

# Creatief Zuidoost in kaart

*Een kwantitatieve en kwalitatieve analyse van de creatieve bedrijvigheid in Amsterdam Zuidoost*



6098 PR 10

30 april 2007

# Inhoudsopgave

	pag.
Voorwoord	
<b>Deel I Introductie</b>	
• Aanleiding: een impuls voor creatieve industrie in Zuidoost	2
• Verzoek: breng creatief Zuidoost in kaart en vorm een coalitie	3
• Inleiding: definitie en relevantie van creatieve bedrijvigheid	4
• Wie vormen de creatieve sector?	5
• Wat zijn de effecten van de creatieve sector?	6
• Welke misverstanden bestaan er over de creatieve industrie?	7
• Wat zijn de voorwaarden voor een creatieve stad?	8
<b>Deel II Kwantitatieve analyse</b>	
• O+S Monitor creatieve industrie 2006 - Amsterdam	9
• Wat is het belang van de creatieve industrie voor Amsterdam?	10
• De creatieve industrie in Zuidoost in sub-sectoren verdeeld	11
• Aantal vestigingen en werkzame personen in Zuidoost	12
• Het aantal starters in Zuidoost	13
• Conclusies uit de O+S cijfers voor Zuidoost	14
<b>Deel III Kwalitatieve analyse</b>	
• Wat gebeurt er in Zuidoost op het gebied van creativiteit?	16
• Waar zet het stadsdeel op in? Zwaartepunten in het beleid	18
• Wat zijn de sterkten en zwakten, kansen en bedreigingen?	19
• Wat vinden geïnterviewden van de creativiteit in Zuidoost?	21
• Welke trends en ontwikkelingen zijn relevant voor Zuidoost?	22
• Wat doen overheden en derden met de creatieve industrie?	23
<b>Deel IV Conclusies en aanbevelingen</b>	
• Hoe is Zuidoost voor creatieve mensen, nu en in 2020?	25
• Waar zou Stadsdeel Zuidoost op moeten inzetten?	26
• Wat kan Stadsdeel Zuidoost doen? Instrumenten	27
• Wat kan Stadsdeel Zuidoost doen? Voorbeelden	28
• Synthese: waar liggen kansen voor Stadsdeel Zuidoost?	29
• Conclusie: welke focus moet Stadsdeel Zuidoost kiezen?	30
<b>Bijlagen</b>	
• Interviews: wie zijn er geïnterviewd?	32
• Welke documenten zijn geraadpleegd?	34
• Citaten	36

# Voorwoord

Amsterdam Zuidoost is een dynamisch stadsdeel vol creativiteit. Met *Creatief Zuidoost in kaart* wordt dit zichtbaar gemaakt. Op de volgende pagina's wordt een beeld geschetst van de omvang en diversiteit van de creatieve bedrijvigheid in Zuidoost. Het gaat hierbij om een breed spectrum, van beginnende kunstenaars en rappers tot gevestigde ondernemingen als architectenbureaus en uitgeverijen. Hiervoor is gebruikgemaakt van onderzoeksgegevens van de Dienst Onderzoek en Statistiek van de Gemeente Amsterdam, maar vooral ook van de kennis en ervaring van de lokale creatieve ondernemers en organisaties die voor deze eerste verkenning zijn geïnterviewd. We bedanken deze mensen hartelijk voor hun inzet; zij zullen ook betrokken blijven bij toekomstige ontwikkelingen.

*Creatief Zuidoost in kaart* vormt de opmaat voor de ontwikkeling van enkele projecten die de creatieve bedrijvigheid in Zuidoost verder zullen stimuleren. In de komende maanden zal er in teams gewerkt gaan worden aan concrete acties op het gebied van bijvoorbeeld talentontwikkeling, evenementen, PR, infrastructuur of andere ondersteuningsmaatregelen voor de creatieve sector. Dit document geeft inzicht in de kansen en uitdagingen die Stadsdeel Zuidoost en de kwartiermakers van LAgrou de komende tijd te wachten staan.

