

# CREATIVITEIT IN DE STAD

**Hoe de intrinsieke waarde van creativiteit een rol kan spelen  
bij de revitalisatie van stedelijke gebieden**

**Masterthesis Kunstbeleid en –Management**

Door: Marlijn P.E. Doedée

Studentnummer: 3781216

Begeleidend docent: Dr. Eva Rovers

Tweede lezer: Dr. Kees Vuyk

Universiteit Utrecht, 14 augustus 2012



# Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b>	p. 1
<b>Inleiding</b>	p. 3
<b>1. Achtergronden cultuurbeleid en stedelijk ontwikkelingsbeleid</b>	p. 6
1.1 De geschiedenis van het Nederlandse cultuurbeleid	p. 6
1.2 Jane Jacobs gezonde stad	p. 12
1.3 Richard Florida en de creatieve klasse	p. 16
1.4 Cultuurbeleid en stedelijk ontwikkelingsbeleid	p. 18
<b>2. De invloed van creativiteit op stedelijke revitalisatie</b>	p. 22
2.1 Creativiteit gedefinieerd	p. 22
2.2 De intrinsieke waarde van creativiteit	p. 23
2.3 Het belang van het imago van een gebied	p. 26
2.4 De invloed van creativiteit op het imago van een gebied	p. 27
<b>3. Creativiteit en beleid</b>	p. 32
3.1 Het dilemma van stedelijk ontwikkelingsbeleid	p. 32
3.2 Oplossingen binnen het broedplaatsenbeleid	p. 33
3.3 Het waarborgen van diversiteit en openheid	p. 36
<b>4. Conclusie</b>	p. 41
<b>Reflectie</b>	p. 47
<b>Literatuurlijst</b>	p. 49

## Voorwoord

Ruim vier jaar woon ik nu in de Indische Buurt in Amsterdam Oost, met twee andere meiden in een huurwoning op één hoog. We zaten nog maar net in ons oude, gehorige, maar gezellige huisje toen in onze straat een groot deel van de bewoners vertrok om plaats te maken voor grootschalige verbouwingswerkzaamheden. In de hele straat zouden woningen worden gerenoveerd, met uitzondering van ons huis en zes andere panden. We hebben ongeveer een jaar in de herrie en het stof gezeten. Dat was niet altijd even prettig, maar veel huizen konden wel een opknappbeurt gebruiken. Toen van de meeste panden in de straat de fundering weer deugde, kozijnen waren vervangen, de gevel opnieuw was gevoegd, en er nieuwe vloeren waren teruggeplaatst, liet onze makelaar weten ook ons uit te willen kopen. Na een lang verhaal van onzekerheid en protest vanuit een bewonersorganisatie, blies de makelaar de plannen uiteindelijk af. Leve de crisis, die tot nu toe heeft voorkomen dat in onze straat alleen nog maar koopwoningen te vinden zijn.

Sinds ik er woon heb ik de Indische Buurt duidelijk zien veranderen. Het straatbeeld is over het algemeen netter, het aanbod aan winkels is verbreed en er zijn veel kleine, creatieve bedrijven en horecagelegenheden bijgekomen. Ook is er sprake van nieuw een publiek: naast de overwegend allochtone bevolking die er al woonde, zijn nieuwe groepen zoals studenten, starters en jonge Nederlandse gezinnen naar de wijk gekomen. De Indische Buurt is nu een meer diverse en levendige buurt. Terwijl mensen vier jaar geleden nog een benauwd gezicht trokken als ze hoorden waar ik woonde, reageren de meeste nu enthousiast. Het gaat goed in de wijk, ze heeft een positief imago. Gedurende de tijd dat ik in Amsterdam Oost woon, heb ik een fascinatie ontwikkeld voor het proces van stedelijke herontwikkeling. Ik vind het namelijk geweldig hoe de Indische Buurt nu is, maar heb wel de angst dat haar populariteit te ver door zal slaan. Wat blijft er bijvoorbeeld over van de smeltkroes van mensen en de kleine ondernemingen, wanneer de wijk te duur wordt voor mensen met een lager inkomen? Waar blijft dan de openheid en creativiteit? Uit mijn vrees dat de Indische Buurt aan haar goede imago ten onder zal gaan, is het onderwerp van mijn thesis voortgevloeid: stedelijke revitalisatie. Met mijn onderzoek heb ik geprobeerd grip te krijgen op hoe dit proces op gang kan komen, en hoe het eventueel weer te stoppen is.

Voordat u begint met lezen, wil ik eerst nog een aantal mensen bedanken. Namelijk Eva Rovers voor de fijne begeleiding bij het schrijven van mijn thesis. Maar ook Kees Vuyk, de tweede lezer, bedank ik bij voorbaat. Verder wil ik Jaap Schoufour bedanken voor het begeleiden van mijn stage bij Bureau Broedplaatsen, maar bovenal voor het geven van goede tips wat betreft bruikbare theorieën. En ook zonder mijn huisgenootjes en vriendinnen Jip Heijmerink en Jorieke van Dijk had ik niet gekund. Zij hebben mij gemotiveerd tijdens het schrijven van mijn scriptie, maar op bepaalde momenten ook voor goede afleiding gezorgd. En ten slotte bedank ik natuurlijk mijn ouders Paul en José Doedée. Zij hebben mij vanaf het begin van mijn studietijd, en tot de laatste letter van dit stuk, gesteund en gestimuleerd om mijn studie succesvol af te ronden. Hopelijk zult u dit laatste resultaat met plezier lezen.



## Inleiding

Op 11 mei jongstleden was het drukker dan normaal op het Cruquiusindustrieterrein in Amsterdam Oost. Er stond wat te gebeuren. Naast de gebruikelijke werklui, klanten en het vrachtverkeer waren nu ook feestvierend publiek, pers en de Amsterdamse wethouder voor Ruimtelijke Ordening Maarten van Poelgeest aanwezig. Het middelpunt van belangstelling was één van de hallen van een grote, blauwe loods. De culturele broedplaats Krux opende daar officieel haar deuren. Onder het genot van een hapje, een drankje en een lentezonnetje kon men bewonderen wat de initiatiefnemers in de voorgaande maanden hadden opgebouwd: een hal vol met aparte werkruimten en ateliers, mede mogelijk gemaakt door de pandeigenaar OCN (een samenwerkingsverband tussen de vastgoedontwikkelaars Amvest en PFC<sup>2</sup>) en Bureau Broedplaatsen van de gemeente Amsterdam. Naast de gebruikelijke bedrijvigheid willen zij creativiteit bevorderen op het verpauperde industrieterrein.

In Amsterdam neemt het aantal broedplaatsen toe. De teller van het aantal door de gemeente ondersteunde locaties in de stad staat momenteel op ruim vijftig. Onlangs heeft Bureau Broedplaatsen haar nieuwe beleidskader 2012-2016 uitgebracht, waarin de doelen en aanpak voor de komende jaren omschreven staan. Het broedplaatsenbeleid is het gemeentebestuur ter realisatie van ateliers en (woon-)werkruimten voor kunstenaars en creatieve ondernemers, en is al sinds 1999 in Amsterdam in ontwikkeling. Het nut ervan is volgens Bureau Broedplaatsen inmiddels breed erkend door onder andere vastgoedontwikkelaars, corporaties, beleggers en grote creatieve bedrijven. Het aantrekken van kunstenaars en creatieve ondernemers heeft namelijk verschillende gunstige neveneffecten. De aanwezigheid van creatieven heeft een positieve uitwerking op de financiële waarde van de gebouwen en omgeving waar ze gevestigd zijn, zo stelt Bureau Broedplaatsen. Maar ook op maatschappelijk vlak zijn ze van belang. Ze dragen bijvoorbeeld bij aan de sociale cohesie in wijken. Vanwege het succes en de grote behoefte aan goedkope ruimten onder kunstenaars en creatieven, zet Amsterdam haar beleid de komende jaren in grote lijnen op dezelfde wijze voort, met extra gemeentelijk budget op de begroting.<sup>1</sup>

## Creativiteit en stedelijke revitalisatie

Niet alleen in Amsterdam worden het tekort aan werkruimten voor creatieven en de leegstand van gebouwen steeds vaker bestreden door de realisatie van culturele broedplaatsen en zogenaamde 'creatieve hotspots'. In heel Nederland heeft het broedplaatsenbeleid aan populariteit gewonnen. Dit beleid wordt niet alleen gezien als een praktische oplossing om oude gebouwen een nieuwe functie te geven, het is voor gemeenten en ontwikkelaars tevens een instrument om sociaal-maatschappelijke en economische problemen te bestrijden, vooral in achtergestelde delen van de stad. Het broedplaatsenbeleid staat dan ook sterk in verband

---

<sup>1</sup> Bureau Broedplaatsen, gemeente Amsterdam. *Beleidskader Atelier- en Broedplaatsen Metropoolregio Amsterdam 2012-2016*. Amsterdam: Bureau Broedplaatsen, 2012: 2-8.

met *gentrification*, oftewel de revitalisatie van sociaal-economisch zwakke stedelijke gebieden.<sup>2</sup>

### **Sociaal-maatschappelijke en economische waarde**

Het aantrekken van creatieven vanuit economische beweegredenen is een betrekkelijk nieuw fenomeen waar de theorie van de Amerikaanse socioloog Richard Florida over de creatieve klasse grotendeels de aanleiding voor heeft gevormd. Voorheen werden kunst, cultuur en creativiteit in Nederland hoofdzakelijk vanuit sociaal-maatschappelijk oogpunt door gemeenten ingezet, bijvoorbeeld met het doel de leefbaarheid van een wijk te verbeteren. De bewering van Florida dat de aanwezigheid van creativiteit goed is voor de stedelijke economie, is voor beleidsmakers een nieuwe verantwoording voor het bevorderen van kunst, cultuur en creativiteit.

Naar aanleiding van Florida's theorie is vanuit economische motieven door steden de afgelopen tien jaar hard geprobeerd de 'creatieve industrie' aan zich te binden. De creatieve industrie wordt beschouwd als een creatief werkveld waarbinnen de symboliek of betekenis van de geleverde goederen en diensten centraal staat. Van de producten wordt over het algemeen gebruik gemaakt vanwege de intrinsieke waarde. Dat is de betekenis van de producten op zichzelf, los van bijvoorbeeld de gebruikerswaarde ervan. Door hun symbolische waarde kunnen de goederen en diensten een bepaald idee of iemands identiteit benadrukken. De creatieve industrie wordt beschouwd als een uitgebreid netwerk van mensen, producten en diensten dat sterk is geworteld in steden. Het werkveld is vooral een stuwende kracht achter economische en maatschappelijke processen, zo stelt men. Het is een industrie waarbinnen veel kennisoverdracht plaatsvindt tussen verschillende vakdisciplines, waardoor het een platform vormt voor innovatie. Het aantrekken van creativiteit is voor steden een manier geworden om de economie te stimuleren en zichzelf te profileren.<sup>3</sup>

### **Probleemstelling en methode**

Het bevorderen van creativiteit door overheden gebeurt vandaag de dag dus zowel vanuit sociaal-maatschappelijke als economische motieven. De vraag in dit onderzoek is of het gezien de eigenschappen van creativiteit terecht is dat alleen op deze instrumentele waarden van creativiteit wordt ingezet. Los van de positieve effecten die de aanwezigheid van creatieven kan hebben, wordt met de instrumentele benadering voorbij gegaan aan de intrinsieke waarde van creativiteit in de stad.<sup>4</sup> In dit onderzoek zal daarom worden onderzocht op welke manier de intrinsieke waarde van creativiteit van nut kan zijn bij de herontwikkeling van stedelijke gebieden en hoe beleidsmakers hierop hun beleid kunnen aanpassen. De hoofdvraag luidt:

---

<sup>2</sup> Dalen, Thomas van., Anne Hemker. 'Méér dan atelierbeleid: ruimte voor kunstenaars in de stad.' *Boekman. Beroep: kunstenaar*. jaargang 22, nummer 84 (2010): 28-32.

<sup>3</sup> Rutten, P., G. Marlet, F. van Oort. *Creatieve Industrie als Vliegwiel. Onderzoek in opdracht van Creative Cities Amsterdam Area*. Haarlem: Paul Rutten Onderzoek, 2011: 1-13.

<sup>4</sup> Vuyk, Kees. 'De controverse over de waarde van kunst.' *Boekman. Het belang van kunst*, jaargang 20, nummer 77 (2008): 10-12.

*Kan naast de sociaal-maatschappelijke en economische waarde van creativiteit ook de intrinsieke waarde van creativiteit bijdragen aan de revitalisatie van stedelijke gebieden, en hoe kunnen beleidsmakers hierop hun beleid aanpassen?*

Deze vraag zal aan de hand van een literatuurstudie beantwoord worden. Het onderzoek is als volgt opgebouwd: het eerste hoofdstuk vormt een introductie op de totstandkoming van het huidige beleid ter bevordering van kunst, cultuur en creativiteit in de stad door beleidsmakers. Allereerst zal in paragraaf één duidelijk worden binnen welke historische traditie het huidige cultuurbeleid past, dat vooral gericht is op het stimuleren van marktwerking binnen de cultuursector. Daarna worden in paragraaf twee en drie de theorieën van Jane Jacobs en Richard Florida besproken, die voor een groot deel de basis hebben gevormd voor de huidige manier waarop beleidsmakers hun steden willen ontwikkelen. Ten slotte zal op basis van de bevindingen uit de historische schets een eventuele verklaring worden gegeven voor de populariteit van de theorie van Florida omtrent de creatieve klasse in het huidige cultuurbeleid.

In het tweede hoofdstuk komen de manieren aan bod waarop de aanwezigheid van creativiteit in een gebied de opwaartse spiraal naar revitalisatie in gang kan zetten, mede door de intrinsieke waarde van creativiteit. Daarvoor zullen in de eerste twee paragrafen de begrippen creativiteit en intrinsieke waarde worden toegelicht, en zal tevens een kanttekening worden geplaatst bij Richard Florida's definitie van de creatieve klasse en haar economische waarde voor de stad. Vervolgens zal in de derde paragraaf worden omschreven hoe het imago van een gebied tot stand komt en wat het belang ervan is voor stedelijke herontwikkeling. Ten slotte zal in de vierde paragraaf van dit hoofdstuk concreet worden op welke manier de aanwezigheid van creatieven van invloed kan zijn op het imago van een gebied, mede door de intrinsieke waarde van creatief werk.

In het laatste hoofdstuk staat ten slotte overheidsbeleid ten aanzien van creativiteit centraal. De centrale vraag binnen dit hoofdstuk is op welke manier beleidsmakers de intrinsieke waarde van creativiteit in hun beleid kunnen erkennen, en de positieve uitwerking ervan kunnen stimuleren. Er zal in paragraaf één gekeken worden naar de knelpunten van modern stedelijk ontwikkelingsbeleid voor beleidsmakers. Daarna zal in paragraaf twee worden ingegaan op het Amsterdamse broedplaatsenbeleid waarin vaste ontwikkelmethoden en een plaats specifieke aanpak worden gecombineerd. Echter zullen ook zwakheden in het nieuwe beleidskader van Bureau Broedplaatsen worden gesignaleerd, en zal gekeken worden hoe de intrinsieke waarde van creativiteit erin kan worden opgenomen. En ten slotte zal in de derde paragraaf naar voren komen hoe creativiteit en diversiteit in een gebied gewaarborgd kunnen worden door middel van sturing van de huizenmarkt en gedoogbeleid. Als laatste volgt de conclusie.

## **1. Achtergronden cultuurbeleid en stedelijk ontwikkelingsbeleid**

Dit onderzoek gaat over de eventuele positieve invloed van creativiteit op de revitalisatie van stedelijke gebieden buiten economische en sociaal-maatschappelijke waarden om. De vraag of er inderdaad sprake is van economische en sociaal-maatschappelijke waarden zal dus niet aan de orde komen, maar er zal wel worden besproken waar het huidige geloof van beleidsmakers in deze waarden van creativiteit vandaan komt. Beleid komt namelijk voort uit een historische ontwikkeling. Om te begrijpen binnen welke tradities het huidige cultuurbeleid en stedelijk ontwikkelingsbeleid past, moeten eerst aanknopingspunten worden gezocht in de geschiedenis van het cultuurbeleid in het algemeen. Het huidige geloof in het nut van de creatieve industrie is een internationaal gegeven, maar de manier waarop beleidsmakers ermee omgaan verschilt per land. Dit hoofdstuk richt zich daarom op de historie van het cultuurbeleid in Nederland.

Nadat in de eerste paragraaf de historische context van het huidige beleid is geschetst, zullen in de tweede en derde paragraaf de theorieën van de Amerikaanse stadsfilosofe Jane Jacobs en de Amerikaanse socioloog Richard Florida worden besproken. Zij zijn te beschouwen als de grondleggers van het huidige stedelijke ontwikkelingsbeleid, waarin de nadruk wordt gelegd op het belang van diversiteit en de aanwezigheid van creativiteit in de stad. Aan het einde van dit hoofdstuk zal naar voren komen op welke manier het huidige beleid voor stedelijke ontwikkeling een combinatie is van de culturele beleidstraditie enerzijds en theorieën met betrekking tot stedelijke ontwikkeling anderzijds.

### **1.1 De geschiedenis van het Nederlands cultuurbeleid**

De geschiedenis van het Nederlandse cultuurbeleid is een geschiedenis waarin overheidssteun aan kunst en cultuur nooit vanzelfsprekend is geweest. Hoewel de overheid vandaag de dag wel voorwaardenscheppend te werk gaat ten aanzien van kunst, cultuur en creativiteit, staan veel subsidieregelingen ten behoeve van de cultuursector ter discussie. Juist nu, in tijden van economische crisis en bezuinigingen, wordt binnen de politiek en de maatschappij de vraag gesteld in hoeverre kunst en cultuur nu werkelijk van belang zijn voor Nederland en haar bevolking. De algemene tendens is momenteel dat de cultuursector moet leren op eigen benen te staan. Het kabinet Rutte heeft een groot deel (20%) van de overheidssubsidie voor de kunsten dan ook ingetrokken.<sup>5</sup> De opvatting dat kunst en cultuur 'nu eenmaal' belangrijk zijn om wat ze zijn, is voor Nederlandse politici en burgers niet vanzelfsprekend. De vraag is waar de huidige houding tegenover het nut van kunst en cultuur in Nederland vandaan komt.

