

Het gras van de buurman is groener, maar of die kleur bij het eigen huis past is maar de vraag.

(een nooit verstuurd notitie uit 2008 over de noodzaak voor Amsterdam om uit te gaan van de kracht van de eigen burgers)

De nieuw benoemde commissieleden van de CAWA, wat de toewijzing moet gaan doen voor ateliers en woonwerkpanden in Amsterdam, waren onlangs uitgenodigd om een gesprek te hebben met de Amsterdamse wethouder cultuur. Na het voorstellen en wat heen en weer gekeuvel benadrukte de wethouder dat het belangrijk voor de stad Amsterdam is dat creatieve mensen van buiten Amsterdam en van buiten Nederland een werkplek moeten gaan krijgen in Amsterdam. Dit aandachtspunt werd haar ingegeven door het feit dat Amsterdam in haar beleid de theorie van Richard Florida, beschreven in "The Rise of the creative class (and how it's transforming work, leisure, community, and everyday life)"(1) helemaal omarmd heeft. Het idee erachter is dat om een economische spin-off te krijgen het noodzakelijk is dat de stad een creatieve impuls krijgt. Amsterdam probeert deze creatieve impuls te forceren door buitenlandse leden van de creatieve klasse te verlokken naar Amsterdam te komen, waardoor bedrijven vanzelf zullen komen om zich daar te vestigen waar de creatieve klasse zich prettig voelt. Amsterdam zet meer in op de creatieve kracht van buitenstaanders, dan op de creatieve kracht van haar eigen bewoners zelf.

Richard Florida heeft in het genoemde boek onder andere onderzocht wat de levenswijze is van mensen die volgens hem behoren tot de creatieve klasse. Uit dit onderzoek blijkt dat deze mensen graag dingen in hun eentje doen. Ze voelen zich niet snel verbonden met hun werk en veranderen daarom snel van baas. Daarnaast doen zij vaak individualistische sporten zoals bergbeklimmen en fietsen. Deze mensen doen dingen en kopen producten om de belevenissen en ervaringen, niet om het product zelf. Ze willen zo veel mogelijk dingen ervaren en het liefst zo divers mogelijk. Ze zijn sterk op het eigen individuele ik gericht, en gaan sociaal gezien geen sterke banden aan met anderen. Ze hebben een eigen levensstijl en een eigen kijk op de wereld. Om te kunnen bepalen of een stad behoort tot de creatieve steden heeft Richard Florida de creativiteitsindex uitgevonden. Met deze index kunnen beleidsmakers te weten komen hoe creatief een bepaalde plek of stad is. Hiervoor maakt Richard Florida gebruik van een mix van vier gelijk gewogen factoren:

1. Het aandeel creatieve werkers in de beroepsbevolking (de mensen die volgens Richard Florida onder de creatieve klasse vallen)
2. Innovatie (het aantal aanvragen van patenten per hoofd van de bevolking)
3. De aanwezigheid van de high-tech industrie (De technische mogelijkheden, producten en diensten)
4. Diversiteit (de mate waarin men openstaat voor verschillen, zoals homo's en mensen van verschillende etniciteit).

Als deze vier factoren met elkaar gemixt worden krijgt een plek of stad een bepaalde score en aan de hand daarvan is te zien of die plek of stad een hoog creativiteitsgehalte heeft. Er is dan te bepalen hoe aantrekkelijk die stad of plek is om talent aan te trekken, en of het voor bedrijven interessant is zich daar te vestigen.

In slechts één alineaatje (2) van zijn boek laat Richard Florida echter ook iets anders zien (citaat): "de grote creatieve steden, zoals San Fransisco, Seatle, Boston, Chicago, Denver en Boulder, hebben een hoog niveau van innovatie en high-tec industrie en erg hoge niveaus van diversiteit, maar scoren in verhouding met andere steden lager dan het gemiddelde niveau als het gaat om sociaal kapitaal en als het gaat over het gemiddelde niveau van politieke betrokkenheid." Dit laatste geeft te denken en laat in wezen het verband zien tussen de individualistische ongebondenheid van de creatieve klasse met een degenererende sociale samenhang in de creatieve steden.

