

## Creatieve broedplaatsen

De creatieve industrie, waarvan creatieve broedplaatsen deel uit maken, wordt door een toenemend aantal partijen gezien als dé katalysator voor herontwikkeling van wijken en buurten. Aan welke voorwaarden moet een concept voor een creatieve broedplaats voldoen om het gewenste effect op de omgeving te behalen? Iedere buurt vraagt immers om een katalysator met een andere impact.

door Mieke Verschoor MSc, ir. Rianne Appel-Meulenbroek en ir. Leonie van de Ven

De creatieve industrie als katalysator voor de herontwikkeling van wijken; het is een breed bediscussieerd onderwerp. In tijden waarin steden niet alleen met elkaar samenwerken om gemeenschappelijke doelen te bereiken, maar vooral ook met elkaar in competitie zijn, spelen de zogenoemde creatieve stad en creatieve industrie een centrale rol (Aalst e.a., 2005; Florida, 2003; Wijn, 2003). Dit opent een nieuwe wereld binnen de vastgoedontwikkeling. Steden besteden meer en meer aandacht aan de ontwikkeling van creativiteit in hun stad. Eindhoven profileert zich als designstad, Arnhem als modestad, Enschede kiest voor muziek en nieuwe media, Leiden voor creatieve communicatie-industrie en Hengelo voor kunst, ontwerp en ambacht (Straaten & Maverick, 2008). De veronderstelling is dat creativiteit een positief effect heeft op het sociale klimaat in de wijk, de herkenbaarheid van de stad bevordert en daarmee de stad naar verwachting aantrekkelijker maakt voor private investeerders (Jeanotte, 2008; Russo & Borg, 2006; Gertler, 2004). Kortom, creativiteit heeft een sleutelpositie verworven in de ontwikkeling van steden omdat de stad zich hiermee gunstig van andere steden kan onderscheiden en bovendien een duurzame groei stimuleert.

De stimulering en professionalisering van de ontwikkeling van creatieve industrie lijkt hiermee waardevol. Naast de breed gedeelde overtuiging dat de creatieve industrie een significante rol speelt bij de (her)ontwikkeling van steden, neemt de onzekerheid over de vermeende positieve effecten echter toe. Omdat de bewijzen voor deze effecten niet altijd hard zijn en de investeringen vaak groot, is het zinvol dieper in te gaan op de veronderstellingen over de stedelijke waarde van de creatieve industrie en een model te ontwerpen waarmee concepten ontwikkeld kunnen worden die deze waarde voor de omgeving optimaliseren.

Het resultaat van het hieronder beschreven afstudeeronderzoek (Verschoor, 2009) bestaat uit een conceptontwikkelingsmodel, een drietal concepten voor creatieve broedplaatsen en een roadmap die ondersteuning biedt bij het selecteren van een concept voor een specifieke context. De belangrijkste conclusie is dat creatieve broedplaatsen kunnen fungeren als katalysator voor de herontwikkeling van delen van de stad. De functie van katalysator kan – afhankelijk van de context – worden ingevuld. Voorwaarde is dat er actief gestuurd wordt op het optreden van een sociale, economische, culturele en/of fysieke impact.

Creatieve broedplaatsen; het zijn de gebouwen waarin creatieve ondernemers werken en soms ook wonen. De plekken danken hun succes enerzijds aan de mix van professionals en starters, de interactie tussen verschillende creatieve disciplines en de innoverende werking die van dit alles uit gaat. De rest van het succes is toe te schrijven aan de veronderstelling dat creatieve broedplaatsen kunnen functioneren als katalysator bij stedelijke herontwikkelingsprocessen. Dit heeft recentelijk geleid tot hoge verwachtingen van creatieve broedplaatsen in het algemeen. Uit het literatuuronderzoek (89 artikelen) bleek dat creatieve broedplaatsen inderdaad een sociale, economische en/of culturele impact op hun omgeving kunnen hebben. Mits hierin de programmering van activiteiten en samenstelling van huurders en functies (het concept) actief op gestuurd wordt, kan de inzet van een creatieve broedplaats van invloed zijn op de revitalisering van achtergebleven, soms zelfs 'overbodige' delen van de stad.

