alle reflectie en kritiek was gespecialiseerd.(Alex Adriaanse, V2)



- 0 = geen
- 1 = nauwelijks
- 2 = weinig
- 3 = matig aanwezig
- 4 = aanwezig
- 5 = sterk aanwezig

5.2.1 Economische meerwaarde

Dat de economische meerwaarde bij de Nieuwe Media broedplaatsen hoog is, is niet verwonderlijk als men bedenkt dat de AV en Media industrie een speerpunt in het economische beleid van Rotterdam is. Hierdoor krijgt deze bedrijfstak ook de meeste aandacht en flinke financiële injecties. Zeker bij de top-down aangestuurde broedplaatsen bemerkt men dat deze locaties bijdragen aan het verbeteren van het vestigingsklimaat en het aantrekken van talent. De financiële en facilitaire middelen die de Gemeente in de creatieve ondernemers van Nieuwe Media producenten investeert dragen hier aan bij. Voorafgaande aan het economische succesvolle mediacluster zag de Gemeente dat het Internationaal Film Festival Rotterdam dé pu-

blikstrekker van de stad was geworden die een langer economisch effect voor de stad bleek te hebben.

De Rotterdamse economie profiteert onmiddellijk van het festival want elke euro die bij het festival binnen komt wordt weer zes keer in de stad uitgegeven. Tijdens het festival stijgt de omzet in de horeca met zeven miljoen waarbij de overnachtingen niet zijn meegerekend. Voor de Rotterdamse economie is dit een economische opkikker zowel op korte termijn als op lange termijn (Sandra den Hamer).

De aanwezigheid en bedrijvigheid van filmmakers en producenten op de Cinemart tijdens het Filmfestival was voor de Gemeente Rotterdam de koppeling voor het economische lange termijn effect. Deze lange termijn behoefte was afkomstig vanuit het departement Economische Zaken Rotterdam. Op hun verzoek werd er door de Rotterdamse Kunststichting en het IFFR een studie verricht naar mogelijkheden. Met als voorbeeld Northrein Westfalen werd de aanbeveling geschreven om een Rotterdams fonds op te richten die op de mediasector was gericht. Naar aanleiding van deze aanbeveling is met een startkapitaal het Rotterdams Film Fonds opgericht. Hieruit voortgekomen is de ontwikkeling van het Rotterdamse mediacluster en het daarbij horende AV beleid

Prioriteit en doelstelling van het Rotterdams FilmFonds is een economische stimulering van de AV sector. Zo hoopt men dat door investeringen er meer geld gegenereerd wordt, wat weer in Rotterdam wordt uitgegeven. Door zorg te dragen voor een goede infrastructuur, een platform te creëren voor AV opleidingen, producenten hun AV product in Rotterdam te laten draaien en AV talent onderdak te verschaffen zet de Gemeente in op de AV sector als economisch product. Binnen het rapport van Rutten(2004) is de media en entertainmentsector met een banengroei van 13% ook de snelst groeiende bedrijfstak. Door een aantrekkelijk economisch klimaat te scheppen hoopt de Gemeente op toestroom van AV ondernemers.

De drempel om je als AV bedrijf in Rotterdam te vestigen is behoorlijk laag. Bedrijven zijn enthousiast over de Rotterdamse aanpak. Over weinig schrijven, door de korte lijnen met de bestuursdiensten, de subsidie mogelijkheden, kunnen snelle beslissingen genomen worden.

Door de kennis en het netwerk is de samenwerking en aanwezigheid van het RFF van essentieel belang voor het aantrekken van AV bedrijven naar Rotterdam. Het IFFR heeft meerwaarde voor het OBR, als economische partner, om het imago van Rotterdam als mediastad te verstevigen (Aldo van Cleef, OBR).

Het R.F.F. faciliteert alle producenten die in Rotterdam willen draaien; van idee tot distributie. Daarvoor is het volgens van Heijningen(R.F.F.) zaak dat de hele productiekolom in Rotterdam aanwezig is. Maar ook het aantrekken en scouten van talent naar de stad is een taak van de commissaris. Met het project Kort Rotterdams wordt er een kortstondige broedplaats gecreëerd voor Rotterdams talent. Maar van Heijningen ziet met het Paasakkoord van 2005 meer groeimogelijkheden voor de AV sector in Rotterdam.

Met 'het paasakkoord'(3-2005) is een miljard euro extra voor (media) onderwijs en innovatie bedongen. Met de beschikbare financiën van dit paasakkoord zou een laboratoriumfunctie ingericht kunnen worden waar het IFFR als spil van vernieuwing kan dienen.(Jacques van Heijnige, RFF)

5.2.2 Stedelijke meerwaarde

Geconstateerd kan worden dat de stedelijke meerwaarde het hoogst aanwezig is bij de tijdelijke broedplaats van het IFFR en RFF. Vanwege zijn unieke architectuur en stedelijke paleologie is het niet verwonderlijk dat Rotterdam een 'foto en film-genieke' stad is. Dit is ook het visitekaartje en instrument van de filmcommissie om producenten naar Rotterdam te halen en hier de AV productie op te nemen.

Binnen het publieke domein, een minder fysieke benaming van de openbare ruimte, speelt de media dan ook een grote rol in hoe zij die ruimte toeëigent en hier invloed op uitoefent. Zo zie je dat het IFFR niet meer een Festival met alleen maar films is, maar ook dat het Festival zich afspeelt in de stad en bij andere Rotterdamse culturele instanties. Maar ook binnen het AV en Media beleid heeft de stedelijke factor een belangrijke rol gespeeld. Zo is mediabroedplaats 25 KV een stedenbouwkundige ontwikkeling.

Doordat schepen breder en dieper zijn geworden kon men niet meer de binnenhavens van Rotterdam bereiken. Zodoende kwamen havengebieden vrij te liggen. Met stadsontwikkelaar vindt er een herinrichting van de havengebieden plaats. Gekozen is om de bestaande havengebouwen niet te slopen maar een nieuwe functie te geven. (Aldo van Cleef, OBR)

Broedplaats Locus 010 is een ander voorbeeld waar stedenbouwkundige planning een rol speelt. De locatie waar Locus 010 gehuisvest is, is een her-ontwikkelingsgebied. Door de langdurige leegstand van kantoren en gebouwen is het een kaal gebied geworden en zijn mensen de aansluiting met het publieke domein kwijt geraakt. Respondenten vinden het belangrijk om bij stedelijke herontwikkeling, mensen te betrekken en deze de kans te bieden vorm te geven aan ruimtes waardoor ze weer deelnemer van het publieke domein worden.

Neem de Hoogstraat, een heel lelijke straat, maar wel met bijzondere gebouwen. Zorg dat daar ook een soort StadsLab komt dan gaat de wijk ook weer leven. Dat gebeurt nu ook al een beetje bij Locus010. (Mike Mager, StadsLab)

In zijn geheel is het IFFR van onschatbare stedelijke meerwaarde. Per jaar trekt het meer en meer bezoekers aan en is daarmee dé culturele publiekstrekker van Rotterdam geworden. Met het programma onderdeel 'Artist in Focus' verloopt de samenwerking van kleine initiatieven zoals MAMA, V2, Off Corso en Tent tot de grotere partners, Boymans van Beuningen, NAI, Goethe instituut, en het Fotomuseum. Belangrijk is de samenwerking en betrokkenheid van lokale instanties en mensen om dit te kunnen realiseren. Niet direct betrokken culturele broedplaatsen zouden met hun programmering meer willen aansluiten bij een Filmfestival.

Van beide kanten, het culturele veld en de ondernemers, kan er nog een slag gemaakt worden om ondernemers meer bij culturele evenementen te betrekken. Tevens moet aan hoogopgeleide werknemers het aantrekkelijke vestigingsklimaat van Rotterdam worden benadrukt. Voor de culturele instanties ligt hier een rol weggelegd om beeldvorming en vooroordelen weg te nemen. Het imago moet elke keer weer worden bijgesteld. Zo werd het Filmfestival vroeger geassocieerd met een festival van 'alternatieven'. Het programma mag dan wel alternatief zijn, voor het publiek gaat dit allang niet meer op (Sandra den Hamer).

5.2.3 Creatieve meerwaarde

Binnen de creatieve factor scoren alle actoren in de Nieuwe Media broedplaatsen hoog. Dit is het gevolg omdat de afgebakende autonome kunsten plaats heeft gemaakt voor multidisciplinaire media producties. Maar ook de aanwezigheid van een sterk Rotterdams AV beleid zorgt ervoor dat er financiële impulsen gegeven worden aan nieuwe media initiatieven. Florida benoemde de aanwezigheid van talent als een voorwaarde voor de creatieve klasse om zich te vestigen. Door als stad aantrekkelijke AV opleidingen aan te bieden trekt men beginnend talent aan. Met de aanwezigheid van Mediaschools beoogt men een eigen kweekvijver van AV talent te realiseren. Helaas blijkt uit een eerder onderzoek⁹⁴ dat alumni vaak besluiten zich ergens anders te vestigen. Volgens den Hamer komt dit omdat de AV opleidingen binnen Rotterdam zich teveel op de technische kant toeleggen.

Wat Rotterdam mist is de springplankfunctie voor jong, talentvolle filmmakers, waar men in de gelegenheid wordt gesteld zich de internationale markt van filmmakers eigen te maken. (Sandra den Hamer IFFR)

Zeker nu de AV sector als speerpunten van economisch beleid is aangewezen zou men volgens den Hamer meer moeten inzetten op jong talent. Binnen het IFFR zijn interessante en innovatieve ontwikkelingen aan de gang. Zo is den Hamer (IFFR) een groot voorstander om een broedplaats, gekoppeld aan het festival te realiseren. Met 'RotterdamLab' is hier al een eerste aanzet mee gemaakt. Hier krijgen internationaal geselecteerde talentvolle deelnemers in vier dagen de mogelijkheid om andere filmmakers te ontmoeten en worden zij via een Masterclasses ingewijd in de marktwerking van international-sales. Nadeel is het kortstondige karakter.

De toekomst wens van het festival is, dat Rotterdam Lab zich niet alleen tijdens het festival afspeelt. Zeker nu een van de speerpunten van het economische beleid het AV cluster is geworden zou het Rotterdam Lab als een innovatieproject gezien kunnen worden. (Sandra den Hamer, IFFR)

Deze investeringen zouden zich tweeledig terug verdienen. 'De producties die in de AV broedplaats worden ontwikkeld komen automatisch terug in Rotterdam. De makers sturen hun product naar de Cinemart om financiers te zoeken en hebben zij financiers gevonden en is de film gerealiseerd dan sturen ze deze ook weer naar het festival'. (den Hamer, IFFR)

Ook Van Heijningen (R.F.F.) ziet voor de AV sector specifieke meerwaarden in broedplaatsen en medialaboratoria. Op den duur levert dit zeker arbeidsplaatsen op, mits zij gecombineerd worden met opleidingen. Om deze koppeling te maken heeft men Mediaschools opgericht. Want juist het aantrekken van studenten is een voorwaarde van culturele broedplaatsen.

Tussen het Rotterdamse AV beleid en de Amsterdamse filmacademie ligt een gat waar met het stimuleren van jong talent op ingesprongen kan worden. AV broedplaatsen zouden in dit gat moeten springen. (Sandra den Hamer, IFFR)

Bij het bureau van het IFFR is een 'talentscout' aanwezig die zich op de 'subcultuur' binnen Rotterdam richt. Buiten het Filmfestival worden deze contacten door de 'talentscout' onderhouden. Maar ook het IFFR is buiten het festival actief met het programma onderdeel: 'Tigers on Tour' en Rotterdam Film Course, een educatieproject voor Hoge Scholen en Universiteiten. Aan de hand van de vertoning van een themafilm wordt er door de studenten

⁹⁴ Rotterdam Mediastad, Erasmusuniversiteit, 2005

onderzoek verricht en afgesloten met een werkstuk. Voor studenten betekent dit een kennis-making met Art-House film en voor het Festival ligt de meerwaarde in de bindingsfactor met het publiek.

5.2.4 Netwerkmeerwaarde

De netwerkmeerwaarde ligt bij de Nieuwe Media broedplaatsen, zeker bij de professionele collectieven zeer hoog. Culturele broedplaatsen worden in dit domein gezien als ‘de speelruimte’ die nodig is om verbintenissen te leggen en nieuwe wijzen van organiseren, van produceren en van kunstwaarneming te ontdekken en deze, buiten de officiële instellingen om, vorm te geven. Adriaanse (V2) ziet dat als je het over media hebt de fysieke ruimte zeer relatief is:

“omdat media in netwerken overal aanwezig is. Als we over ruimte spreken hebben we het over kennisnetwerken, dus over ‘kennisruimte’, financiële ruimte, zelfs over presentatieruimte in een breed verband. Niet in de zin van een fysiek aanwezige tentoonstellingsruimte, maar in het zoeken van presentatieruimte via de media, dus in het binnendringen van huishoudens en het binnengaan van het publieke domein”.

Binnen Nieuwe Media broedplaatsen hebben face to face contact voorrang. Clustering speelt daardoor een belangrijke rol. Zeker samenwerkingsverbanden zijn in de Nieuwe Media broedplaatsen van meerwaarde voor de netwerkfactor. Bijna alle actoren zijn op een of andere manier met elkaar verbonden. Maar ook niet voor de hand liggende samenwerkingstrajecten worden opgezocht. Van belang is dat broedplaatsen zich kunnen materialiseren en dat men in een gezamenlijke productiefase het product kan corrigeren.

Het is een farce te geloven dat door Internet alles dichterbij is gekomen en alles te overbruggen is. Je kunt al je bestanden via Internet versturen maar de ‘finetuning’ gebeurt nog altijd nog face to face. Twijfel bij een productie over kleurbepaling of wat dan ook, is heel moeilijk uit te spreken via Internet(Arie Versluis, de Camping)

Met deze uitspraak wordt de kern en het belang van clustering aangegeven wanneer men spreekt over de productie van een specifiek creatief resultaat. Zeker de AV keten ziet men graag geclusterd binnen een bepaalde regio. In Rotterdam is dat het Lloyd kwartier. Met de komst van Codarts, en de afdeling Media & Design van de Willem de Kooning Academie begint Delfshaven en Coolhaveneiland zich langzaam te ontwikkelen tot een cultureel cluster.

Het hele Lloyd gebied van Mullerpier tot Schiemond, moet ontwikkeld worden en 25KV heeft hierin een centrale rol. Je ziet vanuit andere instanties dat ze hier op willen aansluiten met het Hip Hop huis en het Multimediacentrum Wereldwyt op Coolhaven eiland. Met deze ontwikkelingen moet men uitkijken niet te solitair bezig te willen zijn. Aansluiting zoeken bij bestaande instanties bevordert de communicatie en groeistrategieën. Het OBR geeft dan ook aan een betere samenwerking te willen en aansluiting te zoeken met andere partners. De toegevoegde waarde kan hierdoor vergroot en versneld worden.(Aldo van Cleef, OBR)

Talent naar de stad halen verwerft men door een sterk onderwijsaanbod. Met Mediaschool probeert men een eigen kweekvijver van talent in de Rotterdamse AV sector te bevorderen. Het door het OBR opgezette netwerk overleg tussen verschillende instellingen met AV/Media onderwijs en ondernemers, heeft fysiek body gekregen met de oprichting van Het Transferium.

Doel is om het onderwijs beter af te stemmen op de beroepspraktijk. Door het aanbieden en bemiddelen van stageplaatsen en stimuleren van alumni probeert men verschillende takken van de AV branche bij elkaar te brengen en beter af te stemmen op de praktijk. Het streven is om de kennisoverdracht en samenwerking tussen de AV / mediasector en het onderwijs te versterken. Voor een stad waar men de AV sector als speerpunt van beleid heeft gemaakt geen overbodige luxe.

5.2.5 Beleidsinterventie

Dat de beleidsinterventie in het analysemodel binnen de nieuwe mediabroedplaatsen hoog ligt wekt geen verbazing. Meer dan de helft van de broedplaatsen is met gemeentelijk en/of overheidsbemoeienis tot stand gekomen. Opvallend is, dat binnen de broedplaatsen met veel beleidsinmenging er tevens ook grotere stedelijke, economische, creatiever en netwerk factoren aanwezig zijn. Zeker 25 KV biedt onderdak aan veel talent en is economisch interessant voor Rotterdam. De score van de broedplaatsinitiatieven van het IFFR en van het RFF zijn interessant omdat het tijdelijke initiatieven zijn en toch een hoge stedelijke, creatieve, economische en netwerk bezitten. Onderkend moet worden dat het Festival als netwerk en platform voor creatief talent hier zeker aan meedraagt.

De bottom-up ontstane broedplaatsen scoren laag op beleidsinterventie. Misschien verklaard dat ook dat zij een langere incubatietijd nodig hebben om zich in te bedden. Dit in tegenstelling tot wat Van Cleef beweert: “ *Het zou in feite voor het eindproduct niets moeten uitmaken of een broedplaats nu bottom-up of top-down wordt gefaciliteerd*”. Een boeiende uitspraak die als onderzoeksvraag voor een vervolgonderzoek kan dienen. Volgens van Cleef is de overeenkomst tussen de dynamiek en het enthousiasme in de opstart fase identiek aan die van een top-down of bottom-up ontstane broedplaats.

