

Succesfactoren voor een creatieve stad

Het effect van historisch gevormde specialisaties in de Randstad

Michaël Deinema De dominantie van de Noordvleugel van de Randstad in de Nederlandse creatieve industrie is terug te voeren op de historische ontwikkelingstrajecten in met name de steden Amsterdam en Utrecht. Steden in de Zuidvleugel, zoals Rotterdam en Den Haag, hebben een andere, eigen creatieve signatuur die eveneens grotendeels het resultaat is van lokale historische ontwikkelingen.

Hoe krijgt een land of een stad een succesvolle creatieve sector, en welke rol speelt cultuurbeleid daarin, op zowel nationaal als stedelijk niveau? Vaak is het voor het beantwoorden van zo'n vraag een goed idee om te kijken naar hoe zulke successen in het verleden zijn behaald. In het geval van de creatieve industrie lijkt dat helemaal op te gaan. Uit onderzoek in de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk en andere landen is namelijk herhaaldelijk gebleken dat de bruisende creatieve industrie in steden als Los Angeles, Milaan en New York berust op diepe historische wortels en specialisaties die zijn opgebloeid over een periode van decennia, of zelfs van eeuwen.

Om erachter te komen waar het huidige creatieve landschap in Nederland met zijn zeer ongelijke verdeling over de verschillende steden vandaan komt, heb ik gekeken naar de lange ontwikkelingsweg die de creatieve industrie in Nederland en in de vier grote steden – Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht – heeft afgelegd. Deze verschillen

sterk van elkaar wat betreft het aandeel dat de creatieve industrie inneemt in hun eigen stedelijke arbeidsmarkt. Ook hun creatieve profiel – de specifieke deelsectoren en niches waarin zij gespecialiseerd zijn – is anders. Bovendien loopt het historische ontwikkelingstraject dat hun lokale creatieve sector heeft gevolgd uiteen. In termen van werkgelegenheidsontwikkeling zijn deze trajecten echter heel duidelijk tegen elkaar af te zetten, vooral als je kijkt naar de onderlinge concurrentiepositie. Veel creatieve industrieën zijn niet zo nieuw als weleens gedacht wordt, of bouwen voort op andere, oudere (soms nauwelijks meer bestaande) sectoren van de stedelijke economie. (Deinema 2012)

In dit artikel ga ik uit van de definitie die doorgaans gehanteerd wordt in het internationale wetenschappelijke onderzoek naar creatieve industrieën (Scott 2000; Kloosterman 2004), en die ook in Nederland gangbaar is, bijvoorbeeld in de jaarlijkse *Cross Media*

Monitor (Rutten 2012). Deze definitie omvat niet alleen de populaire media en de strikt commercieel gerichte creatieve dienstverlening van reclame-makers en productontwerpers, maar ook literaire auteurs, de podiumkunsten, beeldend kunstenaars en kunstinstellingen.

Amsterdam

Al lang is Amsterdam veruit het belangrijkste centrum van de creatieve industrie in Nederland. De stad is gespecialiseerd in ieder van de drie 'hoofdtakken' van de creatieve industrie (kunsten, media en ontwerp) en wemelt van de creatieve bedrijven. Amsterdam heeft zijn succes voor een groot deel te danken aan enkele creatief-economische specialisaties die de stad van oudsher bezit. (Deinema 2012)

Al sinds de Gouden Eeuw is Amsterdam het belangrijkste centrum van de Nederlandse boekproductie en nieuwspers. Rond 1700 was Amsterdam zelfs het belangrijkste Europese centrum van de boekhandel. Hoewel er tegen de 19de eeuw van deze internationale voortrekkersrol weinig over was (vooral omdat lezers in de meeste Europese landen zich steeds meer gingen richten op de eigen nationale literatuur), bleef Amsterdam het onbetwiste middelpunt van de Nederlandse uitgeverwereld. Na de Tweede Wereldoorlog

hebben wetenschappelijke uitgevers in Amsterdam, zoals Elsevier en de Noord-Hollandsche Uitgevers Maatschappij, opnieuw de wereldmarkt kunnen veroveren. Zij bleken zeer goed in staat te zijn de geruineerde Duitse wetenschappelijke uitgevers te vervangen. De hoge ontwikkelingsgraad van het Amsterdamse uitgeverwezen was doorslaggevend in het vermogen van uitgevers om de inkomende kennis snel te absorberen, te verfijnen en effectief in grote

Amsterdam is het belangrijkste centrum van de creatieve industrie in Nederland

internationale ondernemingen om te zetten.