Tijdens een expertmeeting met 14 deelnemers werden veel van de resultaten uit het literatuuronderzoek herkend. De culturele impact, veelal gerelateerd aan het werk en de carrière van de broedplaatsgebruikers, werd het meest breed gedragen. Ook de sociale en economische impact werden uitgebreid benoemd, alleen kon men deze met minder zekerheid als directe gevolgen van de aanwezigheid van een creatieve broedplaats zien. De expertmeeting leidde ook tot de toevoeging van een vierde categorie impacts; de fysieke impacts. In interviews met broedplaatsgebruikers van drie uiteenlopende broedplaatsen kwam bovendien naar voren dat de grootte (in m<sup>2</sup>), de mate van commercialiteit (de functie) en de locatie van de creatieve broedplaats de programmatische mogelijkheden kunnen verruimen en beperken. Daardoor hebben deze drie factoren grote invloed op de conceptontwikkeling. De relatie tussen creatieve broedplaats en context (locatie) blijkt daarmee voldoende

aanleiding te geven tot het maken van onderbouwde keuzen voor de invulling van het concept.

Met alle impacts uit het literatuuronderzoek, de expertmeeting en de interviews en met behulp van een conceptontwikkelingsmodel zijn drie concepten ontwikkeld met ieder hun eigen, op de context afgestemde stedelijke waarde.

### Conceptontwikkeling

Het gebruikte conceptontwikkelingsmodel (figuur 1) is afgeleid van de TCN-flow (Sentel & Elst, 2008). Hierin vormt niet de locatie, maar het vastgoedproduct – in dit geval de creatieve broedplaats – het uitgangspunt. Mogelijke functies, huurders en de soort beleving zijn immers bekend. De context wordt daar vervolgens bij gezocht. De ideale broedplaats wordt steeds geconfronteerd met een andere context waardoor er kleine aanpassingen aan het ideaalproduct worden gedaan om zo goed mogelijk aan te sluiten op de omgeving. Wanneer de creatieve broedplaats en de context goed op elkaar worden afgestemd, kan de creatieve broedplaats een ruimtelijke impact hebben op de context. Indien er te veel aanpassingen gedaan moeten worden, wordt de context als 'ongeschikt voor creatieve broedplaatsen' bestempeld.

De confrontaties zijn weergegeven in de confrontatiematrix in figuur 2. In de eerste kolom staan alle verschillende soorten contexten benoemd: tien woonmilieus en twee niet-woonmilieus. De woonmilieus zijn afgeleid van een studie naar woonmilieus van Dignum (2004). Gegevens als de gemiddelde OZB-waarde, mate van werkloosheid, afkomst bewoners, etc. zijn van deze milieus beschikbaar. In de eerste rij staan de impacts benoemd, vertaald naar producteigenschappen die de desbetreffende impact tot gevolg kunnen hebben.

Voorbeelden van overwegingen op grond waarvan de matrix is ingevuld, zijn de volgende drie. Een context die tekenen vertoont van

een bovengemiddelde sociaal-economische problematiek (bijvoorbeeld hoge werkloosheid en/of hoge bijstandsafhankelijkheid) zal gebaat zijn bij de sociale eigenschappen van een creatieve broedplaats. Deze eigenschappen hebben stuk voor stuk oog voor verandering bij omwonenden op individueel en maatschappelijk niveau. Denk aan het aanleren van vaardigheden en het bevorderen van ontmoeting tussen mensen (in de matrix vertegenwoordigd met de termen 'ontwikkeling' en 'ontmoeting'). Het komt er op neer dat er bij creatieve broedplaatsen voor deze contexten gezocht zal worden naar gebruikers die (kunst)projecten met deze doelstellingen willen doen. Het tweede voorbeeld zijn de contexten waarin de mutatiegraad hoog is. Een hoge mutatiegraad betekent dat er relatief veel wordt verhuisd en de woonduur van de bewoners niet erg hoog is. Het betreft hier bijvoorbeeld inbreidingslocaties. Deze typen context zijn typisch gebaat bij een toename van de mogelijkheden tot 'ontmoeting' tussen omwonenden. Het derde voorbeeld betreft contexten waarin het aandeel woningen met een ozb-waarde < €150.000 groter is dan het stedelijk gemiddelde. Hier zijn de economische eigenschappen 'attractie' en 'extraversie' belangrijk. Deze zijn er immers op gericht de buurt zichtbaar te verlevendigen met culturele functies die aansluiten op de vraag.