Het begint met drie mensen die een leuk idee hebben en daarbij zelf hun partners in spé zoeken en aan elkaar koppelen. Hier is sprake van een bottom-up broedplaats, terwijl de Schiecentrale door de overheid geëntameerd is. Maar hetzelfde proces heeft ook in de Schiecentrale plaatsgevonden. (Aldo van Cleef, OBR)

Respondenten zien Locus010 als een broedplaats die een aanwinst voor de stad kan zijn en veel potentie in zich heeft. Met deze broedplaats heeft het OBR geen bemoeienis, maar intern word wel het belang van dit initiatief uit de markt gezien. Verankering en inbedding van broedplaatsen vinden respondenten belangrijk. Volgens Ex (Boymans) zou het EDBR hier een belangrijke rol in kunnen spelen.

Door de netwerkcontacten en de invloed die zij hebben zal deze inbedding sneller plaats vinden dan als kunstenaars geïsoleerd in een broedplaats zitten.

Als broedplaats heb je een netwerk nodig om voort te blijven bestaan. Het is een netwerk-infrastructuur. Dit zag men gebeuren bij Locus 010. Een broedplaats die al zes jaar bestaat maar sinds kort door de gemeente financieel wordt gesteund. Deze financiële injectie geeft Locus 010 de mogelijkheid om via programmering zich als culturele broedplaats met podiumfunctie te profileren, mits men aan de strenge veiligheidseisen van de ARBO en brandweer voldoet.

Van Heijningen (RFF) ziet vaak in Amsterdam particuliere initiatieven bestaan die al enige tijd draaien voordat er geld wordt aanvraagt. “In Rotterdam, zo beweert van Heijningen, is het net andersom: er bestaan eerst ideeën, daar wordt geld voor aangevraagd bij de Gemeente en dan pas ontstaat de activiteit, dat noem ik top-down”. Van Heijningens constate-

ring is opvallend omdat juist deze volgorde het begin schetst van de creativiteitscyclus van Landry (zie 2.6.5). Juist deze benadering zou volgens Landry een win-win formule zijn en het stedelijk collectieve gevoel, met de nadruk op creativiteit, versterken.

Voor een broedplaatsenbeleid lopen respondenten niet warm. Men vindt dat broedplaatsen niet gestuurd kunnen worden omdat een broedplaats teveel afhankelijk is van het toeval.

Het toeval ligt teveel in de synergie. Mensen moeten maar net de klik met elkaar hebben om tot innovatie en synergie te komen. De geschiedenis leert dat in het begin van de broedplaatsvorming er een enorme dynamiek aanwezig is. Maar na een jaar lijkt deze dynamiek in te zakken of weg te zijn en ook niet meer terug te komen. (Sjarel Ex, Boymans van Beuningen)

Wel zou de Gemeente de broedplaatsen meer moeten erkennen en ondersteunen. Wat men te vaak ziet is dat broedplaatsen door strenge regelgeving te vaak worden tegengewerkt. De voorwaarden moeten volgens respondenten gecreëerd worden waardoor broedplaatsen kunnen ontstaan en voor zolang het duurt kunnen voortbestaan. Een van de gecreëerde voorwaarde voor Rotterdam waardoor een broedplaats zou kunnen ontstaan, is een inkomensgarantie, of juist de uitzondering daarop; goedkoop onroerend goed en vooral heel veel vraag en de eerder door Ex (*Boymans van Beuningen*) genoemde opdrachten vanuit de Gemeenten, Universiteiten en het bedrijfsleven. Rotterdam zou de creatievelingen dus actiever moeten betrekken, een impuls moeten geven bij het vormgeven van de creatieve stad.

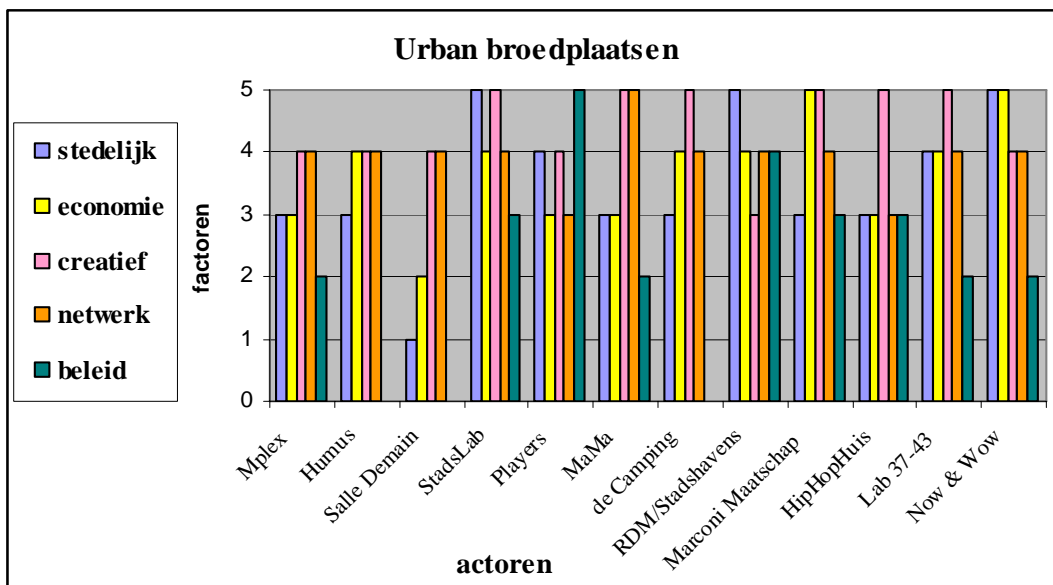
Te vaak worden net afgestudeerden of kleine zelfstandigen niet betrokken bij de ontwikkeling van de stad of gaan beleidsmaker zich met de vormgeving van de stad bemoeien. Er zou een onderkenning moeten zijn vanuit Gemeente en bedrijfsleven dat wat visueel werkt een vak apart is. Hotel New York is een doorslaand succes. De oorzaak zou kunnen liggen in de vormgeving en aankleding. Het bedrijfsleven moet hier een les uittrekken. (Sjarel EX, Boymans van Beuningen)

5.3 Analyse Urban Broedplaatsen

Dit zijn de stedelijke broedplaatsen die de grootstedelijke cultuur verbreiden. In deze broedplaatsen vindt men een verzameling van verschillende culturen en disciplines door elkaar heen. Hier vind men ook een grotere verscheidenheid van culturele uitingen waardoor cross-overs makkelijker gemaakt worden. Naast autonome en Nieuwe Media kunsten onderscheid 'Urban Culture' zich door muziek, taal, poezie, street art, urban design, mode en sport. In urban broedplaatsen lopen artistieke en commerciële activiteiten en high en low culture moeiteloos door elkaar heen. Het huidige consumptiepatroon bepaald dan ook de samenstelling van de 'Urban broedplaatsen'. Doordat consumptiepatronen snel kunnen wisselen, is de sterke dynamiek binnen deze broedplaatsen de beste karakteristiek. Een andere unieke karakteristiek van 'Urban broedplaatsen' is dat deze seizoensgebonden kunnen zijn.

Sinds showroom Mama naar Mplex is gegaan zijn de in en uitloop mogelijkheden vergroot. Dit is dus een kenmerk van broedplaatsen. In de zomer staan bij ons de deuren open waardoor mensen veel sneller even naar binnen komen lopen voor een praatje. In een 'technoscene' zie je dit nog duidelijker. Zij vertrekken voor twee maanden naar het buitenland en organiseren daar feesten totdat het weer slechter wordt en ze weer verder trekken. Dat zijn de werkelijke 'campinggasten'. Dit nomadische gegeven is seizoensgebonden. (Arie Versluis, De Camping).

Tevens kunnen 'Urban' broedplaatsen een stedelijke impact hebben. Dit zijn de broedplaatsen die gebruik maken van stedelijke indicatoren zoals cultureel historisch erfgoed, maar ook de lokale software, de verhalen en gewoontes van een wijk. Deze 'software' speelt een belangrijke rol bij de revitalisering of gentrification van een buurt, waarbij culturele broedplaatsen als instrument dienen. StadsLab en Stadshavens Rotterdam zijn hier een goed voorbeeld van.



- 0 = geen
- 1 = nauwelijks
- 2 = weinig
- 3 = matig aanwezig
- 4 = aanwezig
- 5 = sterk aanwezig

5.3.1 Economische meerwaarde

De economische meerwaarde in Urban broedplaatsen laat zich direct vertalen in de clustering van creatieve ondernemers. Indirect is de economische meerwaarde meetbaar in het verbeteren van het imago en vergroten van de aantrekkelijkheid van de stad. Zeker binnen de Urban broedplaatsen, waar de stedelijke cultuur centraal staat, scoren zij hoog. Uitzondering is Salle Demain. Omdat deze broedplaats geen fysieke ruimte heeft kan deze ook tot de netwerkbroedplaatsen gerekend worden. Maar men ziet vaker binnen de Urban broedplaatsen dat er een sterkere vermenging van verschillende broedplaatsen aanwezig is. Zo woont respondent van Heeswijk in een 'Klassieke' broedplaats, maar spelen haar kunstprojecten zich merendeels in het stedelijke domein van de openbare ruimte af. Binnen de Urban broedplaatsen is er een accentverschuiving waar te nemen. Waar men zich eerder op 'urbanleisure' focuste is deze verlegd naar kleinschalig cultureel ondernemerschap. In haar project 'Freehouse' doet Van Heeswijk onderzoek naar de meerwaarde van kleinschalige culturele productie waarin de nadruk meer komt te liggen op Rotterdam als vakmanstad dan als creatieve stad.

Dáár waar nu de toekomstige broedplaatsen liggen, ligt in het multiculturele ondernemerschap. Daar waar nog een vak bestaat ligt de grootste slagkracht voor broedplaatsen van Rotterdam. (Jeanne van Heeswijk, Freehouse)

Juist in de 'multi-culturaliteit' van de stad ligt de kracht van Rotterdam. Als men spreekt over culturele productie speelt bij Urban broedplaatsen de identiteit een grote rol. Binnen het HipHopHouse speelt de R&B cultuur een grote rol, terwijl bij van Heeswijks Freehouse de relatie tussen multicultureel product en vakmanschap centraal staat. Creatieve ondernemers en kunstenaars laten zich inspireren door deze culturele stedelijke diversiteit.

Mensen die een eigen produkt maken. Hierbij draait het om de Transhistorical community. Dit is een community die weliswaar niet oorspronkelijk is, maar zich hier in bepaalde gebieden heeft gevestigd en nog culturele banden met het land van herkomst onderhoud en hun culturele productie uitzet. Als stad moet je deze groep toegang geven tot de dynamiek van de stad waardoor zij hun culturele kapitaal kunnen inbrengen en verzilveren. (Jeanne van Heeswijk, Freehouse)

5.3.2 Stedelijke meerwaarde

De stedelijke meerwaarde in het analyse model is niet overal gelijk aanwezig. Belangrijkste uitschieter is StadLab en Stadhavens Rotterdam. Laatst genoemde kan formeel nog niet meetellen in de classificatie omdat dit initiatief nog in een ontwikkelingsfase verkeert. Bij Stadslab is er sprake van een stedelijke innovatieve ontwikkeling. Met het creëren van tijdelijke artificiële kunstenaarsplekken vind er een synergie plaats tussen woningbouwvereniging en kunstonderwijs. Ook Boymans ziet in deze samenwerking meerwaarde en een rol weggelegd.

Boijmans zou dan een actieve partner kunnen zijn in het bemiddelen en inschakelen en koppelen van meerdere partijen. Voor de kunstenaar ligt de meerwaarde in het bedrijfscontact waaruit een opdracht kan voortvloeien, voor de woningbouwcoöperatie een professioneel advies of werk voor herinrichting van de openbare ruimte en voor Boijmans een meer een actiever rol in de culturele stedelijke herinrichting. (Sjarel Ex, Boijmans)

Heeft men het specifiek over culturele broedplaatsen dan is van belang dat het niet alleen een ontmoetingsplek voor kunstenaars moet zijn, maar volgens van Heeswijk ook een ontmoetingsplek in de stad tussen mensen. Culturele broedplaatsen kunnen van essentieel belang zijn voor de ontwikkeling van de openbare ruimte in de stad. Conditie voor deze kunstenaarswerkplekken is ontstaan voor wat er binnen een stad gaande is.

Daarom is het niet verwonderlijk dat Stadslab is voortgekomen uit de voormalige afdeling Kunst in de Openbare ruimte, een autonome afdeling binnen de Willem de Kooning afdeling. Stadslab noemt zichzelf: 'een ideële en fysieke broedplaats op locatie'. Voor de studenten is het een ideële ruimte waar men gezamenlijk aan een project werkt. Voor de woningbouwvereniging een fysieke ruimte ter stimulering van een gentrification proces. Deze twee processen lijken naast elkaar te kunnen werken en tot innovatie te leiden.

Er is nu een groep studenten die zich met de ornamentiek van de wijk bezig houden. Zij inventariseren de ornamentiek in de wijk en bekijken tevens de mogelijkheid om dit aan woningbouwvereniging aan te bieden als een ontwerp van een nieuw paneel voor de nieuw te bouwen of gerenoveerde huizen.(Mike Mager, StadsLab)

5.3.3 Creatieve meerwaarde

Binnen de Urban broedplaatsen hebben de collectieven en locaties met een sterke podiumfunctie de hoogste kwalificatie aangaande de creatieve meerwaarde. Eerder werd al gesteld; dat wil men een stad creatief noemen, er een kritische massa van creatievelingen aanwezig moet zijn die elkaar kunnen ontmoeten, waar kennis en ideeën kunnen worden uitgewisseld en nieuwe initiatieven zich kunnen ontplooiën.

Chris Bouma (SKAR) ziet eerder meerwaarde in de podiumfunctie van theatergezelschappen dan bij culturele broedplaatsen. Als er sprake is van synergie, is dat volgens hem, bij theatergezelschappen te vinden.

Beeldende kunst, fotografie, film, literatuur e.a kunnen individuele productieprocessen zijn waar men niet afhankelijk is van meerdere disciplines. Terwijl theater per definitie ontstaat uit verschillende disciplines waardoor er veel meer sprake is van dynamie, confrontatie en interactie. Door clustering in culturele broedplaatsen kan er synergie ontstaan, terwijl bij podiumkunsten er synergie wordt afgedwongen. (Chris Bouma, SKAR)

Bij Urban broedplaatsen is er vaak sprake van tijdelijke initiatieven. Juist in deze tijdelijkheid ligt tegenwoordig de meerwaarde van culturele broedplaatsen. Deze toekomstige broedplaatsen hebben volgens respondent Versluis de karakteristiek van een 'camping' gekregen. Het zijn stedelijke plekken waar men tijdelijk samenwerkt en na afronding weer individueel verder trekt. De naam 'camping' krijgt in de betekenis tot culturele broedplaatsen een drieledige betekenis: een doortrek functie, de tijdelijke plekken in de stad, en de unieke verzameling en mengelmoes van bedrijvigheid die voor een hoog 'camp' gehalte zorgt. Bij Urban broedplaatsen ziet men ook dat sociaal maatschappelijke initiatieven kunnen uitgroeien tot kunstenaarsinitiatieven. De Groeibriljant op het Deliplein in Katendrecht is hier een voorbeeld van.

Een ander opmerkelijk nieuw fenomeen bij Urban broedplaatsen is dat deze seizoensgebonden kunnen zijn. Zeker bij de broedplaatsen waar het culturele product verschoven is van culturele instelling naar de straat.

In de zomer staan bij ons de deuren open waardoor mensen veel sneller even naar binnen komen lopen voor een praatje. In een 'technoscene' zie je deze tendens veel duidelijker. Zij vertrekken voor twee maanden naar het buitenland en organiseren daar feesten totdat het weer slechter wordt en ze weer verder trekken. Maar ook in de skatescene zijn de openbare plekken de Urban broedplaatsen geworden. Zij zijn de werkelijke 'campinggasten'. Dit nomadische gegeven is seizoensgebonden.

De stedelijke straatcultuur is bij respondenten tevens ook de grootste inspiratiebron. Dit heeft te maken met de grote mix aan culturen die daadwerkelijk doorzet. Al eerder is gesteld dat de kunstenaar in staat is vroegtijdige culturele ontwikkelingen te erkennen en te gebruiken, waardoor de overheid met beleid altijd blijft achterlopen.

Deze mix van culturen merken wij ook in de studio. Deze groep zit in een 'tussengebied' van nog niet geaccepteerd en geïntegreerd zijn in de maatschappij waardoor zij nu even niets anders hebben dan er goed uit te zien, extravagant, veel te 'partijen', maar deze cultuur houdt ook een keer op (Arie Versluis, De Camping).

5.3.4 Netwerkmeerwaarde

De schaduwkant is dat juist deze culturele mix steeds minder fysiek zichtbaar wordt. Men constateert dat het tegenwoordige stadsbestuur veel geld heeft teruggetrokken uit culturele initiatieven waardoor talent zelf op zoek gaat naar nieuwe podia. Een van deze podia is Internet. Hierdoor is het moeilijk om vitaliteit te meten omdat het zijn eigen weg zoekt. De netwerkmeerwaarde van urban broedplaatsen wordt getypeerd als het 'Madonna principe': 'keep it in the family'! Deze kleinschalige clustering is voor veel broedplaatsen van toepassing. Men zoekt elkaar sneller op en maakt eerder gebruik van elkaars expertise als men binnen dezelfde locatie werkzaam is.

Onder de netwerkmeerwaarde van een Urban broedplaatsen verstaat men ook een netwerk, het kan een gesprek zijn, het kan een ontmoeting zijn, het kan veel meer zijn. Maar het zijn wel specifieke ontmoetingen of gesprekken waar men bewust is dat men elkaar ontmoet of spreekt (Jeanne van Heeswijk, Duende).