#### *1.1.1 Het Verlichtingsideaal versus Thorbeckes adagium*

Toen de Fransen in 1795 de Republiek der Zeven Verenigde Nederlanden binnenvielen, troffen zij een land aan met een decentraal bestuur van stadhouder en regenten, een bewind waaronder de Nederlanden tijdens de Gouden Eeuw hadden gefloreed, zowel op economisch als cultureel vlak. Maar nu was het tijd voor vernieuwing. In Frankrijk was een geloof in de

---

<sup>5</sup> Het gaat hier om een bedrag van 200 miljoen euro per 1 januari 2013.

maakbaarheid van de samenleving ontstaan. Met hun Verlichte idealen 'vrijheid, gelijkheid en broederschap' doopten de Fransen de Nederlanden om tot een democratie, de Bataafse Republiek genaamd. Nederland werd een gecentraliseerde eenheidsstaat.<sup>6</sup>

Een belangrijke rol bij deze verandering was weggelegd voor kunst en cultuur. Kunst en cultuur kwamen namelijk in dienst te staan van de ontwikkeling en beschaving van de burgers, en van het creëren van een nationale identiteit. In plaats van een staat waarin het protestantisme de officiële godsdienst was en andere religies simpelweg werden gedoogd, werden kerk en staat in de Bataafse Republiek gescheiden en werd godsdienstvrijheid een grondrecht. Het oude cultuurbeleid dat in principe *geen* centraal beleid ten aanzien kunst en cultuur inhield, werd vervangen door overheidsbemoeienis vanuit de hoofdstad.<sup>7</sup>

Koning Willem I, die na het vertrek van de Fransen in 1813 aan de macht kwam, hield in grote lijnen de door hen opgezette nationale voorzieningen in stand. Het uitdragen van een nationale identiteit vond hij echter geen overheidstaak. De Fransen hadden een eerste aanzet gegeven voor overheidsbemoeienis met kunst en cultuur, maar voorlopig werd het culturele leven in Nederland onder de Oranjes vooral weer een zaak van particulier initiatief.<sup>8</sup>

Op 3 november 1848 werd in Nederland een nieuwe grondwet van kracht. Uit angst voor opstanden, geïnspireerd op de afzetting van de Franse koning Louis Philippe door de Franse bevolking, had koning Willem II een groot deel van zijn macht uit handen gegeven. Hij liet onder leiding van de liberaal Johan Rudolf Thorbecke een nieuw wetsontwerp maken. Voor het Nederlandse cultuurbeleid hebben de ideeën van Thorbecke grote gevolgen gehad. Nederland werd een nachtwakersstaat, wat met zich meebracht dat de overheid zich nog minder wilde bemoeien met kunst en cultuur.<sup>9</sup>

Thorbecke en zijn achterban waren ervan overtuigd dat een samenleving het beste gedijde in een zo groot mogelijke vrijheid. Daarom moest onder andere de ontwikkeling van kunst en cultuur aan het volk worden overgelaten. Tijdens een debat in 1862 over de relatie tussen de overheid en de (beeldende) kunst bevestigde en versterkte Thorbecke dit door te stellen dat de overheid geen oordelaar was van wetenschap en kunst. Deze uitspraak is later bekend komen te staan als Thorbeckes adagium. In een debat dat erop volgde, maakte hij de reden voor zijn standpunt duidelijker: 'Ik zal de Regering niet laten handelen als een Maecenas, die volgens een opgegeven plan schilders aan het werk zet.'<sup>10</sup> Thorbecke vond dat kunst en cultuur niet in dienst mochten staan van de staat om zo de democratie te waarborgen, en hij vond dat de overheid zich niet moest laten verleiden tot praalzucht. Bovendien stelde de liberaal dat een gezond kunstzinnig klimaat tot stand kwam door particulier initiatief. Als voorbeeld gaf hij de Gouden Eeuw, de bloeiperiode van de

---

<sup>6</sup> Pots, Roel. *Cultuur, koningen en democraten. Overheid & cultuur in Nederland*. Nijmegen: Drukkerij MacDonald/SSN, 2006 [2000]: 35-36.

<sup>7</sup> Ibidem.

<sup>8</sup> Idem: 77-80.

<sup>9</sup> Idem: 81-82.

<sup>10</sup> Idem: 87.

vaderlandse kunst en cultuur, waarin de kunsten zonder hulp van de staat hadden gefloreed.<sup>11</sup>

Thorbeckes adagium dat kunst geen regeringszaak was, bleef echter niet onbekritiseerd. Al tijdens zijn ministerschap klonk er zowel vanuit de oppositie als vanuit liberale hoek tegengeluid. En dat werd steeds sterker. De belangrijkste kritiek was dat Thorbecke met zijn bewind afbreuk deed aan de nationale eer. De overheid nam te weinig verantwoordelijkheid als het op de beschaving en de uitstraling van de Nederlandse natie aan kwam. Het feit dat de overheid niet als opdrachtgever voor de kunsten wilde optreden, betekende immers niet dat men de kunsten op geen enkele manier kon steunen, zo vond men.<sup>12</sup> De afbreuk van de conservatief-liberale kunstpolitiek kwam door de groeiende kritiek steeds meer in zicht.

Rond het einde van de negentiende eeuw was er sprake van grote onderlinge concurrentie tussen verschillende landen in Europa. Een aanleiding hiervoor was de opkomst van de moderne industrie. Uit protectie van eigen economie gingen staten over op een sterk nationalistische politiek. Zo ook Nederland. De identiteit van eigen volk en natie werd door de Nederlandse regering steeds belangrijker gevonden. Men wilde eenheid creëren om als land sterker te staan in de internationale concurrentiestrijd. Het gevolg hiervan was dat de regering zich steeds meer met kunst en cultuur ging bemoeien. Het Nederlands erfgoed werd ingezet als middel om de Nederlandse identiteit uit te dragen. Maar er moest veel gebeuren. De cultuursector verkeerde namelijk in miserabele staat. Zo ontbrak het Nederland nog aan moderne, nationale musea. En ook op sociaal-cultureel niveau waren er problemen. Onder het Nederlandse volk bestond namelijk een sterke verdeling tussen het protestantse noorden en het (nog steeds achtergestelde en door het noorden ondergewaardeerde) katholieke zuiden. Het was dus tijd voor verandering. Een nieuwe cultuurpolitiek ontstond, die zowel een grote betrokkenheid van de overheid bij de cultuursector betekende als de emancipatie van het katholieke volk. Iemand die zich voor beide doelen inzette was de Maastrichtse Victor de Stuers, hoge ambtenaar voor het ministerie van Kunst en Wetenschappen. Zijn artikel *Holland op z'n smalst*, dat in november 1873 in *De Gids* werd gepubliceerd, is van grote invloed geweest op de omslag van terughoudende cultuurpolitiek naar een beleid van overheidsbemoeienis. In zijn artikel uitte de Stuers felle kritiek op de mate waarin de liefde en eerbied voor erfgoed bij de Nederlandse overheid ontbrak en op de manier waarop Nederland haar cultuursector had verwaarloosd. De kunsten waren volgens de Stuers van nationaal belang en het was de taak van de overheid om het volk kennis te laten nemen van het Nederlandse erfgoed.<sup>13</sup>

Het nieuwe cultuurbeleid betekende een terugkeer van het geloof in de maakbaarheid van de samenleving. De Nederlandse identiteit kon door middel van erfgoed benadrukt worden en men geloofde in een verheffende uitwerking ervan op de bevolking. Aan het einde van de negentiende eeuw werd er door gemeentebesturen, met name in de grote steden,

---

<sup>11</sup> Pots 2006: 81-89.

<sup>12</sup> Idem: 87-89.

<sup>13</sup> Idem: 117-119.

voor het eerst actief beleid gevoerd om de kunsten onder het gewone volk te brengen. Zo vond men het openbaar maken van kunstcollecties inmiddels noodzaak. De industrialisatie had naast nationalisme namelijk ook de komst van een nieuwe bevolkingsgroep tot gevolg. Industriesteden waren vanaf het einde van de negentiende eeuw explosief gegroeid door de komst van fabrieksarbeiders. De arbeidersbevolking was arm en leefde vaak onder erbarmelijke omstandigheden. De nieuwe overtuiging binnen de politiek was dat de overheid moest ingrijpen om de situatie van het proletariaat te verbeteren. De progressief-liberalen wilden daarom volksontwikkeling en cultuurspreiding stimuleren, waarbij kunst en cultuur werden gezien als middel om het volk uit haar armzalige omstandigheden te redden. Voorbeelden van dit beleid waren gratis openbare bibliotheken en musea. En ook werden culturele initiatieven vanuit de bevolking zelf gestimuleerd, zoals volksconcerten. Met dergelijke daden dacht men de beschaving en kansen van de arbeidersklasse te kunnen vergroten en haar bestaan draaglijker te maken.<sup>14</sup>

De periode van overheidssteun aan kunst en cultuur voor het vormen van een Nederlandse identiteit en het verheffen van de arbeidersklasse, kwam na de Eerste Wereldoorlog tot een eind. De economische crisis en het aantreden van de antirevolutionaire minister van financiën Hendrik Colijn in 1923 betekenden het begin van grote bezuinigingen. Opnieuw werden kunst en cultuur grotendeels afhankelijk van particulieren. Colijn benadrukte hierbij vooral het idee van soevereiniteit in eigen kring: de kunsten moesten bedreven worden binnen de eigen verzuilde bevolkingsgroep. Het aantreden van Colijn betekende hiermee een nieuwe periode van weinig overheidsbemoeyenis met de culturele sector.<sup>15</sup>

### *1.1.2 Actieve overheidssteun na de Tweede Wereldoorlog*

De Tweede Wereldoorlog betekende opnieuw een omslag wat betreft het Nederlandse cultuurbeleid. De Duitsers maakten tijdens de bezetting een einde aan het idee dat de overheid geen oordelaar van kunst en cultuur was. Kunst en cultuur werden door de Nazi's goed- of afgekeurd op basis van de nationaal-socialistische ideologie en gebruikt voor het uitdragen daarvan. Ze waren een propagandamiddel. Ondanks de afkeer voor het Duitse regime, is het beleidsprincipe van een actieve cultuurpolitiek na de oorlog in Nederland doorgezet.<sup>16</sup>

Na het vertrek van de Duitsers in 1945 was er sprake van een algemeen besef dat de tijd van een neutrale staat ten aanzien van de kunsten voorbij was. Men had gezien op welke manier de kunsten vanuit een ideologie gebruikt konden worden. Met het oog op de dreiging van het communisme en het herstel van de Nederlandse eenheid en democratie wilde de overheid medeverantwoordelijk worden voor het culturele leven. Kunst en cultuur werden opnieuw gezien als een middel ter opvoeding en educatie, en daarmee als taak van de overheid.<sup>17</sup> De algemene gedachte was dat de overheid vooral voorwaardenscheppend te

---

<sup>14</sup> Pots 2006: 173-175.

<sup>15</sup> Idem: 183-184.

<sup>16</sup> Idem: 247-248.

<sup>17</sup> Idem: 248-249.

werk moest gaan en het initiatief moest nemen waar het particulier initiatief te kort schoot. De politieke vrijheid van de kunst zou door de Raad voor de Kunst, een adviesorgaan met betrekking tot overheidssteun aan kunst en cultuur, gewaarborgd worden.<sup>18</sup> De verantwoordelijkheid voor het bevorderen van cultuurparticipatie en cultuurspreiding om onder de bevolking een gevoel van verbondenheid te creëren en mensen weerbaar te maken tegen populistische ideologieën, lag vooral bij gemeenten.<sup>19</sup>

Hoewel in de jaren zestig kunst en cultuur meer in verband van welzijn werden gebracht in plaats van beschaving en educatie, werden er met het cultuurbeleid over het algemeen nog steeds dezelfde doelen nagestreefd. Er was sprake van een geloof in de maakbaarheid van de samenleving, waarbij de kunsten een belangrijke rol speelden. Op ieders ontwikkeling en welzijn hadden de kunsten een positieve uitwerking, zo dacht men. Met het oog op de grote behoefte aan vrijheid en de vernieuwingsdrang binnen de kunstwereld, was men overtuigd van een democratiserende en innoverende uitwerking van de kunsten op de samenleving. Een voorwaarde om cultuurdeelname te vergroten was echter wel dat de kunstwereld uit haar 'ivoren toren' zou komen en sterker onderdeel werd van het maatschappelijke leven. Zij was met haar drang naar vernieuwing en experiment namelijk vervreemd geraakt van het grotere publiek en werd geacht daar meer aansluiting bij te zoeken.<sup>20</sup>

### *1.1.3 'No nonsense' sinds de jaren tachtig*

In 1982 trad het eerste kabinet Lubbers aan met de voormalige topambtenaar Elco Brinkman als minister van het nieuwe departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur. Door hem zou er veel veranderen in het cultuurbeleid. Brinkman vertegenwoordigde namelijk vol overtuiging een nieuwe koers van 'no-nonsensepolitiek', waarbij de Nederlandse regering met het oog op nodige bezuinigingen terugging naar een meer voorwaardenscheppend beleid ten aanzien van kunst en cultuur. Brinkman legde voor het eerst expliciet de relatie tussen de kunsten en de markt, en tussen de kunsten en het imago van Nederland in het buitenland. Zo vond hij in plaats van experiment en vernieuwing, vooral een pluriform aanbod dat was afgestemd op de vraag van het publiek een kwaliteitscriterium voor de cultuursector. En de Nederlandse kunstwereld moest zich meer bewust worden van haar internationale uitstraling. De ideeën van Brinkman omtrent het nut van kunst en cultuur wekten binnen de cultuursector veel kritiek op. Hoewel zijn ideeën aanvankelijk door verschillende partijen oppervlakkig werden gevonden, hebben ze uiteindelijk wel het begin van een nieuwe cultuurpolitiek betekend, waarbij de nadruk op marktwerking binnen de cultuursector ligt. Subsidiëring zou voortaan vaker plaatsvinden op basis van de vraag naar kunst en cultuur vanuit de bevolking, mede met het oog op het vergroten van cultuurparticipatie. Vanaf de jaren tachtig tot heden is het cultuurbeleid verder verzakelijkt. Overheidssteun aan de cultuursector wordt niet langer als

---

<sup>18</sup> Pots 2006: 253-255.

<sup>19</sup> Idem: 261-263.

<sup>20</sup> Idem: 291-292.

vanzelfsprekend van belang geacht. Voortaan moeten kunstinstellingen hun waarde bewijzen om voor subsidie in aanmerking te komen.<sup>21</sup>

#### *1.1.4 Tradities binnen het Nederlandse cultuurbeleid*

Op basis van de geschiedenis van het Nederlandse cultuurbeleid valt te concluderen dat voor de Tweede Wereldoorlog steeds twee standpunten naar voren zijn komen ten aanzien van overheidssteun aan kunst en cultuur. Aanhangers van het ene standpunt beschouwden kunst en cultuur niet als het werkterrein van de overheid. Op basis van het adagium van Thorbecke mocht de regering geen waardeoordeel vellen ten aanzien van kunst en cultuur en moest zij wat betreft opdrachtgeverschap een zo groot mogelijke soberheid nastreven. Deze ideeën kwamen waarschijnlijk voort uit het feit dat Nederland al van oudsher een zeer diverse, verzuilde bevolkingssamenstelling kende, en dat opeenvolgende regeringen iedere groep de vrijheid hebben willen geven om een eigen identiteit uit te dragen. De overheid, met haar oorspronkelijk calvinistische uitgangspunten, heeft daarbij wat betreft staatsuitgaven altijd een zekere mate van soberheid willen nastreven en legde de nadruk op de verantwoordelijkheid van particulieren.

In andere perioden voor de Tweede Wereldoorlog werd echter het tegengestelde standpunt uitgedragen dat de Nederlandse overheid weldegelijk de verantwoordelijkheid had om actief cultuurbeleid te voeren. Zoals is gebleken, speelden internationale verhoudingen hierbij vaak een rol. In de Bataafse tijd brachten de Fransen het idee dat kunst en cultuur verheffing van het volk en eenheid der natie teweeg konden brengen. In tijden dat de Nederlandse overheid zich genoodzaakt zag om in te grijpen in de maatschappij is er naar dit maakbaarheidsideaal teruggegrepen. De ingrepen in steden ter verbetering van de leefomgeving van de arbeidersklasse tijdens de industrialisatie zijn hier een voorbeeld van. Uit angst voor het internationaal oprukkende communisme wilde men de omstandigheden van het proletariaat verbeteren. En met het oog op de internationale handelsstrijd tussen Europese landen was men ervan overtuigd dat het Nederlandse volk de handen ineen moest slaan om de concurrentie het hoofd te kunnen bieden. Erfgoed werd een middel om de Nederlandse identiteit te benadrukken en de kunsten dienden als beschavend midden voor het arme volk.

Na de Tweede Wereldoorlog, in de jaren vijftig, zestig en zeventig, was deze visie opnieuw relevant, hoewel er langzaam een verschuiving plaatsvond van de kunsten als bindend en beschavend middel naar de kunsten als middel voor democratisering en welzijn. Na een periode van intensieve overheidsbemoediging met de cultuursector werden in de jaren tachtig opnieuw vraagtekens gezet bij de overheidssteun waaraan men inmiddels gewend was geraakt. In tegenstelling tot in verschillende perioden voor de Tweede Wereldoorlog werd hierbij niet zozeer naar het adagium van Thorbecke gegrepen. De twijfel ten aanzien van de overheidssteun had namelijk niets te maken met dat de overheid geen oordeel wilde vellen over kunst en cultuur, maar met de vraag in hoeverre kunst en cultuur daadwerkelijk sociaal-

---

<sup>21</sup> Pots 2006: 323-326.

maatschappelijke waarden hadden. In hoeverre droegen ze bijvoorbeeld bij aan ieders welzijn en waren ze een democratiserend middel, als niet iedereen erin geïnteresseerd was of ermee in aanraking kwam? Aangezien de kunstwereld constant op zoek was naar vernieuwing en het publiek daarmee probeerde te shockeren, was het moeilijk om te stellen dat de kunsten voor de gehele bevolking bestemd waren. Het 'ivoren toren argument' speelde daarmee op. De oplossing om kunst en cultuur meer te laten aansluiten bij het publiek werd uiteindelijk gezocht in meer marktwerking, vanuit het idee dat de kunsten meer moesten inspelen op de vraag van het publiek.

Het huidige politieke beleid in Nederland ten aanzien van kunst en cultuur is te zien als een voortzetting van de door Brinkman ingezette verzakelijking van de culturele sector. Zeker sinds de komst van het kabinet Rutte is overheidssteun aan de sector niet vanzelfsprekend meer. Halbe Zijlstra, staatssecretaris van Kunst, Cultuur en Wetenschap heeft met zijn aangekondigde bezuinigingen, die een grote aanslag betekenen op het culturele aanbod in Nederland, vrij ongenueanceerd zijn twijfel geuit ten aanzien van de waarde van kunst en cultuur. Met zijn beleid lijkt hij een einde te maken aan de 'legitimeringsparadox' die de socioloog Martinus Warna Oosterbaan in zijn proefschrift *Schoonheid, Welzijn, Kwaliteit* uit 1990 signaleert.<sup>22</sup>

Deze paradox binnen het cultuurbeleid in Nederland na de Tweede Wereldoorlog houdt het volgende in: enerzijds is het Nederlandse cultuurbeleid erop gericht kunst en cultuur te steunen waar het particulier initiatief tekort schiet, terwijl politici anderzijds wel draagvlak onder de bevolking nodig hebben voor hun beleid. Warna Oosterbaan stelt zich hierbij de vraag of het wel mogelijk is om collectief draagvlak voor beleid te ontvangen wanneer dat beleid erop gericht is om datgene te ondersteunen wat de bevolking zelf niet ondersteunt. 'Het ontbreken van collectieve steun is [...] zowel een argument voor als een argument tegen het kunstbeleid. Deze ongerijmdheid zou ik de 'legitimeringsparadox' willen noemen'<sup>23</sup>, schrijft Warna Oosterbaan. Aangezien Halbe Zijlstra de overheidssteun aan de kunsten dermate heeft ingetrokken dat er zelfs de kans bestaat dat instellingen hierdoor niet kunnen voortbestaan, neemt hij hiermee impliciet het standpunt in dat het ontbreken van collectieve steun aan de kunsten een reden is om de kunsten als overheid ook niet te helpen voortbestaan. De culturele sector moet zichzelf leren redden door nog meer aansluiting te vinden bij de markt. Wanneer instellingen daartoe in staat blijken te zijn, toont dat tevens aan dat het ze aan collectieve steun niet ontbreekt. Zelfredzaamheid wordt op deze manier door Zijlstra gezien als een kwaliteitscriterium.<sup>24</sup>

## 1.2 Jane Jacobs gezonde stad

Er heeft een verandering plaatsgevonden in het denken over kunst, cultuur en commercie. Sinds de jaren tachtig is de overtuiging dat de kunsten en marktwerking samengaan sterk

---

<sup>22</sup> Warna Oosterbaan, Martinus. *Schoonheid, Welzijn, Kwaliteit. Kunstbeleid en verantwoording na 1945*. Den Haag: Gary Schwartz/SDU, 1990.

<sup>23</sup> Idem: 36-37.