### Concepten

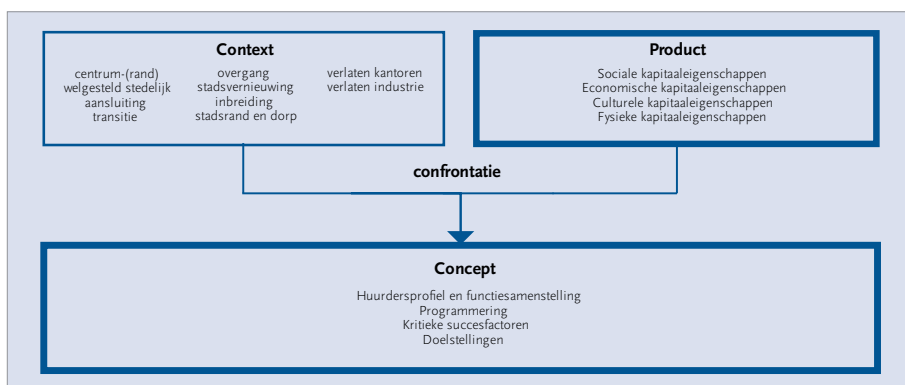
De confrontaties leidden tot de drie concepten Expose, Interact en Attract. In de 'volwassen', attractieve delen van de stad waar het concept Expose voor is bedoeld, dreigt veelal een verarming van het (culturele) voorzieningenaanbod. De kosten voor woon- en werkruimte is in deze buurten voor startende en mid-career ondernemers nauwelijks op te brengen. Kleine modewinkels, platenzaakjes, galeries en designateliers dreigen hierdoor plaats te moeten maken voor (meer van dezelfde) vestigingen van mode- en productketens. Expose kan in dergelijke wijken

een krachtig, exclusief en innovatief voorzieningenaanbod bieden. Dit concept zet de diversiteit van het creatieve ondernemerschap en de cultuurproductie centraal en biedt mogelijkheden dit te manifesteren aan bezoekers. Op deze locaties is de ontwikkelaar en/of (toekomstige) eigenaar niet zonder meer aan te wijzen. De overheid zal in de meeste gevallen als hoofd- of cofinancier optreden. Het is voor hen interessant omdat startende ondernemers een kans wordt geboden, een nieuw attractief punt in de buurt gerealiseerd wordt en lang leegstaande panden zoals oude schoolgebouwen voor deze functie in aanmerking komen. Woningcorporaties hebben hier vaak relatief weinig bezit waardoor de impact voor hen van minder belang is. Tenzij het een financieel rendabel project is, zullen ontwikkelaars in deze woonmilieus eerder neigen naar een meer rendabele ontwikkeling. De belangrijkste kritieke succesfactoren van Expose zijn:

- het vinden van een vastgoedobject waarin ook ruimte gerealiseerd kan worden voor cultuurmanifestatie;
- het vinden van huurders die een consumentgeoriënteerde functie willen exploiteren; het voorzien in programmering die ontmoetingen tussen omwonenden uitlokt.

De doelstellingen van Expose kunnen gemeten worden door de gebruikers de mate van cultuurinnovatie te laten beoordelen, zicht te hebben op het aantal bezoekers tijdens cultuurmanifestaties en door de mate van zichtbaarheid van de interne bedrijvigheid (etalages e.d.) te stimuleren. De huurprijzen variëren van 35 tot 60 euro/m<sup>2</sup>/jaar voor respectievelijk starters en professionals. Broedplaats Westerdok in Amsterdam is een broedplaats op een echte Expose-locatie. Ook zijn er een enkele keer wel overeenkomsten te herkennen tussen bestaande broedplaatsen en de ontwikkelde concepten. Broedplaats Westerdok kent namelijk exclusieve en zeer diverse voorzieningen waar de nieuwe

FIGUUR 1 ► CONCEPTONWIKKELINGSMODEL



bewoners van het nieuw opgeleverde en 'chique' woonmilieu op het Westerdok gebruik van maken. In Broedplaats Westerdok zijn bijvoorbeeld designwinkels met bijzondere tassen en vormgegeven producten te vinden, maar ook een galerie, een architectenbureau en ruimte voor teken- en schildercursussen voor jong en oud.

Bij de aanpak van probleemwijken worden kunstenaarsgroepen en creatieve ondernemers door het tweede concept Interact verbonden aan wijkbelangen. In Interact staat de interactie tussen de broedplaatsgebruikers en de buurt met zijn bewoners centraal. Zo wordt de bestaande monofunctionaliteit van de buurt doorbroken, levendigheid gecreëerd en de interactie met de omwonenden opgezocht. De wijken waarvoor Interact het meest geschikt is, kennen een relatief lage sociaal-economische status. Interact streeft ernaar een buurt gezonder te maken door het functioneren van de bewoners van de buurt als uitgangspunt te nemen. Er bestaat een goede kans dat een meer gezonde wijk leidt tot een meer gewaardeerde wijk. Omdat woningcorporaties in deze wijken vaak veel bezit hebben, zullen zij een belangrijke speler zijn in de ontwikkeling en exploitatie van Interact.