5.3.5 Beleidsinterventie

Een gesubsidieerde grondprijs zoals bij het broedplaatsenbeleid is volgens respondent Boels geen goede zaak. Hiermee subsidieer je hardware. Men creëert zogenaamd een lage grondprijs. Volgens Patrick Boels moet de grondprijs ook kunnen stijgen zodat een kunstenaar gestimuleerd wordt om een kostprijs te betalen. Te vaak zag men dat kunstenaars met (bij)baan voor een lage grondprijs in een atelier zaten. Er moet, volgens respondenten, een prikkel ingebouwd worden. De gemeente zou panden moeten aankopen die een reële grondprijs hebben en tegen een reële grondprijs kunnen worden verhuurd.

Zorg dat er betaalbare, dus geen gesubsidieerde, panden zijn, lever ze kaal op en blijf er verder met je handen van af en kijk hoe het zich ontwikkeld. Daar moet je niet gelijk binnen een jaar resultaat van verwachten. Dan kan wel vijf jaar duren voordat een broedplaats zich heeft bewezen. Is er in de broedplaats na vijf jaar geen bewegelijkheid en stroming meer dan moet je niet met kunstgrepen gaan ingrijpen om er weer nieuw leven in te blazen, maar je focussen op iets nieuws. Er

zullen, zo leert de geschiedenis ons, weer andere nieuwe initiatieven worden geboren (Patrick Boels).

Dit zijn geen vernieuwende uitspraken. Sinds 1987 beheert Stichting Kunst Accommodatie Rotterdam tweeëntwintig werkpanden met 269 werkruimtes. Broedplaatsenbeleid blijkt ook meer over een stenenkwestie te gaan dan over de meerwaarde en behoud van collectieven. Een van deze collectieven is WORM. Vanuit de Gemeente hebben zij via toewijzing van een pand steun gekregen. De intenties zijn dus wel aanwezig met dure verbouwingen maar het pand is maar tijdelijk beschikbaar. Deze samenwerking tussen WORM en Gemeente gaat heel moeilijk, terwijl een broedplaats als Player in Katendrecht heel soepel verloopt. Wat hiervan de reden is, is niet bekend. De stedelijke meerwaarde die men toekent aan een initiatief als Players zou hierbij mee kunnen spelen.

Volgens Bongers (RRKC) kunnen broedplaatsen om meerdere redenen tot stand komen: doordat de RRKC een subsidie verleent voor de oprichting, of doordat de Filmcommissie geld verstrekt voor een gezamenlijk mediaproject, of doordat men gezamenlijk buiten de officiële instanties om een pand heeft gekraakt, of door officiële ingebruikname vanuit het OBR, woningbouwcoöperaties of SKAR. Zodra culturele broedplaatsen panden gaan claimen is volgens Bongers, de scheiding tussen een top-down en bottom-up benadering niet meer relevant: *“Bij de toekenning van deze panden zitten vaak Gemeentelijke adviseurs. Hierdoor stuur je met deze selectie ongewild al een top-down proces aan”*.

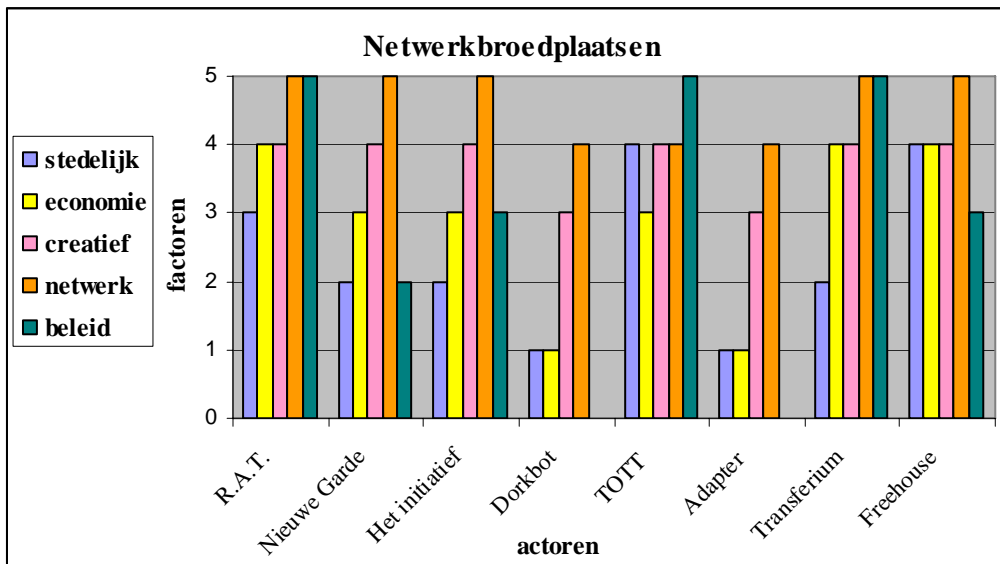
Binnen de grafiek is af te lezen, dat met uitzondering op drie initiatieven, de overige Urban broedplaatsen met beleidsinterventie te maken hebben gehad. Reden kan zijn van een kortstondige subsidieverstrekking, het toewijzen van een pand of tot een volledig financieren van het project. Doordat Urban broedplaatsen zich binnen het stedelijke domein afspelen moet je volgens respondent Koevoets (Parc makelaars) voorzichtig zijn met het beleidsmatig bepalen van processen en aanwijzen van zones die zogenaamd ‘kansrijk’ zijn. Dit zou funest zijn voor de dynamiek van de stad.

Het proces wat een stad dynamisch maakt komt vanuit de maatschappij zelf en moet niet vanuit de Gemeente en OBR opgelegd en aangewezen worden. Je moet zo’n stad juist vrijheid geven om allerlei initiatieven vanuit de markt tot ontplooiing te laten komen. Oof dit nu een kunstenaars, culturele of economische markt is maakt niet zoveel uit, want de culturele en zakelijk economische markt liggen niet zover uit elkaar. De Gemeente en het OBR zouden een stimulerende rol in moeten spelen. Initiatieven bevorderen is iets anders dan initiatieven proberen te controleren en te sturen. (Koevoets, Parc Makelaars).

5.4 Analyse Netwerkbreedplaatsen

Informatie, communicatie en kennisdeling zijn essentiële ingrediënten voor een culturele breedplaats. De geschiedenis van de verschillende culturele breedplaatsen leert ons dat deze ontstaan in het netwerkdomein. Vanuit het netwerk kunnen breedplaatsen zich tot fysieke breedplaatsen organiseren. Door face to face contacten en het zoeken naar cross-overs worden deze netwerken fysiek gestimuleerd tot locatiegebonden 'space of places'.

In tegenstelling laten netwerkbreedplaatsen zich karakteriseren als knooppunten en schakelpunten van informatie stromen. Daarbij kunnen activiteiten simultaan plaatsvinden en tijdsvolgorde verstoord raken: 'space of flows'. Hierdoor bestaat er de mogelijkheid dat culturele arbeid en productie over verschillende locaties verspreid kunnen samenwerken. De door mij aangeduide netwerkbreedplaatsen onderscheiden zich eerder in het cultureel samenwerken via een netwerk. Deze hoeft per definitie niet tot een resultaat of product te leiden. Eerder gaat het over de kennisuitwisseling en de informatiestroom. Dat daaruit een product ontstaat, is eerder uitzondering dan de regel.



- 0 = geen
- 1 = nauwelijks
- 2 = weinig
- 3 = matig aanwezig
- 4 = aanwezig
- 5 = sterk aanwezig

5.4.1 Economische meerwaarde

De directe economische meerwaarde bij een netwerkbreedplaats ligt in de kennis en informatie uitwisseling. Dit laat zich fysiek moeilijk meten en zal eerder gezocht moeten worden in het faciliteren van een snelle infrastructuur. Fysiek is deze in het Lloyd kwartier aangelegd waar netwerkbreedplaatsen als R.A.T. en Transferium gevestigd zijn. Vandaar dat beide in de grafiek qua economische meerwaarde het hoogst scoren.

De overige netwerkbreedplaatsen hebben een indirecte economische meerwaarde. Accent ligt hier op de afgegeven prikkels om het imago van de stad te vergroten en de culturele impulsen ter stimulering van creatieve consumptie en productie. Een van deze nieuwe initiatieven is T.O.T.T. Het is een tijdelijk initiatief geïnitieerd vanuit de Gemeente. Doel is om jongeren meer betrokkenheid met de stad te geven. Via netwerken worden cultureel fysieke eve-

nementen georganiseerd. Men hoopt met deze evenementen jongeren te verbinden in hun gezamenlijke interesses. Deze interesses worden gezocht in Urban games, film en mode. Zo wil men laten zien dat, door gebruik te maken van cultuurmiddelen, intergratie een natuurlijk proces is wat niet van boven af opgelegd kan worden. Culturele evenementen worden hier ingezet als instrument voor stedelijke revitalisering. Maar ook om de identiteit van de stad te vestigen en te verkopen als een unieke plaats die verschillende mogelijkheden biedt voor culturele consumptie. Vooral de populaire cultuur, die voor een grote groep consumenten toegankelijk is, verstevigt de identiteit, de karakteristiek, en het tolerantieniveau van de stad. Met zijn grote verscheidenheid aan inwoners voor Rotterdam zeker niet onbelangrijk.

5.4.2 Stedelijke meerwaarde

De stedelijke meerwaarde van netwerkbroedplaatsen ligt in het bundelen en uitwisselen van cultureel stedelijke informatie. Daar waar stedelijke vernieuwing samen gaat met de sloop van een wijk en zijn fysieke panden zoekt van Heeswijk, in tegenstelling tot de fysieke infrastructuur, naar het weefsel, de energie en de verhalen van de bewoners. Onder de noemer 'dwaallicht' is zij in Crooswijk een zoektocht gestart naar " *dat weefsel, die creatieve unieke dingen van Crooswijk, die men door het slopen van de infrastructuur aan het vernietigen is*". Door deze energie, de geschiedenis en de verhalen te bundelen tot een 'memorial' hoopt van Heeswijk de eigenheid van de wijk naar buiten te brengen en weer wordt toegeëigend door de bewoners zelf.

Toepasselijk is de 'slogan' die Crooswijk, met de aankomende grootscheepse sloop gebruikt; 'Je laat je niet slopen', een legendarische uitspraak van de wereldberoemde Crooswijkse bokser Bep van Klaveren. De Crooswijkers hebben hiermee hun eigen karakteristiek aangeduid: vechtlust en slagkracht.(Jeanne van Heeswijk)

Waar van Heeswijk voornamelijk in is geïnteresseerd is wat Raoul Bunschoten de 'Proto-Urban Conditions' noemt. Bunschoten stelt dat als je problematische architectuur afbreekt je de aanwezige energie niet zomaar kwijt bent. De methode is gebaseerd op uitvoerige analyse van de locatie. Toepassing van de methode gebeurt op het allerlaagste schaalniveau. De onderzoeker of kunstenaar moet de straat op om direct in contact te komen met de betrokken van de het gebied. Van bewoners tot bestuurders en industriëlen. Het draait in dit proces om het blootleggen van mondiale krachten die lokaal invloed hebben, zonder altijd zichtbaar te zijn. Deze Proto-Urban Condition heeft van Heeswijk ook toegepast op Crooswijk, nieuwsgierig naar het weefsel wat men weg haalt maar wat in tegenstelling tot de fysieke infrastructuur, niet gesloopt kan worden. Als dit weefsel is blootgelegd heeft men tevens de karakteristiek van deze wijk of gebied.

5.4.3 Creatieve meerwaarde

In de regel zijn netwerkbroedplaatsen fysiek niet aanwezig in de stad. Maar waar deze netwerken in fysieke ruimtes samen komen kunnen deze materialiseren. Zoals in de grafiek is af te lezen gebeurt deze materialisatie in de creatieve factor. Waar deze netwerken fysiek samen komen ziet men in de grafiek ook dat de creatieve meerwaarde hoger ligt. Op Dorkbot en Adapter na geldt dit zeker voor de overige collectieven. Zoals al eerder is gesteld ontstaan culturele broedplaatsen bij uitstek in het netwerkdomain.

Vanouds is het zo dat een stad waar je kunstvakonderwijs hebt onvermijdelijk broedplaatsen zullen ontstaan. Een stad leidt kunststudenten op. In de studenten tijd wordt er een netwerk opgebouwd. Hoe groter het netwerk hoe groter de kans dat de

pas afgestudeerden in de stad blijven. De tijd dat de kunstenaar geïsoleerd in zijn atelier werkte is verleden tijd. Veel meer zie je dat studenten elkaar opzoeken en er sprake is van samenwerking.(Hugo Bongers, RRKC)

Een belangrijke indicator van broedplaatsen is dus de aanwezigheid van kunstvakonderwijs. Dat levert vanzelf broedplaatsen op en trekt jonge creatievelingen aan. De meerwaarde van clustering voor kunstenaars wordt door SKAR in twijfel getrokken Vier jaar geleden werd in opdracht een onderzoek uitgevoerd naar de invloed van clustering op het werk van de kunstenaar.

De uitkomst was in zijn geheel opvallend. Kunstenaars bleken voor 75% op individuele manier te werken, ook al was er sprake van een gemeenschappelijke woonwerkfunctie. Verbazingwekkend was dat er geen onderscheid te maken was in kunstenaars die in individueel toegewezen panden zaten, de zgn. SKAR panden en de zgn. collectieven kunstenaarspanden. Conclusie was dat er in de collectieven evenveel in collectief verband cq individueel werd gewerkt als in een willekeurig individueel werkverband. (Chris Bouma, SKAR)

Met deze bevinding vindt Bouma culturele broedplaats ook een verkeerde benaming omdat men eerder vaak individueel werkt dan dat men met elkaar geconfronteerd wordt. Juist die confrontatie en podiumfunctie is kenmerkend voor een broedplaats en bepaald de meerwaarde. Maar met de steeds scherper en strenger wordende veiligheidseisen wordt het ook steeds moeilijker om een gebruikersvergunning voor een locatie af te geven of te krijgen.

Als je meer dan vijftig bezoekers ontvangt moet je als broedplaats in het bezit zijn van een gebruikersvergunning. Voordat deze wordt afgegeven gaat er eerst een grondige renovatie aan vooraf waarmee meestal ook de woonfunctie van een broedplaats zal verdwijnen (Chris Bouman, SKAR)

Deze gebruikersvergunning zal voor de toekomstverwachtingen van culturele broedplaatsen een cruciale rol gaan spelen. Het al dan niet bezitten van deze vergunning heeft gevolgen voor de publieks en podiumfunctie van een broedplaats. Daar netwerkbroedplaatsen zich ook kunnen materialiseren, (netwerkborrels, debatten etc.) ziet men dat deze eerder zullen uitwijken naar locaties waar wel een gebruikersfunctie aanwezig is (horeca o.a) of het publieke domein (bibliotheek o.a).

5.4.4 Netwerkmeerwaarde

Essentieel voor een netwerkbroedplaats is de aanwezigheid van een gevarieerde, niet fysieke infrastructuur. Rutten(2005) benoemt het ontwikkelen van virtuele netwerken als een aspect van de infrastructuur. Door bestaande overlegstructuren en netwerken te verbreden en te versterken zouden er volgens Rutten nieuwe impulsen ontstaan die niet beperkt blijven tot een kleine besloten club. Ook Landry benoemt deze factoren als grootste kanshebbers voor een succesvolle creatieve stad.

Ook binnen de AV sector zijn er netwerkinitiatieven opgericht. De grootste spelers binnen de AV sector zijn het OBR en het R.F.F.. Beide hebben een groot en divers, maar niet op elkaar afgestemd, netwerk. Rutten benoemt deze netwerknelpunten ook in zijn conclusie. In de ontwikkeling van de creatieve stad zijn juist kennis en communicatie sleutelbegrippen. Als deze niet goed op elkaar zijn afgestemd belemmert dit de ontwikkeling van Rotterdam als creatieve stad. Alle betrokkenen zouden op de hoogte moeten zijn van elkaars kennis, motiva-

tie, drijfveren en werkgebieden. Door gebrek aan communicatie blijven netwerken tot nu toe steken binnen het eigen gebied. Respondenten geven de wens aan om meer te kunnen aansluiten bij de gebeurtenissen in de stad.

Er is behoefte aan goede informatie uitwisseling. Rotterdam is een festival stad en heeft een festival cultuur. Maar voor een maker is het moeilijk, zeker als je nieuw bent in de stad, om je ergens bij aan te sluiten. Voordat je te weten bent gekomen dat er een speciaal evenement of festival is waar je als collectief op kan aansluiten is deze al afgelopen. (Manon Bovenkerk, Het Wilde Weten)

5.4.5 Beleidsinterventie

Spreekt men van de netwerkmeerwaarde binnen beleidsinterventie dan heeft men het over de lokale institutionele netwerken. Landry benoemt dit als ‘institutional thickness’. In de kennis-economie zijn informatiestromen essentieel geworden.

Vanuit het beleid van de gemeente worden er veel inspanning gedaan om een massa te creëren voor de creatieve stad. Dit gebeurt zowel via de Rotterdamse gemeenteraad als bij de overheid. Bij beleidsinterventie zou de verbinding met de stad ook bij vele partners moeten liggen. Maar ook hier concludeert Rutten dat dit alleen maar mogelijk is als er eerst geïnvesteerd wordt in “overleg en nieuwe communicatiekanalen”.

Ook culturele instanties zoals Boymans zijn betrokken in dit proces. Boymans constateert dat politici en gemeenten ambtenaren te weinig actief deelnemen aan het culturele klimaat waardoor er tussen beleidsmakers en creatievelingen er soms een te groot gat zit en men niet op de hoogte is van elkaars ontwikkelingen.