Dat Amsterdamse uitgevers nog steeds de Nederlandse boekenmarkt domineren, heeft minder te maken met recent lokaal beleid gericht op de creatieve economie (zoals het broedplaatsenbeleid) of met een algehele creatieve sfeer, dan met agglomeratiemechanismen die het makkelijker maken om nieuwe ondernemingen in een bepaalde creatieve sector te beginnen op een plek waar al veel relevante expertise gebundeld is. Een stad met veel uitgevers bijvoorbeeld, trekt ook sneller literair talent en uitgeverstalent aan, en genereert meestal veel nieuwe specialisten. Ook kunnen er daar vaak relatief gemakkelijk nieuwe niches worden aangeboord om economische tegenslagen te overleven.

Iets soortgelijks geldt voor andere creatieve industrieën in Amsterdam, zoals de podiumkunsten. In 1900 was Amsterdam hierin dominant en de stad is dat vandaag de dag nog steeds. De Amsterdamse creatieve industrie is

van oudsher veelal marktgericht en weinig elitair (ondanks het imago van de grachten-gordel). De Rietveld Academie, bijvoorbeeld, is opgericht als leerschool voor de kunstnijverheid die ook marktgericht was. Ook andere, latere pijlers van de Amsterdamse creatieve industrie komen voort uit bedrijfstakken waarin Amsterdam in de eerste helft van de 20ste eeuw al sterk stond. Zo komt de modecluster voor een belangrijk deel voort uit de (inmiddels vrijwel verdwenen) kleding-industrie en konden reclamemakers zich ontwikkelen op basis van de bestaande uitgeverijindustrie.

Rotterdam

In Rotterdam ontbreekt de historische specialisatie waar de Amsterdamse creatieve industrie zoveel voordeel van geniet. Deze ‘werkstad’ groeide razendsnel in de 19de eeuw, maar de focus lag op zware industrie. Belangrijke Rotterdamse kranten die lokaal begonnen, legden het in de loop van de 20ste eeuw af tegen hun Amsterdamse concurrenten die de landelijke markt bestreken, vaak door fusies waarna het hoofdkwartier in Amsterdam terecht kwam.¹ De Rotterdamse reclame-sector stond rond 1930, toen het professionele reclamewezen in Nederland nog in de kinderschoenen stond, relatief sterk, ook al had de Amsterdamse reclame-industrie een significante voorsprong. In de decennia na de Tweede Wereldoorlog leed de sector onder de Amsterdamse concurrentie en de verzwakking van de lokale uitgeverijsector.

De snel gegroeide industriestad miste het vermogen en de creatieve traditie om zich te weren tegen de rivaliteit van Den Haag en Amsterdam, die meer op cultuur gespecialiseerd waren. Dit historische manco werkt door tot op heden. Het aandeel van de creatieve industrie in de Rotterdamse arbeidsmarkt ligt zelfs aanzienlijk onder het Nederlandse gemiddelde. (Rutten 2012) De architectuur-sector, al minstens tien jaar de sterkste van

het land, vormt hierop een uitzondering. In de indrukwekkende ontwikkeling hiervan heeft het bombardement van Rotterdam een rol gespeeld. (Kloosterman 2008) Maar de kracht van de Rotterdamse architectuur heeft diepere wortels, net als de kenmerkende modernistische oriëntatie daarvan. Beide gaan terug tot de 19de eeuwse revolutionaire stadsarchitect W.N. Rose. Rose bevoordeelde experimentele, spectaculaire en functionalistische ontwerpen boven het coherente stadsaanzicht. Deze signatuur onderscheidt Rotterdamse architecten ook vandaag de dag nog, en maakt het voor hen makkelijker om gebouwen te ontwerpen voor allerlei verschillende contexten, ook in het buitenland. Een belangrijk voorbeeld daarvan is de vestiging van Rem Koolhaas’ OMA² in Rotterdam, begin jaren tachtig. De Rotterdamse creatieve industrie heeft daarmee wel al geruime tijd het karakter van een monocultuur die moeilijk uit te bouwen is tot een gevarieerd creatief ecosysteem.