Kritieke succesfactoren voor de ontwikkeling zijn:

- het vinden van een woningcorporatie die bereid is te investeren;
- het betrekken van omwonenden in de projecten van de broedplaatsgebruikers;
- het stellen van haalbare en concrete doelstellingen voor de creatieve ondernemers;
- het voorzien in programmering die de gewenste sociale impact nastreeft.

Omdat Interact een echte ontmoetingsplek wil zijn met bekendheid onder de buurtbewoners, is een centrale locatie zoals een plein het allerbeste. De doelstellingen zijn te meten aan de hand van het aantal omwonenden dat bij projecten betrokken wordt, de beoordeling van die betrokkenheid en de beoordeling van de creatieve ondernemers over hun eigen projecten. Voor Interact liggen de huren tussen de 30 en 45 euro/m<sup>2</sup>. Een praktijkvoorbeeld dat overeenkomt met de eigenschappen van Interact is Redlees Studios. Dit is een kunstenaarscentrum in Isleworth, ten westen van Londen, waar 20 kunstenaars in ruil voor lage huur ieder gedurende 1 uur per week educatieve programma's voor omwonenden verzorgen. Het complex opende in 1995 en functioneert nog altijd als creatieve broedplaats. De gemeente, met veel ervaring

**FIGUUR 2 ► CONFRONTATIEMATRIX PRODUCT EN CONTEXT**

Product	Sociaal						Economisch						Cultureel				Fysiek		Broedplaatstype								
Context	Ontwikkeling	Ontmoeting	Insluiting	Keuze	Aansluiting	Perceptie	Visie	Werkgelegenheid	Attractie	Imago	Extraversie	Flexibiliteit	PMC-innovatie	Kruisbestuiving	Diversiteit	Springplank	Openheid	Kunstenaarschap	Manifestatie	Erfgoed	Zichtbaarheid	Esthetiek	Leegstandsbestrijding	A = Expose	B = Interact	C = Attract	D = Innovatie
Woonmilieus																											
Centrum	-	x	-	-	-	-	-	-	-	x	x	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	A			
Centrumrand	-	x	-	-	-	-	-	-	-	x	-	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	A			
Welgesteld stedelijk	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	x	x	-	-	-	x	-	x	x				D
Aansluiting	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	x	x	-	-	-	x	-	x	x				D
Transitie	x	x	x	x	x	x	x	x	x	-	x	x	-	-	x	x	-	-	x	x	x	x	x	B			
Overgang	x	x	x	x	x	x	x	x	x	-	x	-	-	-	x	x	-	-	x	x	x	x	x	B			
Stadsvernieuwing	x	x	x	x	x	x	x	x	x	-	x	-	-	-	x	x	-	-	x	x	x	x	x	B			
Stadsrand	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	x	x	-	-	-	x	-	x	x				D
Inbreiding	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	x	x	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	A			
Dorp	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	x	x	-	-	-	x	-	x	x				D
Niet-woonmilieus																											
Leegstaande kantoren	-	-	-	-	-	-	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x	-	-	x	x	x	x	x				C
Leegstaande industrie	-	-	-	-	-	-	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x	-	-	x	x	x	x	x				C

in het ondersteunen van mogelijkheden voor de kunst- en vrijetijdssector, zorgt ervoor dat de kunstenaars en de omwonenden niet geïsoleerd van elkaar leven.

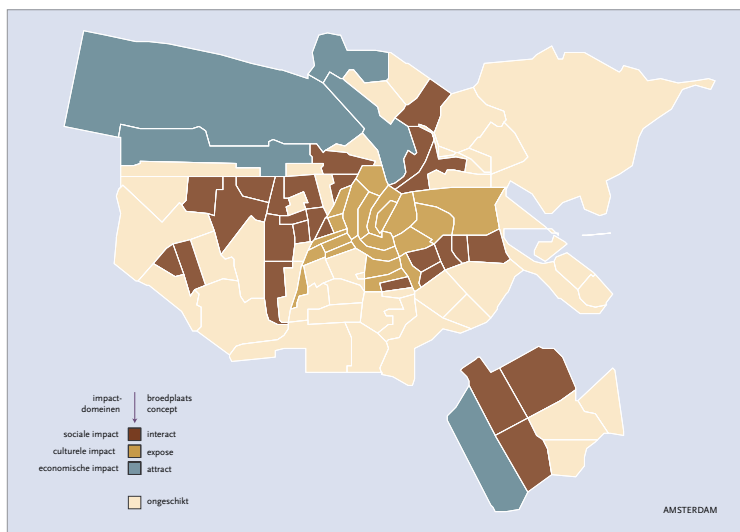
Het derde concept, Attract, zorgt voor een culturele impuls door met een uitgekende programmering en retailkeuze veel publiek en aandacht te trekken naar vooralsnog verlaten industriële en kantorenlocaties. Het karakter en imago van de in onbruik geraakte terreinen veranderen, wat ten goede komt aan toekomstige ontwikkelingen. Attract is typisch een broedplaats die door projectontwikkelaars gefinancierd wordt die meerdere grondposities in de omgeving hebben. Tijdens de planvormingsfase zetten zij creatieve bedrijvigheid in als middel om de locatie opnieuw op de kaart te zetten en onder de aandacht van de bevolking te brengen. Een dergelijke tijdelijke invulling blijkt een positief effect te hebben op de uiteindelijke opbrengsten van