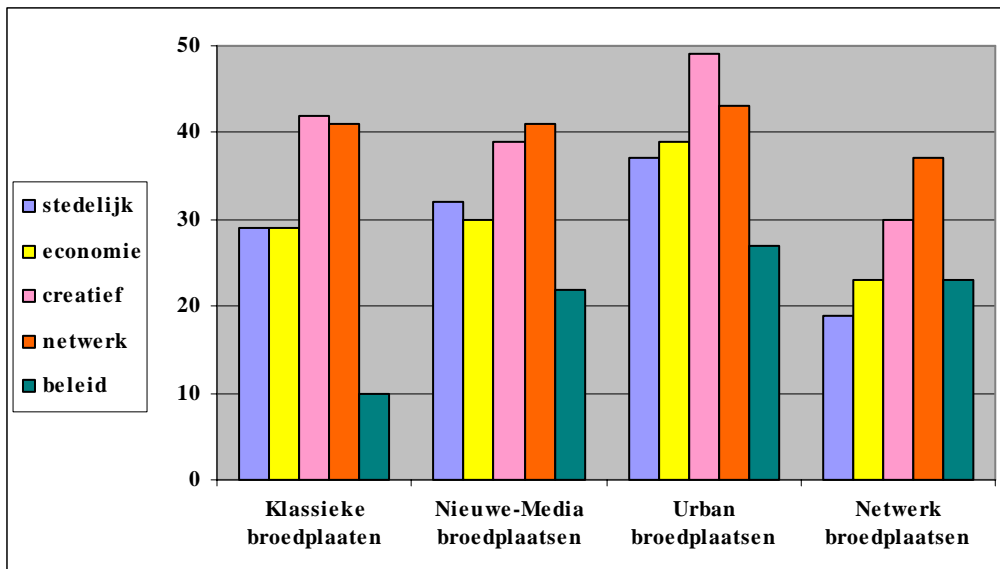
Als museum zou je dit kunnen overbruggen door tijdens discussie avonden of congressen kunstenaars en politici uit te nodigen en de discussie aan te gaan, de match te maken of meningen bij elkaar te brengen. (Sjarel Ex)

Politiek, projectontwikkelaars, woningbouwcoöperaties, beleid, gemeentelijke diensten, het OBR, onderwijsinstellingen en de Kamer van Koophandel moeten deel uit maken van een groot stedelijke netwerk. De rol van de intermediairs in de creatieve industrie en het publieke domein worden door Rutten (2005) onderstreept. Zij vormen knooppunten in netwerken en platforms en kunnen zorgen voor verbindingen tussen grote en kleine instellingen, commercie en kunst, onderwijs en bedrijfsleven, politiek en culturele praktijk. Met de oprichting van de RRKS en zijn platformfunctie zou dit mogelijk moeten zijn en verdiepingsmogelijkheden bieden. Eerder stelde Rutten (2005) al als voorwaarde, dat deze ontmoetingen door onafhankelijke partijen geïnitieerd moeten worden; zij die geen belang hebben bij de uitkomst van gesprekken. Gepleit wordt dus voor meer en verregaande samenwerking en informatie uitwisseling en een gemeenschappelijke agenda voering, een van de vereiste die Landry(2000) ook al benoemde voor ‘embeddness’, en ‘institutional thickness’.

5.5 Conclusie meerwaarde culturele broedplaatsen

Aan de hand van het analysemodel is onderzocht welke meerwaarden aan de verschillende broedplaatsen kan worden toegekend. De inhoudelijke analyse is toegepast binnen het onderzoek van culturele broedplaatsen in Rotterdam. Data verzameling geschiedde door het genereren van de interviews, eerder verschenen onderzoeken, verzamelde informatie uit overige mediabronnen en op eigen waarneming in het netwerk. Hierbij is getracht een grote mate van objectiviteit te behouden.

Allereerst zijn er algemene overeenkomsten te constateren. Broedplaatsen ontstaan vaak op locaties met een tijdelijke bestemming. Kenmerken zijn: meerder creatieve gebruikers, betaalbare (goedkope) huur, gelegen binnen unieke stedelijke locatie, lichte en ruime ruimtes, men beschikt vaak over een gemeenschappelijke ruimte die kan dienen als ontmoeting, expositieruimte. Broedplaatsen kunnen ontstaan door kraken, tijdelijk gebruikscontract, of, zeldzamer, permanent huur of koopcontract. De levensduur van een broedplaats is afhankelijk van de ruimtelijke situatie, de maatschappelijke waarde die men aan een broedplaats toekent, het draagvlak die een broedplaats heeft en de stabiliteit van de organisatie. Meestal is er sprake van een incubatietijd van één tot drie jaar.



0 = geen
10 = nauwelijks
20 = weinig
30 = matig aanwezig
40 = aanwezig
50 = sterk aanwezig

5.5.1 Economische meerwaarde

Door verregaande beleidsinmenging in de AV sector zou men verwachten dat de directe economische meerwaarde bij Nieuwe Media broedplaatsen prominent aanwezig is. Maar aangezien het Rotterdamse AV beleid maar één grote speler in de markt heeft: 25 KV, blijkt uit de grafiek dat de economische meerwaarde meer bij Urban broedplaatsen aanwezig is. Het vergroten van culturele consumptie, het verbeteren van het imago van de stad en de aantrekkelijkheid te vergroten voor de creatieve klasse is de indirecte economische meerwaarde waar Urban broedplaatsen hun meerwaarde aan ontleen.

Ook de klassiek broedplaatsen scoren behoorlijk in economische meerwaarde. Reden hiervan is de economische en symbolische meerwaarde die men in klassieke broedplaatsen

genereert. De directe economische meerwaarde laat zich vertalen in het aanbieden van woonwerk ruimte. Dit kunnen gastateliers zijn, het verhuren van werkplaatsen aan externe culturele producenten of het direct aanbieden en opnemen van alumni in een collectief. De symbolische meerwaarde moet gezocht worden in de aanwezigheid van kunstenaars die (inter)nationaal door hebben weten te breken met een creatief export product. Sjarel Ex (Boymans) duidt deze kunstenaars aan als ‘de ambassadeurs van Rotterdam’.

Wat ook in Amsterdam gold, geldt ook in Rotterdam: De wieg van een succesvolle kunstenaar vindt men vaak in een culturele broedplaats. Maar ook de aanwezigheid van uitgeverij 010 in Utopia en de creatieve ondernemers in de Van Nelle fabriek zijn van direct economische meerwaarde binnen deze klassieke broedplaatsen. Juist de historische, unieke panden blijken een grote aantrekkingskracht voor kunstenaars en creatieve ondernemers te bezitten om zich daar te vestigen, waardoor er nieuwe werkgelegenheid kan ontstaan.

Een interessante broedplaatsontwikkeling, die van direct economische betekenis en meerwaarde kan zijn, is de netwerkbroedplaats ‘Freehouse’ van Jeanne van Heeswijk. Globaal gezien is Rotterdam een arbeidersstad met een verscheidenheid aan ethniciteiten en een gering aantal culturele ondernemers. Juist dit etnisch ondernemerschap blijkt een groeimarkt in de wijkeconomie en belangrijk voor de sociaal-economische ontwikkeling van een stad te zijn. Ten eerste lost het een deel van de werkloosheidsproblematiek op die allochtonen ondervinden. Daarnaast dragen etnische ondernemers bij aan verdere intergratie en versterking van de lokale economie. Freehouse probeert in te spelen op deze componenten en met haar instrumenten lokaal ondernemerschap te stimuleren en te verbeteren. Hierdoor krijgen multiculturele ondernemers, met een kleinschalige culturele productie, toegang tot de stad waardoor zij hun culturele kapitaal kunnen inbrengen en verzilveren. ‘Freehouse is bezig met de vakmantschap en juist níet met de creatieve stad.

5.5.2 Stedelijke meerwaarde

Binnen de culturele broedplaatsen is de stedelijke meerwaarde van ondergeschikt belang. De aanwezigheid van culturele broedplaatsen leidt vooralsnog niet tot het vergroten van de leefbaarheid van een wijk of stad. Ook het vergroten van de culturele dynamiek in een wijk lijkt nog niet bewezen met de aanwezigheid van culturele broedplaatsen. Incidenteel is dit wel het geval. Bij Stadslab en Stadshavens, allebei vallend onder Urban broedplaatsen, is dit wel het geval, maar gemeenschappelijke deler is dat ze zijn in-en-opgezet als instrument om een wijk of regio te revitaliseren.

Dat de klassieke broedplaatsen een gemiddelde score hebben is grotendeels te danken aan Utopia, die de wijkontwikkeling in eigen hand heeft genomen. De overige klassieke broedplaatsen scoren neutraal. De stedelijke meerwaarde is te vinden bij de Nieuwe-Media en Urban broedplaatsen. De al eerder genoemde reden hiervoor is het foto-en filmgenieke karakter van Rotterdam voor de AV sector, de aanwezigheid van het IFFR en het daaruit voortgekomen AV beleid. Bij de Urban broedplaatsen is de opkomende stedelijke multiculturele dynamiek in Rotterdam oorzaak van groei. Sinds kort is Rotterdam bewust bezig locaties voor creatieve ondernemers te ontwikkelen, waar culturele broedplaatsen onderdeel vanuit maken. Met de nog te ontwikkelen havengebieden zal de stedelijke meerwaarde van culturele broedplaatsen aan belang gaan toenemen en een veel grotere plaats gaan innemen binnen de stedelijke herstructurering van een gebied.

Een interessante culturele broedplaats met een hoge stedelijke meerwaarde is Stadslab. Hier is sprake van een unieke combinatie: creativiteit en een publiek privaat samenwerkingsverband. Met woningbouwvereniging Vestia wordt er een positief ‘gentrificationproces’ inge-

zet. Door het tijdelijke karakter en het ‘proto-urban-condition’ model van Raoul Bunschoten⁹⁵ zal Stadslab een toekomstige methode gaan worden om culturele broedplaatsen levensvatbaar te houden. Maar ook broedplaats in oprichting Lab 37-43 zal, als het de plannen kan verwezenlijken, een culturele broedplaats volgens ‘Rotterdammodel’ kunnen zijn. Door het aanbieden van tijdelijke ruimtelijke agglomeratie kunnen culturele broedplaatsen als instrument ingezet worden om stedelijke revitalisering en herstructurering te bewerkstelligen.

5.5.3 Creatieve meerwaarde

Bij de creatieve factor zijn de verschillen groter. De creatieve meerwaarde van culturele broedplaatsen wordt afgemeten aan de dynamiek die er plaats vindt. Waar de klassieke broedplaatsen vroeger broeinesten van creativiteit waren is deze verschoven naar de urban broedplaatsen. Meerdere redenen liggen hier aan ten grondslag. Allereerst maken Urban broedplaatsen gebruik van de (etnische) stedelijke cultuur: een cultuur die vluchtiger en hypegerichter is. Als ‘early adaptors’ laten de cultuurproducenten het publiek kennismaken met nieuwe trends of cultuuruitingen. Daardoor is er ook vaker sprake van een publieks of podiumfunctie. De publieks of podiumfunctie zal bij Urban broedplaatsen ook vaker in de openbare ruimte plaats kunnen vinden. Het bezoekersaantal heeft hier zeker invloed op. Waar bij panden met een bezoekersaantal boven de vijftig een gebruikersvergunning geldt, is hiervan bij een optreden in de openbare ruimte geen sprake. Jeanne van Heeswijk benadrukte al dat een culturele broedplaats niet alleen een ontmoetingsplek voor kunstenaars moet zijn, maar een ontmoeting in de stad tussen mensen.

Sargenti’s kenmerk voor een culturele broedplaats is dat er een diverse productie aanwezig is die meerdere kunstdisciplines kent en een samenhang vertoont. Dit zou zich uitdrukken in de samenwerkingsverbanden die producenten met elkaar aangaan waardoor er synergie en kruisbestuiving optreedt: de basisingrediënten van innovatieve productie. De uitkomst van het analyse model versterkt zijn definitie dat creatieve meerwaarde ‘daar gedijt waar er sprake is van een samenwerking en samenhang tussen verschillende cultuurproducten’. Zeker bij Urban broedplaatsen is daar sprake van, vooral als de culturele broedplaats zijn meerwaarde hieraan ontleent.

Zoals Florida (2002) aangaf is het niet alleen belangrijk om creatievelingen de stad binnen te halen. Minstens zo belangrijk is het om ze zelf op te leiden en in de stad te houden. Dit advies vindt al vervolg. Een nieuwe tendens is de studenten in het leerproces te koppelen aan de creatieve stad of aan een culturele broedplaatsen. Binnen mijn onderzoek zijn hier twee relevante voorbeelden van te geven. Allereerst Stadslab, een koppeling tussen onderwijs en een woningbouwcoöperatie. Studenten werken tezamen met onderwijsinstellingen, woningbouwverenigingen en buurtbewoners om de wijk, via kunstprojecten, op te waarderen. Deze kunstprojecten hebben een lokale belevingsfactor. Door deze manier van werken hoopt men een samenwerking en kruisbestuiving van verschillende disciplines te bereiken in een herontwikkelingsgebied. Het gaat hier om een meerledig leerproces die gelijk aan de praktijk kan worden getoetst, het aanbieden van een experimenteer ruimte en een Research & Development fase.

Een ander voorbeeld is het project ‘Talk of the Town’. Studenten van de Hogeschool Inholland werken aan de integratieproblematiek waarbij culturele evenementen worden bedacht en ingezet om radicalisering tegen te gaan. Doordat de studenten met deze projecten zelf onderdeel zijn gaan uitmaken van de creatieve stad wordt de betrokkenheid met de stad en het netwerk vergroot. Deze toekomstige alumni en starters hebben door dit leerproces al een plek in de stad verworven. Hierdoor zullen zij minder snel uit de stad vertrekken wat ook weer het imago van de stad ten goede komt.

⁹⁵ Zie interview Jeanne van Heeswijk en pag..87

5.5.4 Netwerkmeerwaarde

Binnen de grafiek is af te lezen dat er consensus aanwezig is tussen de verschillende broedplaatsen in het netwerkdomein. Reden is wellicht dat culturele broedplaatsen ontstaan vanuit het netwerkdomein. Deze netwerken vind men in de omstandigheid van het al dan niet aanwezig zijn van oorspronkelijke initiatieven. Bij Urban broedplaatsen ligt de netwerkcurve iets hoger. Wellicht heeft dit te maken met de grotere variëteit en aanwezigheid van actoren die in Urban broedplaatsen plaats vinden. De verschillende disciplines begeven en verhouden zich flexibeler tot elkaar waardoor de netwerk contacten een uitgestrekter karakter vertonen. Binnen de netwerkbroedplaatsen scoort vanzelfsprekend de netwerkfactor hoog waardoor de netwerkmeerwaarde bij de netwerkbroedplaatsen komt liggen. Maar ook binnen de overige broedplaatsen valt te constateren dat de netwerkmeerwaarde van groot belang is.

De netwerkfactor is tevens de meest toegankelijke en aanwezige factor binnen alle culturele broedplaatsen. Men maakt als collectief en als individu altijd gebruik van een netwerk. Op zijn beurt geeft dit netwerk weer toegang tot een breder (internationaal) netwerk. Zeker binnen de klassieke broedplaatsen, waar sprake is van gastateliers, is dit internationale netwerk sterk aanwezig. Binnen de Urban broedplaatsen spelen eerder de lokale netwerken een doorslaggevende rol. Urban Culture is per definitie ‘glokaal’⁹⁶ waarin globale en mondiale culturele verschijnselen met lokale culturele verschijnselen worden verbonden. Bij de Nieuwe Media broedplaatsen zijn de netwerken nauw verbonden met de begrippen clustering en agglomeratie. Gezien het specifieke vakgebied van Nieuwe Media is het niet verwonderlijk dat in dit domein clustering en agglomeratie plaats vindt. Binnen het domein van Nieuwe Media en netwerken ligt de toekomst voor culturele broedplaatsen in dit gebied.

Florida en Landry benoemden al de opleidingen als springplank voor talent en basis waar culturele netwerken worden gevormd. Met de start van Mediaschools: de Rotterdamse kweekvijver in de AV sector, is er een samenwerking tussen de verschillende AV opleidingen gestart. Transferium is hier het praktijkvervolg op. Door als ‘matchmaker’ bedrijven en onderwijsinstellingen met elkaar in contact te brengen voor stages, bedrijfspresentaties en cross-over binnen audiovisuele projecten hoopt men de samenwerking tussen onderwijs en AV bedrijven te vergroten en nieuwe bedrijven aan te trekken, wat weer ten gunste komt van de economie. Maar ook de tijdelijke broedplaats binnen het IFFR, Rotterdamlab, is een belangrijke ontwikkelingen. Zeker met de toekomstplannen om niet alleen tijdens het festival actief te zijn biedt deze broedplaats een interessante (internationale) uitwisseling van informatie en kennis.

5.5.5 Beleidsinterventie

*’Dat zal in ’68 zijn geweest, toen de eerste politieagenten met lang haar verschenen, en God en zijn ouwe moer in een spijkerpak ging rondlopen. Ik heb toen van de ene dag op de andere, páts, mijn haar gemillimeterd.’*⁹⁷ (Jules Deelder)

Deze uitspraak illustreert de discrepantie tussen kunst en beleid. Juist de kunstenaar behoort tegendraads te zijn en chaos te creëren. Zodra deze tegenstroom of chaos ingeburgerd of geïnstitutionaliseerd wordt kan en wil de kunstenaar zich hier niet meer mee identificeren. Zo ook met het begrip broedplaatsen. Waar vroeger broedplaatsen en kunstenaars een symbiose vormden, dissoneren deze begrippen sinds gemeentes ze als beleidsinstrument zijn gaan inzetten om de creatieve stad vorm te geven. De kunstenaar ervaart in deze regulering het verlies van zijn autonome positie en de ambtenaar ziet de broedplaats ook niet meer als het exclusieve domein van de kunstenaar.