<sup>24</sup> Bockma, Harmen. 'Halbe Zijlstra: Er zit pijn in de bezuinigingen, dat klopt' *Volkskrant.nl.*, 23 juli 2012.

gegroeid. Richard Florida's theorie over stedelijke ontwikkeling en creativiteit kan gezien worden als een onderbouwing voor die opvatting. De socioloog heeft beleidmakers er in het afgelopen decennium wereldwijd van weten te overtuigen dat kunst, cultuur en creativiteit in een stad economische progressie teweeg kunnen brengen. Richard Florida heeft zijn theorie op de theorie van Jane Jacobs gebaseerd, een Amerikaanse stadsfilosofe en activiste die in de jaren zestig de werking van de 'levende' of 'levendige' stad beschreef. Zowel het gedachtegoed van Jane Jacobs als dat van Richard Florida wordt tegenwoordig breed erkend binnen stedelijke ontwikkeling en hebben hun weerslag op het cultuurbeleid.<sup>25</sup> In deze en de volgende paragraaf zullen beide theorieën dan ook aan bod komen.

Zoals gezegd ontwikkelde Jane Jacobs haar theorie ten aanzien van stedelijke ontwikkeling in de jaren zestig, een tijd waarin in Amerika sprake was van nieuwe trend met betrekking tot stadsontwikkeling. Deze hield vooral grote nieuwbouwprojecten in, gestuurd vanuit gemeenten. In plaats van dat men bijvoorbeeld de oude stedelijke bebouwing nieuwe functies gaf, werden wijken op grote schaal gesloopt en kwam er nieuwbouw voor in de plaats. Daar uitte Jane Jacobs kritiek op. De stedelijke omgeving werd volgens haar te eentonig door de grote, van tevoren opgezette plannen. Bovendien geloofde Jacobs niet dat steden volledig maakbaar waren van bovenaf. Ook gebruikers van de stad moesten volgens haar de invulling van de stedelijke ruimte kunnen bepalen. Jane Jacobs theorie gaat dan ook over de invloed van zowel de fysieke omgeving als van haar gebruikers op het functioneren van de stad. Haar werk kan worden gezien als de basis voor stadsvernieuwing zoals die vandaag de dag aan de orde is. Het is een betoog over de werking van de levende of levendige stad en geeft een beeld van de moeilijkheden bij de herontwikkeling van stedelijke gebieden.<sup>26</sup>

### *1.2.1 Moeilijkheden bij stedelijke revitalisatie*

De makers van de fysieke omgeving hebben niet altijd invloed op de manier waarop mensen zich daarbinnen gedragen. Wat zij bouwen, hoeft niet per definitie gebruikt te worden zoals zij het hebben bedacht. Ook kan een omgeving door nieuwe behoeften op den duur in gebruikerspopulariteit afnemen. De mate waarin de fysieke omgeving op zo'n moment kan worden aangepast aan de nieuwe wensen, bepaalt grotendeels of deze behouden zal blijven. Een voorbeeld is de huidige kantorenleegstand. Oude kantoorpanden en hun omgeving voldoen niet meer aan moderne eisen, zoals de mogelijkheid om er flexibele werkplekken te realiseren. Daarom staan veel gebouwen momenteel leeg. Het blijkt over het algemeen moeilijk deze panden een nieuwe functie te geven, bijvoorbeeld vanwege te grote oppervlakten en het feit dat het veel geld kost om deze op te splitsen. Gevolg is dat sommige kantorenparken, zoals Amstel III in Amsterdam Zuidoost, door leegstand momenteel ongere

---

<sup>25</sup> Franke, Simon., Gert-Jan Hospers. 'De actualiteit van Jane Jacobs.' In: Franke, Simon., Gert-Jan Hospers, red. *De levende stad. Over de hedendaagse betekenis van Jane Jacobs*. Amsterdam: Uitgeverij SUN en auteurs, 2010 [2009]: 7-12.

<sup>26</sup> Ibidem.

plekken in de stad dreigen te worden. De grote vraag van de gemeente en vastgoedcorporaties is momenteel hoe dit voorkomen kan worden.<sup>27</sup>

Amstel III is een typisch voorbeeld van een ontwikkelingsgebied uit de jaren zestig, waarin het scheiden van wonen en werken gebruikelijk was. Tot in de jaren negentig zijn op Amstel III op grote schaal kantoren gebouwd, waarvan nu volgens de gemeente Amsterdam 25% leeg staat.<sup>28</sup> Vandaag de dag zien gemeenten en ontwikkelaars steeds meer in dat grootschalige en eentonige gebiedsontwikkeling weinig succesvol is. De Amerikaanse stadsfilosofe Jane Jacobs beweerde dit al in haar boek *The Death and Life of Great American Cities*.<sup>29</sup>

Jane Jacobs stelt in haar boek de volgende vraag: 'Hoe kunnen steden genoeg verschillende functies genereren – genoeg diversiteit – binnen voldoende van hun grondgebied, om hun eigen beschaving te waarborgen?'<sup>30</sup> Met deze vraag doelt Jacobs op de moeilijkheden bij het creëren van economisch 'gezonde' stedelijke gebieden, waarin een mix van verschillende gebruiksfuncties aanwezig is. Als voorbeeld geeft ze een wijk waarin weinig functies zijn ondergebracht en die hierdoor economisch gezien arm genoemd kan worden. 'Iedereen die hier bijvoorbeeld een kleine tot middelgrote onderneming zou starten, zou dom zijn.'<sup>31</sup> Jacobs vergelijkt gebieden met weinig functiemenging met een economische woestijn: in deze gebieden is zelden sprake van een gemengd publiek, waardoor kleinere bedrijven er amper kunnen overleven. Functiemenging is volgens Jacobs dus een voorwaarde voor een gezonde stad. En niet alleen is een gezonde stad er één waar ondernemingen goed gedijen, ook sociale omstandigheden zijn volgens haar bij diversiteit gebaat. In alle opzichten stimuleert diversiteit diversiteit. Maar waar ligt het begin, de oerknal van de levendige stad? En kan er wat betreft functiemenging sprake zijn van de juiste verhoudingen, waarmee de diversiteit het beste in stand gehouden wordt? Jane Jacobs haalt in haar boek verschillende eigenschappen van de fysieke omgeving aan die diversiteit en levendigheid stimuleren.<sup>32</sup>

### 1.2.2 Voorwaarden voor levendige gebieden

Volgens Jacobs zijn vier factoren bepalend voor de levendigheid van een stedelijk gebied. Ten eerste is het belangrijk dat in een gebied en de deelgebieden daarbinnen in ieder geval twee, maar het liefste meer primaire gebruiksfuncties ondergebracht zijn.<sup>33</sup> Onder primaire functies vallen volgens haar wonen, werken, winkelen en recreëren. De aanwezigheid van meerdere functies zorgt voor levendige straten. Gedurende 24 uur zullen mensen om verschillende redenen op straat te vinden zijn. De drukte en onderlinge kruisbestuiving tussen bedrijven

---

<sup>27</sup> Horst, Iris van der. Tijdens haar inleiding over Projectbureau Zuidoostlob van de gemeente Amsterdam op de themadag 'Ontwerpen tegen de leegstand'. Arcam Architectuurinstituut Amsterdam, 9 maart 2012.

<sup>28</sup> Projectbureau Zuidoostlob, gemeente Amsterdam. 'State of the art kantoorlocatie in 80/90-er jaren' *Amstel3.amsterdam.nl*, 24 mei 2012.

<sup>29</sup> Jacobs, Jane. *The Death and Life of Great American Cities*. London: Jonathan Cape, 1962 [1961].

<sup>30</sup> Idem: 144.

<sup>31</sup> Idem: 145.

<sup>32</sup> Idem: 143-151.

<sup>33</sup> Idem: 150.

werkt volgens Jacobs aantrekkelijk voor nieuwe ondernemingen en maakt een wijk economisch gezond.<sup>34</sup>

Als tweede indicator voor een levendig gebied noemt Jane Jacobs de aanwezigheid van kleine bouwblokken. Een wijk is volgens haar zowel sociaal als economisch gezien bij veel straten en hoeken gebaat. Wanneer er sprake is van kleine bouwblokken, hebben mensen namelijk meer mogelijkheden om bijvoorbeeld vanuit huis bij de sportschool te komen. Ze kunnen variëren qua routes, waardoor de kans dat ze steeds andere mensen ontmoeten groter is. Kleine bouwblokken zorgen dus voor meer onderling contact, maar ook voor een grotere verspreiding van mensen over de buurt. In het geval van grote bouwblokken is er aan de ene kant vaak sprake van grote verkeersaders, en aan de andere kant van verlaten straten die buiten de hoofdroute vallen. Bij kleine bouwblokken zijn er daarentegen steeds verschillende gebruikers in de hele buurt aanwezig. Deze spreiding van mensen over een gebied heeft volgens Jacobs twee belangrijke gevolgen: het vergroot de sociale controle (er zijn meer ogen op straat) en daarmee de veiligheid in de buurt, en door de aanwezigheid van een breed publiek krijgt bedrijvigheid in de gehele buurt een kans.<sup>35</sup>

Als derde indicator voor de levendigheid van een gebied noemt de stadsfilosofe de aanwezigheid van gebouwen die variëren in ouderdom en staat. Vooral oude gebouwen zijn volgens haar belangrijk voor functiemenging. Kleine en nieuwe ondernemingen hebben namelijk vaak behoefte aan kleinere werkoppervlakten en lage maandelijkse lasten. Hierin kunnen oude panden vaak voorzien. 'Oude ideeën kunnen soms nieuwe gebouwen gebruiken. Nieuwe ideeën moeten oude gebouwen gebruiken'<sup>36</sup>, schrijft Jacobs. Niet alleen de aanwezigheid van oude, maar ook de aanwezigheid van nieuwe gebouwen is dus van belang. In een gezonde stad is er volgens Jacobs dan ook sprake van een dynamisch proces met betrekking tot nieuwe ingebruikname van oude gebouwen en het realiseren van nieuwe.<sup>37</sup>

Als laatste noemt Jane Jacobs concentratie van en verschil in gebruikers als een bepalende factor voor levendigheid in de stad. Het is volgens haar belangrijk dat mensen van bijvoorbeeld verschillende afkomsten, opleidingsniveaus en leeftijden in een gebied te vinden zijn en regelmatig met elkaar in aanraking komen. Zowel de sociale cohesie als de economie zijn hierbij gebaat. Het is voor de sfeer en de veiligheid volgens Jacobs goed wanneer mensen die zich niet met elkaar kunnen identificeren toch begrip voor elkaar krijgen. Daarnaast betekent een divers en geconcentreerd publiek in een buurt de instandhouding van diverse gebouwen en een divers marktaanbod.<sup>38</sup>

Wanneer de vier factoren naast elkaar worden gezet, valt te concluderen dat deze onderling in verband staan. Er is sprake van een wisselwerking tussen de fysieke omgeving en haar gebruikers. De aanwezigheid van veel verschillende gebruikers gedurende de hele dag maakt een gebied namelijk aantrekkelijk voor bedrijvigheid, waardoor er meer functiemenging

---

<sup>34</sup> Jacobs 1962: 152-177.

<sup>35</sup> Idem: 178-186.

<sup>36</sup> Idem: 188.

<sup>37</sup> Idem: 187-199.

<sup>38</sup> Idem: 200-221.

tot stand komt. Dit trekt op zijn beurt weer een breder publiek. Een gevarieerd straatbeeld, met kleine bouwblokken en veel verschillende gebouwen, zorgt er automatisch voor dat mensen dicht op elkaar leven en dat bewoners en bedrijven met verschillende behoeften zich er kunnen vestigen. Hiermee is de cirkel rond.

De fysieke omgeving en het gebruik daarvan kunnen dus niet los van elkaar worden gezien. Afwisselende stedelijke bebouwing trekt diverse gebruikers. Toch hoeft het geen garantie te zijn voor een gezond stedelijk gebied. Een voorbeeld daarvan is de Diamantbuurt in de Amsterdamse Pijp. Wat betreft de opzet en bebouwing voldoet deze buurt in grote mate aan Jacobs voorwaarden. En ook wat betreft de ligging zou het een succesvolle plek in de stad kunnen zijn. In praktijk heeft de Diamantbuurt echter te kampen met grote sociale problemen, vooral door overlastveroorzakende jongeren. De gemeente Amsterdam moet alle zeilen bijzetten in een poging de buurt van haar slechte imago af te helpen.<sup>39</sup>

### **1.3 Richard Florida en de creatieve klasse**

Dat in plaats van de fysieke omgeving vooral de gebruikers van die omgeving van invloed zijn op de toestand van een stadswijk, wordt betoogd door de Amerikaanse socioloog Richard Florida. Richard Florida heeft een invloedrijke theorie ontwikkeld met betrekking tot de creatieve industrie, die hij voor een groot deel heeft gebaseerd op het werk van Jane Jacobs. In zijn boek *The Rise of the Creative Class* uit 2002<sup>40</sup> schrijft hij over de zogenaamde 'creatieve stad', waar zich graag een creatieve middenklasse vestigt. Deze groepering, bestaande uit bijvoorbeeld wetenschappers en kunstenaars, maar ook uit uitgevers, kappers en reclamemakers, is volgens de socioloog de drijvende kracht achter de economie en maakt een stad tot een bruisend, aangenaam geheel. Steden moeten daarom volgens Florida hun best doen om de creatieve klasse aan te trekken.

#### *1.3.1 De creatieve klasse en haar nut*

De creatieve klasse bestaat volgens Richard Florida uit mensen die in hun werk voor de opdracht staan om op enigerlei wijze 'nieuwe betekenisvolle vormen te creëren'.<sup>41</sup> Binnen de creatieve klasse maakt Florida onderscheid in verschillende groepen. Tot de zogenaamde 'Super-Creative Core' van de klasse behoren volgens hem bijvoorbeeld wetenschappers, technici, schrijvers, kunstenaars, artiesten, ontwerpers, architecten en opiniemakers. Naast deze centrale groep van scheppers bevinden zich creatieve professionals met meer faciliterende beroepen. Zij houden zich vooral bezig met creatieve probleemoplossingen ten aanzien van uiteenlopende onderwerpen en sectoren. Zo kan een creatieve professional iemand zijn die voor tentoonstellingen de transport van kunstwerken organiseert. Veel personen die tot Florida's creatieve klasse behoren, zijn hoogopgeleid. Maar, zo stelt hij, dit is geen voorwaarde. In wezen is ieder mens creatief, maar wordt deze capaciteit niet binnen elk

---

<sup>39</sup> Beek, Sjors van. 'Lessen uit de Diamantbuurt' *Binnenlandsbestuur.nl*, 15 juni 2012.

<sup>40</sup> Florida, Richard. *The Rise of the Creative Class. And how it's transforming work, leisure, community, & everyday life*. New York: Basic Books, 2002.

<sup>41</sup> Florida, Richard. *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge, 2005: 34.

beroep benut. Volgens de socioloog behoort zo'n dertig procent van de werkende bevolking tot de creatieve klasse.<sup>42</sup> Over het algemeen worden veel beroepsgroepen uit Florida's creatieve klasse door theoretici vandaag de dag tot de creatieve industrie gerekend.

De creatieve klasse vestigt zich in creatieve centra van verschillende soorten en maten. Deze centra noemt Florida letterlijk 'de economische winnaars van onze tijd'.<sup>43</sup> Dit is volgens hem vooral te danken aan innovatie die er plaatsvindt door de groei van high-tech industrie. In creatieve centra worden veel nieuwe producten ontwikkeld dankzij de aanwezigheid van de creatieve klasse. Andersom worden nieuwe mensen uit de creatieve klasse weer getrokken door de perspectieven die creatieve centra hen bieden. Ook in Florida's theorie is dus sprake van een cirkelredenering: de aanwezigheid van creativiteit stimuleert de aanwezigheid van creativiteit. Florida beweert dat creatieve centra niet alleen op stedelijk, maar ook op regionaal niveau werkgelegenheid kunnen aanjagen. In plaats van op traditionele redenen, zoals de aanwezigheid van voorzieningen als sportstadions, goede wegen en winkel- en entertainmentdistricten, baseren mensen uit de creatieve klasse hun keuze om ergens te gaan wonen of werken op basis van hun lifestyle. Dit betekent dat hun omgeving in dienst staat van de persoonlijkheid die men heeft of wil uitdragen.<sup>44</sup> Iemand die actief is in de filmindustrie zal het bijvoorbeeld belangrijk vinden dat er filmhuizen in de omgeving aanwezig zijn. En een beeldend kunstenaar hecht veel waarde aan het aanbod van musea of galeries. Er zijn volgens Florida een aantal specifieke kenmerken wat betreft de omgeving waar creatieven door getrokken worden.

### *1.3.2 Vestigingsfactoren voor de creatieve klasse*

Florida merkt op dat het vandaag de dag gebruikelijk is eerst te vertellen hoe je heet en waar je woont, wanneer er gevraagd wordt wie je bent. Vroeger achtten mensen het volgens hem meer relevant om te vertellen bij welk bedrijf ze bijvoorbeeld in dienst waren. Florida stelt dat deze verandering temaken heeft met dat de plek waar mensen wonen tegenwoordig onderdeel is van hun identiteit, meer dan de plek waar ze werken. Hoewel de creatieve klasse de arbeidsmarkt weldegelijk meeneemt in de overweging om ergens naartoe te verhuizen (er moet vooral sprake zijn van een breed banenaanbod, zodat men ruime mogelijkheden heeft om eventueel van functie te veranderen) is dit niet het belangrijkste.<sup>45</sup>

Alle eisen die creatieven stellen aan hun omgeving zijn volgens Richard Florida terug te leiden naar hun lifestyle en identiteit. Hun manier van vrijetijdsbesteding draagt bij aan wie ze zijn. Om die reden is volgens Florida een breed en gevarieerd aanbod aan vrijetijdsbesteding een belangrijke vestigingsfactor voor de creatieve klasse. De creatieve klasse wil toerist in eigen stad kunnen zijn. Met het oog op de flexibele en onvoorspelbare werktijden van tegenwoordig is het belangrijk dat men aan vrijetijdsbesteding kan doen waar en wanneer men wil. Vooral aan een levendig en gevarieerd nachtleven dat niet te vroeg ten

---

<sup>42</sup> Florida 2005: 34-35.

<sup>43</sup> Idem: 35.

<sup>44</sup> Idem: 33-36.

<sup>45</sup> Florida 2002: 223-224.

einde komt, wordt door de creatieve klasse volgens Florida veel waarde gehecht. Een ideale uitgaansavond is bijvoorbeeld wanneer men eerst naar een dansvoorstelling kan, men vervolgens ergens tot laat kan eten, om tot slot een gezellig jazz-café in te duiken. De manier van vrijetijdsbesteding van de creatieve klasse getuigt volgens Florida van een behoefte aan ervaringen van hoge kwaliteit. Er moet een bepaalde mate van creativiteit aan te pas komen. Zo zijn grote clubs en restaurantketens onder creatieven niet populair. Men geeft de voorkeur aan de meer niche plekken. Florida spreekt met betrekking tot vrijetijdsbesteding ook wel over het belang van 'third places'. Dit zijn gelegenheden in de stad zoals boekenwinkels en koffiebarretjes waar allerhande vormen van sociale interactie plaatsvinden buiten huis of werk.<sup>46</sup>

Zoals al duidelijk geworden is, hecht de creatieve klasse volgens Richard Florida veel waarde aan diversiteit. Maar niet alleen wat betreft het aanbod aan vrijetijdsbesteding. De creatieve klasse wordt volgens hem ook getrokken door de aanwezigheid van een diverse bevolking. Verschil in de stad qua etniciteit, leeftijd, seksuele geaardheid en uiterlijk wordt door de creatieve klasse gewaardeerd. Het getuigt namelijk van openheid en tolerantie op een plek. Creatieven laten zich bovendien graag inspireren door vreemde invloeden en overtuigingen. Een aantrekkelijke plek voor de creatieve klasse is volgens Florida dus vooral een kosmopolitische plek, 'een plek waar iedereen gelijkgezinden kan vinden om zich op zijn gemak te voelen, maar ook andere groepen om door gestimuleerd te worden; een plek die bruist van het samenspel van culturen en ideeën; een plek waar buitenstaanders snel insiders kunnen worden.'<sup>47</sup>

De behoefte van de creatieve klasse aan diversiteit, zowel op het gebied van bevolkingssamenstelling als op het gebied van vrijetijdsbesteding, wijst volgens Florida indirect op de behoefte van creatieven aan authenticiteit. Ze zijn in een stad steeds op zoek naar 'het unieke' en 'het echte'. Grote winkelketens en toeristische nachtclubs zijn voorbeelden van faciliteiten die weinig uniek zijn, en zijn voor creatieven dus niet interessant. De authenticiteit of echtheid van de stad zit hem vooral in een diversie omgeving met daarin unieke mensen en bijvoorbeeld authentieke, historische gebouwen. Dit zijn factoren die volgens Florida de identiteit van de stad bepalen. En de stad maakt op haar beurt weer onderdeel uit van de identiteit van de mensen daarin.<sup>48</sup>

#### **1.4 Cultuurbeleid en stedelijk ontwikkelingsbeleid**

De theorie van Richard Florida sluit nauw aan bij de oudere, maar niettemin relevante theorie van Jane Jacobs, en wordt binnen het huidige stedelijke ontwikkelingsbeleid in Nederland en het buitenland sterk in acht genomen. Zowel het werk van Jacobs als van Florida gaat in tegen het idee dat steden volledig maakbaar zijn van bovenaf. Vooral de gebruikers van gebieden hebben invloed op de identiteit daarvan. Waar Jacobs kritiek op het stedelijk ontwikkelingsbeleid uit de jaren zestig in haar tijd nog genegeerd werd, wist Florida aan het

---

<sup>46</sup> Florida 2002: 224-226.