de nieuwe ontwikkelingen en levert bovendien – hetzij geringe – huuropbrengsten op. Kritieke succesfactoren voor de ontwikkeling van Attract zijn:

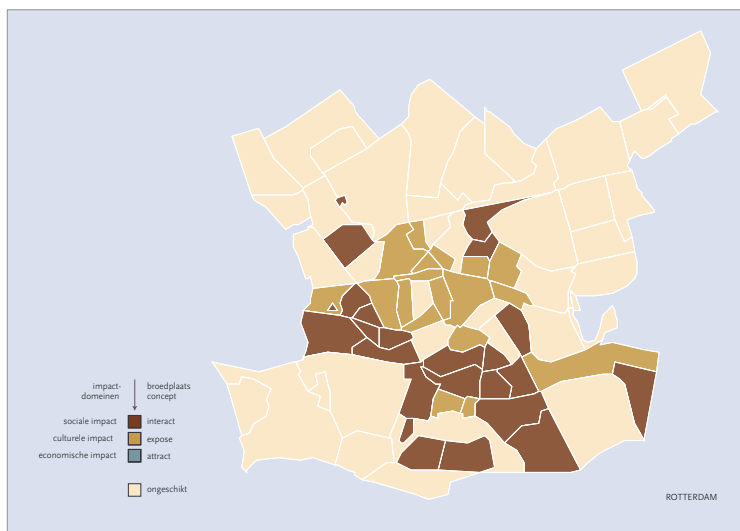
- het inbouwen van voldoende flexibiliteit in het concept om mee te kunnen gaan met de snelle revitalisatie van het gebied;
- het vinden van extraverte creatieve bedrijvigheid;
- het vinden van creatieve ondernemers die (gezamenlijk) willen inspelen op de markt-vraag.

Attract zit het liefst in het meest markante gebouw dat in de verre omgeving te bekennen is. Een inspirerend en herkenbaar gebouw zodat de bezoekers Attract makkelijk weten te vinden en nooit meer vergeten. Attract-locaties zijn aantrekkelijk voor startende creatieve ondernemers of voor creatieve ondernemers die houden van de geïsoleerde ligging. Huurprijzen tussen 25 en 45 euro/m<sup>2</sup> sluiten hier op aan. Op het Haze-

KAART 1 ► DE DRIE CONCEPTEN TOEGEPAST IN AMSTERDAM



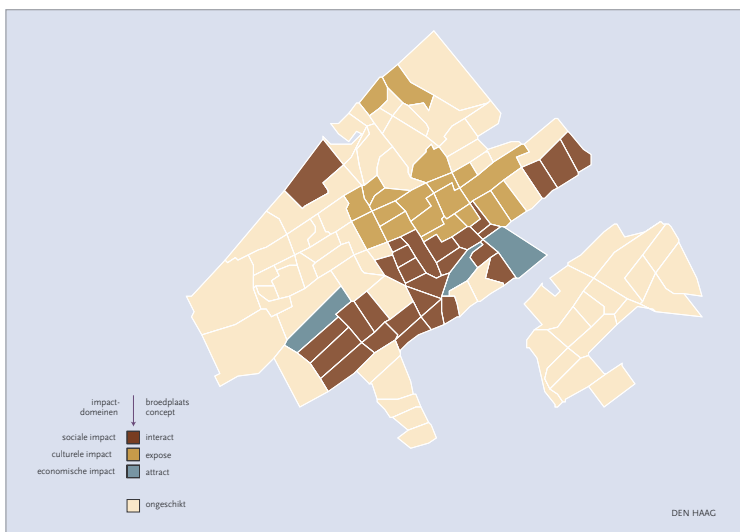
KAART 2 ► DE DRIE CONCEPTEN TOEGEPAST IN ROTTERDAM



meyer terrein in Hengelo vind een typische Attract-ontwikkeling plaats. Karakteristieke en industriële panden staan hier deels nog leeg, maar sinds 2005 bieden enkele panden

huisvesting aan tijdelijke initiatieven. De activiteiten lokken enthousiaste reacties uit van ondernemers en omwonenden. De programmering en het Hazemeyer terrein staan

### KAART 3 ► DE DRIE CONCEPTEN TOEGEPAST IN DEN HAAG



steeds beter op het netvlies van de Hengeloër gebrand.