⁹⁶ uit interview ‘Center for Urban Culture & Business’, Locus 010 met Sybe Thissen

⁹⁷ http://www.dbnl.org/tekst/piry001eris01/piry001eris01_0006.htm

Oorspronkelijk is het begrip culture broedplaats afgeleid van de gekraakte panden die als vrijplaats dienden voor creatieve sociaal-maatschappelijke subculturen. Deze groepen verdroegen geen beleidsinterventie. Dit gold zeker in Amsterdam. Daar Rotterdam geen grote woningnood en ateliernood kende was van een kraaktraditie niet echt sprake. Toch zijn de oorspronkelijke klassieke broedplaatsen in Rotterdam merendeels vanuit het kraken ontstaan. De behoefte om zich op een unieke verlaten locatie, zonder gemeentelijke bemoeienis, te clusteren was eerder de oorzaak dan het gebrek aan atelierruimte. Dit verklaart wellicht waarom beleidsinterventie bij deze niet of nauwelijks aanwezig is. Deze tendens is zich langzaam aan het keren. Zo heeft: ‘Het Wilde Weten’ onlangs een grootscheepse renovatie achter de rug, waardoor sommige van de oorspronkelijke starters (gedwongen) plaats hebben gemaakt voor nieuwkomers.

Reden voor renovatie zijn de aangescherpte brand-en ARBO voorschriften die gelden in panden met een woon en podiumfunctie. De door regelgeving moeilijke combinatie van wonen en werken maakt het creëren en behouden van de oorspronkelijke culturele broedplaatsen problematisch. De overige broedplaatsen hebben hier geen last van omdat er geen sprake is van een woonfunctie en de podiumfunctie niet altijd verbonden is aan een (overdekte) fysieke locatie. Maar beleidsinterventie hoeft niet altijd het opleggen van regels te zijn, waardoor bottom-up ontstane initiatieven tegengewerkt worden.

Een van de hoopvolle beleidsinitiatieven ziet men vertaald in T.O.T.T.⁹⁸ Vanuit een sociaal-maatschappelijk beleidsvraagstuk: intergratie, krijgen studenten de mogelijkheid zich te verdiepen en in te lezen in de problematiek waarnaar deze omgezet wordt in cultureel, stedelijke projecten. Onder mijn definitie van culturele broedplaatsen en zijn meerwaardes heb ik bewust dit studenten initiatief laten meetellen omdat dit initiatief een voorbeeld is wat Landry beoogt met zijn creativiteitscyclus: een dynamisch proces dat stedelijke creatieve energie probeert te scheppen door bundeling van lokale partijen vertaald in zowel instituten als individuen. Landry stelt het als volgt:

“Getalenteerde mensen de mogelijkheid te bieden hun ideeën te ventileren en te realiseren en ze de mogelijkheid te bieden zich binnen een gebouw te clusteren om een kritische massa aan te moedigen om zo programma’s te ontwikkelen die verborgen talent en creativiteit ontdekt en deze met goed materiaal uit te rusten” (Charles Landry:2000).

⁹⁸ Zie: www.talkofthetown.org

5.6 illustratie waarden systeem analysemodel

Analysemodel factoren van meerwaarde Culturele Broedplaatsen Rotterdam

Broedplaatsen	Actoren	Stedelijke factor	Economische factor	Creatieve factor	Netwerk factor	Beleidsinterventie
Klassieke broedplaatsen	• Utopia	5	4	4	3	2 B.U
	• Het Wilde Weten	3	3	5	5	1 B.U
	• Kunst & Complex	3	2	4	5	0 B.U
	• Foundation B.A.D.	3	2	4	5	0 B.U
	• Quarantaine gebouw	3	3	4	4	0 B.U
	• Duende	3	3	5	5	1 B.U
	• Kaus Australis	2	3	4	5	1 B.U
	• Poort gebouw	1	1	3	3	0 B.U
	• Gravendijkwal	2	3	4	4	2 B.U.
	• Van Nelle fabriek	4	4	4	4	3 T. D
Nieuwe Media Broedplaatsen	• V2	3	4	5	5	4 B.U
	• Locus 010	3	2	4	5	3 B.U
	• Cell	1	1	4	5	3 B.U
	• WORM	4	3	5	5	1 B.U
	• 25 KV	5	5	4	5	5 T.D
	• Rotterdam Lab (IFFR)	4	4	5	5	3 T.D
	• Kort Rotterdam (RFF)	5	5	4	4	5 T.D
	• Digital Playground	4	3	4	4	2 B.U
	• WereldWyt	3	3	3	3	3 T.D
Urban Broedplaatsen	• Mplex	3	2	4	4	2 T.D / B.U
	• Humus	3	4	4	4	1 B.U
	• Salle Demain	1	2	4	4	0 B.U
	• StadsLab	5	4	5	+	3 T.D / B.U
	• DePlayer	4	3	5	4	5 T.D.
	• MAMA	3	3	5	5	0 B.U
	• Freehouse	4	4	4	4	3 B.U.
	• 'de Camping'	3	4	4	4	2 B.U
	• R.D.M/ Stadshavens	5	4	3	4	4 T.D
	• Marconi Maatschap	3	5	4	4	3 T.D.
	• HipHopHuis	3	3	4	3	3 T.D
	• Lab 37-43 i.o.	4	4	5	4	2 B.U.
	• Now & Wow	5	5	5	4	5 BU
Netwerk broedplaatsen	• R.A.T	3	4	5	5	4 T.D.
	• Nieuwe Garde	1	4	4	4	2 B.U.
	• Het initiatief	1	4	3	5	4 T.D.
	• Adapter	1	1	3	4	2 B.U.
	• Dorkbot	1	1	3	4	2 B.U.
	• TOTT	5	3	3	4	4 T.D
	• Freehouse	4	4	4	5	3 B.U
	• Transferium	2	4	4	5	5 T.D.

Door het analysemodel kan de meerwaarde op economisch, stedelijk, creatief en netwerk terrein bekeken en beoordeeld worden en daarnaast de mate van beleidsinterventie. Opzet van het analysemodel is, hoe hoger de waarde, des te groter de meerwaarde en betekenisfactor. Het analysemodel bevat zes waardes die betrekking hebben op de meerwaarde van deze factoren. Deze getallen moeten als volgt gelezen worden.

- 0 = geen
- 1= nauwelijks
- 2= weinig
- 3= matig aanwezig
- 4= aanwezig
- 5= sterk aanwezig

B.U = Bottom Up initiatief
T.D = Top Down initiatief

6 Samenvatting & conclusie

Na bestudering van relevante literatuur en het uitvoeren en analyseren van het onderzoeksmateriaal tracht ik een antwoord te vinden op mijn centrale vraagstelling:

Welke meerwaarde hebben culturele broedplaatsen voor het creatieve klimaat in Rotterdam en welk beleid moet de gemeente Rotterdam voeren om culturele broedplaatsen te ontwikkelen, te stimuleren of te behouden?

Aanleiding voor deze thesis was de waarneming dat steden en beleidsmakers na het lezen van Richard Florida's boek: 'The Rise of the Creative Class, massaal gingen inzetten op het begrip 'creatieve stad' en de rol die culturele broedplaatsen daarin kunnen innemen.

Kern van mijn onderzoeksvraag zijn de mogelijke meerwaarden die culturele broedplaatsen aan een stad als Rotterdam kunnen bieden. Om hier antwoord op te krijgen heb ik mijn thesis onderverdeeld in twee onderzoeken. In het eerste gedeelte, het literatuuronderzoek, heb ik op basis van een analyse de meerwaarden van de creatieve stad onderzocht en ingedeeld in een economische, stedelijke, creatieve, netwerk en beleidsfactor.

Als uitgangspunt voor mijn literatuurstudie heb ik de theorieën rond de creatieve stad van de Amerikaanse econoom Richard Florida en de Britse stedenbouwkundige Charles Landry genomen. Door ze te vergelijken en tegen elkaar af te zetten hoopte ik antwoord te krijgen op mijn onderzoeksvraag. Aan de hand van de conclusies kan de onderzoeksvraag of Rotterdam een creatieve stad is worden beantwoord.

In het tweede onderzoek heb ik in het analytische model de culturele broedplaatsen in Rotterdam geïnventariseerd en in mijn eigen aanscherping onderverdeeld in Klassieke broedplaatsen, Nieuwe-Media broedplaatsen, Urban broedplaatsen en Netwerkbreedplaatsen. Daarnaast zijn de meerwaarde van culturele broedplaatsen onderverdeeld in de volgende factoren: economisch, stedelijk, creatief en netwerk gebied.

Om deze meerwaarde te bepalen en te meten speelden aantrekkingskracht, vestigingsklimaat, netwerk en het creatieve productie - en consumptieproces een bepalende rol. De aanwezigheid van beleidsmeerwaarde was afhankelijk van de clustervorming en de mate van, bemoeienis en aansturing vanuit een gemeentelijk initiatief: de 'top-down' methode, of het juist ontbreken van enige geïnstitutionaliseerde bemoeienis waardoor clustervorming op een organische wijze ontstaat en zich ontwikkelt, de bottom-up methode.

Ik hoop met deze thesis een bijdrage te hebben kunnen leveren aan het complexe vraagstuk over de rol die culturele broedplaatsen vervullen in de creatieve stad.

6.1 Conclusie Rotterdam creatieve stad

Door eerst de deelvraag te stellen: *welke kenmerken en factoren bepalen een creatieve stad*, heb ik getracht de componenten van een creatieve stad te ontrafelen, waardoor ik de eerder gestelde deelvraag: *"Is Rotterdam een creatieve stad of heeft de stad de potentie om zich in die richting te ontwikkelen"*, in 2.8 positief kon beantwoorden.

Met de keus om de stad op vijf componenten te onderscheiden kan naar aanleiding van de bestudeerde literatuur en mijn onderzoeksmateriaal het volgende worden geconcludeerd:

6.1.1 De economische factor

Allereerst moet de economische meerwaarde binnen de creatieve industrie voor Rotterdam in de commerciële AV sector gezocht worden. Door de enorme financiële impuls die aan deze deelsector wordt gegeven stelt Rutten (2005) dat er sprake is van een sterke groei van 8% binnen de media- en entertainmentsector. Maar gezien de recente Amsterdamse ontwikkelingen van De Mediawharf (MTV & ID&T) op het NDSM terrein is het nog de vraag of deze groei binnen de Rotterdamse media & entertainment industrie zich zal doorzetten of dat Rot-

terdam zijn mediafocus zal moeten verleggen. Met betrekking tot de creatieve industrie valt te constateren dat deze zich wel in de volle breedte ontwikkelt.

In het TNO rapport onderscheidt Rutten (2005) binnen de creatieve industrie drie domeinen: de kunstensector, media & entertainment en de creatieve zakelijke dienstverlening. Onder de deelsector Kunsten vallen galleries, musea, theaters, beoefenaars en producenten van podium en scheppende kunsten. Deze laatste groep vindt men doorgaans werkzaam binnen de culturele broedplaatsen. Opvallend detail is dat als men de 'footprints' van het EDBR en de domeinen van Rutten over elkaar heen legt, de deelsector Kunsten binnen het creatieve cluster en het vrijetijdscuster van het EDBR ontbreken, sterker: deze wordt nergens benoemd. Hierdoor komt het domein Kunsten geïsoleerd te staan. Ik ben van mening dat als het EDBR de deelsector Kunsten niet opneemt het risico bestaat dat deze in besluitvorming en beleidsuitvoering buiten wordt gesloten. Juist in dit domein vindt men een grote vertegenwoordiging van creatievelingen, talentvolle en culturele smaakmakers. Met de revitalisering van de havengebieden en de voornemens om culturele broedplaatsen hierbinnen een plek te geven en de opkomst van 'Urban culture', is het raadzaam om de deelsector Kunsten op te nemen.

Culturele broedplaatsen kunnen economisch direct bijdragen in het aanbieden van onderdak in huisvesting en/of atelierruimte en indirect aan de revitalisering van stedelijke gebieden. Maar ook de mogelijkheid om zich met gelijkgestemden zich te clusteren is een meerwaarde van culturele broedplaatsen. Door de lage huren, het ontmoeten en samenwerken met gelijkgestemden en de dynamiek die hieruit kan ontstaan, kiezen veel alumni ervoor om zich in groepsverband te clusteren. Het verleden heeft al uitgewezen dat de carrière van deze groep van creatievelingen meestal in een culturele broedplaats begon.

Een andere, onverwachte, economische groeifactor moet worden gezocht in de stedelijke problematiek van Rotterdam. Grootscheepse stadsvernieuwingen hebben er toe geleid dat sociale netwerken zijn verdwenen, er een instroom van etnische groepen en uitstroom van autochtonen heeft plaats gevonden waardoor wijken in korte tijd etnisch zijn verkleurd met als gevolg een ingrijpende desintegratie. Deze wijken worden vaak gezien als probleem wijken. Maar juist Landry benadrukt dat diversiteit in de bevolkingssamenstelling van belang is. Deze nieuwe culturele identiteiten zijn waardevol en onmisbaar en kunnen van grote economische betekenis zijn. Zeker als er sprake is van multicultureel ondernemerschap. Hierbij draait het om een 'transhistorical community,'⁹⁹ een niet oorspronkelijke gemeenschap die sterke culturele banden met het land van herkomst onderhoud en haar culturele productie hier ontvouwt. Juist deze multiculturele producties zouden van economische meerwaarde voor de stad kunnen zijn.

Zeker met de veranderende bevolkingssamenstelling, die voorspelt dat in 2015, 50% van de Rotterdamse bevolking van allochtone afkomst zal zijn. Hiermee komt de focus veel meer op deze bevolkingsgroep met zijn 'urban culture' en het allochtone vakmanschap te liggen. De Turkse bakker, de Surinaamse kapper, de Hindoestaanse textielontwerper en de Surinaamse sieraden ontwerper. Wat zij gemeen hebben is dat zij aan de basis een geïmporteerd product weten om te zetten naar een lokaal eigen product. Deze ambachtelijkheid en vakmanschap zouden tevens ook een (nieuwe) karakteristiek van Rotterdam kunnen betekenen.

6.1.2 De stedelijke factor

De creatieve stad opereert in een tijdperk dat de netwerkeconomie de industriële industrie heeft vervangen. Hiermee is de nadruk eerder op het creatieve kapitaal dan op het industriële kapitaal komen te liggen. Het creatieve kapitaal wordt gegenereerd door ideeën, innovaties, uitvindingen, symbolen en copyrights.

⁹⁹ Zie interview Jeanne van Heeswijk, Freehouse.

Dat deze ontwikkeling zich al in de jaren tachtig inzette, is veel steden ontgaan of heeft men niet tijdig onderkend. Het is dan ook niet verwonderlijk, noch kwalijk te nemen, dat toen Richard Florida met zijn boek over de creatieve klasse kwam, veel steden dit als een zegen en als dé oplossing voor hun stedelijke problematiek zagen.

Maar Rutten(2005) concludeert terecht dat de creatieve stad geen receptuur is. Hij stelt dat economische structuren, ruimtelijke inrichtingen, stedelijke identiteiten en sociale samenhang niet van de ene op de andere dag zijn ontstaan. Via het concept van de creatieve stad, zullen zij ook niet van de een op de andere dag veranderen, zelfs op de lange termijn niet. Deze conclusie valt ook te trekken uit de gehouden interviews met de 'sleutelactoren'. Zij geloven in de creativiteit van een stad, maar ook dat het een proces van een lange adem is.

Wat Jacobs(1961), Landry(2000) en Rutten(2005) gemeen hebben, is dat zij het concept van de creatieve stad niet personifiëren en niet aan een bevolkingsgroep ophangen. Zij zien de stad in al zijn complexiteit, als een groter geheel, die bestaat uit diversiteit en interactie welke uiteindelijk de identiteit bepaalt. Want juist deze kwaliteiten bevorderen de sociale samenhang en zijn tevens de belangrijkste voorwaarden voor een cultureel, economisch, gezonde, leefbare stad.

Veelvuldig benadrukken de respondenten de karakteristieken van Rotterdam. De aantrekkelijkheid van Rotterdam als vestigingsplaats zou altijd al ambivalent zijn geweest. Architectuur en mentaliteit spelen hierbij een belangrijke rol. Het zou een arbeidersstad zijn, het zou er altijd tochten, het is een kille stad: 'een stad zonder hart'. Dit zijn niet de meest positieve kenmerken. Maar juist deze kenmerken zijn volgens Landry onderdeel van de authentieke karaktereigenschappen van een stad, waardoor deze een grote aantrekkingskracht kan bezitten. Authenticiteit en identiteit zijn volgens Landry de belangrijkste werktuigen van de creatieve stad geworden. Een eigen identiteit werkt bindend en motiverend en onderscheidt zich van andere steden. Deze kan gebaseerd zijn op historische waarden en tradities: het culturele erfgoed, maar zeker ook op diversiteit.

Het begrip 'creatieve stad' gaat niet alleen over het aantrekkelijk maken van een stad als marketingproduct. Het gaat over een creatieve infrastructuur: een combinatie van een harde, zachte en mentale infrastructuur. Het is de manier waarop een stad zowel mogelijkheden als problemen benadert. Over een fysiek aantrekkelijke stedelijke omgeving waarin de burgers zich aangespoord voelen om mee te denken.