Het vreemde is dat veel beleidsmakers wel hun mond vol hebben over dat het voor Amsterdam,

vanwege de economische spin-off, belangrijk is om in te zetten op de creatieve stad, maar dat slechts zeer weinigen van deze beleidsmakers ook daadwerkelijk het boek van Richard Florida, en dus ook deze kleine essentiële passage, gelezen hebben. Velen weten wel via uittreksels en horen zeggen wat in grove lijn de theorie van Richard Florida inhoudt, en proberen dat wat ze weten in beleid uit te drukken. Binnen de Hoofdlijnen kunst en cultuur 2009-2012 van Amsterdam (3), geschreven door de Dienst Maatschappelijke Ontwikkelingen om te komen tot het kunstenplan 2009-2012, wordt er bijvoorbeeld duidelijk ingezet om buitenlanders en andere mensen van buiten Amsterdam aan te trekken (citaat): “Steden die willen groeien, zegt de al eerder genoemde Richard Florida, moeten zich niet concentreren op het aantrekken van bedrijven, maar op het creëren van het juiste klimaat voor de ‘creative class’: hoogopgeleide en deskundige mensen, variërend van filmmaker, schrijver en architect tot dokters, advocaten en accountants. In het vorige hoofdstuk schreven wij al, dat Amsterdam daarvoor bij uitstek geschikt is. Om dat ‘juiste klimaat’ te scheppen is het van belang de aantrekkingskracht van de stad te vergroten. Het is van cruciaal belang dat we inzetten op het aantrekken van toptalent van buiten Amsterdam en Nederland, waarbij we vanzelfsprekend het Amsterdamse talent zullen koesteren. Het kunstvakonderwijs moet een meer internationale uitstraling krijgen. Dat kan bij voorbeeld door uitbreiding van goede studentenhuysvesting voor buitenlandse studenten. Ook reserveren we een belangrijk deel van de jaarlijks vrijkomende ateliers en (woon)werkruimten voor jonge kunstenaars uit Nederland en daarbuiten. Juist om die reden hebben ook de kunstinstanties een rol in het aantrekken van toptalent, zeker ook uit het buitenland. Door onderscheiden producties, goede relaties met buitenlandse instellingen, kan er een klimaat ontstaan waarin toptalent zich verder kan bekwamen en zijn talenten kan tonen aan het Amsterdamse publiek, maar zeker ook aan de makers en spelers binnen de kunstsector. De Gemeente kan zelf concreet de randvoorwaarden creëren en onderwijsinstellingen en kunstinstanties stimuleren om hun activiteiten aantrekkelijk te maken voor toptalent uit het buitenland.” De aandacht gaat duidelijk naar het buitenlandse talent, het Amsterdamse talent wordt weliswaar genoemd, maar moet genoeg nemen met een klein bijzinnetje. Blijkbaar is het niet nodig om voor de stimulatie van dit talent speciaal beleid te ontwikkelen. Men wil dus inzetten op talent van buiten Amsterdam wat blijkbaar de stad zodanig aantrekkelijk moet maken dat bedrijven en andere creatievelingen er gaan neerstrijken. Dit talent zou moeten behoren tot de creatieve klasse die, zoals Richard Florida aangegeven heeft, erg individualistisch is en zwakke sociale banden aangaat.

Het sociale kapitaal van de stad zal onder druk komen te staan als de stad ingericht wordt om dit soort mensen te behagen (sociaal kapitaal kan algemeen omschreven worden als ‘de hulpmiddelen die in een gemeenschap aanwezig zijn om de gezins- en sociale organisatie vorm te geven.’ Deze hulpmiddelen vinden hun voedingsbodem in acties zoals gemeenschapsactiviteiten, sociale steun en participatie. Belangrijke elementen van sociaal kapitaal zijn de kwaliteit van sociale relaties, groepslidmaatschap, formele en informele netwerken, gedeelde normen, vertrouwen, wederkerigheid en inzet voor de gemeenschap (4)). Bewoners van de stad maken zich druk om hun leefomgeving en de problemen die daar spelen. Ze zullen daar anders mee omgaan dan mensen die de stad alleen maar tijdelijk willen gebruiken om van alles mee te maken en om hun eigen creatieve ding te doen. Bewoners zullen willen investeren in hun leefomgeving in plaats van alleen maar gebruik te willen maken van hun directe omgeving vanwege een genotsgril en consumptiedrang. Als er ingezet wordt op de creatieve kracht van de eigen bewoners van de stad zal dit zeer waarschijnlijk ook het sociale kapitaal van de stad waarborgen en misschien wel vergroten. In Amsterdam is er een groot creatief kapitaal aanwezig. Een groot deel van dit eigen creatieve kapitaal is echter nog nooit aangesproken of bereikt, omdat de meeste beleidsmakers en politici tot de blanke middenklasse behoren en andere etnische groepen binnen de multiculturele bevolking nauwelijks weten te vinden.

In plaats van beleid te maken om de creatievelingen van buitenaf de stad in te trekken zou er juist beleid moeten komen om de energie van mensen uit Amsterdam zelf te stimuleren en plek te geven.