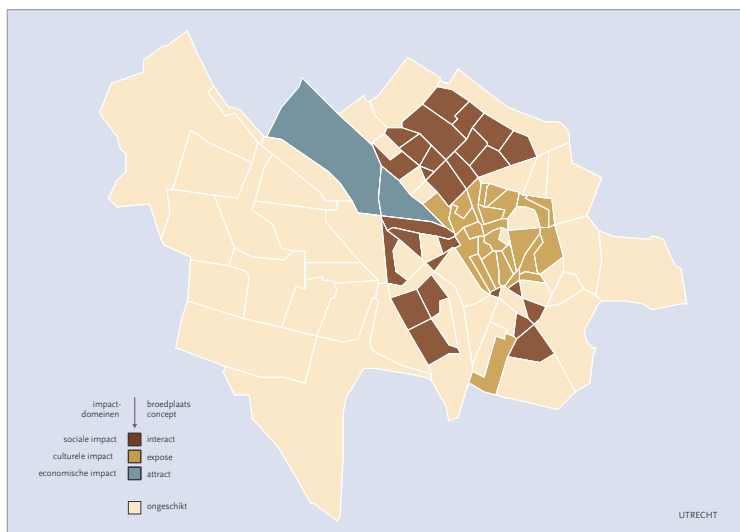
#### Intrinsieke eigenschappen

Ongeacht de context zijn er eigenschappen die bij iedere creatieve broedplaats aanwezig moeten zijn. Dit zijn intrinsieke eigenschappen van een creatieve broedplaats of van een vastgoedontwikkeling in het algemeen. Het betreft de aandacht voor een diverse samenstelling van culturele disciplines en voldoende werk- (en woonruimte) tegen relatief lage huren zodat startende cultuurproducenten hun carrière kunnen starten (in figuur 2 samengevat met respectievelijk de termen 'diversiteit' en 'springplank'). De eigenschap 'erfgoed' geldt ook voor iedere context en refereert naar het gebruiken van de aanwezige cultuurhistorische waarde bij de herontwikkeling van de locatie. Uiteraard kan dit alleen indien het een locatie met cultuurhistorische waarde betreft. Doordat de aanwezigheid van cultuurhistorische waarde niet verbonden is aan een bepaalde context, moet deze eigen-

schap altijd overwogen worden. Hetzelfde geldt voor 'leegstandsbestrijding' en aandacht voor 'esthetiek'.

Een roadmap helpt tot slot om bij iedere context in Nederland het meest geschikte concept te vinden; er wordt een match gezocht. Aan de hand van een korte vragenlijst kan bepaald worden welke creatieve broedplaats voor de desbetreffende context het meest geschikt is. Hierbij wordt gekeken naar gegevens over werkloosheid, mutatiegraad en ozb-waarden. In dit onderzoek is dit reeds uitgevoerd voor alle buurten in de steden Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht en Eindhoven (zie kaarten). Uit vijf interviews met conceptontwikkelaars uit de praktijk blijkt dat de 'toolkit' bestaande uit het conceptontwikkelingsmodel, de drie concepten en de roadmap bijzonder handzaam en toepasbaar is voor ieder die een creatieve broedplaats wil realiseren en wil weten op welke manier, met welke huurders, profiel en functies die broedplaats gerealiseerd dient te worden.