Daar Rotterdam met het bombardement van de tweede wereldoorlog in het centrum zijn stedelijke 'cultural heritage' heeft verloren, vindt revitalisering en her-ontwikkeling in hoog tempo plaats in voor en na-oorlogse buitenwijken, op oude industrieterreinen en haventerreinen, en overig leegstaand onroerendgoed. In het kader van deze groot-stedelijke revitalisering is men in een 'stedelijk interbellum' beland waarbij sommige gebieden zijn gedevalueerd tot verpauperingswijken. De aanwezigheid van kunstenaars en culturele broedplaatsen kunnen volgens Landry helpen de neerwaartse spiraal van verpaupering te doorbreken en zelfs meerwaarde aan een wijk of zelfs revaluatie aan een wijk te bieden.

6.1.3 De creatieve factor

Binnen de creatieve meerwaarde voor de creatieve stad zijn in mijn onderzoek de volgende elementen van vitaal belang gebleken: de karakteristiek van een stad, zijn cultuurbeleving, de podiumfunctie en het onderwijs en kennisuitwisselingsaanbod.

Leisure & Festivals

Rotterdamse culturele manifestaties en festivals blijken een grote aantrekkingskracht te hebben om nieuwe groepen mensen aan te trekken en zich te verbinden met de stad. Daarom wil men vanuit de beleidsmakers niet alleen de culturele infrastructuur op peil houden maar deze ook uitbreiden en verder ontwikkelen. Volgens Landry (2000) moet Rotterdam zich

vooral toeleggen op zijn eigen sterke punten. Deze zijn: festivals, evenementen, media, architectuur, sport en de haven. Sinds 1955 ontplooit Rotterdam zich al als festivalstad, met onlangs groots opgezet Rotterdam 2001, Culturele Hoofdstad van Europa. In 2005 werd Rotterdam uitgeroepen tot Nederlandse Evenementenstad en Dancestad van het jaar. Een titel waar men trots op is en die men graag (Rotterdam kennende) snel verzilverd ziet in spraakmakende en innovatieve festivals.

Juist de festivals blijken de genoemde voorwaarden van Landry te zijn om de stad te verbinden met diversiteit en ‘mixed people’ en tevens het gevoel versterkt van ‘cultural heritage’. Het begrip cultureel erfgoed heeft in deze betekenis niet alleen betrekking op de architectonische geschiedenis van een stad, maar verbindt ons juist met onze etnologische afkomst en zijn eigen geschiedenis en de collectieve herinnering daaromheen. Het zijn getuigenissen van een geschiedenis en identiteit van een cultuur welke bijdraagt aan ons historische bewustzijn waarmee wij ons kunnen identificeren. Of zoals de historicus James Kennedy het formuleert: “Wie zich verbonden voelt met zijn verleden zal zich geïnspireerd weten voor de toekomst”. Wellicht is dit een van de redenen waarom in een multiculturele stad als Rotterdam, festivals als het Zomercarnaval en het Dunya Festival zulke grote publiekstrekkingen zijn geworden. Dat Rotterdam het predikaat als festivalstad graag wilt behouden getuige de oprichting en ondersteuning van Stichting Rotterdam Festivals.

Ooit begon Ted Langebach met zijn MTC feesten op ongebruikelijke Rotterdamse locaties, die een magneetfunctie op de Rotterdamse culturele incrowd hadden. Al snel breidde de reputatie van deze feesten zich uit naar andere steden en het vervolg is het succesverhaal van Now & Wow. Hiermee werd een ander publiek naar Rotterdam getrokken en de ‘dance’ cultuur raakte ingeburgerd en tevens vercommercialiseerd. Pas toen de gemeentelijke politiek de economische meerwaarde hiervan begon in te zien kon Langebach rekenen op medewerking en subsidiering vanuit Rotterdam. Sterker, hij wordt als connaisseur veelvuldig geraadpleegd om zitting te nemen in wetenschappelijke congressen en debatten over de creatieve stad en zijn ‘leisure’. Dit voorbeeld illustreert dat niet elk initiatief baat heeft bij een te snelle adoptie of institutionele inbedding. Florida en Landry stelden wel dat ieder mens in potentie creatief is, maar bedoelde daar zeker niet mee dat elk prematuur creatief initiatief gelijk ingebed moet worden. Juist het gebrek aan bemoeienis, de vrijheid en de incubatietijd waarin Ted Langebach kon opereren, bleek achteraf het succes van Now en Wow te zijn.

Opmerkelijk in mijn onderzoek was dan ook de gretigheid waarmee originele initiatieven door gevestigde culturele instellingen geadopteerd werden, waardoor ad-hoc initiatieven niet voldoende de ruimte en tijd krijgen om zich zelfstandig te ontwikkelen. De geïnstitutionaliseerde (culturele) instituten ontpoppen zich al snel als culturele omnivoren om nog niet uitgekristalliseerde initiatieven te adopteren en deze in het stedelijke belang uit te zetten. Het risico hierin bestaat dat (culturele) stichtingen en instellingen elkaar gaan beconcurreren, waardoor (eenmalige) originele initiatieven vervormd en ingebed worden in cultuur educatie of vanuit het culturele opbouwwerk in het buurtbelang worden uitgezet. Hiermee bereik je dat creativiteit alleen nog in verband wordt gebracht met een uiteindelijk stedelijk of economisch eindproduct en vervolgens voorbij wordt gegaan aan het cruciale creatieve denkproces.

Podiumfunctie

Veel steden zijn de uitdrukking ‘de stad als podium’ letterlijk gaan gebruiken om hun stedelijke culturele dynamiek te etaleren. In deze bewoording liggen verschillende betekenissen besloten. Binnen de terreinen van de openbare en publieke ruimte en de locatiegebonden instellingen heeft het begrip podium een functie en betekenis.

Rotterdam heeft als festival stad laten zien dat de podiumfunctie van culturele evenementen, zoals het Zomercarnaval, Dunya Festival, Heineken Dance Parade, het nieuwe Freshness festival (dans, mode muziek, sport en lifestyle) zijn weg in de straten van Rotterdam heeft

gevonden. Deze openbare podiumfunctie in de publieke ruimte is bovendien het nieuwe culturele handelsmerk van Rotterdam geworden.

Volgens Landry onderscheid de creativiteit van een stad zich op meerdere terreinen maar laten stadsbesturen zich slechts inspireren door ‘business management’ en ‘stadsmarketing’. Deze gebieden zijn volgens Landry moeiteloos te begrijpen en in te zetten als rationeel beleidsinstrument, waardoor soms voorbij wordt gegaan aan een andere podiumfunctie binnen de culturele broedplaatsen of het alternatieve circuit. Hier vinden besloten, betaalde of gratis openbare optredens en tentoonstellingen plaats waar cultuurproducenten hun creatieve producties aan een publiek vertonen. Binnen deze instellingen is een podiumfunctie van essentieel belang. Het dient als platform om een publiek kennis te laten maken met een cultureel of creatief product. Zeker binnen het ad-hoc circuit, waar culturele broedplaatsen deel vanuit maken, vervult de podiumactiviteit ook een ontmoetingsfunctie van creatieve geesten. Hier vindt –informeel en bottom-up- het spontane, laagdrempelige culturele debat plaats waaruit ontmoetingen, nieuwe netwerken en ideeën ontstaan.

Door strenge brandweer en Arbo-voorschriften ziet men deze podia, zeker in het alternatieve circuit, verschromelen of langzaam verdwijnen. De geïnstitutionaliseerde culturele instellingen hebben dankzij gemeentelijke subsidies aanpassingen kunnen maken zodat binnen deze podia’s voorstellingen kunnen plaatsvinden die wel aan alle strenge voorschriften voldoet. Voor het alternatieve circuit, de culturele broedplaatsen, betekenen deze beperkingen een gedwongen uitdaging om te zoeken naar nieuwe platformen. Hierdoor wijken zij uit naar alternatieve podia. Internet, het publieke domein en de openbare ruimte zijn gebieden die nog geen of minder last hebben, of deze strenge regelgeving hebben kunnen omzeilen. Lukt het niet om alternatieve podia te vinden dan zien culturele broedplaatsen zich gedwongen de podiumfunctie te sluiten. Hiermee verdwijnt tevens ook het informele netwerk. En juist deze netwerken vormen het ‘stedelijk weefsel’ en het ‘stedelijk kapitaal’ van een creatieve stad.

Onderwijs

Het belang van onderzoek en onderwijs is wat Florida en Landry in de ontwikkeling rond de creatieve stad onderstrepen. Hierbij is het niet alleen belangrijk om talent en creatievelingen de stad in te halen, maar ook om ze zelf op te leiden. Het verbeteren en vergroten van het onderwijsaanbod is speerpunt van beleid voor Rotterdam geworden. Gezien de huidige gemeentelijke inspanning om onderwijs en praktijk in het stedelijke gebied te clusteren neemt Rotterdam afstand van zijn grootste planologische misser. Door in 1974 de Erasmusuniversiteit in de periferie van Kralingen te plaatsen is een bruisend studentenleven in de binnenstad nooit echt van de grond gekomen. Pas de laatste jaren is met de komst van HBO instellingen en de spreiding van studentenhuysvesting het tij gekeerd. Binnen de gezondheidszorg was men zich al langer bewust van de meerwaarde van clustering tussen opleiding en praktijk. De medische faculteit van Rotterdam dankt zijn internationale faam, groei en aantrekkingskracht aan de aanwezigheid van het daarnaast gelegen ErasmusMC en vice versa. De ‘footprint’ van het EDBR laat zien dat het ErasmusMC binnen het Medische cluster een zelfstandige cluster is met nationale en internationale bekendheid.

Binnen de creatieve industrie heeft men deze meerwaarde nu ook erkend en is met de verhuizing van het oude conservatorium en de dansacademie, CODARTS, naast Concertgebouw De Doelen en De Schouwburg een eerste aanzet gemaakt voor culturele symbiose tussen opleiding en praktijk gezet. Ook een aantal mediaopleidingen zullen met de realisatie van de vierde fase geclusterd zijn in het Lloydkwartier. Met deze concentratie van opleidingen en praktijk hoopt Rotterdam nieuw talent aan te trekken om synergie, groei en dynamiek binnen de culturele clusters te bewerkstelligen.

6.1.4 De netwerkfactor

De netwerkfactor binnen de creatieve stad zou een potentieel samenwerkingsverband van personen, instanties en organisaties zijn die meerdere disciplines vertegenwoordigen binnen het culturele en creatieve gebied. Het doel van het netwerk is het verstrekken, stimuleren en ontwikkelen van culturele initiatieven. Daarom zijn informatie, communicatie en kennisdeling synoniem en onlosmakelijk verbonden aan het concept van de creatieve stad. Door bewust en met dezelfde intenties de doelen na te streven en optimaal gebruik te maken van de netwerken kan dit resulteren in inbedding, verankering en versterking van partijen, doelen en resultaten.

Met de oprichting van het EDBR is een eerste stap gezet om vanuit economisch oogpunt partijen bij elkaar te zetten om 'institutional thickness' te bewerkstelligen. Door culturele, maatschappelijke en onderwijsorganisaties, economische en particuliere partijen via een netwerk met elkaar te verbinden zou er gezamenlijk naar een erkend doel in de lokale creatieve economie gestreefd kunnen worden. Het stimuleert lokaal ondernemerschap, het trekt talent en nieuwe bedrijvigheid naar een stad, en het stimuleert de aantrekkelijkheid van een stad om in te leven en te wonen. Debatactiviteiten, waar kennis, informatie en communicatie wordt uitgewisseld, zijn van wezenlijk belang voor zowel het bereiken van 'institutional thickness' al voor het organische proces van Charles Landry's 'creativiteitscyclus'. Goede kennis en informatie uitwisseling blijken het grootste manco in Rotterdam te zijn. Men blijkt niet goed op de hoogte te zijn van elkaars initiatieven en activiteiten, zodat men vanuit verschillende gebieden de aansluiting mist.

6.1.5 Beleidsfactor

Met het begrip van de creatieve stad zien steden zich genoodzaakt gemeentelijk beleid te wijzigen of aan te passen. Noodzakelijk bij de creatieve stad, en tevens ook de kern, is de participatie van de burger. Volgens Florida en Landry ligt er een grote rol en verantwoordelijkheid bij de burger. Daarom benadrukken zij het actief deelnemen, meedenken en invullen aan de creatieve stad. Beleid moet deze combinatie en samenwerkingsverbanden stimuleren en faciliteren. Doordat een creatieve stad uit verschillende componenten bestaat vraagt dit om nieuwe combinaties.

Met zijn creativiteitscyclus probeert Charles Landry een stedelijke dynamiek te scheppen, deze te bundelen en in te zetten in de stad. Voorwaarde van de creativiteitscyclus is de participatie van veel partijen. Met deze cyclus wordt de stedelijke bevolking direct betrokken in het belang van de creatieve stad. Tevens biedt het een platform om ideeën te ventileren. Daarnaast zouden voortijdig en tussentijds de sterke en zwakke kanten van stedelijke creatieve projecten kunnen worden beoordeeld. Voordeel van de creativiteitscyclus is dat het een instrument is om ideeën te genereren, te analyseren op zijn haalbaarheid, tasbaar te maken en ze uit te zetten in de stad. Vanuit het laatste stadium: het evaluatiestadium belandt men door middel van een openbaar debat weer organisch in het eerste stadium, namelijk het opnieuw verkrijgen van ideeën.

Het EDBR en de RKKC zouden in deze creativiteitscyclus een tweeledige spilfunctie in kunnen nemen. In deze organisaties en denktank zitten invloedrijke mensen uit het praktijkveld met een schat aan informatie, adviezen en contacten welke ingezet kunnen worden om een creatief milieu te laten ontstaan, ideeën te genereren en deze in de stad uit te zetten. Maar niet het laten ontstaan en verspreiden is belangrijk, evenzeer de inbedding is van essentieel belang. Met het EDBR en de RRKC heeft Rotterdam voor een beleidsmodel gekozen van waaruit de creatieve stad wordt vormgegeven. Voordeel is dat het autonome cultuurbeleid en het economische beleid gescheiden en behouden worden. Maar met de nadruk op de creatieve economie en het beleid van EDBR, DKC en de RRKC, - grote machten die direct verbonden zijn aan gemeente en (indirect) aan politiekbeleid-, is het niet altijd zichtbaar wanneer cultuurbeleid overgaat in economisch beleid.

6.2 Conclusie culturele broedplaatsen

Voordat ik mijn onderzoeksvraag volledig kan beantwoorden zal eerst de subvraag beantwoordt moeten worden: *Wat is een culturele broedplaats en welke meerwaarden hebben zij?* Uit de literatuurstudie is gebleken dat het vormgeven van een creatieve stad niet meer alleen gezocht moet worden in het exclusieve domein van de kunstenaar, maar dat de aanwezigheid van culturele broedplaatsen wel van essentieel belang kan zijn. Zo kunnen zij, volgens Landry een bijdrage leveren aan de culturele identiteitsvorming van een stad en als ‘brandmarketing’. Als voorbeeld noemt Landry ‘Paradiso’ in Amsterdam, de eerste culturele broedplaats met een podiumfunctie die een grote aantrekkingskracht had op een diverse groep van cultuur producenten en consumenten. Dat deze gevestigd was in een historisch gebouw gaf alleen maar meer betekenis aan het ‘cultural heritage’ gevoel.

Broedplaatsen kunnen dus een productieve rol van betekenis spelen. Zij dienen als platform of podium waar een diverse groep van creatievelingen, van in en van buiten de stad, graag naar toe gaan vanwege de vernieuwende en interessante belevenis.

Voor Rotterdam was culturele broedplaats ‘Utopia’ spraakmakend. Zij had een eigen identiteit en impact op de stad. Het was een bijzondere plek, op een bijzondere locatie, met een bijzondere betekenis waardoor het een grote aantrekkingskracht had. De betekenis die een culturele broedplaats heeft voor producenten en consumenten is dus van wezenlijk belang.

De broedplaats is de plek waar het productieproces van kunst en cultuur zich afspeelt en waar in dat kader de onderlinge contacten plaats vinden en onderhouden worden. Hier is het produceren van innovatieve kunst en cultuur de hoofdactiviteit. Sargentini onderscheidde al drie soorten broedplaatsen: de ‘economische broedplaats’, de ‘culturele broedplaats’ en de ‘vrijplaats’. Getoetst aan de Rotterdamse praktijk bleken er teveel overlappingen en tegenstellingen in Sargentini’s onderverdeling te zitten. Zo kon het voorkomen dat in Sargentini definitie van een economische broedplaats in Rotterdam de autonome kunstenaar aan een experimentele, niet commerciële culturele activiteit werkt. Maar ook omgekeerd kon in de door Sargentini getypeerde culturele broedplaats juist de creatief startende ondernemer aanwezig zijn, werkend aan een commercieel technologisch of conceptueel product. De derde categorie was de vrijplaats. Ook hier zag men dat de Rotterdamse praktijk niet synchroon liep met Sargentini’s definitie.

Zodoende heb ik gekozen om naast het onderscheid van Sargentini een eigen aanscherping en onderverdeling te maken van Rotterdamse culturele broedplaatsen waardoor ik een nieuwe definitie kon geven aan het begrip culturele broedplaatsen.