LAgrou *Leisure & Arts Consulting*

Stephen Hodes  
Michiel van Iersel  
Arma Kleinepier

30 april 2007

# Introductie



# Aanleiding: een impuls voor creatieve industrie in Zuidoost

## Studies naar creativiteit op macroniveau leveren te weinig inzichten op voor gerichte acties

Als dynamisch en multicultureel stadsdeel beschikt Zuidoost over een buitengewoon creatief vermogen. Er is echter nog maar weinig bekend over aard en omvang van de creatieve bedrijvigheid in dit deel van Amsterdam. In de discussie over het belang van creatieve bedrijvigheid voor de economische en ruimtelijke ontwikkeling van steden, speelt Amsterdam als geheel een belangrijke rol. Als vestigingsplaats voor veel creatieve bedrijven en personen is de stad al meermalen onderwerp van studie en debat geweest. In navolging van onderzoekers als Charles Landry\* en Richard Florida\* is er de afgelopen jaren veel onderzoek gedaan naar de aard en de omvang van de zogenaamde creatieve klasse. Dit heeft geresulteerd in een reeks statistische analyses (o.a. TNO en Dienst O+S) en meer beschouwende publicaties, zoals 'Amsterdam creatieve kennisstad: een passende ambitie?' van O+S en 'Wat cultuur verdient' van de Kamer van Koophandel en LAgrouP. Deze studies geven op hoofdlijnen een beeld van de belangrijkste ontwikkelingen en toekomstperspectieven ten aanzien van de creatieve bedrijvigheid in Amsterdam. De specifieke kansen voor stadsdelen of buurten, met uitzondering van het Centrum, krijgen hierbij weinig aandacht. Bovendien zijn de uitkomsten vaak sterk kwantitatief en/of theoretisch van aard en geven weinig inzicht in de feitelijke gedragingen en concrete behoeften van creatieve mensen. Hierdoor zijn de grove contouren van het gemeentelijk beleid nog wel te schetsen, maar ontbreekt het aan de kennis en contacten om - waar nodig en wenselijk - de creatieve sector direct te ondersteunen met gebiedsgerichte en concrete (beleids)maatregelen op stadsdeelniveau.

## Overzicht van creativiteit op stadsdeelniveau maakt gerichte acties mogelijk



De meer generieke en theoretische benadering die veel onderzoeken uit het verleden kenmerkte, vraagt op korte termijn om een vertaalslag naar de praktijk van alledag. Voor dit doel wil Stadsdeel Zuidoost de creativiteit in dit deel van Amsterdam in kaart brengen om vervolgens kansen te identificeren. Deze analyse heeft geresulteerd in dit bondige document waarin plekken en personen die een positieve bijdrage leveren aan de creatieve bedrijvigheid in het stadsdeel, in beeld worden gebracht. Door creatieve mensen nauw bij het onderzoek te betrekken wint de analyse aan zeggingskracht en ontstaat geleidelijk een netwerk van gevestigde namen en nieuwe talenten.

Waar eerdere onderzoeken een globaal beeld gaven van de groeipotentie van de creatieve bedrijvigheid in Amsterdam als geheel, stelt de focus op Zuidoost in dit traject het Stadsdeel in staat om heel gericht de lokale creatieve industrie te verkennen en uiteindelijk te stimuleren. Overtuigd van de potentie van de lokale creatieve sector, wil Stadsdeel Zuidoost de bestaande dynamiek benutten en nieuwe initiatieven ondersteunen bij hun verdere ontwikkeling.

