

GOOI - EN EEMLAND

BUSINESS®

Zakenmagazine voor 't Gooi, Eemland, Vallei en Noord-West Veluwe. Jaargang 24, nummer 4, september 2008

Meer te halen
uit plannen
Soesterberg

Waterfront
Harderwijk
komt er

Amersfoort
Creatieve Stad
succesvol op weg

NATIONAAL



Wubbo Ockels
en de duurzame
realiteit

REPORTAGE



Van Deuveren
Traffic gaat
files te lijf

NETWERKEN



Genieten op
Haringparty
Amersfoort

'Creativiteit stimuleert economie in stad die zal bruisen'

AMERSFOORT CREATIEVE

'Wat mij na ruim een half jaar Amersfoort Creatieve Stad vooral in het oog springt? De passie, de betrokkenheid, het creatieve partnerschap. Die uitgesproken behoefte om met elkaar iets te bereiken, spraakmakend te zijn. Eigenlijk al die dingen die we tot nu toe al gedaan hebben om Amersfoort als creatieve stad op de kaart te zetten. Dat heeft ook een positief effect op de totale economie van de stad.'

Corien Rodenburg, zelfstandig coach en procesmanager in de creatieve sector, door het gemeentebestuur van Amersfoort gevraagd om als innovatie- en procesmanager Amersfoort Creatieve Stad te regisseren en de ambities van de stad op dat gebied waar te maken, is tevreden over de wijze waarop het project inmiddels vorm krijgt. 'We zijn zichtbaar, daar gaat het nu in eerste instantie om. Het aandeel van

de creatieve industrie is groeiende. Het cluster Creatieve Industrie en ICT had in 2006 een omzetaandeel van 13,4 procent in de totale economie. Dat is bijna het grootste omzetaandeel van alle top 10-steden in de Noordvleugel. De werkgelegenheid groeide de afgelopen jaren sterk tot meer dan 10.000 banen in 2007 en is daarmee goed voor ruim één op de acht banen in de Keistad. En daarmee groeit ook het belang van creatief ondernemen. Belangrijk, want we praten hier over de economie van de toegevoegde waarde, de economie die zorgt voor reuring in een stad waar wat aan de hand is, omdat er iets bruist.'

Speerpunt

Creatief ondernemerschap. Amersfoort verhef het nadrukkelijk tot een van de speerpunten in het toekomstig econo-



'SOUL IN THE CITY'



Richard Florida: 'Creativiteit nieuwe motor voor verdere economische ontwikkeling'

Zo'n vijf jaar geleden had nog niemand van Richard Florida gehoord. Zijn bestsellers *The Rise of the Creative Class* (2002) en het vervolg *The Flight of the Creative Class* (2005) maakten hem echter in één klap beroemd. Sindsdien staan de creatieve klasse en de creatieve economie volop in de schijnwerpers en buitelen wereldwijd steden en stadsbesturen over elkaar heen om zich creatief te onderscheiden of zich althans zo te profileren. Wat maakt de benadering van Richard Florida zo opmerkelijk? Hij stelt dat creativiteit, vooral onder invloed van sociale en culturele veranderingen, dé nieuwe motor is voor verdere economische groei. Voor het eerst in de geschiedenis van de mensheid is die economische groei volgens hem afhankelijk van de ontwikkeling van de menselijke geest en niet langer van bijvoorbeeld technologische vernieuwing, een betere locatie of efficiëntere productieprocessen.

Florida gaat uit van *human development*, de verdere ontwikkeling van menselijke capaciteiten. Alleen dat levert volgens hem nog toegevoegde waarde. Als consument, van welk product dan ook, kies je dus vooral voor de aandacht en de creativiteit die erin zijn gestopt. Dat is volgens Florida de nieuwe economie, de creatieve economie. Uit onderzoek blijkt dat de creatieve sector, onder meer bestaand uit de kunsten, media, entertainment en creatieve zakelijke dienstverlening, vooral in grote steden een steeds belangrijker economische factor is, die bovendien harder groeit dan andere sectoren. Creativiteit dus als cruciale factor voor innovatie en een bloeiende economische toekomst. Binding van creatieve mensen en bedrijven aan de stad lijkt van groot belang om de stad vitaal te houden. Want dat is volgens Florida de *soul of the city*, die enorme invloed heeft op het menselijk welbevinden.

STAD SUCCESVOL ONDERWEG

misch beleid. Had dat bijvoorbeeld net zo goed organisatieadvies kunnen zijn? Of handel? Rodenburg vindt van niet. 'Een stad die groeit zoals Amersfoort vraagt zich op enig moment terecht af hoe die stad er uiteindelijk uit gaat zien en hoe de economie er dan voor zal staan. De constatering: veel gezinnen, veel jongeren, dus veel economische bedrijvigheid schiet dan te kort. Amersfoort wilde de gewenste toekomstige bedrijvigheid over 10 tot 20 jaar benoemen en kijkt voorbij de huidige ontwikkelingen in de kenniseconomie. De creatieve economie zorgt voor de creatie van toegevoegde waarde, stijl en beleving van producten. Dat gaat samen met een prikkelende omgeving, waarin je het hart van een stad écht kunt horen kloppen.'

Toonaangevend

Een nadrukkelijke keus dus voor creatief ondernemerschap. Belangrijk was volgens Rodenburg vervolgens de vraag hoe je die creativiteit concreet kunt inzetten voor het welzijn van de stad. 'Hoe gebruik je creativiteit? In elk geval niet door bijvoorbeeld een kunstenaarswijkje op te zetten en dat vervolgens heel bevolgen te positioneren als het *Montmartre aan de Eem*. Bij creatief ondernemen gaat het natuurlijk om veel meer dan kunst. Amersfoort Creatieve Stad wil de creatieve bedrijvigheid in Amersfoort versterken en laten groeien naar een belangrijke positie: ontwerp, advies, media, entertainment, creatief-zakelijke dienstverlening en cultureel ondernemerschap.'