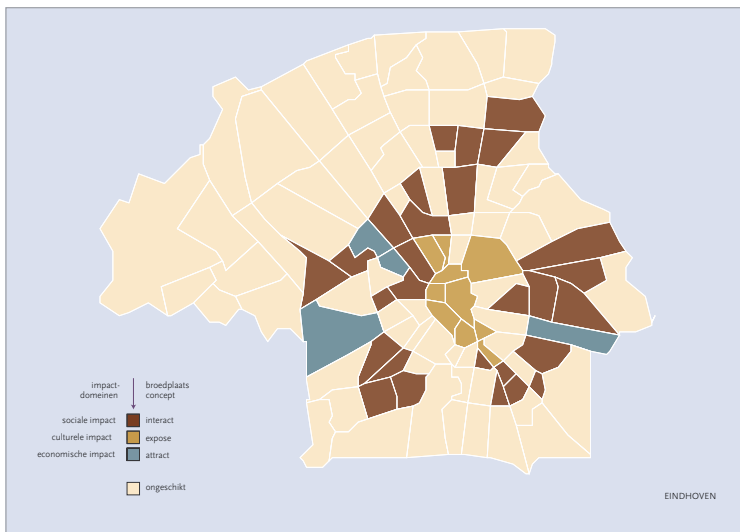
## KAART 4 ► DE DRIE CONCEPTEN TOEGEPAST IN UTRECHT

**Conclusies en aanbevelingen**

Creative broedplaatsen kunnen fungeren als katalysator voor de herontwikkeling van delen van de stad. De functie van katalysator kan – afhankelijk van de context – worden invuld. Voorwaarde is dat er actief gestuurd wordt op het optreden van een sociale, economische, culturele en/of fysieke impact. Creatieve broedplaatsen zijn daarmee in staat invulling te geven aan diverse herontwikkelingsstrategieën. In de conceptontwikkeling moet hiervoor aandacht besteed aan de balans tussen sociale, economische en culturele concepteigenschappen. Natuurlijk kunnen veel van de impacts ook door andere investeringen bereikt worden. Het argument voor een investering in creatieve broedplaatsen is echter dat deze een geheel andere doelgroep bereiken dan andere voorzieningen. Daarnaast kunnen creatieve broedplaatsen door de grote diversiteit aan gebruikers en functies een relatief breed palet aan impacts vertegenwoordigen en flexibel reageren op wat de context nodig heeft.

Op basis van inzicht in de stedelijke waarde van creatieve broedplaatsen is een conceptontwikkelingsmodel ontworpen waarmee concepten ontwikkeld kunnen worden die beantwoorden aan de verschillende herontwikkelingsstrategieën die in de praktijk nodig blijken te zijn. De drie ontwikkelde concepten hebben alle een sociale, economische en culturele impact. De concepten onderscheiden zich van elkaar doordat een van de drie vormen van impact afhankelijk van de context het sterkst vertegenwoordigd is. De broedplaatsconcepten beogen daardoor ieder hun eigen ruimtelijke impact. Met behulp van de roadmap kunnen de concepten op iedere buurt in Nederland worden geprojecteerd. Voor automatische besluitvorming dient echter gewaakt te worden; lokale kennis op basis waarvan een realistische inschatting gemaakt kan worden van het verzorgingsgebied van de broedplaats kan tot goede argumenten leiden om voor een ander concept te kiezen dan volgens de roadmap. Ook verdient het de aanbeveling creatieve

## KAART 5 ► DE DRIE CONCEPTEN TOEGEPAST IN EINDHOVEN



**Toelichting op kaarten** Het kaartmateriaal moet gezien worden als een indicatie van de toepassing van de concepten. Lokale marktkennis en inzicht in de verzorgingsgebieden van specifieke locaties kunnen in de praktijk leiden tot de keuze voor een ander concept. Op basis van meer uitgebreide leegstandscijfers en lokale marktkennis is het concept Attract wellicht in meerdere buurten toe te passen. In Rotterdam ontbreekt dit concept echter geheel, doordat deze gegevens daar niet beschikbaar waren. Het kaartmateriaal is tot stand gekomen door databases van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS Statline, 2009), de Oude Kaart van Nederland en verschillende buurtmonitoren te koppelen aan GIS-kaarten die beschikbaar zijn gesteld door Faculteit Geowetenschappen, Universiteit Utrecht.

broedplaatsen niet alleen maar in te zetten als tijdelijk element. Hoewel dit in sommige situaties een logische keuze is, zijn er ook situaties waarin de permanente aanwezigheid veel meerwaarde oplevert. Dit geldt voor centrum(-rand) stedelijke buurten en voor buurten met een meer sociaal-economische problematiek. Deze situaties worden gefaciliteerd binnen de drie gepresenteerde concepten. Waar de concepten Expose en Interact vooral op lange termijn meerwaarde opleveren voor hun omgeving, levert het concept Attract op relatief korte termijn meerwaarde op.