\* The Creative City, Charles Landry (2000) \* The Rise of the Creative Class, Richard Florida (2002)

# Verzoek: breng creatief Zuidoost in kaart en vorm een coalitie

## Samenwerking binnen en buiten het stadsdeel nodig om tot concrete acties te komen

Om de geconstateerde potentie van de creatieve sector verder te benutten, wil de gemeente samen met het bedrijfsleven en maatschappelijke instellingen kansrijke plekken en personen ondersteunen. Om met de grotendeels theoretische kennis van de sector duurzaam invloed te kunnen uitoefenen, zal de kennis van de concrete beroepspraktijk van creatieve ondernemers moeten worden versterkt. De broedplaatsen die Stichting Open Ateliers Amsterdam Zuidoost samen met het Stadsdeel en woningcorporatie Rochdale heeft gerealiseerd, vormen een inspirerend voorbeeld van een effectieve aanpak die zeker navolging verdient. Hiervoor zijn rechtstreekse contacten tussen de gemeente en vertegenwoordigers van de creatieve sector essentieel. Er zijn al veel activiteiten opgezet om deze relaties te versterken, zoals de prijsvraag voor de Straat van Duizend Culturen en een cursus 'Cultureel ondernemerschap' van het Ondernemershuis Zuidoost, maar een systematische verkenning van de wederzijdse verwachtingen en kansen voor de toekomst vormt een volgende stap.

## Vraagstelling: breng creatief Zuidoost in kaart en verbind kansrijke creatieve mensen en organisaties in een coalitie



De vraag van het Stadsdeel Zuidoost is door LAgroun als volgt verwoord :

Breng de creatieve industrie in Zuidoost in kaart en verbind de onderdelen in een Creatieve Coalitie. Ontwikkel in nauw overleg met het stadsdeel een pragmatisch uitvoeringsprogramma voor de toekomstige versterking van (de zichtbaarheid van) de creatieve industrie in Amsterdam Zuidoost. Breng hiervoor eerst de huidige situatie in kaart door middel van een cijfermatige inventarisatie. Raadpleeg vervolgens de creatieve sector zelf, door (groeps)gesprekken met verschillende organisaties en individuen die zicht hebben op de verschillende onderdelen en verdere ontwikkeling van de creatieve sector. Hou hierbij nadrukkelijk rekening met de kwaliteiten van de jongeren(cultuur) in Zuidoost. Verwerk de resultaten van de kwantitatieve en kwalitatieve inventarisaties in een helder, realistisch en enthousiasmerend document, dat inzicht moet bieden in de sociale, economische en ruimtelijke aspecten van de lokale creatieve sector en de kansen die dit biedt voor de toekomstige ontwikkeling en profilering van Zuidoost ten opzichte van de rest van Amsterdam en andere steden. Bouw zo een lokaal netwerk en contacten met derden op.

Werk enkele pilotprojecten uit voor de meest kansrijke thema's die voortvloeien uit de inventarisatie. Breng lokale partijen bij elkaar die tezamen de pilots uitwerken. Koppel bestaande netwerken aan elkaar en zorg voor de begeleiding van de inhoudelijke uitwerking van de pilots op hoofdlijnen. Presenteer de resultaten van de inventarisatie en netwerkvorming als de 'Creatieve Coalitie Zuidoost' tijdens een interactieve werkconferentie met zoveel mogelijk belanghebbenden. Stel tot slot een uitvoeringsprogramma op dat richting geeft bij de ondersteuning van de lokale creatieve sector en de uitwerking van pilots en dat als opmaat kan dienen voor eventuele subsidies of fondsaanvragen.

# Inleiding: definitie en relevantie van creatieve bedrijvigheid

«*Economische activiteit in media & entertainment, creatieve zakelijke dienstverlening en de kunsten*»

Creatieve bedrijvigheid bestaat uit alle economische activiteit van bedrijven en organisaties waarbij betekenis en symbolische waarde centraal staan (deze definitie sluit aan op onderzoek van Richard Florida en TNO). Het gaat om producten en diensten die sterk inspelen op de nog steeds groeiende behoefte aan zingeving, status, imago, vertier en verfraaiing - ook wel symbolische waarde genoemd - die tot uiting komt in producten uit de kunsten, vormgeving, mode, reclame, fotografie, interieur en architectuur, nieuwe media, uitgeverij, muziek, radio en televisie. Het bedenken (en deels ook het vervaardigen) van deze mooie, originele en nieuwe producten vraagt - in tegenstelling tot andere producten - om creativiteit. Creativiteit wordt dan ook wel beschouwd als grondstof voor creatieve bedrijven.