Den Haag

De neergang van de Haagse creatieve industrie in de afgelopen 20 jaar toont aan dat het succes of falen van een lokale creatieve sector niet uitsluitend afhangt van het wel of niet hebben van sterke tradities in creatieve productie. Het gaat er ook om hoe die tradities eruit zien, waar de lokale creatieve productie zich van oudsher op gericht heeft en hoe deze georganiseerd was. In de eerste helft van de 20ste eeuw was Den Haag de meest gespecialiseerde kunststad van Nederland, vooral op het gebied van schilderkunst en literatuur. Haagse kunstenaars als Jan Toorop en Louis Couperus speelden rond 1900 een sleutelrol in het Nederlandse culturele landschap. Zij richtten zich voornamelijk tot een elitepubliek, waar de hofstad bijzonder rijk aan was. Hun nalatenschap werkte lang door, niet in de minste plaats via de instellingen die het predicaat ‘koninklijk’ dragen, zoals de Koninklijke

Academie van Beeldende Kunsten en de Koninklijke Schouwburg. Daarnaast stoelde het succes van de Haagse creatieve industrie in de 20ste eeuw veelal op directe overheidspatronage. Zo waren veel juridische uitgevers hier geconcentreerd. De Staatsdrukkerij (het latere, verzelfstandigde Sdu) en de hieraan verbonden grafisch vormgevers verzorgden de officiële overheidspublicaties, evenals het Nederlandse briefgeld. De Rijksgebouwendienst had vele architecten in dienst en ook de Koninklijke Bibliotheek was een grote werkgever, en is dat nog steeds.

Sinds de jaren zestig is het relatieve belang van elitecultuur sterk geërodeerd door een voortschrijdende democratisering van cultuurconsumptie. De naoorlogse welvaart leidde tot een snellere groei van de markt voor populaire cultuur in vergelijking met de markt voor elitecultuur. Amsterdam profiteerde hiervan, Den Haag door de bank genomen niet. Na de jaren tachtig was het door de privatisering van vele overheidsdiensten ook deels gedaan met de zekerheden van overheidspatronage. Vooralsnog is het de Haagse creatieve sector nauwelijks gelukt om de traditionele veren af te schudden die ooit een voordeel opleverden, maar de sector nu in de weg zitten.

Utrecht

Voor Utrecht geldt in zekere zin het omgekeerde als voor Den Haag. Hier heeft de creatieve industrie sinds de jaren negentig juist een hoge vlucht genomen. Hoewel Utrecht in de eerste helft van de 20ste eeuw een aardig ontwikkelde kunstnijverheidsindustrie bezat, en ook lange tijd veel uitgeverijen kende, kwam er vanaf de jaren zestig de klad in de creatieve economie, waarschijnlijk door het aanzuigeffect van

Het succes van de Haagse creatieve industrie stoelde op directe overheidspatronage

Amsterdam en de algehele landelijke teloorgang van de kunstnijverheidssector. Begin jaren negentig werd hierin een dieptepunt bereikt. Het werkgelegenheidsaandeel van de creatieve industrie in Utrecht lag toen zelfs een stuk lager dan in Rotterdam. Door enkele gelijktijdige ontwikkelingen die in die jaren zijn ingezet, is de stad de malaise ontstegen, waardoor het momenteel de tweede creatieve stad van Nederland is. Net als Amsterdam staat Utrecht vrij sterk in alle drie de grote subsectoren van de creatieve industrie. De wonderbaarlijke omslag in de levensvatbaarheid van de sector heeft deels te maken met de liberalisering van het omroepbestel in 1989, waardoor programmamakers niet meer per se in Hilversum gevestigd hoefden te zijn, maar er wel bij in de buurt wilden blijven. Eind jaren tachtig opende de IT-revolutie ook nieuwe perspectieven. Utrecht had al een van de grootste universiteiten van het land, wat de opbloei van de lokale IT-sector sterk bevorderde. Daarnaast

richtte de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (HKU), opgericht in 1987, zich direct op het snijvlak van technologie en kunst. In combinatie met een snel afgetakelde traditionele creatieve industrie die een lokaal reservoir van werkloze creatievelingen had achtergelaten, zorgde dit voor een snelle opleving van nieuwe vormen van creatieve industrie, zoals game design.