<sup>47</sup> Idem: 226-227.

<sup>48</sup> Idem: 227-231.

begin van dit millennium wel tot beleidsmakers door te dringen. Deze paragraaf gaat in op de populariteit van Richard Florida's theorie over de creatieve klasse onder beleidsmakers. Er is sprake van een nieuwe traditie binnen de stedelijke ontwikkeling, waar Florida's werk en indirect ook Jacobs werk de aanleiding toe zijn geweest. De vraag is of er een verklaring voor de populariteit van Florida's theorie onder Nederlandse beleidsmakers kan worden gevonden in de historische traditie van het cultuurbeleid.

#### 1.4.1 De nieuwe beleidstraditie van Jacobs en Florida

In *The Rise of the Creative Class* wordt door Richard Florida regelmatig verwezen naar de theorie van Jane Jacobs. Hij hangt haar gedachtegoed voor een groot deel aan. Jacobs betoogde in haar werk al dat diversiteit wat betreft de stedelijke bebouwing een voorwaarde is voor een levendige en sociaal-economisch gezonde stad. De belangrijkste reden hiervoor is volgens haar dat diversiteit qua bebouwing verschillende gebruikersfuncties mogelijk maakt, en dat daarmee een divers publiek wordt getrokken. Grote bouwplannen waarborgen weinig diversiteit en zijn volgens Jacobs daarom niet succesvol. Hierbij sluit Richard Florida zich in grote lijnen aan, maar hij voegt aan Jacobs theorie over de levendige stad toe dat met name de creatieve klasse door diversiteit getrokken wordt en de stad economisch gezond maakt. De creatieve klasse heeft volgens hem vooral behoefte aan verschillende mogelijkheden tot vrijetijdsbesteding, diversiteit wat betreft de bevolking en authenticiteit van bijvoorbeeld de stedelijke omgeving. Tegelijkertijd is de creatieve klasse de groeipering binnen de samenleving die een breed cultureel aanbod in de stad stimuleert. Jane Jacobs haalde in haar theorie de cirkelredenering aan dat diversiteit diversiteit stimuleert. En ook in de theorie van Florida is hier sprake van, want volgens hem stimuleert creativiteit creativiteit. Voor stedelijke gebieden, waar zich ondanks een diverse en authentieke bebouwing niet de juiste mensen bevinden, bieden de theorieën van Jacobs en Florida daarom eigenlijk geen oplossing. Op welke manier een opwaartse spiraal naar een divers en creatief publiek in gang kan worden gezet als dat publiek nog niet aanwezig is, komt in hun theorieën namelijk niet naar voren. Desondanks is vooral Florida's theorie erg populair binnen het vakgebied van stedelijke (her)ontwikkeling.

Florida's theorie ten aanzien van de creatieve klasse heeft vooral veel navolging gekregen in theorieën ten aanzien van de creatieve industrie, een branche die vandaag de dag wordt gezien als zeer belangrijk voor de stedelijke economie. Dit is vooral het geval in Amerika en Europa, stellen Marco Bontje en Sako Musterd in het artikel *Creative industries, creative class and competitiveness*.<sup>49</sup> Volgens hen is er een transformatie gaande in het denken over stedelijke economie, waarin onder andere Florida's concept van de creatieve klasse centraal of ter discussie staat. Volgens Bontje en Musterd wordt het debat over concurrentie tussen steden gedomineerd door het streven om creatieve industrie aan te trekken met het oog op economische vooruitgang. Er zou sprake zijn van de ontwikkeling van

---

<sup>49</sup> Bontje, Marco., Sako Musterd. 'Creative industries, creative class and competitiveness: Expert opinions critically appraised.' *Geoforum*, jaargang 40, nummer onbekend (2009): 843-852.

een nieuwe postindustriële economie, de creatieve kenniseconomie genaamd, waarin steden over de hele wereld een voedingsbodem willen vormen voor kennis, informatie, creativiteit, design en symboliek.<sup>50</sup> Dat ook in Nederland sprake is van een dergelijke ontwikkeling bewijst onder andere het broedplaatsenbeleid. Voor de populariteit van Florida's theorie onder Nederlandse beleidsmakers kan een verklaring worden gegeven vanuit de nationale geschiedenis van het cultuurbeleid. De theorie van Florida biedt namelijk voor verschillende problemen een oplossing.

#### *1.4.2 Verklaringen voor de populariteit van Florida*

Zoals eerder bleek, is overheidssteun aan kunst en cultuur in Nederland nooit vanzelfsprekend geweest. Het oude standpunt van Thorbecke dat de staat geen oordelaar van de kunsten mag zijn, heeft altijd zwaar gewogen. En ook verkwisting van overheidsgeld is altijd uit den boze geweest. In verschillende perioden in de geschiedenis werden de kunsten echter toch door de overheid gesteund. Internationale verhoudingen lagen hier vaak aan ten grondslag. Wanneer er bijvoorbeeld sprake was van internationale economische dreiging werden kunst en cultuur ingezet voor het creëren van nationale eenheid en het uitdragen van de Nederlandse identiteit.

Ook nu lijken kunst en cultuur te worden gezien als economisch en identificerend redmiddel. Als huidige dreiging kan de globalisering worden aangewezen: landen en steden concurreren tegenwoordig op wereldwijd niveau met elkaar. Elco Brinkman vond al dat de Nederlandse kunstwereld zich bewust moest worden van haar internationale uitstraling, waarmee hij het belang van kunst en cultuur voor het Nederlandse imago benadrukte. Florida's bewering dat de creatieve klasse de motor achter de moderne economie is, vormt een extra aanleiding voor beleidsmakers om kunst en cultuur in te zetten als wapen in de internationale concurrentiestrijd. Niet alleen het gezicht van Nederland, maar ook haar economie is erbij gebaat.

In verschillende perioden in de Nederlandse geschiedenis geloofde men dat kunst en cultuur sociaal-maatschappelijke waarden hadden. Ze werden gezien als onmisbaar voor de ontwikkeling van de bevolking. Ook na de Tweede Wereldoorlog was men ervan overtuigd dat de kunsten goed waren voor ieders welzijn. Dit idee werd echter in de jaren tachtig in twijfel getrokken. De vraag of kunst en cultuur een positieve uitwerking op de samenleving hebben, is nog steeds een punt van discussie. Zolang hier geen overeenstemming over bestaat, geldt voor de overheidssteun aan de cultuursector de legitimeringsparadox van Oosterbaan. Echter lijkt Florida deze paradox met zijn theorie deels te hebben opgelost. Het standpunt dat kunst en cultuur van belang zijn voor de samenleving, kan door hem namelijk verdedigd worden met het argument dat kunst, cultuur en creativiteit bijdragen aan de economie. Hiermee is de cultuursector goed voor de hele maatschappij. Het feit dat beleidsmakers naar aanleiding van Florida's theorie kunnen stellen dat kunst en cultuur niet alleen geld kosten, maar ook geld

---

<sup>50</sup> Bontje 2009: 843-845.

opleveren, kan beschouwd worden als een belangrijke aanleiding voor Florida's populariteit onder beleidsmakers in Nederland.

Als het gaat om de revitalisering van stedelijke gebieden geven de theorieën van Jane Jacobs en Richard Florida beide aanknopingspunten. De stad functioneert op sociaal en economisch vlak het beste wanneer er sprake is van diversiteit qua bebouwing en gebruikers. Wanneer één van deze elementen in een gebied afwezig is, is de kans groot dat er geen sprake is van levendigheid. In het werk van Jacobs als Florida komt naar voren dat diversiteit diversiteit stimuleert, en creativiteit creativiteit. Dit impliceert dat er nooit diversiteit en creativiteit zal komen op een plek waar die ontbreken. Maar er zijn genoeg voorbeelden te noemen van wijken die van eentonige, achtergestelde gebieden zijn veranderd in levendige buurten. Een voorbeeld hiervan is de Indische Buurt in Amsterdam Oost, een oude arbeiderswijk uit het begin van de twintigste eeuw waar het lange tijd slecht ging, maar waar sinds enkele jaren toch weer bedrijvigheid en een meer diverse populatie is ontstaan.<sup>51</sup> Ondanks een gebrek aan functiemenging en diversiteit qua bevolking, kan een gebied op den duur toch weer aantrekkelijk worden. De vraag is wie of wat dit veroorzaakt. In het volgende hoofdstuk zal onderzocht worden waardoor creatieven naar een gebied zonder diversiteit qua bevolking worden getrokken, en hoe de intrinsieke waarde van hun werk van invloed is op de diversiteit in een gebied.

---

<sup>51</sup> Stadsdeel Oost, gemeente Amsterdam. *Hoofdlijnenakkoord Indische Buurt 2010-2014*. Amsterdam: Stadsdeel Oost, 2010: 1-2.

## 2. De invloed van creativiteit op stedelijke revitalisatie

In dit hoofdstuk staat de invloed van de aanwezigheid van creativiteit centraal, en zal verder worden ingegaan op de invloed van de intrinsieke waarde ervan op de herontwikkeling van stedelijke gebieden. Hierbij wordt uitgegaan van gebieden die wat betreft diversiteit qua bevolking arm genoemd kunnen worden. Er zal antwoord worden gegeven op de vraag hoe creatieven de opwaartse spiraal naar herontwikkeling in gang kunnen zetten, mede door de intrinsieke betekenis van hun werk. Om dit uit te kunnen leggen, zullen in de eerste en tweede paragraaf de begrippen creativiteit en intrinsieke waarde worden gedefinieerd, deels aan de hand van Florida's definitie van de creatieve klasse. Hierbij zal een kanttekening worden geplaatst bij zijn definitie in combinatie met de instrumentele, economische waarde die hij aan de aanwezigheid van creativiteit koppelt. Na de definiëring van creativiteit en de intrinsieke waarde ervan, zal in de derde paragraaf met het oog op revitalisatie worden ingegaan op het belang van het imago en de identiteit van een gebied. En in de laatste paragraaf zal antwoord worden gegeven op de vraag hoe creatieven de opwaartse spiraal naar herontwikkeling in gang kunnen zetten, en op welke manier de intrinsieke waarde van creativiteit hierbij van betekenis kan zijn.

### 2.1 Creativiteit gedefinieerd

In het Nederlands woordenboek staat creativiteit omschreven als 'scheppingskracht' of 'het voldoen aan de vormdrift'.<sup>52</sup> Het zou dus uitgelegd kunnen worden als het vermogen en de wil om te scheppen. Een creatief proces kan dan ook gezien worden als een proces waarbij mensen zich richten op het ontwikkelen van nieuwe vormen en ideeën. Als we spreken over de aanwezigheid van creativiteit in een gebied, spreken we over de aanwezigheid van bedrijven of personen met deze eigenschap, of over de aanwezigheid van hun producten. Ongeacht of ieder mens creativiteit bezit, zijn creatieven in dit onderzoek degenen die hun creatieve vermogen ook daadwerkelijk tijdens hun werk of in hun vrije tijd gebruiken. Wie precies als creatief bestempeld kunnen worden, zal hier worden afgebakend.

Richard Florida onderscheidt binnen zijn creatieve klasse twee verschillende groepen. De belangrijkste daarvan is de al eerder genoemde Super-Creative Core, de uiteindelijke ontwikkelaars van nieuwe vormen. Van hen komen de innovatieve ideeën. Ze zijn dus het brein achter creatieve producten. Niet alleen levert de Creative Core volgens Florida nieuwe vindingen, ook signaleert de groep de potentie of vraag binnen de maatschappij die daaraan vooraf gaat. De Super-Creative Core is van het begin tot het eind betrokken bij het creatieve proces. Een persoon of bedrijf dat ertoe gerekend kan worden, ziet als het ware het gat in de markt en ontwikkelt vervolgens een creatief product.<sup>53</sup>

De Super-Creative Core wordt volgens Richard Florida omringd door een groep van creatieve professionals, die op uiteenlopende manieren het creatieve productieproces ondersteunen. Voorbeelden van creatieve professionals zijn managers van reclamebureaus of

---

<sup>52</sup> Coenders, H., red. *Kramers. Handwoordenboek Nederlands*. Amsterdam: A.C.H. Bekkers, 1998: 254.

<sup>53</sup> Florida 2002: 68-69.

technici die in opdracht onderdelen leveren voor een product. Hoewel zij aan het creatieve proces meewerken, zijn de producten of diensten die daaruit voortkomen niet direct van hun hand.<sup>54</sup> De mate van creatieve inzet van deze professionals is daarom niet vast te stellen. En zoals Stefan Krätke in zijn artikel *'Creative Cities' and the Rise of the Dealer Class*<sup>55</sup> schrijft: '[Florida's idee van de creatieve klasse] houdt geen rekening met de moeilijkheden bij het nauwkeurig afbakenen van creatieve activiteiten, aangezien in de hedendaagse industriële samenleving bijna alle beroepsgroepen te maken hebben met een bepaalde mix van creatieve en eenvoudige taken.'<sup>56</sup> In het bijzonder geldt dit volgens Krätke voor Florida's groep van creatieve professionals. Van veel beroepsgroepen binnen deze categorie valt volgens hem te betwijfelen in hoeverre ze daadwerkelijk hun creativiteit gebruiken bij hun dagelijkse bezigheden.<sup>57</sup> Hierbij komt dat creatieve professionals volgens Richard Florida ook niet degenen zijn die de problemen signaleren voorafgaand aan de ontwikkeling van een nieuw concept.<sup>58</sup> Zowel het uiteindelijke product als de behoefte of het inzicht die er aanleiding toe vormen, zijn dus niet direct aan creatieve professionals te danken. Om die redenen zullen Florida's creatieve professionals in dit onderzoek niet worden gerekend tot creatieven.

Binnen dit onderzoek worden creatieven daarom als volgt afgebakend: creatieven zijn degenen die potentie of behoefte zien en van daaruit nieuwe vormen ontwikkelen. De nieuwe producten of concepten zijn direct van hun hand. Hierbij zal worden uitgegaan van Florida's bewering dat creatieven betekenis toevoegen aan hetgeen zij produceren. De aanwezigheid van creativiteit in een gebied betekent in dit onderzoek de aanwezigheid van een creatief persoon zelf, bijvoorbeeld een straatkunstenaar, of de aanwezigheid van iets dat getuigt van een creatieve handeling, zijn straatkunst. Wanneer een straatkunstenaar bijvoorbeeld bezig is een installatie in de openbare ruimte te plaatsen, is er sprake van de aanwezigheid van creativiteit in de vorm van een creatief persoon die creatieve handelingen verricht. Wanneer de installatie af is en de kunstenaar niet meer aanwezig is, is er sprake van de aanwezigheid van creativiteit in de vorm van een creatief product dat getuigt van een creatieve handeling die heeft plaatsgevonden.

## **2.2 De intrinsieke waarde van creativiteit**

Richard Florida stelt in zijn theorie dat het beste creatieve werk hetgeen is dat op grote schaal kan worden gereproduceerd, verkocht en gebruikt. Een goede creatie heeft volgens hem in grote mate financieel gewin tot gevolg. Dit hangt samen met Florida's bewering dat het belangrijkste nut van de creatieve klasse is dat zij economische vooruitgang teweeg brengt. De creatieve klasse is volgens hem vooral een economische klasse die bestaat uit mensen die

---

<sup>54</sup> Florida 2002: 69-71.

<sup>55</sup> Krätke, Stefan. "Creative Cities' and the Rise of the Dealer Class: A Critique of Richard Florida's Approach to Urban Theory." *International Journal of Urban and Regional Research*, jaargang 34, nummer 4 (2010): 835-853.

<sup>56</sup> Idem: 837.

<sup>57</sup> Idem: 836-840.

<sup>58</sup> Florida 2002: 69-70.

financieel gewin genereren uit hun creativiteit.<sup>59</sup> Ongeacht of en op welke manier creativiteit werkelijk van economisch nut is voor de stad, betekent het geloof in de theorie van Richard Florida de laatste jaren een extra legitimatie voor overheidssteun aan de creatieve sector. Het feit dat beleidsmakers ervan overtuigd zijn geraakt dat creativiteit economische vooruitgang teweeg brengt, kan voor creatieven dus als zeer gunstig worden beschouwd. Maar zij zijn er zelf niet altijd even blij mee.

In het artikel *De controverse over de waarde van de kunst* dat in 2008 in het tijdschrift *Boekman* verscheen,<sup>60</sup> schrijft Kees Vuyk, filosoof en hoofddocent aan de masteropleiding Kunstbeleid en –Management van de Universiteit Utrecht, over een wrijving tussen hetgeen waarvoor de Nederlandse overheid de culturele sector wil inzetten enerzijds en de intrinsieke waarde van kunst en creativiteit anderzijds. Vuyk uit hierbij niet zozeer kritiek op het feit *dat* de overheid bepaalde doelen wil bereiken met behulp van de culturele sector, maar wel op *wat* er precies van de sector wordt verlangd. Vandaag de dag wordt volgens hem namelijk van creatieven hoofdzakelijk verwacht dat ze sociale cohesie en economische vooruitgang bevorderen binnen de maatschappij. Vuyk schrijft over een verzet onder creatieven tegen het feit dat de kunsten door huidige beleidsmakers worden neergezet als productiesystemen binnen een consumptiemaatschappij, en dat er verwacht wordt dat de inhoud van hun werk op een zo breed mogelijk publiek aansluit. Het is volgens hem niet erg dat beleidsmakers nut zien in creativiteit, zolang dit maar niet betekent dat de creatieve sector zich daaraan moet conformeren, en bijvoorbeeld het maatschappelijk en economisch nut daadwerkelijk moet aantonen. Dit gaat volgens Vuyk namelijk voorbij aan waar kunst en cultuur voor staan. De uiteindelijk waarde ervan zit hem niet in economische of sociale uitkomsten, maar in de ervaring die een product teweeg brengt. De waarde van een creatief product ligt besloten in zichzelf. Juist op basis van haar intrinsieke waarde zou creativiteit volgens Vuyk gewaardeerd moeten worden.<sup>61</sup>

De intrinsieke waarde van een kunstwerk of een creatief product is een resultaat van wat dat werk op cognitief of emotioneel vlak bij iemand teweeg brengt. Dit stelt *Boekman*-redacteur Anita Twaalfhoven in haar artikel *Het raadsel rond de intrinsieke waarde*.<sup>62</sup> De intrinsieke waarde ligt besloten in de ervaring of beleving waarin de consumptie van een creatief product resulteert. Het is tevens de reden van consumptie. 'Kunstliefhebbers gaan immers niet naar het theater of een museum in de hoop dat deze ervaring ze slimmer of socialer maakt.'<sup>63</sup> Met andere woorden: mensen consumeren kunst en cultuur niet omdat ze denken dat dat nuttig is, maar omdat ze behoefte hebben aan een nieuwe beleving. Wat de beleving van een creatief product concreet bij mensen teweeg kan brengen, is volgens Twaalfhoven het volgende: ten eerste kan het horizonverbredend werken, doordat het

---

<sup>59</sup> Florida 2002: 68-69.