Creatieve bedrijven bevinden zich in verschillende sectoren: een kwart in de industrie (bijv. R&D), een derde in de zakelijke dienstverlening en ruim 40% in de non-profit sector. Omdat het gaat om schone en relatief rustige bedrijvigheid, hoeven creatieve bedrijven niet op een industrieterrein apart te worden gezet. Ze kunnen daarom (en willen vaak ook graag!) gevestigd zijn op stedelijke locaties, waar ook wordt gewoond en plezier wordt gemaakt. In het algemeen hebben de bedrijven een kleine bedrijfsomvang, werken deels freelance en vaak projectmatig en zijn soms een uitdaging om te huisvesten. Aan de andere kant is het voor grotere creatieve bedrijven geen probleem om in een traditioneel kantoorpand te gaan zitten, omdat ze daarmee over voldoende ruimte en parkeergelegenheid kunnen beschikken. Het is dus geen homogene verzameling organisaties, maar een soms lastig af te bakenen stuk bedrijvigheid. Creatieve bedrijven kunnen worden ondergebracht in drie hoofdsegmenten: media & entertainment, creatieve zakelijke dienstverlening en de kunsten. De groei en aantrekkingskracht van deze segmenten verschillen. Dat vraagt in Zuidoost om een eigen strategie per segment, hoewel het stadsdeel uit het oogpunt van de omvang van Zuidoost en de noodzakelijke diversiteit en levendigheid, geen vormen van creatieve bedrijvigheid zal uitsluiten. Dus meer een gedifferentieerde aanpak gericht op verschillende bedrijfstakken, dan één algemeen beleid voor allen.



Nike-sportschoenen ontworpen voor LeBron James



De iMac van Apple



Interieur van Living Tomorrow



De iPod van Apple

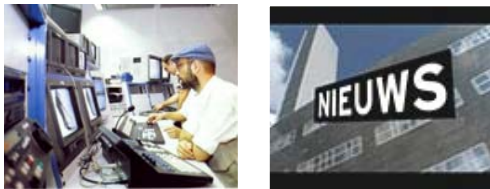
# Wie vormen de creatieve sector?

## Waaruit bestaat de creatieve industrie?

Er zijn diverse onderzoeken die verschillende definities hanteren van wat de creatieve industrie is. De oorspronkelijke Engelstalige term 'the creative industries' geeft aan dat het bestaat uit meerdere industrieën. In de beleidsbrief van de ministeries van EZ en OCW is een overzicht gegeven van de gehanteerde definities en voor dit onderzoek hebben we de definitie gebruikt zoals gehanteerd door de ministeries, TNO en O+S.

## Media & entertainment

uitgeverijen, omroepen radio en tv, pers- en nieuwsbureaus, journalisten, filmvertoning en -productie, gaming, en bioscopen.



## Creatieve zakelijke dienstverlening

bureaus (groot en klein) én individuen op het gebied van reclame, vormgeving, mode, architectuur en stedenbouw.



## De kunsten

producenten (kunstenaars, artiesten, gezelschappen) en vertoningsplekken (podia, expositieruimten, ateliers)



# Wat zijn de effecten van de creatieve sector?

*De creatieve sector bezit het vermogen om voor economische, maatschappelijke en ruimtelijke ontwikkeling te zorgen*

In al zijn veelvormigheid en veranderlijkheid, kan de creatieve sector op vele manieren van toegevoegde waarde zijn\*:



## **Economische betekenis**

De creatieve industrie concentreert zich in de steden en heeft daar een belangrijke economische betekenis. Met het vertrek van de traditionele industrie uit Amsterdam en de verschuiving van productie- en productieondersteunende taken en meer recentelijk de dienstverlenende taken naar lage lonen gebieden is het economisch belang van creativiteit stijgende.