De meerwaarde van Amersfoort Creatieve Stad zit hem volgens haar dan ook vooral in samenhang en beweging. 'We betrekken steeds meer creatieve ondernemers in denken en doen, we ondersteunen creatieve bedrijvigheid, bijvoorbeeld in het zoeken naar bedrijfsruimte, we stimuleren onderwijs, onderzoek en kennis rond creatieve bedrijvigheid en we positioneren en promoten Amersfoort als creatieve stad.'



Creatieve bedrijvigheid komt volgens Rodenburg al in kleine, alledaagse dingen tot uitdrukking. 'Voor de consu-

ment zijn steeds vaker niet het praktische gebruik of de productiekosten van belang, maar juist de aandacht en de

Corien Rodenburg: 'We zijn zichtbaar, daar gaat het nu om'

HART CREATIEVE ECONOMIE

Het Oliemolenkwartier, een gebied van 1,5 hectare aan de rivier De Eem nabij de Amersfoortse binnenstad, is voor minstens 15 jaar beschikbaar voor de vestiging van het hart van de creatieve economie. Hét domein dus van Amersfoort Creatieve Stad, die er creatieve bedrijvigheid ondersteunt, bijvoorbeeld in het zoeken van bedrijfsruimte, en er onderwijs, onderzoek en kennis rondom creatieve bedrijvigheid stimuleert.

Creatieve ondernemers mogen zelf met initiatieven voor de ontwikkeling van het gebied komen. Die zijn er al volop:

- Paviljoen 750, een centrum voor de viering van Amersfoorts jubileumjaar in 2009;
- Werkruimte voor de creatieve economie met een publieksfunctie door de combinatie met ruimte voor kleine winkels, evenementen en exposities onder de naam Discover!;
- Een bijzonder bedrijfsverzamelgebouw Mediafusion, 4500 vierkante meter innovatieve werk-leeromgeving voor gevestigde en startende creatieve bedrijven, kenniscentra en studenten nieuwe media: audio, video/film, gaming, mobiele telefonie en Internet. Essentieel is een krachtige verbinding tussen het bedrijfsleven en onderwijs;
- Restyling van het stadsstrand met horeca Zandfoort aan de Eem.

De voormalige Wagenwerkplaats van NS in het Amersfoortse Soesterkwartier biedt na restauratie ook ruimte aan creatieve industrie (vooraleerst kunst) en starters. Wagenwerkplaats en Oliemolenkwartier vormen samen een unieke strook ruimte, grenzend aan de Amersfoortse binnenstad. Beide projecten informeren elkaar en zorgen voor kruisbestuiving.

creativiteit die in een product zijn gestopt. Een fietstas bijvoorbeeld hoeft niet zo maar een fietstas te zijn. Het creatieve design, de uitvoering, de kleuren, die kunnen iets over jezelf vertellen. Dat wordt steeds belangrijker: het toevoegen van waarde zodat het producten worden waarmee mensen iets uitdrukken.'

Enthousiasme

Amersfoort Creatieve Stad, een coalitieorganisatie met als partners de gemeente, de Vereniging Amersfoortse Bedrijven (VAB), Taskforce Innovatie Regio Utrecht, de Kamer van Koophandel Gooi-, Eem- en Flevoland en de provincie Utrecht, past uitstekend in het nieuwe startersbeleid van de gemeente Amersfoort. Dat biedt immers volop ruimte aan wat wethouder van Economische Zaken Mirjam van 't Veld telkens weer met veel enthousiasme "creatieve broedplaatsen" noemt. Geen wonder dus dat ze begin deze zomer, tijdens een drukbezochte netwerkbijeenkomst van

Amersfoort Creatieve Stad, zei een groot fan van het initiatief te zijn. 'Ik zie volop mogelijkheden in de creatieve industrie.

Het betekent bovendien dat er iets gebeurt voor de hele stad.'

Terecht, vindt Rodenburg, dat de gemeente het project Amersfoort Creatieve Stad daarom niet vanachter een bureau liet verzinnen en uitvoeren. 'Alles staat of valt met een visie. De gemeente ontwikkelt deze vooral samen met betrokkenen, geeft in de verwezenlijking veel ruimte aan creatieve ondernemers en beperkt zich vooral tot een faciliterende en stimulerende rol.'

DNA

Toen Corien Rodenburg Amersfoort bezocht in het kader van haar opdracht om de kar van Amersfoort Creatieve Stad te trekken, haalde ze folders bij de VVV, sloep een nachtje in een hotelletje in de binnenstad en verkende de stad lopend, per fiets en per rondvaartboot. 'Ik ontdekte stukjes van het DNA van de stad. De mix van heel bruisend, maar toch ook behoorlijk behoudend verwonderde me. Ik ervaar het vooral als een open stad, met veel ruimte en vooral veel kracht en potentie. Een stad die naar mijn mening nog veel te weinig laat zien wat ze te bieden heeft. Dáár liggen de kansen. Ik zie het als mijn taak om vanuit Amersfoort Creatieve Stad dingen in beweging te zetten. Nieuwe dynamiek kan Amersfoort heel veel opleveren.'

Creatieve ondernemers mogen zelf met initiatieven voor de ontwikkeling van het gebied komen. Die zijn er al volop

Tekst: WILLIAM TEN BRINK ■

Foto's: DORINE ENTIUS