<sup>60</sup> Vuyk, Kees. 'De controverse over de waarde van kunst.' *Boekman. Het belang van kunst*, jaargang 20, nummer 77 (2008): 6-12.

<sup>61</sup> Idem: 10-12.

<sup>62</sup> Twaalfhoven, Anita. 'Het raadsel rond de intrinsieke waarde.' *Boekman. Het belang van kunst*, jaargang 20, nummer 77 (2008): 13-17.

<sup>63</sup> Idem: 13.

mensen kennis kan laten maken met het onbekende. Zowel onrealistisch als realistisch werk kan mensen iets leren over wat in hun eigen leven niet van toepassing is, op cognitief en emotioneel vlak. Men kan zich cognitief gezien bijvoorbeeld bewust worden van gebruiken binnen andere culturen. Maar ook kan men emotioneel ervaren wat bepaalde gebruiken betekenen voor de mensen die ermee te maken hebben. De ervaring bij een creatief product hoeft niet altijd een prettige ervaring te zijn, stelt Twaalfhoven, maar boeiend is die meestal wel. Wat de beleving van een werk ten tweede toevoegt kan brengen, is volgens haar dat mensen erdoor naar zichzelf leren kijken. Het heeft naast verbreding van iemands horizon ook zelfreflectie tot gevolg. Mensen kunnen zichzelf in een creatieve of kunstzinnige uiting herkennen. Kunst en cultuur kunnen zo deuren openen naar eigen emoties en gedachten en op die manier een ontlading toevoegen. Daarbij kunnen ze commentaar leveren op het eigen gedrag en gedachtegoed van mensen.<sup>64</sup> Met dit idee van de intrinsieke waarde van kunst en cultuur in de vorm van de beleving van het vreemde of het eigene, laat Twaalfhoven zien dat de waarde van creativiteit besloten ligt in haar reflectieve karakter ten aanzien de samenleving. Daarin speelt de discussie over wat normaal of anders is altijd een grote rol. Het feit dat creativiteit op beide een nieuw licht kan werpen, betekent dat haar intrinsieke waarde een middel ter identificatie is.

Wanneer gekeken wordt naar Florida's definitie van de creatieve klasse is het opvallend dat hij hierin weldegelijk de intrinsieke waarde van creativiteit naar voren laat komen. Hij verwijst namelijk naar het creëren van betekenis als de hoofdactiviteit van creatieven, maar gaat hier vervolgens zelf aan voorbij door het nut van creativiteit vooral te zien in economische uitkomsten voor de stad, in instrumentele waarden dus. Daarmee is er sprake van een discontinuïteit. Florida's definitie van de creatieve klasse luidt namelijk: 'Het onderscheidende kenmerk van de creatieve klasse is dat de leden deelnemen aan werk, waarvan de functie het "creëren van nieuwe betekenisvolle vormen" is.'<sup>65</sup> Terwijl hij creatieven hiermee bestempelt als degenen die betekenis creëren bij hetgeen ze doen, koppelt hij het nut van creativiteit voor de stad hier niet aan. Hij laat een eventueel belang van de creatie van betekenis voor de stedelijke omgeving achterwege.

Richard Florida reduceert 'betekenis' in zijn theorie tot iets dat meetbaar is aan de hand van financieel gewin. Het verband tussen creatieven en de stad bestaat volgens hem vooral uit de keuze van creatieven om zich te vestigen op een plek die voldoet aan hun eisen van vrijetijdsbesteding en hun behoefte om een bepaalde identiteit uit te dragen. Het gebied waar zij gaan wonen of werken heeft vervolgens vooral financieel baat bij hun aanwezigheid. Wat Florida hiermee negeert is dat de aanwezigheid van creativiteit wellicht tot meer dan enkel een economische stimulans kan leiden, namelijk tot een nieuwe betekenis van de omgeving. Met het oog op hun interesse in de authenticiteit van hun omgeving en de mensen daarbinnen, het feit dat zij potentie zien, en dat hun werk een reflectie kan bieden, valt te concluderen dat het nut van creatieven voor de stad juist daaruit voortvloeit. De mate waarin

---

<sup>64</sup> Twaalfhoven 2008: 13-17.

<sup>65</sup> Florida 2002: 68.

zij van nut zijn vanwege de intrinsieke waarde van hun werk, hangt echter wel af van de mate waarin hun werk een intrinsieke betekenis heeft, dus de mate waarin het een nieuwe beleving oproept.

### 2.3 Het belang van het imago van een gebied

Beleidsmakers hebben de macht, de markt heeft het geld, en burgers hebben de vrijheid. Dit is een grove verdeling van de instrumenten waarmee verschillende spelers binnen de maatschappij invloed kunnen hebben op het stedelijk concept.<sup>66</sup> Als het om stadsontwikkeling gaat, zijn het meestal degenen met macht en geld die bepalen hoe de fysieke omgeving eruit ziet. Maar een stad bestaat uit meer dan alleen tastbare onderdelen zoals wegen en gebouwen. Ook cultuur, het gedrag van mensen, is van invloed op wat de stad is en hoe deze gevormd wordt. Charles Landry, een autoriteit op het vakgebied van *Urban Studies* vanwege zijn eerste boek *De Creatieve Stad* dat hij in 2000 uitbracht,<sup>67</sup> spreekt hier ook wel over de stad als een fysiek domein, dat betekenis krijgt door menselijke actie daarbinnen. Een creatieve stad waarborgt volgens hem een onderlinge wisselwerking tussen wat hij 'harde' en 'zachte' invloeden noemt, tussen structuur en cultuur.<sup>68</sup> Hieruit is te concluderen dat hetgeen dat een stad is niet alleen wordt bepaald door het uiterlijk van de omgeving, maar ook door de culturele aspecten ervan. Het concept van de stad heeft dus naast de fysieke dimensie ook een psychologische dimensie die mede wordt gevormd door menselijke verhalen en associaties.

Wat gebruikers vinden van de stad behoort tot haar psychologische dimensie en bepaalt mede de identiteit van de stad. Hiervoor kan de herontwikkeling van stedelijke gebieden als voorbeeld worden genomen. Wanneer een wijk het imago 'achterstandswijk' heeft, komt deze daar moeilijk vanaf en zal de wijk in de meeste gevallen ook daadwerkelijk een achterstandswijk zijn. Een slechte naam kan bijvoorbeeld een gevoel van onveiligheid bij mensen teweeg brengen, waardoor men negatief over een bepaalde plek blijft praten. Mensen die het economisch gezien voor het kiezen hebben, willen er vervolgens niet gaan wonen. Om die reden zullen corporaties bijvoorbeeld niet in duurdere koopwoningen investeren en is er bij gemeenten weinig geld beschikbaar voor verbeteringen. Voordat ingrepen in de fysieke omgeving mogelijk zijn of zin hebben, is het belangrijk dat mensen positieve associaties bij een gebied krijgen, zodat een meer divers publiek aangetrokken wordt en het gebied een beter imago krijgt.

Richard Florida wijst in zijn theorie op een onderlinge afhankelijkheidsrelatie tussen de identiteit van een gebied en de identiteit van de mensen die er wonen of werken. Niet alleen zijn de gebruikers van een gebied van invloed op de identiteit ervan, andersom bepaalt een plek ook de identiteit van de gebruikers. Een negatief imago van een gebied heeft dus een negatief imago van haar gebruikers tot gevolg en andersom. Het is de vraag hoe beide verbeterd kunnen worden. Jacobs en Florida beweren dat diversiteit wat betreft de bevolking

---

<sup>66</sup> Landry, Charles. *The Art of City Making*. Londen: Sterling, 2008 [2006]: 4-5.

<sup>67</sup> Andrew, Sue. 'Toolkits for urban innovators' *Charleslandry.com.*, 28 juni 2012.

<sup>68</sup> Landry 2008: 4-9.

een voorwaarde is voor een gezond stedelijk gebied, zowel op economisch als sociaal-maatschappelijk vlak. De aanwezigheid van verschillende groepen in een wijk waarborgt namelijk een breed marktaanbod, maar is ook een indicatie voor onderlinge tolerantie, dus voor een goede sfeer op een plek. Hiermee gaat een divers publiek in een wijk hand in hand met een positief imago van zowel het gebied als de gebruikers ervan.

## **2.4 De invloed van creativiteit op het imago van een gebied**

In het vorige hoofdstuk werd naar aanleiding van de theorie van Jacobs en Florida geconstateerd dat het een probleem is voor stedelijke revitalisatie wanneer een divers publiek in een gebied ontbreekt. Door hun cirkelredeneringen dat diversiteit diversiteit stimuleert, en creativiteit creativiteit, wordt er voor stedelijke herontwikkeling geen oplossing gegeven voor gebieden met diversiteit wat betreft de fysieke omgeving, maar zonder een diverse en creatieve bevolking. De vraag hoe in zulke gebieden toch een divers publiek en een positief imago tot stand kunnen komen, staat in deze paragraaf centraal. Daarin zal duidelijk worden op welke manier creatieven en de intrinsieke waarde van hun werk de opwaartse spiraal naar revitalisatie van wijken in gang kunnen zetten.

### *2.4.1 De aanwezigheid van creatieven als eerste stap naar diversiteit*

Het probleem bij het revitaliseren van achterstandswijken is dat mensen die het voor het kiezen hebben daar niet zullen gaan wonen. Alleen degenen die er financieel gezien toe gedwongen worden, zullen zich er vestigen. Om tussen een groot aanbod aan goedkope woningen te investeren in bijvoorbeeld dure koopwoningen of luxe publieke voorzieningen, heeft voor gemeenten en ontwikkelaars dus weinig zin. Hoewel ook creatieven eisen stellen aan hun woonomgeving en bijvoorbeeld het liefste in de buurt van het stadscentrum wonen, biedt een achterstandswijk voor hen meer perspectieven dan voor doorsnee huishoudens.

Doordat verpauperde stedelijke gebieden vaak een relatief hoog percentage allochtone bevolking huisvesten is het 'vreemde', waar creatieven volgens Florida door aangetrokken worden, aanwezig. Daarnaast is het vooral belangrijk dat woon- en werkruimten in achterstandswijken relatief goedkoop zijn. Een algemene klacht onder kunstenaars en creatieve ondernemers in Amsterdam is bijvoorbeeld dat er voor hen een tekort is aan betaalbare woon- en werkruimten. Ze moeten per maand rondkomen van een klein budget en kunnen zich wat betreft huur dus maar weinig permitteren.<sup>69</sup> Om deze reden kan een achterstandswijk aantrekkelijk zijn voor creatieven.

Wanneer creatieven zich in een achtergesteld gebied vestigen, kunnen zij gezien worden als de schakel tussen enerzijds de hoogopgeleide en beterbedeelde stedelijke bevolking, en anderzijds het armere en laagopgeleide deel daarvan. Met beide groepen hebben ze namelijk iets gemeen. Creatieven kunnen namelijk hoog-, laag- en helemaal niet opgeleid zijn. Bovendien zijn ze werkzaam in uiteenlopende beroepssectoren. Je zou dus kunnen stellen dat ze de schakel vormen tussen verschillende maatschappelijke lagen van de

---

<sup>69</sup> Dalen 2010: 26-27.

samenleving. Zo kan hun aanwezigheid een eerste stap zijn naar een meer divers publiek en een beter imago van een plek.

#### 2.4.2 De democratiserende werking van creativiteit

Architecten, musici, tentoonstellingbouwers, industrieel ontwerpers, schrijvers, regisseurs, opiniemakers, wetenschappers en beeldend kunstenaars. Het zijn maar enkele voorbeelden van mensen die als creatief kunnen worden bestempeld. Ze kunnen op allerlei manieren hun sporen nalaten binnen de fysieke omgeving. Zo kan de aanwezigheid van creativiteit in een stedelijk gebied de aanwezigheid van een architectenbureau of filmhuis betekenen, dus plekken waar creatieven of creatieve producten aanwezig zijn. Maar ook een oud mozaïek op een gevel of een sticker op een stoplicht getuigen van creativiteit. Ongeacht hoe en in welke mate brengen creatieve producten een ervaring teweeg, zo bleek al in dit hoofdstuk. De aanwezigheid van creativiteit in een gebied kan betekenen dat mensen die ermee in aanraking komen worden geconfronteerd met iets dat zij emotioneel of cognitief gezien nog niet kenden, of dat hen iets vertelt over zichzelf. Hoewel niet iedereen dergelijke confrontaties in de stedelijke omgeving prettig vindt, zijn ze wel van belang.

Chantal Mouffe, een Belgische politiekfilosoof, schrijft in haar artikel *Kunst en democratie* dat in 2008 in het tijdschrift *Open* van SKOR (Stichting Kunst in de Openbare Ruimte) verscheen<sup>70</sup> over kunst als een democratisch interventiemiddel in de openbare ruimte. Ze stelt in haar artikel dat elke samenleving antagonistisch van aard is. Dat wil zeggen dat binnen elke maatschappij een constante strijd gaande is tussen verschillende overtuigingen over hoe de samenleving het beste kan worden ingericht. Deze conflicten zijn volgens haar rationeel onoplosbaar. Toch zoekt de politieke macht vaak naar consensus en maakt op basis daarvan wetten. De rol van kunst in de openbare ruimte is volgens Mouffe om juist tegen die consensus in te gaan. In plaats van dat de openbare ruimte een afspiegeling moet zijn van de politiek, moet zij een afspiegeling zijn van de gehele maatschappij, inclusief alle tegenstellingen daarbinnen. Op deze manier wordt de openbare ruimte volgens Mouffe van iedereen en kunnen verschillende groepen mensen zich ermee identificeren.<sup>71</sup>

Chantal Mouffe richt zich in haar artikel specifiek op kritische vormen van kunst, waarmee ze doelt op kunst met een bepaalde mate van politiek engagement. Vooral deze kunst zou volgens haar een democratiserend effect binnen de openbare ruimte hebben.<sup>72</sup> Dit onderzoek gaat echter over creativiteit in bredere zin, wat niet per definitie politiek engagement met zich meebrengt. Hieronder zullen voorbeelden van politiek geëngageerde en niet-politiek geëngageerde vormen van creativiteit worden gegeven, en de manieren waarop beide een democratiserend effect in stedelijke gebieden kunnen hebben.

Robert Jasper Grootveld was een vooraanstaand provo in Amsterdam, die al vlak na de Tweede Wereldoorlog begon met het organiseren van ludieke acties in de openbare ruimte.

---

<sup>70</sup> Mouffe, Chantal. 'Kunst en democratie. Kunst als agonistische interventie in de openbare ruimte.' *Open. Kunst als publieke zaak*, nummer 14 (2008): 6-15.

<sup>71</sup> Idem: 7-14.

<sup>72</sup> Idem: 12-14.

Zo organiseerde hij zogenaamde 'happenings' bij *Het Lieverdje* op het Spui. Dat beeldje was gefinancierd door sigarettenfabrikanten. En aan het Spui waren de hoofdkantoren van verschillende kranten gevestigd, die vaak sigarettenadvertenties plaatsten. Grootveld was fel gekant tegen sigarettenreclame. Hij vond dat tabaksverslaving in Nederland werd onderschat en voerde daarom op straat satirische toneelstukjes op. Met zijn ongewone acties en ideeën ging Robert Jasper Grootveld bewust in tegen de gevestigde orde. Hoewel de inmiddels overleden activist vandaag de dag door velen wordt bewonderd als kunstenaar, werd hij vooral aan het begin van zijn carrière door velen gezien als een ordinaire herrieschopper.<sup>73</sup>

Robert Jasper Grootveld was iemand die op de openbare ruimte zijn stempel drukte, ongeacht of dat gewenst was. Vergelijkbaar met zijn ideeën over de openbare ruimte is het idee achter hedendaagse straatkunst, illegale kunst in de openbare ruimte. Het imago van deze vorm van creativiteit balanceert op het randje van vandalisme of kunst. Straatkunstenaars trekken zich weinig aan van geldende wetgeving wat betreft het plaatsen van bijvoorbeeld afbeeldingen in de stad. Hiermee geven ze het signaal af dat zij, evengoed als de overheid, mogen bepalen wat er met de omgeving gebeurt. Ze gaan dus net als Grootveld in tegen de heersende consensus over wat mag en normaal is. Bij een aantal vormen van straatkunst wordt direct commentaar geleverd op de overheid, maar er zijn ook vormen waarbij dit niet het geval is. Zo zijn er bijvoorbeeld straatkunstenaars die het politiek engagement in hun werk geheel achterwege laten en enkel esthetische toevoeging aan de omgeving doen, zoals vlechtwerk in hekken of breisels om te takken van een boom.<sup>74</sup> Hoewel dergelijk werk niet getuigt van commentaar op de heersende macht, eigent de straatkunstenaar zich de openbare ruimte wel toe door ermee te doen wat hij wil. Bovendien kan ook dit werk bij het publiek een beleving oproepen, wat een plek een persoonlijke dimensie geeft.

Nog een voorbeeld van creativiteit in de openbare ruimte die democratisering teweeg kan brengen ondanks dat het niet-politiek geëngageerd is, is een legaal optreden van een band in een park. Gevraagd of ongevraagd komen mensen zo in aanraking met muziek in de stad. Er zullen personen zijn die blijverrast zijn met een optreden, of die er misschien juist last van hebben. Hoe dan ook brengt muziek in de openbare ruimte met zich mee dat mensen onderling met elkaar worden geconfronteerd. Er verzamelt zich rond de band wellicht een luisterend publiek dat geniet van de muziek en van de aanwezigheid van andere muzikliefhebbers. Maar mensen die naar het park kwamen voor een rustige wandeling kunnen de drukte en het geluid juist vervelend vinden. Tijdens het optreden eisen de band en het luisterend publiek de openbare ruimte op, omdat zij op dat moment overheersend zijn. De overheid heeft als uitzondering op de regel toestemming voor het optreden gegeven. De gebruikelijke consensus is hiermee tijdelijk overboord gezet. Omdat men normaalgesproken in het park de rust wil bewaren, maar er nu tegemoet wordt gekomen aan de wensen van een

---

<sup>73</sup> Duivenvoorden, Eric. 'Robert Jasper Grootveld. Een leven in vogelvlucht' *Iisg.nl.*, 31 juli 2012.

<sup>74</sup> Klanten, Robert. *Urban Interventions. Personal projects in public space.* Berlijn: Gestalten, 2010: 89.

groep muzikliefhebbers, betekent de aanwezigheid van de band evengoed democratisering van de openbare ruimte.

Afhankelijk van de onderlinge tolerantie op een plek worden creatieve uitspattingen er geaccepteerd of juist bekritiseerd. Is de tolerantie in een gebied hoog, dan zullen waarschijnlijk weinig mensen klagen over bijvoorbeeld een nieuwe illegale muurschildering. Sterker nog: het werk zal misschien zelfs worden gewaardeerd. Op een plek met een lage tolerantie zal een dergelijke schildering echter door meer mensen worden gezien als vandalisme, in plaats van als een toevoeging aan de openbare ruimte. Men staat negatief tegenover het feit dat iemand zonder toestemming een ingreep in de omgeving heeft gedaan. Een verklaring hiervoor is dat men niet gewend is aan creatieve uitspattingen in een gebied, waardoor men het vreemd of asociaal vindt en men er niet voor open staat. Wanneer afwijkingen van de algemene standaard vaker voor komen, raken mensen er wellicht meer aan gewend en gaan het accepteren. Daarom is het belangrijk dat creativiteit in een gebied alom aanwezig is.