## **Aantrekkelijkheid voor bedrijven (vestigingsklimaat)**

Het imago, vermaak, de levendigheid en uitstraling die een aanbod van kunst en cultuur in brede zin aan een stad toevoegt, kunnen vooral het kennisintensieve deel van het bedrijfsleven in zijn vestigingsbeleid beïnvloeden.



## **Aantrekkelijkheid voor bewoners (woonklimaat)**

Kunst, cultuur en creativiteit leiden tot levendigheid op straat, tot trots onder de bewoners en trekken nieuwe bewoners aan en zorgen ervoor dat bestaande bewoners zich verbonden voelen met hun woonomgeving. Onderzoek heeft aangetoond dat kunst en cultuur voor bewoners uit alle stadsdelen een belangrijke vestigingsfactor is en een groeiende bron van werk en inkomen.



## **Aantrekkelijkheid voor bezoekers (toerisme)**

Kunst, cultuur en creativiteit zijn belangrijke reismotivaties voor zowel binnen- als buitenlandse reizigers. Musea, podia, culturele evenementen, maar ook de uitstraling van mode en design, dragen bij aan de aantrekkingskracht van steden en stadsdelen. Zie *City Tourism & Culture* op [www.etc-corporate.org](http://www.etc-corporate.org).



## **Stedelijke ontwikkeling**

Bij de ontwikkeling van stedelijke gebieden worden nieuwe cultuurgebouwen - theaters, musea - door projectontwikkelaars ingepland om het gebied imago, prestige en levendigheid te geven. Het gaat hier om zowel grootschalige als kleinschalige voorzieningen die de aantrekkelijkheid van het gebied kunnen vergroten.

# Welke misverstanden bestaan er over de creatieve sector?

*De creatieve sector bezit het vermogen om voor economische, maatschappelijke en ruimtelijke ontwikkeling te zorgen*

In een recente publicatie van de dienst Onderzoek en Statistiek van de Gemeente Amsterdam signaleert Jeroen Slot, directeur van de dienst, een aantal misverstanden die zijn ontstaan ten aanzien van het effect van de creatieve industrie. Dit wijt hij aan de hype rondom het onderwerp en de beperkte analyse van de de belangrijkste theoreticus op dit gebied, Richard Florida. Twee van de misverstanden die hij noemt zijn bijzonder relevant voor Zuidoost en daarom is de reactie van Slot hieronder integraal weergegeven\*:



## **Misverstand 1: de creatieve kennisstad is alleen voor rijken**

De armen moeten de stad uit, concludeerde Het Parool naar aanleiding van een publicatie van de Kamer van Koophandel. Als de kampioenen van de creatieve kennisstad hun zin zouden krijgen zou Amsterdam simpelweg de kansarmen de stad uit gooien, volgens de krant. Zo hoeft het niet te zijn. In de eerste plaats zijn mensen die tot de creatieve klasse gerekend worden en in de stad willen wonen helemaal niet rijk. Juist omdat ze relatief jong zijn en in een sector met een lagere arbeidsproductiviteit actief zijn, liggen de inkomens gemiddeld lager dan in andere sectoren. Bovendien gaat het er niet om dat de armen de stad uitgegooid worden. Hooguit wordt ervoor gepleit beleidsmatig mee te gaan op een trend. De beweging van veel huidige bewoners buiten het centrale deel van de stad en buiten de gemeente op zoek te gaan naar andere woonkwaliteiten dan locatie is er toch. De 24-uurseconomie van de vrijetijdsindustrie levert overigens ook heel veel kleine (starters)banen in het onderste segment op.