Historische trajecten en hoe die te verleggen

Lokale historische specialismen en creatieve signatuur kunnen in steden decennialang worden overgedragen door lokale cultuurgerelateerde instellingen en organisaties (de culturele infrastructuur). Daarnaast spelen de praktijken van de bestaande creatieve ondernemingen een sleutelrol in deze overdracht. Zij zijn immers de meest waarschijnlijke bron van lokaal creatief talent en nieuwe initiatieven, en de meest voor de hand liggende kandidaten om functionele samenwerkingsverbanden mee aan te gaan. Wanneer een stad van oudsher een sterk specialisme op het vlak van de creatieve productie bezit, en het signatuur daarvan past bij de huidige marktomstandigheden, dan levert dat ook vandaag de dag nog grote voordelen op (Amsterdam). Als een sterke lokale traditie op het creatieve vlak ontbreekt (Rotterdam), of de

traditionele oriëntatie van de lokale creatieve sector niet langer aansluit op de hedendaagse vraag (Den Haag), dan is het erg moeilijk voor een stad om successen te boeken in de creatieve industrie.

De eigen geografische dynamiek van de creatieve industrie is hardnekkig, en kan creatieve deelsectoren decennialang, of langer, op hun plek houden. De ontwikkeling van een creatieve stad is daarom iets van de lange adem en geschiedt doorgaans op basis

De eigen geografische dynamiek van de creatieve industrie is hardnekkig

van de capaciteiten die een stad erft vanuit het verleden. Het is moeilijk om op basis van de historische ontwikkeling veel te zeggen over de effectiviteit van verschillende soorten stimuleringsmaatregelen uit de laatste jaren. Maar met de interne dynamiek van de creatieve sector moet in dat beleid wel rekening worden gehouden: het moet uitgaan van de eigen situatie en tradities waarop kan worden voortgebouwd. Op nationaal niveau kan wel enige invloed worden uitgeoefend op de geografische spreiding van de creatieve sector. Strikte regulering van het omroepbestel produceerde in de 20ste eeuw de mediacluster in Hilversum, overheidspatronage ondersteunde de grote Haagse creatieve sector, en de investeringen van de overheid in nationale architectuurinstellingen als het Nederlands Architectuurinstituut (NAi) in Rotterdam droegen bij aan de groei van de Rotterdamse architectuurcluster. Het beleid om veel cultuurinstellingen, waaronder openbare bibliotheken, te decentraliseren, heeft de

werkgelegenheid in de creatieve sector lange tijd egaler verspreid. Sinds de geleidelijke terugtrekking van de overheid blijkt dat zulke investeringen op zichzelf niet leiden tot duurzame lokale creatieve sectoren. Het loslaten van deze interventies heeft ertoe geleid dat de creatieve industrie zich meer ging concentreren in die steden die kunnen bogen op de meest omvangrijke, marktgerichte en dynamische creatieve sector: Amsterdam en Utrecht. Door het huidige bezuinigingsbeleid beperkt de overheid zich tot het financieren van de zogenaamde 'culturele infrastructuur', instellingen die het belangrijkste worden geacht voor het culturele leven in Nederland. (Ministerie van OCW 2011) Amsterdam en Utrecht zijn hierin oververtegenwoordigd. Dat gegeven zal de tendens tot geografische samenballing van de Nederlandse creatieve industrie, en daarmee de dominantie van met name Amsterdam, hoogstwaarschijnlijk verder versterken.

Michaël Deinema

is gepromoveerd in de Ruimtelijke Wetenschappen aan de Universiteit van Amsterdam. Momenteel doet hij postdoctoraal onderzoek in cultuursociologie aan dezelfde universiteit

Literatuur

- Deinema, M.N. (2012) *The culture business caught in place: spatial trajectories of Dutch cultural industries, 1899-2005*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam. Proefschrift.
- Kloosterman, R.C. (2004) 'Recent employment trends in the cultural industries in Amsterdam, Rotterdam, The Hague and Utrecht: a first exploration. In: *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, jrg. 95, nr. 2, 243-252.
- Kloosterman, R.C. (2008) 'Walls and bridges: knowledge spillover between "superdutch" architectural firms.' In: *Journal of Economic Geography*, vol. 8, 545-563.
- Ministerie van OCW (2011) *Cultuur in beeld*. Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.
- Rutten, P., O. Koops en O. Nieuwenhuis (2012) *Cross Media Monitor 2012*. Hilversum: iMMovator Cross Media Network.
- Scott, A.J. (2000) *The cultural economy of cities; essays on the geography of image-producing Industries*. London: Sage Publications.

Noten

- 1 Recentelijk heeft ook de hoofdredactie van NRC, lange tijd de belangrijkste uitzondering op deze regel, aangekondigd naar Amsterdam te verhuizen.
- 2 OMA, mede opgericht door Rem Koolhaas, is een internationaal partnership op het gebied van architectuur en stedelijke ontwikkeling.