De reden waarom specifiek creatieve producten, en bijvoorbeeld geen gebruikersvoorwerpen als een normale fiets, leiden tot democratisering binnen de openbare ruimte, is dat creatieve producten intrinsieke waarden bevatten. Ze brengen bij mensen een emotionele of cognitieve ervaring teweeg die horizonverbreding of zelfreflectie inhoudt, en mensen dus bewust maakt van hun eigen identiteit of die van een ander. De intrinsieke waarde brengt dus overeenkomsten en tegenstellingen aan het licht, en leidt op die manier tot onderlinge confrontatie. Confrontatie is volgens Mouffe de voorwaarde voor democratisering. Ze stelt namelijk dat de openbare ruimte de onderlinge wrijving qua ideeën moet weerspiegelen, die typerend is voor iedere samenleving.<sup>75</sup> Wanneer men op een plek tegenstellingen gaat accepteren, ontstaat er openheid en tolerantie. Mensen gaan zich vrij voelen om hun eigen identiteit uit te dragen, waardoor een positief imago en een divers publiek in een gebied gewaarborgd wordt. Creatieven kunnen met de intrinsieke waarde van hun werk echter ook op een meer directe manier betekenis aan hun omgeving toevoegen, en zo een beter imago van een gebied en diversiteit qua bevolking tot stand brengen.

#### *2.4.3 Betekenistoevoeging aan de fysieke omgeving*

Richard Florida beweert dat creatieven waarde hechten aan de authenticiteit van hun omgeving. Hieruit is af te leiden dat ze de intrinsieke betekenis van gebouwen interessant vinden (bijvoorbeeld de bouwstijl waarin ze gebouwd zijn of de oorspronkelijke functies die ze vervulden), naast bijvoorbeeld de kostprijs ervan. Volgens Florida zijn creatieven immers vooral geïnteresseerd in de belevingen die een stad te bieden heeft. En ze worden getrokken door historische gelaagdheid.<sup>76</sup> Waar Jane Jacobs vooral nut zag in de aanwezigheid van historische panden om fysieke en financiële redenen, namelijk doordat oude panden door hun kleinschaligere opzet en lagere prijs over het algemeen aantrekkelijk zijn voor startende

---

<sup>75</sup> Mouffe 2008: 12-14.

<sup>76</sup> Florida 2002: 227-231.

ondernemers,<sup>77</sup> betekent historische gelaagdheid voor Richard Florida meer dan dat. De waarde van de fysieke omgeving ligt besloten in beleving die het teweeg brengt, naar aanleiding van de authenticiteit ervan.<sup>78</sup>

Zoals eerder omschreven, zijn creatieven degenen die potentie zien en van daaruit handelen. Ze zien mogelijkheden of behoeften en creëren vervolgens nieuwe betekenisvolle vormen. Het feit dat creatieven geïnteresseerd zijn in de authenticiteit van de fysieke omgeving, betekent dat ze zoeken naar de intrinsieke waarde ervan. Ze zoeken dus, naast de praktische potentie van gebouwen (bijvoorbeeld de manier waarop ze die betaalbaar kunnen maken), ook naar de betekenis ervan, de identiteit. Hier laten ze zich vervolgens door inspireren. Dany Jacobs, onder andere hoogleraar aan de Universiteit van Amsterdam en gespecialiseerd in creativiteit, industriële ontwikkeling en innovatiebeleid,<sup>79</sup> bevestigt dit in zijn artikel *Een creatieve stad is meer dan een stad van creatievelingen*: 'Oude pakhuizen en industriële gebouwen zijn [...] heel populair als creatieve bedrijfsverzamelgebouwen. Die gebouwen lijken door hun gevarieerde architectuur inspirerender te zijn dan de overblijfselen van het *less is more*-modernisme. Ze vormen daarmee de industriezones van de creatieve economie.'<sup>80</sup> Het idee dat creatieven vanuit hun inspiratie handelen, brengt met zich mee dat ze bij de transformatie van bijvoorbeeld een oud fabriekspand naar een broedplaats ook intrinsieke waarde toevoegen of benadrukken. Ze geven hun omgeving dus een nieuwe dimensie en voegen betekenis toe aan de stad. De identiteit van de omgeving die is gevormd of geaccentueerd, kan de interesse wekken van een nieuw publiek. Wederom heeft de intrinsieke betekenis van creativiteit zo invloed op de diversiteit en het imago van een gebied, en is daarmee van belang voor stedelijke revitalisatie. In het volgende hoofdstuk zal aan bod komen hoe beleidsmakers de intrinsieke waarde van creativiteit in hun beleid kunnen erkennen, en het effect ervan kunnen stimuleren.

---

<sup>77</sup> Jacobs 2010: 63-64.

<sup>78</sup> Florida 2002: 227-231.

<sup>79</sup> Arnhems Centrum voor Creatieve Economie & Innovatie. 'Wie is wie. Dany Jacobs' *Arcci.nl.*, 28 juni 2012.

<sup>80</sup> Jacobs 2010: 64.

### 3. Creativiteit en beleid

Naar aanleiding van hoofdstuk twee, waarin naar voren kwam dat de intrinsieke waarde van creativiteit in een gebied identificatie en democratisering teweeg kan brengen, en zo van invloed is op het imago van een gebied en diversiteit qua bevolking, moet vervolgens gekeken worden wat beleidmakers kunnen doen om deze positieve effecten van creativiteit te stimuleren. De vraag die in dit hoofdstuk dan ook centraal staat is op welke manier beleidmakers in hun beleid voor de revitalisatie van stedelijke gebieden de invloed van de intrinsieke waarde van creativiteit in de stad kunnen erkennen, en hun beleid erop kunnen aanpassen.

In de eerste paragraaf zal worden aangegeven op welke manier stedelijk ontwikkelingsbeleid afwijkt van overheidsbeleid in het algemeen, waarbij doelen meestal worden nagestreefd aan de hand van vaststaande tactieken. Daarna zal in de tweede paragraaf het broedplaatsenbeleid worden besproken als een middenweg tussen vaststaand beleid en een individuele benadering van verschillende situaties. Bureau Broedplaatsen van de gemeente Amsterdam zal als voorbeeld worden genomen als gemeentelijk bureau met een plaats specifieke aanpak voor het realiseren van creatieve broedplaatsen. Echter zullen er kanttekeningen worden geplaatst bij haar nieuwe beleidskader, en zal er naar een manier worden gezocht waarop Bureau Broedplaatsen ook de intrinsieke waarde van creativiteit in haar beleidsdoelen kan opnemen. Ten slotte zal in paragraaf drie sturing van de huizenmarkt en gedoogbeleid worden besproken als manieren waarop beleidmakers diversiteit en creativiteit in een gebied kunnen waarborgen.

#### 3.1 Het dilemma van stedelijk ontwikkelingsbeleid

De ontwikkeling van steden is een constant proces. Het hangt sterk samen met de vraag naar nieuwe woon- en werkgebieden, met de eisen die men stelt aan de leefomgeving, en met de toe- of afname van de populariteit van bepaalde delen. Zo kan een wijk die in het begin van de twintigste eeuw voldeed aan de nieuwste standaarden, inmiddels veranderd zijn in een achterstandsbuurt waar gezinnen op een te klein woonoppervlak leven, gezien de moderne maatstaven. Terwijl de gemeente en ontwikkelaars het in dezelfde wijk amper voor elkaar krijgen om de situatie te verbeteren, kan een soortgelijk type wijk aan de andere kant van de stad intussen zijn veranderd in een yuppenbuurt. Wat in het ene deel van de stad succesvol blijkt, kan elders absoluut niet werken. Niet in de laatste plaats omdat de voorkeur van mensen voor een bepaald gebied niet altijd te voorspellen is. Kortom: een eenduidig plan van aanpak om een gebied te revitaliseren lijkt niet te bestaan. Niet voor buurten, niet voor losse gebouwen, en ook niet voor de stad als geheel. Toch lijken zowel gemeenten als vastgoedontwikkelaars bij het opknappen van wijken vaak te zoeken naar een succesmodel.

'Onze beste steden zijn de meest uitgebreide en geavanceerde artefacten die mensen hebben bedacht, gevormd en gemaakt.'<sup>81</sup> Dit schrijft Charles Landry in zijn boek *The Art of City Making* uit 2006. Ook schrijft hij: 'Het idee van stedelijke ontwikkeling, met de nodige

---

<sup>81</sup> Landry, Charles. *The Art of City Making*. Londen: Sterling, 2008 [2006]: 5.

creativiteit en verbeelding, heeft meer gemeen met geïmproviseerde jazz dan met kamermuziek. Het omvat experiment, vallen en opstaan, en iedereen met een bepaalde expertise kan een leider zijn.<sup>82</sup> In zijn boek schrijft Landry over stedelijke ontwikkeling als een kunst, en niet als een formule. Landry ziet stadsontwikkeling als een creatief, interdisciplinair proces waarbij steeds naar nieuwe manieren en samenwerkingsverbanden moet worden gezocht. De stad is volgens hem een fysiek domein, dat betekenis krijgt door menselijke actie daarbinnen. Daarom moet men een onderlinge wisselwerking tussen harde en zachte structuren waarborgen, tussen de fysieke omgeving en het gedrag van mensen. Landry uit met zijn theorie kritiek op beleidsmakers die aan de hand van vaste methoden van bovenaf de stad trachten vorm te geven.<sup>83</sup>

Het voeren van beleid impliceert normaalgesproken het streven naar doelen aan de hand van wetten en regels. Doelen worden dus bereikt volgens een gebruikelijke gang van zaken. Echter groeit de overtuiging dat per stad, gebied en zelfs per gebouw een individuele ontwikkelingsaanpak is vereist. Voor beleidsmakers is dit lastig. Het voeren van geen eenduidig beleid lijkt namelijk op het voeren van een beleid van willekeur. En dat is moeilijk te verantwoorden. Voor het aantrekken van creatieven naar een gebied vormt het broedplaatsenbeleid een middenweg tussen enerzijds een plaats specifieke aanpak en anderzijds een overkoepelend beleid vanuit gemeenten.

### **3.2 Oplossingen binnen het broedplaatsenbeleid**

Al in de inleiding werd Bureau Broedplaatsen geïntroduceerd als projectbureau van de gemeente Amsterdam dat als doel heeft om in de stad ateliers en (woon-)werkruimten voor kunstenaars en creatieve ondernemers te realiseren. Dit initiatief werd in 1999 opgericht als het project BroedplaatsAmsterdam, naar aanleiding van protesten vanuit de kraakbeweging tegen de ontruiming van culturele vrijplaatsen in het Oostelijk Havengebied. Men vond dat de gemeente Amsterdam met een alternatief moest komen om creatieven te huisvesten. Zo werd uiteindelijk het broedplaatsenbeleid geboren. Inmiddels is Bureau Broedplaatsen een vast onderdeel van het ProjectManagementBureau van de gemeente en valt het onder de portefeuille Ruimtelijke Ordening.<sup>84</sup> Het is een bureau waarbinnen cultuurbeleid en stedelijk ontwikkelingsbeleid worden gecombineerd: door bijvoorbeeld in oude panden broedplaatsen onder te brengen wil men creativiteit in Amsterdam stimuleren en daarmee de economische en sociaal-maatschappelijke toestand in deelgebieden verbeteren. Daarbij toont het broedplaatsenbeleid aan dat het voor gemeenten mogelijk is om via algemene uitgangspunten creativiteit in de stad te bevorderen, terwijl de aanpak steeds verschilt per locatie en situatie.

Culturele broedplaatsen in Amsterdam bestaan in vele soorten en maten en zijn in elk stadsdeel te vinden. Sommige bevinden zich middenin het centrum, andere in rustigere gebieden aan de stadsrand. Broedplaatsen kunnen oude gebouwen zijn, maar bijvoorbeeld

---

<sup>82</sup> Landry 2008: 7.

<sup>83</sup> Idem: 4-9.

<sup>84</sup> Bureau Broedplaatsen, gemeente Amsterdam. 'Broedplaatsenbeleid. Ontstaan en organisatie' *Bureaubroedplaatsen.amsterdam.nl.*, 4 augustus 2012.

ook lege kavels met containers erop. Er zijn locaties met horecagelegenheden, evenementenruimten en buurthuisfuncties, maar er bestaan ook broedplaatsen die voor publiek gesloten zijn. De meeste zijn tijdelijk van aard, vaak afhankelijk van het tijdsbestek waarin de investeringen rond kunnen zijn. Maar ook tijdelijkheid is geen voorwaarde. Het enige dat de broedplaatsen die door Bureau Broedplaatsen gesubsidieerd zijn gemeen hebben, is dat er werkplekken voor kunstenaars en creatieve ondernemers te vinden zijn. Het broedplaatsenbeleid is daarmee een vorm van atelierbeleid. Wil een broedplaatsinitiatief financiële steun van Bureau Broedplaatsen ontvangen, dan moet ten minste 40% van de ruimte beschikbaar worden gesteld voor professionele kunstenaars. Om als zodanig te worden bestempeld, moeten kunstenaars zich door de Commissie Ateliers en (Woon)Werkpanden Amsterdam laten toetsen.<sup>85</sup>

Niet alle werkruimten in creatieve broedplaatsen zijn bestemd voor professionele kunstenaars. Voor de niet-gesubsidieerde werkplekken mogen broedplaatsontwikkelaars zelf bepalen wie daarvoor in aanmerking komen. Bureau Broedplaatsen is bedoeld om initiatiefnemers een broedplaats te helpen opstarten. Dit kan doormiddel van subsidie, maar bijvoorbeeld ook alleen door het geven van advies.<sup>86</sup> Per locatie zoekt Bureau Broedplaatsen samen met initiatiefnemers naar nieuwe mogelijkheden en samenwerkingsverbanden om een broedplaats tot stand te brengen. Wanneer die eenmaal geopend is en de ateliers en werkruimten door de broedplaatsorganisatie kunnen worden verhuurd, zal Bureau Broedplaatsen zich in principe niet meer met de locatie bemoeien. Het functioneren van broedplaatsen is dus de verantwoordelijkheid van de initiatiefnemers en organisaties die erachter zitten. Broedplaatsen zijn op zichzelf staande concepten waaraan de gemeente desgevraagd steun kan verlenen, maar waarbij haar daadwerkelijke macht beperkt blijft tot het vaststellen van een maximum huurprijs voor professionele kunstenaars in ruil voor subsidie.<sup>87</sup>

In het nieuwe beleidskader van Bureau Broedplaatsen wordt als reden voor de huisvesting van creatieven het versterken van de creatieve, economische, sociale en ruimtelijke 'vitaliteit' van Amsterdam genoemd. De creatieve industrie is volgens Bureau Broedplaatsen van groot belang voor Amsterdam en haar internationale reputatie. Als voorbeeld wordt de nieuwe Apple flagstore genoemd, die zou zijn aangetrokken door het creatieve imago van de stad. De aanwezigheid van creativiteit maakt Amsterdam volgens Bureau Broedplaatsen aantrekkelijk voor grote bedrijven en stimuleert zo de economie.<sup>88</sup> Creatieven worden hiermee om instrumentele redenen van belang geacht voor de stad.

In het vorige hoofdstuk is geconstateerd dat de aanwezigheid van creativiteit in gebieden inderdaad tot een positief imago kan leiden. Daarbij speelt vooral de intrinsieke waarde van creativiteit een rol. Met haar intrinsieke waarde is creativiteit een middel ter democratisering en identificatie. Creatieven geven een nieuwe dimensie aan een plek en

---

<sup>85</sup> Dalen 2010: 29-30.

<sup>86</sup> Bureau Broedplaatsen 2012: 6.

<sup>87</sup> Idem: 3-7.

<sup>88</sup> Idem: 2.

kunnen ervoor zorgen dat diverse bevolkingsgroepen zich ermee verbonden voelen. Door Jacobs en Florida werd al verondersteld dat een divers publiek een positieve uitwerking op de sociaal-maatschappelijke en economische situatie in een gebied heeft. Uit de intrinsieke waarde van creativiteit kunnen dus instrumentele waarden voortrollen. Het is daarom niet vreemd of verkeerd dat Bureau Broedplaatsen de economische en sociaal-maatschappelijke waarde van creativiteit aangrijpt als verantwoording voor haar beleid, maar het feit dat de invloed van de intrinsieke waarde wordt overgeslagen als waarde op zichzelf, en als stap in het proces naar bijvoorbeeld het goede imago van Amsterdam, is een gemis.

Het economische en sociaal-maatschappelijke nut van kunst, cultuur en creativiteit zijn doorgaans geen redenen waarom creatieve producten door creatieven worden vervaardigd. Wanneer in beleidsstukken enkel op het instrumentele nut van creativiteit wordt ingezet, zullen de doelen van beleidsmakers en creatieven voor het stimuleren of leveren van creativiteit dan ook niet overeen komen. Creatieven willen over het algemeen niet in dienst worden gesteld van hun economische of maatschappelijke nut, zo bleek al uit het artikel van Kees Vuyk. Maar dat hoeft niet te betekenen dat zij ontkennen dat hun werk, naast dat het intrinsieke waarde bevat, ook instrumenteel nuttig kan zijn. Immers is creativiteit het vermogen om iets nieuws te creëren, waarmee het logischerwijs een voorwaarde is voor innovatie en dus goed is voor de economie. En ook willen veel creatieven hun publiek iets laten beleven, waarmee niet te ontkennen valt dat mensen wat van kunstconsumptie kunnen leren. Creativiteit mag dus best instrumenteel nuttig worden geacht, mits beleidsmakers in eerste instantie de intrinsieke waarde ervan erkennen. Wanneer de intrinsieke waarde van creatieve producten in beleidsstukken naar voren komt als de reden waarom deze producten worden gecreëerd, als hetgeen dat staat voor de persoonlijke beleving binnen de samenleving, en waaruit tevens instrumentele waarden kunnen voortkomen, doen beleidsmakers recht aan waar creativiteit voor staat. Dit kan frustratie vanuit het creatieve veld voorkomen.

Het definiëren van de intrinsieke waarde van kunst en cultuur in beleidsstukken is echter niet alleen een manier om creatieven tegemoet te komen wat betreft hun opvatting over de waarde van hun werk. Voor mensen die creativiteit alleen om instrumentele redenen belangrijk vinden, kan het tevens relevant zijn. Het definiëren van de intrinsieke waarde van creativiteit kan namelijk opheldering geven over de haalbaarheid van beleidsdoelen. Na het lezen van het beleidskader van Bureau Broedplaatsen kan men zich bijvoorbeeld afvragen hoe het komt dat creativiteit een positieve uitwerking heeft op het imago van Amsterdam. Het zou in dit beleidsstuk verduidelijkend zijn geweest wanneer werd uitgelegd dat de intrinsieke waarde van creativiteit invloed heeft op het imago van een gebied, omdat daarmee onder andere betekenis kan worden toegevoegd aan de omgeving. Zo worden de instrumentele beleidsdoelen niet naar de achtergrond geplaatst, maar juist aannemelijker gemaakt. Bovendien zou Bureau Broedplaatsen, naast dat zij meer recht zou doen aan waar creativiteit voor staat, ook meer recht doen aan zichzelf: op te maken aan haar open werkwijze waarbij elk soort broedplaatsinitiatief aangemoedigd wordt, is Bureau Broedplaatsen helemaal geen

instelling die de intrinsieke waarde van creativiteit over het hoofd ziet. Men houdt niet vast aan een bepaalde standaard waarmee het sociaal-economisch nut van creatieven optimaal tot uiting komt. Bovendien kunnen creatieven in broedplaatsen geheel hun eigen gang gaan, en hoeven zij hun werk uit instrumenteel oogpunt bijvoorbeeld niet te verantwoorden. Het broedplaatsenbeleid betekent in praktijk dus een erkenning van de intrinsieke waarde van creativiteit, maar Bureau Broedplaatsen zou dit in haar documentatie over haar beleidsvoering moeten opnemen.