Een aanbeveling voor vervolgonderzoek betreft de omwonenden van bestaande broed-

plaatsen. Het bleek dat voor de meeste impacts participatie van omwonenden noodzakelijk is. Als een dergelijke impact het doel is van de ontwikkeling, is het van belang een match te vinden tussen wat de broedplaats te bieden heeft en waar de omwonenden te bieden heeft en waar de omwonenden behoefte aan hebben. Het is daarom interessant om de omwonenden van bestaande broedplaatsen met (onder meer) een sociale impact als doelstelling te onderzoeken. Hen kan gevraagd worden naar hun waardering van de creatieve broedplaats, van welk aanbod ze gebruik maken en of dat aanbod tegemoet komt aan hun behoefte.

Middelgrote tot grote steden hebben alle te maken met problemen en situaties waarin cre-

atieve broedplaatsen voor een positieve impuls zouden kunnen zorgen. Om deze reden zou het culturele beleid van deze steden een strategie moeten formuleren voor de omgang met creatieve broedplaatsen. De drie concepten uit dit onderzoek kunnen de basis vormen voor een dergelijke beleidsstrategie. Ook wanneer een stad niet direct van plan is zelf in creatieve broedplaatsen te investeren, moet het beleid een uitspraak doen over de omgang met spontaan geïnitieerde initiatieven van derden. Het gevolg van een heldere, geïntegreerde beleidsstrategie is dat de politiek keuzen en investeringen moet verantwoorden. Dit kan met behulp van heldere doelstellingen, effectmeting en evaluatie. Bovendien hebben in de loop van het afgelopen decennium verschillende steden in Nederland een broedplaatsenbeleid opgesteld en broedplaatsen gerealiseerd. Er is daardoor al veel ervaring opgedaan met de ontwikkeling van creatieve broedplaatsen die zowel met elkaar als ook met andere steden gedeeld kan worden!

## OVER DE AUTEURS

**Mieke Verschoor** is in juli 2009 afgestudeerd bij de leerstoel Real Estate Management & Development van de faculteit Bouwkunde van de Technische Universiteit Eindhoven. Sinds juni 2009 is zij werkzaam als adviseur binnenstedelijke gebiedsontwikkeling bij NADC Rotterdam. Ir. Leonie van de Ven en ir. Rianne Appel-Meulenbroek zijn als universitair docent verbonden aan dezelfde leerstoelgroep en begeleiden het afstudeeronderzoek vanuit de TU/e. Het onderzoek is uitgevoerd bij LAGroup Leisure & Arts Consulting en van daaruit begeleid door Michiel van Iersel en Roel van Herpt MSc MA. Correspondentie: [verschoor@nadcnl.com](mailto:verschoor@nadcnl.com)

## LITERATUUR

- Aalst, I. Van, Atzema, O., Boschma, R.A., Heinz, F. & Oort, F.G. van (2005). Creatieve klasse en regionaal-economische groei. Utrecht: Faculteit Geowetenschappen, Departement Sociale Geografie en Planologie, Universiteit Utrecht.
- Dignum, C. (2004). Stedelijke dynamiek bij stagnerende woningmarkt. Amsterdamse woonmilieus. Amsterdam: Gemeente Amsterdam.
- Florida, R. (2003). Cities and the creative class. *City & Community*, Vol. 2, 1, pp.3-19.
- Gertler, M.S. (2004). Creative cities: what are they for, how do they work, and how do we build them? Ontario: Canadian Policy Research Networks.
- Jeanotte, M.S. (2008). Appendix E: Shared spaces: social and economic returns on investment in cultural infrastructure. In: Duxbury, N. (2008). *The state of cultural infrastructure in Canada*. Vancouver: Centre of expertise on culture and communities, Simon Fraser University.
- Russo, A. & Borg, J. Van der (2006). New culture-oriented economic development trajectories: the case study of four Dutch cities. Venetië: Department of Economics, Ca'Foscari University of Venice.
- Sentel J.J. & Elst, C.A. van (2008). Vastgoed als Nike gimpies. Concepting en branding in de traditionele vastgoedsector. Paper gepresenteerd bij het ASRE Onderzoekseminar over conceptontwikkeling, Amsterdam 2008.
- Straaten, G. Van & Maverick, W. The (2008). Waardeontwikkeling en creatieve economie. In: Saris, J., Dommelen, S. Van & Metzke, T. (red.) (2008). *Nieuwe ideeën voor oude gebouwen*. Creatieve economie en stedelijke herontwikkeling. Rotterdam: NAI Publishers.
- Verschoor, M. (2009). *Conceptontwikkeling voor creatieve broedplaatsen*. Eindhoven: Faculteit Bouwkunde, Leerstoel Real Estate Management & Development, Technische Universiteit Eindhoven.
- Wijn, C. (2003). *Gemeentelijk cultuurbeleid – een handleiding*. Den Haag: VNG Uitgeverij.