## **Misverstand 2: de creatieve kennisstad heeft allochtonen niets te bieden**

Voor etnische minderheidsgroepen geldt dat de ontwikkeling richting creatieve kennisstad niet zozeer uitsluiting betekent als wel een extra kans. Deelname wordt immers niet alleen langs formele opleidingscriteria bepaald, zoals in de meeste andere sectoren van de economie. Het feit dat de in Amsterdam opgegroeide tweede generatie jong is, helpt daarbij enorm. Bovendien zoeken mensen die in de creatieve sectoren actief zijn niet alleen een open, divers en tolerant klimaat, zij zullen dat klimaat ook helpen bevorderen. Overigens is 20% van de Amsterdamse allochtonen afkomstig uit westerse landen.

# Wat zijn de voorwaarden voor een creatieve stad?

Er is voldoende reden om te twifelen aan de maakbaarheid van de creatieve stad, maar uit diverse onderzoeken blijkt dat bepaalde voorwaarden dominant aanwezig zijn in succesvolle creatieve steden. Welke zijn dat?

Richard Florida noemt ze 'the three T's of economic growth - Technology, Talent & Tolerance'. Volgens Florida moet een stad alle drie de factoren bezitten om attractief te zijn voor de creatieve klasse, één of twee is niet voldoende. In het kort worden de drie T's omschreven als:

**Tolerantie** : openheid, omarming van alle etniciteiten, rassen en levensstijlen;

**Talent** : diegene met een 'bachelor's degree' of hoger die nodig zijn om de creatieve bedrijvigheid te organiseren en voor andere banen zorgen;

**Technologie** : concentratie van innovatie en technologie in een regio.

Een van Florida's belangrijkste hypothesen is dat plaatsen met een hoge concentratie van bohémiens - de producenten, de makers van culturele en creatieve waarde, zoals schrijvers, ontwerpers, musici en componisten, acteurs en regisseurs, kunstenaars, fotografen en dansers - aantrekkelijk zijn voor talent en met name voor de creatieve klasse. Daarnaast stellen Richard Florida en Gary Gates dat talentvolle personen worden aangetrokken tot plaatsen die hoog scoren op de Gay Index, niet omdat de creatieve industrieën zijn bevolkt door een groot aantal gays, maar omdat kunstenaars, musici, gays en de creatieve klasse in het algemeen worden aangetrokken tot plaatsen die open en divers zijn. Dus voor het aantrekken van nieuw en creatief talent voor de stedelijke economie zijn tolerantie, een innovatief klimaat en diversiteit de sleutelwoorden (Musterd, 2004). Daarnaast zijn een volwassen stedelijke structuur met interessante architectuur, historische plekken en openbare ruimte en attractieve vrijetijdsvoorzieningen belangrijke voorwaarden om de creatieve klasse te kunnen aantrekken.



Florida's creativiteitsindex, de drie T's

## Kritieke succesfactoren voor een creatieve stad

- |                                       |  |   |
|---------------------------------------|--|---|
| ✓ Identiteit en imago                 | ✓ Levendige ontmoetingsplekken             | ✓ Functiemenging                          |
| ✓ Huisvesting (woon- en werkruimte)   | ✓ Toonaangevende mensen of organisaties    | ✓ (Lokale) toeleveranciers en afnemers    |
| ✓ Fijnmazige en kleinschalige milieus | ✓ Cultureel aanbod                         | ✓ Aansluiting op (internationaal) netwerk |
| ✓ Voorzieningenrijkdom                | ✓ Menselijk kapitaal (talent, opleidingen) | ✓ Bereikbaarheid                          |
| ✓ Prettige openbare ruimte            | ✓ Tolerantie/openheid                      |   |

Ook de mate waarin plaatsen en momenten worden aangeboden waar ontmoetingen kunnen plaatsvinden, maakt voor de creatieve klasse de ene stad aantrekkelijker dan de andere. Dit kunnen geplande of toevallige ontmoetingen zijn, een confrontatie tussen een persoon en de fysieke omgeving, bijvoorbeeld in de vorm van architectuur of beeldende kunst in de openbare ruimte of een bijzonder optreden of andere belangrijke tijdelijke activiteit.