### **3.3 Het waarborgen van diversiteit en openheid**

Zoals in de vorige paragraaf al duidelijk werd, zijn creatieve broedplaatsen meestal tijdelijk van aard. De broedplaatsfunctie van een gebouw gaat vaak vooraf aan de herbestemming van een plek door de gemeente of andere eigenaren. Het broedplaatsenbeleid kan dus mede gezien worden als een oplossing om leegstand en verval van locaties te voorkomen. Overal in de stad kunnen broedplaatsen worden ontwikkeld en kunnen ze weer verdwijnen. Of het nu door middel van broedplaatsen gebeurt of niet, voor de gezondheid van een gebied is het belangrijk dat de aanwezigheid van creativiteit er ten alle tijden gewaarborgd wordt.

De revitalisering van stedelijke gebieden is een ingewikkeld proces. Uit het vorige hoofdstuk is naar voren gekomen dat de aanwezigheid van creativiteit de opwaartse spiraal naar herontwikkeling van een gebied in gang kan zetten, doordat het een gebied aantrekkelijk kan maken voor een divers publiek. De populariteit van een gebied waarin creatieven actief zijn, kan echter ook te ver doorslaan. Het kan namelijk resulteren in te hoge huizenprijzen, waardoor er opnieuw een eentonig, dit maal rijk publiek ontstaat. De vraag is waarom en op welke manier dit door gemeenten voorkomen moet worden.

#### *3.3.1 Sturing van de huizenmarkt*

'Paradoxaal genoeg zijn kunstenaars [...] vaak de dupe van de groeiende aantrekkelijkheid van het gebied waar zij actief zijn. Zonder een vorm van (huur)subsidie wordt het voor hen daar te duur'<sup>89</sup>, schrijven Thomas van Dalen en Anne Hemker in hun artikel over atelierbeleid en ruimtelijke ontwikkeling. Ook schrijven ze: 'Op zichzelf is er niets op tegen dat de kunstenaarsconcentratie een vruchtbare slingerbeweging door de stad maakt, maar het is wel zaak ook centraal gelegen gebieden divers en levendig te houden. Zonder kunstenaars verdwijnt de productiekant van cultuur en rest ons slechts consumptie.'<sup>90</sup> Door de groeiende populariteit van wijken en de daarmee gepaard gaande stijging van vastgoedprijzen, trekken creatieven er volgens van Dalen en Hemker weg naar goedkopere locaties. Om dit te voorkomen moeten gemeenten ervoor zorgen dat in alle wijken een goede balans tussen dure en goedkope woon- en werkplekken behouden blijft.<sup>91</sup>

---

<sup>89</sup> Dalen, Thomas van., Anne Hemker. 'Méér dan atelierbeleid: ruimte voor kunstenaars in de stad.' *Boekman. Beroep: kunstenaar*. jaargang 22, nummer 84 (2010): 27.

<sup>90</sup> Ibidem.

<sup>91</sup> Ibidem.

De gezondheid van stedelijke gebieden is afhankelijk van de diversiteit qua bebouwing en gebruikers, zo is door Jacobs en Florida verondersteld. Een groeiende woningmarkt in een gebied kan een eentonig (duur) aanbod aan woon- en werkruimten tot gevolg hebben, waardoor een eentonig (rijk) publiek wordt aangetrokken. Economische problemen lijken met dit nieuwe publiek te zijn opgelost, maar dat is schijn. De opnieuw ontstane monotonie qua bevolking zal uiteindelijk weer een smal aanbod aan bedrijvigheid opleveren, waardoor er weinig economische kruisbestuiving kan plaatsvinden. Bovendien zijn armere bevolkingsgroepen waarschijnlijk verplaatst naar goedkopere wijken in de stad. De transformatie van een achterstandswijk naar een buurt met enkel dure woon- en werkruimten, kan elders dus een nieuw probleemgebied opleveren. Om te voorkomen dat zich bijvoorbeeld aan de stadsrand weer nieuwe uitzichtloze situaties vormen, herontwikkelde wijken opnieuw eentonig worden, en er in een stad een scheiding ontstaat tussen rijke en arme buurten, moet bij het opknappen van stedelijke gebieden een balans worden gevonden tussen het aantal duurdere en goedkope woningen die er worden gerealiseerd. Door sturing van de huizenmarkt door de overheid blijft de diversiteit van de fysieke omgeving en de bevolking in een buurt gewaarborgd, en zal een gebied aantrekkelijk blijven voor creatieven.<sup>92</sup>

### *3.3.2 Ruimte scheppen door gedoogbeleid*

Naast of gepaard gaand met te hoge vastgoedprijzen, kan de herontwikkeling van een gebied ook resulteren in een te 'aangeharkte' stedelijke omgeving. Dat wil eigenlijk zeggen dat de gemeente vergaande verantwoordelijkheid neemt voor de openbare ruimte. De gemeente zorgt bijvoorbeeld voor alle beplanting, schone straten met leuke klinkertjes, speeltuintjes voor kinderen, mooi straatmeubilair, in de omgeving passende kunst in de openbare ruimte enzovoort. Kortom: alles in de omgeving oogt perfect en is onderdeel van een groter ontwerp. Als individu heeft het geen zin om zelf invloed op de openbare ruimte uit te oefenen, want de overheid ruimt alle ongeplande elementen op. En ook is het nemen van eigen verantwoordelijkheid niet nodig, omdat de gemeente alles al regelt. Wat er in een dergelijk gebied aan de hand is, is dat de openbare ruimte de politieke consensus weerspiegelt. Op basis van een collectief idee over hoe de stedelijke omgeving eruit moet zien, wordt de openbare ruimte ingericht. Hoewel bijvoorbeeld weinig mensen zullen ontkennen dat speeltuintjes in een wijk wenselijk zijn, moet de invloed van de overheid in een gebied niet te groot worden. Ondanks de aanwezigheid van een klimrek, moet het voor kinderen bijvoorbeeld nog steeds mogelijk zijn om in de bosjes hutten te bouwen, zonder dat die door de gemeentelijke dienst worden opgeruimd vanwege een gepland bloemenperk. Om de diversiteit en creativiteit van de bevolking in een gebied te waarborgen, moet mensen de ruimte worden geboden om zelf hun stempel op de omgeving te drukken.

---

<sup>92</sup> Een kanttekening bij deze bewering is dat sturing van de huizenmarkt de natuurlijke doorstroom in een wijk niet ten goede komt. Mensen die een goedkope woning hebben, gaan er niet snel weg, ondanks dat ze een lage huur niet meer nodig hebben. Starters krijgen zo bijvoorbeeld weinig kansen. Daarnaast vergt het uitgebreid onderzoek om erachter te komen wat in een wijk de juiste verhoudingen tussen dure en goedkope ruimten zijn.

De intrinsieke waarde van creativiteit kan leiden tot identificatie en democratisering van de omgeving. Het kan een positieve invloed hebben op de onderlinge openheid en tolerantie in een gebied. Andersom worden creatieven volgens Florida zelf ook door een open samenleving aangetrokken. Wanneer men de openheid en tolerantie op een plek wil bevorderen, moeten verschillende bevolkingsgroepen (waaronder creatieven) de mogelijkheid krijgen om hun stempel op de omgeving te drukken, en daarin dus ook niet worden beperkt door de overheid. Gemeenten moeten zich dan ook mild opstellen naar de bevolking toe. Ze moeten het toelaten dat individuen de openbare ruimte verpersoonlijken. Van de andere kant is de gemeente natuurlijk verantwoordelijk voor het handhaven van de orde in een stad aan de hand van wetten en regels, en kan zij dus niet alles toestaan. Een manier om te voorkomen dat er in de stad chaos ontstaat en om tevens ruimte te bieden voor individuele behoeften en afwijkende situaties, is het voeren van gedoogbeleid.

Politici stellen wetten en regels op voor het behalen van sociale doelen. Of mensen het met de wetten en regels eens zijn, is vaak afhankelijk van de vraag of ze het met de doelen erachter eens zijn. Wetten en regels impliceren over het algemeen verbod of toestemming voor bepaald gedrag. Zo is het verboden om zonder toestemming van de gemeente beeldhouwwerk op straat te zetten. De context waarin mensen bepaald gedrag vertonen, kan echter ook van belang zijn:<sup>93</sup> het is verboden een beeld op straat te zetten, tenzij dat stukje straat bij iemands voortuin hoort.

Regels kunnen heel precies geformuleerd zijn. Hier hebben politici verschillende redenen voor, zoals het nastreven van gelijke behandeling, het uitsluiten van willekeur en het vooraf geven van duidelijkheid. Maar heel specifieke regels hebben ook nadelen. Ze passen zich namelijk niet aan individuele omstandigheden aan, omdat ze niet flexibel te interpreteren zijn door bijvoorbeeld een politieagent of een rechter. Er is dus een spanningsveld tussen precieze en flexibele regels. Politici moeten proberen er het juiste midden tussen te vinden.<sup>94</sup> Daarnaast kan gedoogbeleid de spanning tussen de voor- en nadelen van specifieke regels wegnemen.

Gedoogbeleid wordt gedefinieerd als 'beleid waarbij handelingen die weliswaar onwettig zijn, maar minder ernstig worden gevonden [...] oogluikend worden toegestaan.'<sup>95</sup> Het is dus beleid waarbij overtredingen door de vingers worden gezien, mits ze bijvoorbeeld niet hinderlijk zijn voor anderen. Zo staat een illegaal beeld op straat niet per definitie in de weg en kan het een toevoeging aan de omgeving zijn. Waarom zou je het als overheid dan verwijderen? Het doel achter de regel dat je voor het plaatsen van kunst in de openbare ruimte een vergunning moet hebben, is immers om te voorkomen dat er hinderlijke werken in de stad worden geplaatst. Het hangt van de context af of iets daadwerkelijk hinderlijk is. Door gedoogbeleid kunnen eventuele specificaties van regels worden genegeerd, en kan de context van bepaald gedrag worden meegenomen in de overweging om het toe te staan of niet.

---

<sup>93</sup> Stone, Deborah. *Policy Paradox. The Art of Political Decision Making*. New York: W.W. Norton & Company, 2002 [1988]: 284-288.

<sup>94</sup> Idem: 288-292.

<sup>95</sup> Coenders 1998: 416.

Hiermee is het een individuele benadering, en richt het zich op de doelstellingen achter wetten.

Gijs van Oenen schrijft in zijn boek *Ongeregelde orde: gedogen en de omgang met wilde praktijken*<sup>96</sup> over gedoogbeleid als beleid waarmee de overheid op een creatieve manier kan zoeken naar oplossingen voor situaties waarin de formele rechtshandhaving tekort schiet. Het is een oplossing voor beleidsdilemma's en biedt de mogelijkheid om een informele rechtsorde te ontwikkelen. Gedoogbeleid is hiermee volgens van Oenen een toevoeging aan de formele rechtsorde. En het is een manier om burgers zelf de rechtsorde te laten interpreteren.<sup>97</sup>

Door te gedogen geeft de overheid de burger als het ware de verantwoordelijkheid over zijn eigen gedrag binnen de maatschappij, door hem na te laten denken over wat wel of niet acceptabel gevonden zou worden. Zo zal de organisatie van een illegale *rave* het tijdstip en de locatie van het evenement beter in overweging nemen, als van de context afhangt of het zal worden gedoogd of niet. Zou de politie het evenement bijvoorbeeld afkappen als het overdag plaatsvindt op een verlaten industrieterrein, of eerder als het 's nachts onder een viaduct bij een woonwijk wordt gehouden? Maar niet alleen gaan mensen door gedoogbeleid beter nadenken over de context en consequenties van hun afwijkende gedrag, ze leren zich ook toleranter op te stellen naar afwijkend gedrag van anderen. Wanneer burgers bij elke ergernis de politie kunnen bellen, en die ook telkens aan klachten gehoor geeft, wordt onverdraagzaamheid binnen de samenleving namelijk steeds in het gelijk gesteld. Dat is niet bevorderlijk voor bijvoorbeeld de onderlinge sfeer. Een voorwaarde voor openheid en tolerantie op een plek is dat mensen elkaars gedrag leren accepteren. Het is in een stad bijna onmogelijk om nooit hinder van anderen te ondervinden. Wanneer er sprake is van ergernis, is het belangrijk dat de geërgerde persoon beseft dat niet per definitie de houding of het gedrag van de ander daar de oorzaak van is. Een agent kan dit besef teweeg brengen door de klager in het ongelijk te stellen.

Voor gemeenten is gedoogbeleid een manier om mensen hun stempel te laten drukken op de openbare ruimte, en om de openheid en tolerantie op een plek te vergroten. Het stimuleert dus democratisering van de stedelijke omgeving en kan zo diversiteit qua bevolking waarborgen in een gebied. Maar ook kan gedoogbeleid een meer diverse fysieke omgeving opleveren, doordat het mensen mogelijkheden biedt om er iets persoonlijks aan toe te voegen, bijvoorbeeld hun creatieve werk. Voor gemeenten is het belangrijk de aanwezigheid van creativiteit in de stad te bevorderen. Het heeft door haar intrinsieke waarde een positieve invloed op de diversiteit en levendigheid van een gebied. Andersom komen creatieven zelf ook op diversiteit en levendigheid af. Om een creatief klimaat te scheppen moet een overheid zich dan ook tolerant opstellen naar de burgers toe, ongeacht of met een uiting politieke kritiek wordt geleverd. Een open maatschappij, waarin mensen hun eigen verantwoordelijkheid nemen en mogen afwijken van de politieke consensus, is namelijk een

---

<sup>96</sup> Oenen, Gijs van. *Ongeregelde orde: gedogen en de omgang met wilde praktijken*. Amsterdam: Boom, 2002.

<sup>97</sup> Idem: 10-16.

maatschappij waarin individuele vrijheid is gewaarborgd. Een open maatschappij is daarmee een creatieve maatschappij. Zij staat immers voor vrijheid van expressie.

## Conclusie

In dit onderzoek stond de vraag centraal of naast de economische en sociaal-maatschappelijke waarde, ook de intrinsieke waarde van creativiteit kan bijdragen aan de revitalisatie van stedelijke gebieden, en hoe beleidsmakers hierop hun beleid kunnen aanpassen. Aan de hand van een literatuurstudie is deze vraag beantwoord. Stedelijke herontwikkeling is een ingewikkeld proces, waarop zowel de makers als de gebruikers van de fysieke omgeving invloed hebben. De laatste jaren is de overtuiging gegroeid dat het niet aan de hand van vaste methoden te sturen is. Steden blijken niet volledig maakbaar van bovenaf. Elke stad en elk gebied daarbinnen is anders, en vereist dus een individuele ontwikkelingsaanpak. Wat uit dit onderzoek is gebleken, is dat de intrinsieke waarde van creativiteit identificatie en democratisering van de openbare ruimte teweeg kan brengen. Het kan de omgeving een nieuwe betekenis geven, en de openheid en tolerantie onder de bevolking vergroten. Op die manier kan de intrinsieke waarde van creativiteit ervoor zorgen dat in een stedelijk gebied een divers publiek tot stand komt, en dat het imago ervan wordt verbeterd. De aanwezigheid van creativiteit en haar intrinsieke betekenis is om die redenen belangrijk voor de revitalisatie van stedelijke gebieden. Er zijn verschillende manieren waarop beleidsmakers een divers en creatief publiek in een gebied kunnen waarborgen, en de intrinsieke waarde van creativiteit in hun beleid kunnen erkennen.

De laatste tien jaar wordt door steden steeds vaker geprobeerd creativiteit, oftewel de creatieve industrie, aan te trekken. Dit doen beleidsmakers hoofdzakelijk vanuit sociaal-maatschappelijke en economische motieven. De overtuiging dat kunst en cultuur sociaal-maatschappelijke waarden hebben, kwam in Nederland aan het einde van de Tweede Wereldoorlog op. Het staat in verband met het Franse Verlichtingsideaal uit de achttiende eeuw, waarmee onder het mom van vrijheid, gelijkheid en broederschap de kunsten werden ingezet als middel ter verheffing van het volk en versterking van de nationale eenheid. Vanaf de jaren vijftig van de vorige eeuw was men in Nederland lange tijd overtuigd van de positieve uitwerking van kunst en cultuur op bijvoorbeeld sociale verhoudingen binnen de samenleving, maar hier ontstond langzaam discussie over. Elco Brinkman werd in 1982 de nieuwe minister van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur, en zette een nieuwe cultuurpolitiek in. Hij trok het maatschappelijke nut van de cultuursector in twijfel en pleitte voor meer marktwerking. De sector zou met haar drang naar experiment vervreemd zijn geraakt van haar publiek, waardoor men moeilijk kon stellen dat de kunsten goed waren voor het welzijn van de gehele bevolking. Door aansluiting te zoeken bij de markt, zou men volgens Brinkman automatisch meer aansluiting vinden bij een breed publiek. Met zijn nieuwe koers gaf de minister gehoor aan de legitimeringsparadox binnen het cultuurbeleid: hoe kon hij overheidssteun aan de cultuursector verantwoorden als er geen draagvlak voor de kunsten onder de bevolking was, en het bovendien te betwijfelen viel dat de kunsten goed waren voor ieders welzijn? Voor dit probleem heeft de Amerikaanse socioloog Richard Florida Nederlandse beleidsmakers zo'n tien jaar geleden een oplossing gegeven.

Ondanks de bestaande discussie rond de maatschappelijke waarden van kunst en cultuur, wordt hier nog steeds door beleidsmakers op ingezet. Maar deze waarden zijn niet de directe reden voor de onlangs ontstane populariteit van de creatieve industrie onder Nederlandse beleidsmakers. De reden hiervoor is namelijk de overtuiging dat de aanwezigheid van creativiteit goed is voor de stedelijke economie. Hiermee kan creativiteit als wapen dienen in de internationale concurrentiestrijd tussen steden, die door de globalisering is ontstaan. Met zijn theorie over de creatieve klasse en haar economische nut, heeft Richard Florida ervoor gezorgd dat beleidsmakers hun steun aan kunst en cultuur ook vanuit economische motieven kunnen verantwoorden. De legitimeringsparadox voor overheidssteun aan de cultuursector is hier gedeeltelijk mee opgelost, want als creativiteit een sterke economie oplevert, is in principe de gehele bevolking erbij gebaat.

Richard Florida treedt met zijn theorie over de werking van de stedelijke economie in de voetsporen van Jane Jacobs, een Amerikaanse activiste en stadsfilosoof die in de jaren zestig een theorie ontwikkelde over de werking van gezonde, levendige steden. Jacobs uitte met haar theorie kritiek op stedelijk ontwikkelingsbeleid waarbij gemeenten van bovenaf gebieden trachtten vorm te geven door middel van grootschalige bouwplannen. Jacobs belangrijkste reden hiervoor was dat deze aanpak van beleidsmakers de diversiteit en levendigheid in een stad niet ten goede kwam. Stedelijke gebieden functioneren volgens haar het beste wanneer er sprake is van meerdere gebruikersfuncties, en diversiteit en kleinschaligheid wat betreft de fysieke omgeving, omdat daardoor diverse bedrijven en een divers publiek worden aangetrokken. Diverse bebouwing en diverse gebruikers hebben volgens haar een positieve uitwerking op de gezondheid van een stad, zowel economisch als sociaal-maatschappelijk gezien.

Richard Florida heeft zich grotendeels bij dit idee aangesloten. Het belangrijkste verschil tussen zijn theorie en die van Jacobs, is dat Florida stelt dat vooral de creatieve klasse wordt aangetrokken door diversiteit, en de stad een economische impuls geeft. Florida richt zich dus op een specifiekere doelgroep. Een groot aanbod aan vrijetijdsbesteding, en diversiteit en authenticiteit wat betreft de bevolking en de omgeving, zijn factoren waardoor de creatieve klasse volgens hem wordt aangetrokken. Met Jacobs bewering dat diversiteit diversiteit bevordert, en met Florida's bewering dat creativiteit creativiteit bevordert, is er in beide theorieën sprake van een cirkelredenering. Voor de herontwikkeling van achtergestelde stedelijke gebieden met diversiteit wat betreft de fysieke omgeving, maar zonder diversiteit qua bevolking, is dit een probleem. Hoe kan een diverse en creatieve bevolking tot stand komen in een wijk waar een divers publiek ontbreekt? De eigenschappen van creatieven en de intrinsieke waarde van hun werk blijken een oplossing te bieden.