Ik heb gekozen om het begrip culturele broedplaatsen onder te verdelen in vier categorieën:

1. De Klassiek broedplaatsen zijn de tijdsgebonden initiatieven geweest die vanuit maatschappijpolitiek standpunt bottom-up ontstaan zijn en waar men zich via netwerk en op intrinsiek gronden zich heeft geclusterd. Vaak hebben deze collectieven een woonwerkfunctie en is er nog sprake van autonoom kunstenaarsschap
2. De AV-Nieuwe Media broedplaatsen zijn de broedplaatsen waar het werkproces en het culturele eindproduct bestaat uit meerdere mediadisciplines. Deze collectieven hebben alleen een werkfunctie en clustering geschied via eigen netwerk of top-down sturing.
3. De Urban broedplaatsen zijn transitorium broedplaatsen. De collectieven hebben zich tijdelijk geclusterd en zijn niet locatiegebonden. Het werkproces kan wijkgebonden zijn waar men zich laat inspireren door de stedelijke cultuur.
4. De Netwerkbreedplaatsen zijn de immateriële broedplaatsen. Men heeft zich geclusterd in culturele netwerken waarbij het Internet en communicatie het platform vormt.

6.2.1 Definitie culturele broedplaats

Om tot een definitie van het begrip culturele broedplaatsen te komen zal eerst het onderwerp omschreven moeten worden. Allereerst moeten er (jonge, talentvolle) culturele producenten aanwezig zijn en moeten zij elkaar beïnvloeden en inspireren. Daarnaast moeten zij onder de juiste financiële en facilitaire condities kunnen produceren en presenteren. Tevens moet er publiek zijn waarmee enig verband bestaat tussen zijn culturele productie en consumptie. Publiek moet men hier interpreteren vanuit een platformperspectief. Dit kunnen podia als leveranciers zijn. Vervolgens kan er sprake zijn van een fysieke verbondenheid met de locatie, maar er kan ook sprake zijn van een immateriële verbondenheid: een netwerk. Daarnaast moet de cultuurproductie voor een brede groep toegankelijk zijn en zijn uitstraling op de stad hebben. Naar aanleiding van mijn onderzoek en bevindingen luid mijn definitie van een culturele broedplaats dan ook als volgt:

Een broedplaats is een verzameling van creatieve individuen die op intrinsieke gronden zich hebben geclusterd in een fysieke locatie of immaterieel stedelijk netwerk en door gebruik te maken van elkaars expertise een creatieve dynamiek weten te creëren die tot synergie en innovatie kan leiden, waar vervolgens de verkregen symbolische goederen, niet primair gericht op commercieel succes, uitgezet en gepresenteerd kunnen worden aan een breder publiek.

6.2.2 Meerwaarde culturele broedplaatsen

In hoofdstuk 4 heb ik naar aanleiding van het analytische onderzoek een uitgebreide conclusie geschreven over de meerwaarde van culturele broedplaatsen in Rotterdam (5.5). In het kort wil ik hier een paar opmerkelijke conclusies benoemen. Urban broedplaatsen blijken op alle gebieden hoog te scoren.

De economische meerwaarde bij Urban broedplaatsen liet zich het meest vertalen in clustering van creatieve ondernemers. Indirect, maar van groot belang, was het vergroten en verbeteren van de aantrekkelijkheid en het imago van de stad.

Ook de stedelijke meerwaarde was het meest aanwezig bij de Urban broedplaatsen. Op zich is dit niet verwonderlijk omdat de cultuur productie en consumptie binnen deze broedplaatsen grotendeels is afgeleid en/of geïnspireerd is op stedelijke dynamiek.

De creatieve meerwaarde is verhoudingsgewijs het sterkst aanwezig bij de Klassieke broedplaatsen. De controversiële ontmoetingsplaats, podiumfunctie en laboratoriumfunctie bepaalden deze meerwaarden. Binnen de AV-Nieuwe Media en Netwerkbreedplaatsen is de netwerkfactor het hoogst. Verschillende redenen zijn hiervoor aan te voeren. Allereerst voert Rotterdam een sterk AV beleid, waardoor netwerkcontacten en lokale samenwerkingsverbanden tussen markt en creatieve ondernemer beter zijn geïmplementeerd. Maar ook de aanwezigheid van een Internationaal Film Festival Rotterdam, een Rotterdams Fonds voor de Film, de aanwezigheid van een Filmcommissie en de ontwikkeling en clustering binnen het Lloydkwartier spelen binnen de netwerkmeerwaarde een aanjagersrol.

Bij alle broedplaatsen bleek een sterke netwerkmeerwaarde zichtbaar. Dit is niet verwonderlijk omdat culturele broedplaatsen per definitie al verbonden zijn met een lokaal, nationaal en/of internationaal netwerk.

6.2.2.1 Top-down versus bottom-up methode

De titel van mijn thesis 'Een kaketoet broedt niet op de Noordpool' verwijst naar de probleemstelling en contradictie tussen de top-down of bottom-up methodes in het tot stand komen van culturele broedplaatsen.

Landry's theorieën sluiten hierop aan. Al eerder benoemde hij de pre-condities voor een creatief milieu. Bij nader bestudering blijken deze voorwaarden veel raakvlakken en vaak ook

het uitgangspunt te zijn voor de bottom-up benadering. De constitutie en toekomst van een creatief milieu valt of staat, volgens Landry, met de aanwezigheid van: flexibele organisaties of deelnemers, de wil om samen te werken, het onderlinge vertrouwen in elkaar, de gedeelde verantwoordelijkheid, ongeschreven regels en de bereidwilligheid om de samenwerking voor een groter geheel, lees innovatie, in te zetten. Wanneer men zich echter uit puur zelfbelang aansluit, voorspelt Landry, zullen creatieve milieus langzaam uitdrogen en atrofiëren.

Tussen de bottom-up en top-down benadering ligt dus een significant verschil die bepalend kan zijn voor de toekomst van culturele broedplaatsen. Bottom-up broedplaatsen ontstaan door een organische clustering van mensen met overeenkomstige belangen, interesses en gedeelde verantwoordelijkheden. Het netwerk, wat de basis van het cluster vormt, wordt meestal gelegd tijdens de studietijd of door gedeelde interesses. De gedeelde verantwoordelijkheid laat zich vertalen in de zelfstandige betrokkenheid voor het autonome beheer van het pand. Dit kunnen zowel financiële, onderhoud en inhoudelijke verantwoordelijkheden zijn. Door deze gedeelde betekenissen zal er een breder draagvlak ontstaan.

Bij top-down broedplaatsen worden artificieel partners met een economisch belang gezocht waarbij de mate van inhoudelijke synergie niet altijd vanzelfsprekendheid is. Door deze constructie ontberen de partners een gedeelde betrokkenheid en verantwoordelijkheid, waardoor het draagvlak dunner is en er eerder sprake is van consumptief gedrag. Juist deze gemeenschappelijke betekenissen blijken cruciaal te zijn voor het welslagen van een culturele broedplaats. Zodoende zal er eerder sprake zijn van synergie bij bottom-up ontstane broedplaatsen dan bij een top-down aangestuurde broedplaats.

Daarnaast benoemde Landry al dat de mate van ‘embeddedness’ en ‘institutional thickness’ uiteindelijk het succes zouden bepalen van een culturele broedplaats. Opmerkelijk in mijn onderzoek was, dat broedplaatsen met een sterke top-down sturing of ondersteuning een breder netwerk en een sterkere ‘embeddedness’ bleken te ervaren. Binnen deze broedplaatsen was sprake van ‘institutional thickness’. Doordat vanuit gemeentebeleid deze broedplaatsen sterk werden gestuurd of (financieel) werden ondersteund was er sprake van een sterk meetbare stedelijke, economische, creatieve en netwerkmeerwaarde. 25 KV, Rotterdam Lab, Kort Rotterdam, Now & Wow, StadsLab, Worm, Locus 010 en de nog te ontwikkelen broedplaatsen binnen Stadshavens Rotterdam blijken levensvatbaarder te zijn vanwege de toegezegde steun vanuit de gemeente en overige partijen.

Hieruit valt te concluderen dat broedplaatsen met een sterke ‘embeddedness’ en een dikker ‘institutional thickness’ een groter overlevingskans hebben dan de culturele broedplaatsen die dit ontberen. Of deze culturele broedplaatsen zich nu onderscheiden in een bottom-up of top-down benadering maakt in deze analyse en conclusie niets uit.

Een andere constatering is, dat bottom-up broedplaatsen een langere incubatietijd nodig hebben dan top-down broedplaatsen. Daartegenover staat dat top-down broedplaatsen een kortere tijd hebben om zich te bewijzen om de (economische) doelstellingen waar te maken en daar ook op afgerekend kunnen worden. Dit heeft grotendeels te maken met de gemeentelijke financiële investeringen die ermee gemoeid zijn. Niettemin hebben bottom-up broedplaatsen meer armslag en vrijheid door de zelfwerkzaamheid en het gebrek aan regelgeving en financiën met de daarbij behorende gestelde doelen.

Het gemis aan regelgeving, financiën en doelen ziet men weer vertaald in tijdswinst. Zodoende hebben bottom-up broedplaatsen een langere ontstaans- en voortgangsgeschiedenis dan de top-down broedplaatsen.

6.2.2.2 Dynamiek

Allereerst kan geconcludeerd worden dat de culturele broedplaatsen waarin ik in mijn inleiding over schreef tijdsgebonden initiatieven zijn geweest die ten grondslag lagen aan de toen aanwezige politiek maatschappelijke stromingen. Zodoende hebben de culturele broed-

plaatsen hun hoogtijdagen gevierd in het tijdsgewricht dat er een ruime regelgeving was waarin veel werd toegestaan en er weinig toezicht en bemoeienis vanuit de gemeente was. Hieruit ontstonden bottom-up initiatieven die jarenlang interessante ontwikkelingen lieten zien.

Wat dat betreft bevinden culturele broedplaatsen zich tegenwoordig qua regelgeving en regulering in een ongunstig tijdsgewricht. Zeker als er sprake is van een woon en podiumfunctie. Thans leven we in een tijd waarin minder dan voorheen wordt toegestaan en veel gecontroleerd en gereguleerd wordt. Om als collectief door te kunnen gaan is kennis van de huidige Arbo regelgeving, en hierop te anticiperen met investeringen, onontbeerlijk. Ook veiligheid en brandvoorschriften vallen hieronder. De klassieke broedplaatsen hebben met de aangescherpte regels rond brandveiligheid hun autonomie en karakteristiek op woon en podiumgebied verloren. Juist deze twee voorwaarden waren bepalend voor de meerwaarde van een culturele broedplaats. Hierdoor zullen de klassieke broedplaatsen, waar de woon en podiumfunctie is verdwenen, getransformeerd worden tot ateliergebouwen en is er geen sprake meer van een gezamenlijke 24-uurs dynamiek.

Maar met de focus op de creatieve stad ziet men steeds vaker dat culturele broedplaatsen artificieel voor de versterking van de stedelijke economie worden ingezet. Hier is sprake van een sterke sturing en top-down benadering van een broedplaats. Deze institutionalisering van broedplaatsen leidt tot een prestatiegerichte instelling. Maar omgekeerd bemerkt men ook dat er binnen de bottom-up ontstane broedplaatsen niet altijd meer sprake is van dynamiek. Dat deze dynamiek verdwijnt, is grotendeels te wijten aan de strenge regelgeving die men hanteert. Hierdoor ziet men de essentiële podium en woonfunctie achteruitgaan. De enige functie die een culturele broedplaats dan nog behoudt is die van de werkplek, waardoor de definitie van atelierpand eerder op zijn plaats is dan een culturele broedplaats. In principe kan het dan altijd nog een broedplaats zijn wanneer het een energieke plek is waar mensen samen aan het werk zijn of elkaar ontmoeten. Daarnaast heeft de steeds meer afgeroomde subsidievormen voor kunstenaars ervoor gezorgd dat een full-time kunstenaarschap niet meer tot de mogelijkheid behoort en men zich (vaker gedwongen) op het culturele ondernemerschap heeft gestort. Maar ook hier geldt dat de tijd die men nodig heeft voor het noodzakelijke creatieve denkproces, om tot innovatie en dynamiek te komen, wellicht ten koste zal gaan van de noodzaak om eigen financiën te genereren.

Een andere reden van de verdwijnende dynamiek bij culturele broedplaatsen is de geringe doorstroom van nieuwkomers. Zeker bij de klassieke broedplaatsen hebben de vroegere kunstenaars zich vaak in de panden gesetteld en door de komst van kinderen heeft de woonfunctie de overhand heeft gekregen. Wat men constateert is dat de enige gemeenschappelijke delers meestal nog de financiën zijn. Met hun authentieke autonomie zouden de geïnstitutionaliseerde broedplaatsen zich meer kunnen laten gelden en zich zichtbaarder profileren. Het zijn deze exposities, filmvoorstellingen en festivals waar de starters met hun ideeën in contact kunnen komen met gearriveerde kunstenaars en, uiteraard andersom. In dit geval zijn het vaak de wat meer geïnstitutionaliseerde broedplaatsen die een brugfunctie kunnen vervullen met betrekking tot de experimentele ideeën uit de subcultuur enerzijds en de meer alternatieve vormen van de commerciële, creatieve industrie anderzijds. Het belang zou meerledig zijn. Allereerst kan er weer sprake zijn van een terugkerende dynamiek. Ten tweede kunnen juist deze culturele broedplaatsen met optredens en tentoonstellingen een voortrekkersrol spelen zodat het belang en meerwaarde van culturele broedplaatsen aan beleidsmakers gedemonstreerd kan worden waardoor eventuele strenge regelgeving versoepeld kan worden.

6.2.2.3 Toegankelijkheid

Al eerder constateerde ik dat culturele broedplaatsen zowel fysiek als mentaal een ontoegankelijke cultuur konden bezitten. Sommige broedplaatsen bleken eerder op onneembare

vestingen dan dat er sprake was van een semi-openbare toegankelijke ruimte. Thans is er een omslag te bespeuren waardoor vrijplaatsen of broedplaatsen zich langzaam ontsluiten voor een breder publiek. Daarnaast bleek het concept culturele broedplaats niet gemakkelijk te definiëren omdat het moeilijk was te constateren wanneer er al sprake was van onderlinge (hechte) samenwerking of wanneer er alleen sprake was van ateliergebruik.

De culturele broedplaatsen in Rotterdam bleken verschillende functies van ontmoeting, experiment, presentatie, uitgaan, discussie en debat te hebben die in praktijk in elkaar overlappen. Vervolgens constateerde ik dat de cultuurproductie en beleving bij culturele broedplaatsen zeer verschillend was en soms ver uit elkaar lagen. Wel hebben de Rotterdamse culturele broedplaatsen met Sargentini's definitie gemeen dat het dé plek is waar het productieproces zich afspeelt en waar een onderlinge sterk netwerk aanwezig is. Maar ook hier vertoonde de beoefening van het (gezamenlijke) culturele werkproces een significant verschil met Sargentini's definitie. De werkelijkheid bleek sterker dan de leer.

Uit eerder onderzoek (zie hfd. 3.7) en de praktijk blijkt het werkproces van de Rotterdamse kunstenaar of culturele producent toch eerder een individueel werkproces te zijn dan een gezamenlijk werkproces welke tot synergie en innovatie leidt.¹⁰⁰ Met deze constatering krijgt de uitspraak van Chris Bouma: "dat binnen het theater veel meer sprake is van synergie, confrontatie en dynamiek, omdat een podiumproductie per definitie ontstaat uit verschillende kunst disciplines"¹⁰¹ een waardevolle betekenis. Wellicht mogen theatergezelschappen en theaterproducties zich in de toekomst ook rekenen tot culturele broedplaatsen. Al eerder is gesteld dat een herziening op het begrip culturele broedplaatsen gewenst is en het begrip een ruimere interpretatie verdient.

6.2.2.4 Gentrification

Culturele broedplaatsen kunnen een bijdrage leveren in het opwaarderen van een wijk of gebied. Volgens Landry is de kunstenaar vaak de eerste ontdekker en vernieuwer van een gebied waarmee hij in feite ook de eerste aftrap geeft voor een gentrificationproces. Door hun komst veranderen gebieden langzaam van een desolate, unheimische omgeving in unieke (uitgaans)locaties die soms tot ver buiten de stadsgrenzen een aantrekkingskracht kent. Pas wanneer de kunstenaars het gebied hebben 'bedwongen' en 'veilig' hebben gemaakt arriveert de tweede groep: de projectontwikkelaars en de toekomstige huurders. De kunstenaar is dan als eerste de dupe. Om dit gedwongen vertrek van kunstenaars tegen te gaan, pleit Landry voor lange termijn huurcontracten.

Maar alsnog kan gesteld worden dat de aanwezige broedplaatsen in Rotterdam, in vergelijking met Amsterdam, in een exclusieve situatie verkeren. Waar Amsterdam in de jaren negentig door het gentrification proces te kampen kreeg met een leegloop van kunstenaars, is hiervan in Rotterdam nooit echt sprake geweest. Alleen collectief 'Utopia' heeft het gentrification proces aan den lijve ondervonden. En dit was nog op eigen initiatief! Door het gentrificationproces in eigen hand te houden en vorm te geven wist men dit proces in eigen voordeel te keren.¹⁰² Vooralsnog is het zo geweest dat in het verleden, als er sprake was van een gentrificationproces, kunstenaarscollectieven vanuit de gemeente een andere ruimte kregen aangeboden, met uitzondering van de bewoners van het Poortgebouw.¹⁰³

Maar ook de aanwezigheid van veel leegstaande goedkope locaties waar (nog) geen bestemmingsplannen voor waren zorgden ervoor dat de culturele broedplaatsen in Rotterdam zich lange tijd in de luwte konden ontwikkelen of voortbestaan. Pas met het begrip rond de

¹⁰⁰ Zie 3.7: kunstenaars in Rotterdam: Peter Das, 2001 in opdracht van het C.B.K en de S.K.A.R.