Charles Landry, schrijver van het boek “The Art of City Making” (5) propageert het gebruik van

de energie van bewoners van steden zelf. Nieuw aan de filosofie van Charles Landry is dat hij vindt dat stedelijke ontwikkeling veel meer een ethische basis moet krijgen. (citaat) “Vergeet niet dat het uiteindelijk de mensen zijn die een stad maken. Een gemeentebestuur dat zijn burgers centraal durft te stellen en zich om hun geluk en welbevinden bekommert, is slim bezig. Want tevreden inwoners zijn het beste visitekaartje van de stad.” Hij haakt in zijn boek in op de creatieve klasse (citaat): “Creativiteit is niet voorbehouden aan de creatieve klasse, die volgens Florida maar zo’n dertig procent van de bevolking uitmaakt. Iedereen is creatief. Gewone mensen zijn in staat tot buitengewone prestaties. De creatieve stad is beter te vergelijken met een jamsessie van jazzmusici dan met een concert van een symfonieorkest. Een orkest heeft maar één dirigent, terwijl jazz juist democratisch en spontaan is. Een stad heeft meer aan een paar duizend mensen die in welk opzicht dan ook creatief zijn dan aan een plan waarin staat hoe de creatieve klasse gestimuleerd kan worden.”

Het Financieel Dagblad heeft afgelopen november, naast hun recensie van zijn boek, het belang van de kijk van Charles Landry onderschreven (citaat) (6): In ons eigen land is het gedachtegoed van Charles Landry niet zo bekend. Nog steeds domineren de ideeën van Richard Florida het debat over steden, creativiteit en beleid. Dat is onder meer te zien in steden als Amsterdam, Rotterdam, Groningen en Arnhem. Ook kleinere gemeenten, van Assen tot Zaanstad, gaan met de kudde mee en hebben het gevoel dat ze ‘iets’ met de creatieve klasse moeten. Met zijn brede kijk zou Landry deze gemeenten veel meer kunnen inspireren dan Richard Florida. Dat klopt zegt Frans Boekema, hoogleraar economische geografie aan de Nijmeegse Radboud Universiteit. ‘De theorie van Florida is een hype. Die past in een wending in het denken over steden. Florida laat zien dat cultuur in de zin van kunst, architectuur, design en festivals een stad op de kaart kan zetten. Denk aan het Groninger Museum, de Dutch Design Week in Eindhoven en de Amsterdamse Uitmarkt. Maar misschien nog wel belangrijker voor een stad is de mentaliteit van haar bevolking, dus de specifieke stadscultuur waarover Landry het heeft. Beide vormen van cultuur zijn van belang.

De theorie van Charles Landry hoeft niet in tegenspraak te zijn met de theorie van Richard Florida. Als de basis en de kracht van de creativiteit in een stad in handen is van de bewoners zelf, zal dit een aantrekkingskracht hebben voor buitenstaanders. Omdat de creativiteit van de bewoners leading is zal de creativiteit van deze buitenstaanders deze basis alleen maar kunnen versterken, waardoor enerzijds het sociale kapitaal binnen een stad gewaarborgd blijft, en anderzijds bedrijven zich in de stad willen vestigen omdat de creatieve klasse daar ook aanwezig is. Met andere woorden als het beleid van de stad gericht is op het stimuleren van de creatieve kracht van de bewoners zelf zal de creatieve klasse van buiten vanzelf de stad binnenkomen zonder dat het extra geld en energie kost. De creatieve klasse van buiten Amsterdam vindt zijn plekje wel in de stad.

De eerder in dit artikel genoemde leden van de CAWA zullen, omdat ze ook gevraagd en ongevraagd advies mogen uitbrengen, bij de wethouder van Cultuur onder ogen moeten brengen dat inzetten op de creatieve industrie een uitstekend economisch middel voor de stad is, maar wil de sociale samenhang binnen de stad versterkt worden er via het beleid ingezet moet gaan worden op de creatieve kracht van de stadbewoners zelf. De wethouder moet duidelijk gemaakt worden dat ons eigen gras misschien wel sterker en groener is dan het gras van de buurman, en dat het noodzakelijk is om eerst de eigen tuin te onderhouden voordat er ander gras ingezaaid kan worden.

Hessel Dokkum, 3-1-2008

Bronnen

(1) “The Rise of the creative class (and how it’s transforming work, leisure, community, and everyday life)” geschreven door Richard Florida (paperback, uitgegeven in 2004 door Basic Books)

(2) blz. 275 van “The Rise of the creative class (and how it’s transforming work, leisure, community, and everyday life)” geschreven door Richard Florida (paperback, uitgegeven in 2004 door Basic Books)

(3) “Hoofdlijnen kunst en cultuur 2009-2012 van Amsterdam” geschreven door DMO

(4) http://nl.wikipedia.org/wiki/Sociaal_kapitaal

(5) en (6) “De stad als jamsessie” Het Financieel Dagblad, 24 november 2007, geschreven door R. Dalm en