Het nut van creativiteit in de stad is tot nu toe door beleidsmakers vooral toegekend aan instrumentele uitkomsten. Ongeacht of en in welke mate er inderdaad sprake is van sociaal-maatschappelijke of economische waarden, gaan beleidsmakers met deze motieven voor het bevorderen van creativiteit voorbij aan de intrinsieke betekenis ervan. Creatieve producten worden over het algemeen namelijk niet geproduceerd of geconsumeerd uit

instrumenteel oogpunt. Wanneer beleidsmakers sociaal-economische uitkomsten verwachten naar aanleiding van de aanwezigheid van creativiteit in een stad, bestaat er dus een wrijving tussen de doelen die beleidsmakers nastreven en de intenties die creatieven hebben met het maken van hun werk. Ook wanneer gekeken wordt naar Richard Florida's definitie van de creatieve klasse is een dergelijke discrepantie te ontdekken. Hij stelt dat de hoofdactiviteit van de creatieve klasse het creëren van betekenis is, maar koppelt haar waarde voor de stad vervolgens aan economische uitkomsten.

Voor de revitalisatie van een achtergesteld gebied is het essentieel dat mensen er positieve associaties bij krijgen. Een negatief imago van een wijk houdt zichzelf in stand, omdat het niet bevorderlijk is voor de sfeer daarbinnen, en andersom. Volgens Jacobs en Florida is diversiteit wat betreft de bevolking een indicatie voor openheid en tolerantie op een plek. Het maakt een plek aantrekkelijk voor verschillende bevolkingsgroepen, waaronder creatieven, en is dus een voorwaarde voor een positief imago van een gebied. Echter schuilt in Jacobs en Florida's theorie het probleem dat er nooit diversiteit en creativiteit qua bevolking kan ontstaan op een plek waar een divers publiek ontbreekt. Maar een achterstandswijk kan ook om andere redenen dan diversiteit qua bevolking aantrekkelijk zijn voor creatieven.

In achtergestelde gebieden is vaak sprake van een overwegend allochtone bevolking. Aangezien creatieven zich volgens Florida graag laten inspireren door andere culturen, zouden zij hierdoor aangetrokken kunnen worden. Maar wat meer voor de hand ligt, is dat creatieven naar achterstandswijken komen vanwege een groot aanbod aan goedkopere woon- en werkruimten. Zij hebben gemiddeld aan huisvesting namelijk niet veel te besteden. Wanneer creatieven zich eenmaal in een achtergesteld gebied hebben gevestigd, kunnen zij vanwege hun eigenschappen gezien worden als de schakel tussen verschillende bevolkingsgroepen. Zo kan de aanwezigheid van creatieven in een gebied de eerste stap zijn naar een divers publiek en een beter imago, en wordt het voor gemeenten en woningbouwcorporaties mogelijk om er verbeteringen aan te brengen.

Naast de eigenschappen van creatieven kan ook de intrinsieke waarde van hun werk een meer divers publiek en een beter imago in een gebied tot stand brengen. Het kan onder andere democratisering van de openbare ruimte teweeg brengen. Dit betekent het volgende: binnen elke maatschappij is een constante strijd gaande tussen verschillende overtuigingen over hoe de samenleving moet worden ingericht. Deze strijd is onoplosbaar, er kan geen beleid worden gemaakt waarmee iedereen het eens is. De politieke macht zoekt daarom naar consensus en stelt op basis daarvan wetten op. De identiteit van steden wordt echter gevormd door de mensen daarbinnen. Daarom is het belangrijk dat de openbare ruimte niet de politieke consensus weerspiegelt, maar juist de tegenstellingen binnen de samenleving. Creativiteit in de openbare ruimte kan gezien worden als een middel om de ruimte te bevechten. Ongeacht of dat gewenst is, kunnen creatieven hun persoonlijke stempel op de omgeving drukken. Direct of indirect zetten ze hiermee hun vraagtekens bij het idee dat alleen de overheid bepaalt wat er in de openbare ruimte gebeurt. Wanneer mensen het in een

gebied normaal gaan vinden om met de omgeving te doen wat zij willen, groeit de openheid en tolerantie op een plek. Dit waarborgt een positief imago en diversiteit qua bevolking. De reden waarom expliciet creatieve producten in een gebied democratisering teweeg kunnen brengen, is dat ze intrinsieke betekenis bevatten. Deze intrinsieke betekenis schuilt in de cognitieve of emotionele beleving die een bepaald werk teweeg brengt, en die mensen iets vertelt over zichzelf of over anderen. De intrinsieke waarde van creativiteit houdt dus confrontatie in. Onderlinge tegenstellingen of overeenkomsten komen ermee aan het licht, waardoor men zich bewust wordt van de eigen identiteit en die van een ander. Naast democratisering kan de intrinsieke waarde van creativiteit ook op een directere manier invloed uitoefenen op de bevolkingsamenstelling en het imago van een gebied.

Volgens Florida zijn creatieven geïnteresseerd in de authenticiteit van hun omgeving en voegen zij betekenis toe aan hetgeen ze doen. Creatieven zijn dus zowel op zoek naar de intrinsieke beleving van bijvoorbeeld een gebouw, als dat zij die beleving zelf tot stand kunnen brengen. Ze zien immers potentie en handelen van daaruit. Dit heeft als gevolg dat creatieven direct invloed kunnen uitoefenen op het imago van de omgeving waar zij zich vestigen. Bijvoorbeeld bij het creëren van een culturele broedplaats voegen ze nieuwe betekenis aan een plek toe. Zo kunnen ze ervoor zorgen dat mensen er nieuwe associaties bij krijgen, wat kan leiden tot een nieuw publiek in een wijk. Wederom is de intrinsieke waarde van creatief werk dus van invloed op het proces van stedelijke revitalisatie. Het belang van de intrinsieke waarde voor de stad mag dan ook niet door beleidsmakers over het hoofd worden gezien.

De revitalisatie van stedelijke gebieden eist per gebied een individuele aanpak. Het is ingewikkeld om hier als gemeente beleid op toe te passen. Beleid impliceert normaalgesproken namelijk een vaste gang van zaken. Experimenteren om te kijken wat in een gebied mogelijk is, lijkt op een beleid van willekeur, en is daarom moeilijk te verantwoorden. Het Broedplaatsenbeleid van de gemeente Amsterdam vormt echter een middenweg tussen vaststaand beleid en een plaats specifieke aanpak. Voor het huisvesten van creatieven in de stad wordt door Bureau Broedplaatsen steeds per locatie bekeken wat de mogelijkheden zijn. Om met de beleidsdoelen niet voorbij te gaan aan waar creativiteit in essentie voor staat, en om de haalbaarheid van enkele instrumentele doelen helderder te maken, zou Bureau Broedplaatsen in haar beleidskader echter de intrinsieke betekenis van creativiteit moeten opnemen. De intrinsieke waarde van creatieve producten zou kunnen worden neergezet als de reden waarom deze producten worden vervaardigd, als hetgeen dat een samenleving verpersoonlijkt, en als een waarde waaruit eventueel ook instrumentele waarden kunnen voortvloeien. Naast het realiseren van broedplaatsen kunnen gemeenten ook op andere manieren de aanwezigheid van creativiteit in de stad bevorderden, en de diversiteit in gebieden waarborgen.

Wanneer in een stedelijk gebied het proces van herontwikkeling eenmaal in gang is gezet, is de vraag op welke manier voorkomen kan worden dat er opnieuw eentonigheid ontstaat. Een te grote populariteit van een gebied kan er namelijk voor zorgen dat de

vastgoedprijzen stijgen, waardoor mensen met een laag inkomen vertrekken. Op die manier verdwijnt op een plek de creativiteit en diversiteit en is er opnieuw sprake van een niet-divers publiek. Dit is niet bevorderlijk voor de openheid, tolerantie en levendigheid in een gebied, en bovendien ook niet voor de sociaal-economische gezondheid van de stad in het geheel. Om ervoor te zorgen dat een gebied aantrekkelijk blijft voor een divers en creatief publiek, zou een gemeente erop toe kunnen zien dat er in elke wijk een mix blijft bestaan van duurdere en goedkope ruimten. Maar er is nog een manier om als overheid diversiteit en creativiteit te waarborgen.

Een ander probleem van te vergaande stedelijke revitalisatie, is namelijk dat het kan resulteren in een omgeving waarin de politieke consensus overheerst. De openbare ruimte wordt door de overheid ingericht op basis van een algemeen ideaal. Het is niet nodig om er als burger verantwoordelijkheid voor te nemen, omdat de gemeente alles al regelt. Daarnaast hebben persoonlijke ingrepen in de openbare ruimte geen zin, omdat ongeplande elementen over het algemeen verwijderd worden. Op deze manier biedt een plek geen ruimte aan mensen om er hun eigen stempel op te drukken, wat niet bevorderlijk is voor de diversiteit en levendigheid op een plek. Om ervoor te zorgen dat mensen zich verbonden blijven voelen met hun omgeving, moet een gemeente afwijkend gedrag tolereren. De overheid moet dus ruimte scheppen voor democratisering.

Een manier voor gemeenten om enerzijds de orde in een gebied te handhaven, maar anderzijds de bevolking de ruimte te bieden om af te wijken van de politieke consensus, is het toepassen van gedoogbeleid. Gedoogbeleid kan een oplossing zijn voor de spanning tussen de voor- en nadelen van precies geformuleerde regels. Precieze regels scheppen bijvoorbeeld enerzijds duidelijkheid over wat wel en niet is toegestaan, maar ze houden anderzijds niet altijd rekening met individuele omstandigheden, dus met de context van afwijkend gedrag. Door dit laatste kan de regel voorbij gaan aan het achterliggende doel ervan. Een kunstwerk op straat kan bijvoorbeeld officieel verboden zijn, terwijl het eigenlijk geen hinder veroorzaakt. Door middel van gedoogbeleid ontstaat de ruimte om op basis van de hinderlijkheid, dus op basis van de situatie, een overtreding toe te staan of niet. Het impliceert dus een meer persoonlijke benadering van gedrag. Daarnaast gaan mensen er zelf de context en consequenties van hun afwijkende gedrag beter door inschatten, en leert men afwijkend gedrag van anderen meer te tolereren. Hiermee scheidt gedoogbeleid een meer open en tolerant klimaat binnen de maatschappij. Het is een manier waarop de vrijheid van expressie, en daarmee creativiteit, door de overheid kan worden gewaarborgd.



## Reflectie

Drie maanden en ruim veertig pagina's verder, kan ik zeggen dat ik tevreden ben met mijn scriptie over stedelijke revitalisatie en de rol van de intrinsieke waarde van creativiteit. Ik heb in mijn onderzoek geprobeerd in woorden de vatten wat naar mijn idee de belangrijkste waarde is van creativiteit voor de stad en de samenleving. Dat was niet altijd even gemakkelijk. Ik heb tijdens het schrijven van mijn scriptie te maken gehad met verschillende begrippen die naderde toelichting vereisten, omdat er geen algemene overeenstemming over de inhoud bestaat. En ook was het soms lastig de volgorde te bepalen waarin verbeteringen kunnen optreden door creativiteit in achtergestelde gebieden, omdat bij stedelijke revitalisatie (Jacobs en Florida halen dit met hun cirkelredeneringen ook aan) ontwikkelingen vaak hand in hand gaan. Soms duurde het even voordat ik me dat zelf besepte, en ik hoop dan ook dat mijn bedoelingen en redeneringen in mijn scriptie helder naar voren zijn gekomen. Ik heb zelf in ieder geval het gevoel tot inzichten te zijn gekomen over de waarde van creativiteit voor de stad, ongeacht of het bijvoorbeeld geldt oplevert.

Nederland verkeert momenteel in een economische crisis. Daarom wordt er op verschillende uitgavenposten bezuinigd, waaronder de cultuursector. Of die bezuinigingen zelf terecht zijn, wil ik in het midden laten, maar onder welk mom ze worden doorgevoerd, stuit mij soms tegen de borst. Culturele instellingen worden door Den Haag neergezet als waardeloos, zo lang ze tenminste geen economisch nut hebben of goed zijn voor de internationale status van Nederland. Dat kunst en cultuur belangrijk zijn om hun betekenis wordt hiermee genegeerd. In tijden van crisis draait alles om het herstellen van de economie. Terwijl er ook andere dingen zijn waar mensen gelukkig van kunnen worden. Kunst en cultuur zijn in staat de samenleving te verpersoonlijken. Ze staan voor de menselijke verhalen binnen de maatschappij, die door de crisis flinke klappen te verduren heeft. Het onderliggende doel van mijn scriptie was dit belang van creativiteit aan te tonen, en om grip te krijgen op hoe creativiteit een samenleving kan veraangenamen. De overheid is naar aanleiding van de economische crisis misschien inderdaad genoodzaakt om op kunst en cultuur te bezuinigen en onttrekt de sector om die reden bestedingsruimte, maar daar mag wel iets anders tegenover staan. Wanneer beleidsmakers de intrinsieke waarde van creativiteit erkennen, en mensen meer mogelijkheden geven om hun eigen ideeën en identiteit uit te dragen, creëren zij nieuwe ruimte voor creativiteit. Zolang overheden deze ruimte echter niet bieden, zullen creatieven die zelf moeten bevechten. Met het oog op het politieke populisme dat vandaag de dag binnen de samenleving domineert, en de huidige boodschap vanuit Den Haag aan de cultuursector, kan wat onderlinge confrontatie en verzet tegen de heersende consensus momenteel in ieder geval geen kwaad.



## Literatuurlijst

### Boeken, bundels en artikelen

Bontje, Marco., Sako Musterd. 'Creative industries, creative class and competitiveness: Expert opinions critically appraised.' *Geoforum*, jaargang 40, nummer onbekend (2009): 843-852.

Bureau Broedplaatsen, gemeente Amsterdam. *Beleidskader Atelier- en Broedplaatsen Metropoolregio Amsterdam 2012-2016*. Amsterdam: Bureau Broedplaatsen, 2012.

Coenders, H., red. *Kramers. Handwoordenboek Nederlands*. Amsterdam: A.C.H. Bekkers, 1998.

Dalen, Thomas van., Anne Hemker. 'Méér dan atelierbeleid: ruimte voor kunstenaars in de stad.' *Boekman. Beroep: kunstenaar*. jaargang 22, nummer 84 (2010): 26-32.

Florida, Richard. *The Rise of the Creative Class. And how it's transforming work, leisure, community, & everyday life*. New York: Basic Books, 2002.

Florida, Richard. *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge, 2005.

Franke, Simon., Gert-Jan Hospers. 'De actualiteit van Jane Jacobs.' In: Franke, Simon., Gert-Jan Hospers, red. *De levende stad. Over de hedendaagse betekenis van Jane Jacobs*. Amsterdam: Uitgeverij SUN en auteurs, 2010 [2009].

Jacobs, Dany. 'Een creatieve stad is meer dan een stad van creatievelingen.' In: Franke, Simon., Gert-Jan Hospers, red. *De levende stad. Over de hedendaagse betekenis van Jane Jacobs*. Amsterdam: Uitgeverij SUN en auteurs, 2010 [2009].

Jacobs, Jane. *The Death and Life of Great American Cities*. London: Jonathan Cape, 1962 [1961].

Klanten, Robert. *Urban Interventions. Personal projects in public space*. Berlijn: Gestalten, 2010.

Krätke, Stefan. 'Creative Cities' and the Rise of the Dealer Class: A Critique of Richard Florida's Approach to Urban Theory.' *International Journal of Urban and Regional Research*, jaargang 34, nummer 4 (2010): 835-853.

Landry, Charles. *The Art of City Making*. Londen: Sterling, 2008 [2006].

Mouffe, Chantal. 'Kunst en democratie. Kunst als agonistische interventie in de openbare ruimte.' *Open. Kunst als publieke zaak*, nummer 14 (2008): 6-15.

Oenen, Gijs van. *Ongeregelde orde: gedogen en de omgang met wilde praktijken*. Amsterdam: Boom, 2002.

Pots, Roel. *Cultuur, koningen en democraten. Overheid & cultuur in Nederland*. Nijmegen: Drukkerij MacDonald/SSN, 2006 [2000].

Rutten, P., G. Marlet, F. van Oort. *Creatieve Industrie als Vliegwiel. Onderzoek in opdracht van Creative Cities Amsterdam Area*. Haarlem: Paul Rutten Onderzoek, 2011.

Stadsdeel Oost, gemeente Amsterdam. *Hoofdlijnenakkoord Indische Buurt 2010-2014*. Amsterdam: Stadsdeel Oost, 2010.

Stone, Deborah. *Policy Paradox. The Art of Political Decision Making*. New York: W.W. Norton & Company, 2002 [1988].

Twaalfhoven, Anita. 'Het raadsel rond de intrinsieke waarde.' *Boekman. Het belang van kunst*, jaargang 20, nummer 77 (2008): 13-17.

Vuyk, Kees. 'De controverse over de waarde van kunst.' *Boekman. Het belang van kunst*, jaargang 20, nummer 77 (2008): 6-12.

Warna Oosterbaan, Martinus. *Schoonheid, Welzijn, Kwaliteit. Kunstbeleid en verantwoording na 1945*. Den Haag: Gary Schwartz/SDU, 1990.

### **Internetpublicaties**

Andrew, Sue. 'Toolkits for urban innovators' *Charleslandry.com*. Datum publicatie onbekend. 28 juni 2012 <<http://www.charleslandry.com/>>.

Arnhems Centrum voor Creatieve Economie & Innovatie. 'Wie is wie. Dany Jacobs' *Arcci.nl*. Datum publicatie onbekend. 28 juni 2012 <[http://www.arcci.nl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=18&Itemid=57&lang=nl](http://www.arcci.nl/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=57&lang=nl)>.

Beek, Sjors van. 'Lessen uit de Diamantbuurt' *Binnenlandsbestuur.nl*. Publicatie 16 maart 2007. 15 juni 2012

<<http://www.binnenlandsbestuur.nl/sociaal/achtergrond/achtergrond/lessen-uit-de-diamantbuurt.99824.lynkx>>.

Bockma, Harmen. 'Halbe Zijlstra: Er zit pijn in de bezuinigingen, dat klopt' *Volkskrant.nl*. Publicatie 11 juni 2011. 23 juli 2012

<<http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2676/Cultuur/article/detail/2444187/2011/06/11/Halbe-Zijlstra-Er-zit-pijn-in-de-bezuinigingen-dat-klopt.dhtml>>.

Bureau Broedplaatsen, gemeente Amsterdam. 'Broedplaatsenbeleid. Ontstaan en organisatie' *Bureaubroedplaatsen.amsterdam.nl*. Datum publicatie onbekend. 4 augustus 2012

<<http://bureaubroedplaatsen.amsterdam.nl/Broedplaatsenbeleid/Ontstaan-en-organisatie.html>>.

Duivenvoorden, Eric. 'Robert Jasper Grootveld. Een leven in vogelvlucht' *Iisg.nl*. Datum publicatie onbekend. 31 juli 2012 <<http://www.iisg.nl/grootveld/biografie.php>>.

Projectbureau Zuidoostlob, gemeente Amsterdam. 'State of the art kantoorlocatie in 80/90-er jaren' *Amstel3.amsterdam.nl*. Datum publicatie onbekend. 24 mei 2012

<[http://www.amstel3.amsterdam.nl/main.asp?wpl\\_id=55715](http://www.amstel3.amsterdam.nl/main.asp?wpl_id=55715)>.