¹⁰¹ Citaat uit interview Chris Bouma, S.K.A.R

¹⁰² Citaat uit interview Peter de Winter, Utopia

¹⁰³ Na ruim twintig jaar is per 1 juli 2006 de huur opgezegd en het pand doorverkocht aan een projectontwikkelaar voor de realisatie van luxe appartementen.

creatieve stad en zijn onlosmakelijke culturele broedplaatsen is de gemeente zich serieus gaan interesseren en bemoeien met het fenomeen culturele broedplaatsen. Deze verlate interesse is wellicht ook de winst voor veel culturele broedplaatsen geweest.

6.2.2.5 Toekomst broedplaatsen

Eerder werd al gesteld dat er altijd nieuwe initiatieven blijven komen die weer de oude geinstitutionaliseerde initiatieven zullen inhalen. Zeker in het huidige tijdperk is een herziening op het historische begrip culturele broedplaatsen en de kunstenaars noodzakelijk. Verschillende redenen zijn hiervoor aan te voeren.

Met de verschuiving van de cultuurbeleving, waarbij er een diffuse scheiding tussen high & low culture is aangebracht en het accent meer op Urban culture en zijn tijdelijkheid is komen te liggen, is de huidige generatie kunstenaar niet meer zo snel geneigd zich voor lange tijd te verbinden aan een kunstenaarscollectief. Ook de beeldvorming over het kunstenaarschap is veranderd. Waar vroeger op kunstacademies het autonome kunstenaarschap werd gestimuleerd, heeft deze plaats gemaakt voor de marktwerking van creatief ondernemerschap. Waar eerder sprake was van één locatie of pand met een gemeenschappelijke woon-werkfunctie zal ook hier het accent verschuiven naar tijdelijke samenwerkingsverbanden die niet gebonden hoeven te zijn aan een vaste locatie.

Voor toekomstige culturele broedplaatsen zal het begrip 'Urban transitorium' gaan gelden. Of om een begrip van respondent Versluis¹⁰⁴ te introduceren: 'Campings', de tijdelijke(seizoensgebonden) locaties en samenwerkingsverbanden waar creativiteit en netwerk de inzet van zijn, en waarbij de stedelijke economie de uitkomst van is. Culturele broedplaats Stadslab heeft onbewust hiermee de eerste succesvolle stap gezet in een pilotproject; die in mijn optiek navolging verdient. In samenwerking en in opdracht van een woningbouwcoöperatie werken studenten van de Willem de Kooningacademie en de H.E.S. aan een revitaliseringsproject in een Rotterdamse wijk. Deze tijdelijke samenwerking blijkt zo succesvol te zijn, voor zowel de opdrachtgever als de kunstenaars, dat men het project wederzijds wil continueren.

Maar ook de tijdelijke broedplaats van het Internationale Film Festival Rotterdam en Stadshavens Rotterdam zouden onderdeel van een 'Urban transitorium' kunnen uitmaken. Deze conclusie beoogt niet het afscheid van de culturele broedplaatsen zoals men die kent, maar wel om een herziening van het begrip culturele broedplaats, die afhankelijk is van de huidige plaatsbepaling in een maatschappelijke en politieke tijdspanne.

6.2.3 Beleid culturele broedplaatsen voor Rotterdam

Met de vorige conclusie zou mijn onderzoeksvraag: *Welke meerwaarde hebben culturele broedplaatsen voor het creatieve klimaat in Rotterdam en welk beleid moet de gemeente Rotterdam voeren om culturele broedplaatsen te ontwikkelen, te stimuleren of te behouden* beantwoord kunnen worden.

Allereerst kan gesteld worden dat een broedplaatsenbeleid indirect vanuit gemeentelijk economisch winst oogmerk is ontstaan en ertoe heeft geleid dat creativiteit wordt gezien als een economische factor. Met de ontruiming van de kraakpanden en het massale vertrek van kunstenaars verloor Amsterdam een belangrijke (economische) karakteristiek. Om deze creatieve exodus te stoppen en de kunstenaars en de daarbij horende bohème levensstijl terug te halen heeft men in Amsterdam een broedplaatsenbeleid ontwikkeld waarmee tevens afstand

¹⁰⁴ Zie: 5.3.3.

werd genomen van het oorspronkelijke doel: in relatieve vrijheid, zonder regelgeving en zonder commercieel belang met gelijkgestemde kunst bedrijven.

De karakteristieke bohémienne levensstijl van Amsterdam heeft Rotterdam nooit gehad. Rotterdam is altijd een werk- en arbeidersstad gebleven. Een broedplaatsenbeleid in navolging van Amsterdam zou dus niet relevant zijn voor. De SKAR, het OBR en het Havenbedrijf hebben de meeste locaties in handen waar binnen culturele broedplaatsen zijn gevestigd. Deze atelierpanden worden merendeels al tegen gesubsidieerde bedragen aangeboden waardoor de huur niet als een molensteen om de nek van de kunstenaar hangt. Daarbij beschikt Rotterdam nog over een redelijk aantal leegstaande opstallen. Dus de noodzaak om een broedplaatsenbeleid in Rotterdam te introduceren is met de relatieve aanwezigheid van ruimte en betaalbare huren niet essentieel. Een andere reden waarom het broedplaatsenbeleid van Amsterdam geen navolging geniet voor Rotterdam is dat het begrip culturele broedplaats een tijdsgebonden begrip blijkt te zijn die zijn historie dankt aan (verouderde) maatschappelijke politieke stromingen. In Rotterdam heeft deze maatschappelijke culture stroming zich nooit zo publiekelijk gemanifesteerd. Maar ook de verschuiving die heeft plaats gevonden tussen cultuurconsumptie en cultuurproductie, waardoor er een diffusie en vermenging van high & low culture is ingetreden, sluit meer aan bij de huidige generatie alumni. Kunstonderwijs speelt hierop in door de nadruk te leggen op stimulering van de marktwerking voor cultureel ondernemerschap in plaats van het autonome kunstenaarschap. Door deze ontwikkelingen zal de fysieke toekomst van culturele broedplaatsen zich eerder verleggen naar ‘Urban transitoriums’, waar tijdelijkheid in locatie en duur voorwaarden zijn.

6.2.3.1 Ambtelijke cultuur en creatieve politiek

Naar aanleiding van dit explorerend onderzoek ben ik tot de conclusie gekomen dat antwoorden en oplossingen niet eenduidig gegeven kunnen worden. Het proces van de creatieve stad in Rotterdam is in transformatie en staat nog in de kinderschoenen. Daarnaast blijkt bij nader bestudering, dat het proces van culturele broedplaatsen een proces van een lange adem is.

Maar ook leverde mijn onderzoek een aantal discrepanties op. Allereerst is geconcludeerd dat de ‘embeddeness’ en de ‘institutional thickness’ het succes bepalen van een culturele broedplaats, of deze nu top-down of bottom-up is gerealiseerd (pg:95). Daarnaast is er de opmerking: *dat het in feite voor het eindproduct niets zou moeten uitmaken of een broedplaats nu bottom-up of top-down wordt gefaciliteerd.*¹⁰⁵ Als laatste is er het onderzoek onder Rotterdamse Kunstenaars waarin 75% de voorkeur geeft aan een individuele manier van werken (pg:49). Deze drie bevindingen en verwachtingen tonen een antinomie aan tussen theorie en praktijk in culturele broedplaatsen. Maar kunnen tevens een aanzet zijn voor een eventueel vervolgonderzoek.

Vooralsnog ben ik van mening dat een broedplaatsenbeleid binnen deze controversie geen uitkomst kan bieden. Een haastige besluitvorming rond de creatieve stad en zijn culturele broedplaatsen verdient daarom ook geen aanbeveling. Voor beleidsmakers is dit een van de moeilijkste opgaven. Zeker met de onderlinge concurrentiestrijd tussen steden en het daarbij horende economische belang is het lastig om niet gelijk beleidsmatig in te grijpen. De ambtelijke cultuur van beleid maken is meestal gericht op permanent en definitief beleid. En de conclusie van mijn onderzoek is exact het tegenovergestelde. Juist in die tijdelijkheid schuilt de grootste kracht en toegevoegde waarde voor creativiteit en culturele broedplaatsen.

Eerder zal een beleid zich moeten richten op het creëren van een aangenaam stedelijk milieu waarin creativiteit het beste kan gedijen. Voor Rotterdam zou dit kunnen betekenen dat een *alumnibeleid* wenselijker en relevanter is dan een broedplaatsenbeleid. Want uiteindelijk

¹⁰⁵ Zie pg: 69 en interview Aldo van Cleef, OBR

is het aantrekken én behouden van jonge talentvolle creatievelingen een éérste voorwaarden voor de creatieve stad en achteraf ook ‘winstgevender’. Daarnaast zou er een flankerend beleid voor broedplaatsen ontwikkeld kunnen worden zodat de differentiatie tussen de verschillende typen broedplaatsen gewaarborgd kan blijven.

Door deze differentiatie te onderkennen, en dit materieel en immaterieel te ondersteunen, kunnen zij hun eigen karakteristiek behouden om ‘embeddeness’ en ‘institutional thickness’ te bewerkstelligen. Zo zal een klassieke broedplaats eerder gebaat zijn bij een versoepeling van bestaande regelgevingen, of financiële ondersteuning om de regelgeving na te kunnen leven. Netwerkbreedplaatsen bij een gestroomlijnd, interactief communicatienetwerk. Terwijl Urban broedplaatsen weer meer hun voordeel kunnen halen uit een sterker netwerk, waardoor er een actievere deelname aan de stedelijke dynamiek kan plaats vinden.

Ver voordat de begrippen ‘creatieve stad en culturele broedplaatsen werden geïntroduceerd heeft de praktijk in Rotterdam uitgewezen dat culturele broedplaatsen het beste bottom-up ontstaan maar dat er daarnaast een tegemoetkomend beleid wenselijke is om te zorgen dat de culturele broedplaatsen zich kunnen ontwikkelen. Met een broedplaatsenbeleid faciliteer je als stad alleen maar ruimtes, terwijl het belangrijker en duurzamer is om een cultuuromslag te maken waardoor beleidsmakers, het bedrijfsleven, de kunstenaars en de bevolking proberen samen te werken. Alle partijen hebben elkaar nodig en elk initiatief, of dit nu top-down of bottom-up is ontstaan, verdient een platform te krijgen om zijn draagvlak te vergroten en te debatteren over zijn haalbaarheid. De intentie om samenwerkingsverbanden aan te gaan met niet voor de hand liggende partijen kunnen in de toekomst een essentiële rol spelen in het al dan niet voortbestaan van culturele broedplaatsen.

Uit mijn onderzoek heb ik kunnen constateren dat de begrippen ‘de creatieve stad’ en ‘creativiteit’ voor verschillende doelen en in verschillende domeinen wordt ingezet waardoor we feitelijk worden geconfronteerd met de verwarring en de mythe rond dit begrip. In mijn optiek bestaat namelijk het gevaar, dat rond de mythevorming van de creatieve stad, creativiteit wordt afgemeten en afgerekend op zijn winstgevendheid, en de kunstenaar (in de culturele broedplaats) de nieuwe arbeider van de ‘creatieve revolutie’ gaat worden die met zwoegen en ploeteren de ‘economische oogst’ moet zien binnen te halen. Als je het culturele domein namelijk niet op zijn inhoudelijke waarde erkent en haar instrumenteel inzet voor bevordering van andere maatschappelijke doelen dan de cultuur zelf, bewerkstellig je op lange termijn de verarming van dit domein. Clustering en synergie kunnen volgens mij alleen maar plaats vinden als men zich wilt inspannen om de bedrijvigheid van een stad niet alléén aan economie maar óók aan creativiteit te koppelen.

Zeker met de aanwezige actualiteit rond de creatieve stad vraagt dit, om Landry te parafrazeren, om ‘holistisch’ leiderschap. Het opnieuw kijken naar problemen en deze vanuit elk standpunt opnieuw te bezien waarbij ‘originele, onconventionele en ogenschijnlijke onzichtbare, flexibele en onderlinge verbanden worden gelegd’. De uitdaging van creativiteit is juist het herkennen dat tegenpolen deel kunnen uitmaken van hetzelfde geheel. Maar om dit te bewerkstelligen vraagt dit van alle partijen de bezieling en bereidwilligheid om met de buitenwereld te communiceren én een cultuuromslag te maken om buiten de gebaande kaders te denken, of om met de quote van Sjarel Ex (Boymans van Beuningen) deze thesis af te sluiten:

‘Elke politicus is in staat om enige creativiteit te ontplooien net zo goed als dat je een kunstenaar niet kan ontzeggen dat er altijd wel een kleine politicus in hem schuilt’.

Literatuur

- Adviesrapport OBR; Rotterdam Mediastad, Face2Face Projectgroep Erasmusuniversiteit, o.l.v. Hitters, E, Rotterdam maart, 2005
- Aalst van, I. en Hitters, E., The place 2B: Explaining and exploring the logic of urban cultural clusters, 2004.
- Arnoldus, M., Creatieve rommelzones, *Agora*, 3 (1), 2004, pp. 11-14.
- Beunderman, J. en Van Aalst, Conceptueel simplisme en elitaire selectiviteit, *Agora*, 3 (1), 2004, pp. 34-37.
- Camp, Loes: Grow Up! De paradox van creatieve netwerken en lokale betrokkenheid, Erasmus Universiteit Rotterdam, 2005
- Csikzentmihaly, M, Creativiteit, Over Flow, Schepping en Ontdekking, Boon, Amsterdam 1999
- Das, Peter, Beeldend Kunstenaars in Rotterdam, Hun positie, opvattingen en verwachtingen, 2000, i.o CBK & SKAR, Rotterdam, 2001
- Evans, G.. Cultural planning and urban renaissance, London, Routledge, 2001.
- EDBR, Economische Visie 2020; Rotterdam: Stad van de Toekomst, , OBR, Gemeente Rotterdam, 2004
- Florida, R., The rise of the creative class and how it's transforming leisure, community and everyday life, New York, Basic Books, 2002.
- Franke & Verhagen: Creativiteit en de stad: hoe de creatieve economie de stad verandert, NAI, 2005, Rotterdam
- Groep van der, R. en Stelling, C. (2004) De creatieve stad., *Agora*, 3 (1), 2004, pp. 4-6.
- Hall, P., The creativity of cities, Deltametropool, Ministerie van VROM, 2002,
- Hitters, E. en Richards, G., Creativity and innovation management, 11 (4), 2002, pp. 234-247.
- Hodes, S.J, De Creatieve Stad en Leisure- Amsterdam een case study, Lector-rede, Leisure Management, Hogeschool INHOLLAND, Diemen, 2005
- Jacobs, Jane, The Death and life of Great American Cities, New York, 1961
- Kamp van de, M., One eye sees, the other feels, Erasmus Universiteit, 2003.

- Kloosterman, R., Ruimte voor reflectie, Universiteit van Amsterdam, Amsterdam, 2001.
- Landry, C. The Creative City: a toolkit for urban innovators, Londen, 2000.
- Leenen, D., Van Mainport naar Mediaport Rotterdam als voedingsbodem voor de audiovisuele en filmindustrie, *Agora*, 3 (1), 2004, pp. 19-22.
- Mommaas, H., De creatieve stad triplo, *Agora*, 3 (1), 2004, pp. 7-10.
- Rutten, P., TNO Ruimte en Infrastructuur, Creatieve Industrie in Rotterdam, TNODelft, 2005
- Rutten, P. De toekomst van de verbeeldingsmachine, Boekmancahier 43, Amsterdam 2000)
- Sargentini, M., Inspiratie op locatie, een planologisch onderzoek naar culturele broedplaatsen in Amsterdam en Berlijn, Universiteit van Amsterdam, Amsterdam, 2002.
- Saris, J. Kansen voor de Creatieve Stad, i.o.v. van de VROM-raad, De Stadbv, 2004
- Scott, A., The cultural economy of cities, London, Sage, 2000.
- Shifting Map, Artists platform and strategies for cultural diversity, 2004, Rijksakademie van beeldende kunsten, Amsterdam / Nai Publishers', Rotterdam
- Solnit, R Shwartenberg, S, ' San Francisco:Capital of the Twenty-First Century', in Graham,S. The Cybercities Reader, Routledge, London 2004 pg 296-299
- Stelling, C. en Met, T., Why not Pittsburgh, *Agora*, 3 (1), 2004, pp. 15-18.
- Thissen, Oosterling, Inter/Akta 5, 2002, CFK, Erasmusuniversiteit, Rotterdam
- Urban Unlimited i.s.m. o2-consult Antwerpen, De Schaduwstad. Vrijplaatsen in Brussel en Rotterdam, MUST Amsterdam, mei 2004.
- Wijn, C., Stedelijk broedplaatsenbeleid: vertrekpunten, instrumenten en perspectieven, Boekmancahier, 51 maart 2002, pp. 7-20.
- Zukin, S, The Cultures of Cities, Blackwell, UK, 1995

Bronnen:

- www.devrijeruimte.nl
- <http://www.rkrc.nl>
- <http://www.siebethissen.net>
- <http://www.broedplaatsamsterdam.nl>
- <http://www.rff.rotterdam.nl>
- <http://www.skar-ateliers.nl>
- <http://www.stadshavensrotterdam.nl>
- <http://www.solobyte.nl/scriptie>

Bijlage I: Adressen en korte omschrijving Rotterdamse culturele broedplaatsen