# Kwantitatieve analyse



# O+S Monitor creatieve industrie 2006 - Amsterdam

De 'Monitor creatieve industrie 2006' is de tweede uitgave van een jaarlijkse publicatie die de ontwikkeling van de creatieve industrie in de regio Amsterdam beschrijft. De regio Amsterdam is de thuishaven van ruim een kwart van de Nederlandse creatieve bedrijvigheid. Met meer dan 9.000 Nederlandse en internationale bedrijven, ruim 30.000 werknemers en een bijdrage van 4% aan de Amsterdamse economie is het een middelgrote sector, zoals horeca of onderwijs. De creatieve bedrijvigheid in Amsterdam is sterk - voor meer dan de helft - geconcentreerd in de binnenstad. Amsterdam is een aantrekkelijke stad voor creatieve bedrijven, vanwege de internationale bereikbaarheid en oriëntatie, maar vooral ook vanwege de levendigheid, diversiteit, compactheid en tolerantie.

De Monitor creatieve industrie wordt uitgevoerd door de Dienst Onderzoek en Statistiek (O+S) van de Gemeente Amsterdam. O+S geeft aan dat "de creatieve industrie een verzamelbegrip (is) voor bedrijven en instellingen, met als voornaamste kenmerk creativiteit, ondernemerschap en het leveren van culturele of symbolische betekenis in de letterlijke zin van het woord." Binnen de creatieve industrie worden ook door O+S de drie deelgebieden onderscheiden, zoals die hiervoor zijn geïntroduceerd (de kunsten, media en entertainment en creatieve zakelijke dienstverlening). Wat hen volgens O+S bindt is "de bedrijvigheid op het grensvlak van economie en cultuur, waarbij op basis van menselijke creativiteit waarde wordt gecreëerd."

De Monitor 2006 is te downloaden op de site van O+S ([www.os.amsterdam.nl](http://www.os.amsterdam.nl)). De belangrijkste bevindingen voor de stad Amsterdam zijn te vinden op de volgende sheet. Daarna wordt ingegaan op de betekenis van de creatieve industrie voor Zuidoost op basis van een additionele uitdraai van de gegevens gemaakt door O+S voor Zuidoost, waarin Zuidoost ook wordt vergeleken met Amsterdam Noord en de stad als geheel. De vergelijking met Noord is gemaakt, omdat dit stadsdeel net als Zuidoost jarenlang te kampen had met sociaal-maatschappelijke en economische stagnatie en ten opzichte van de Amsterdamse binnenstad een vergelijkbare geïsoleerde ligging kent. De afgelopen jaren is Noord in opkomst, wat mede komt door de betaalbare en markante ruimte die is vrijgekomen als gevolg van het wegtrekken van de industrie. Dit heeft op creatieve bedrijven een grote aantrekkingskracht, evenals de open houding van het stadsdeel.



# Wat is het belang van de creatieve industrie voor Amsterdam?

De monitor creatieve industrie 2006 geeft de volgende belangrijke bevindingen aan voor Amsterdam als geheel.

## Het belang van de sector

Uitgedrukt in het aantal banen, het aantal vestigingen en de toegevoegde waarde toont de monitor het volgende beeld:

- Op 1 januari 2006 werkten er 31.263 mensen in de creatieve industrie in Amsterdam verdeeld over ruim 9.000 vestigingen. Ten opzichte van 2002 is het aantal werkzame personen iets afgenomen, terwijl het aantal vestigingen is toegenomen. Bijna zeven procent van het aantal banen in Amsterdam betreft banen in de creatieve sector en 13% van alle Amsterdamse vestigingen zijn creatieve bedrijven.
- Media en entertainment hebben in verhouding de meeste arbeidsplaatsen, terwijl de creatieve zakelijke dienstverlening het grootste aandeel in het aantal vestigingen heeft. Het aantal banen in de creatieve zakelijke dienstverlening en de kunsten nam in 2005 toe, terwijl media en entertainment opnieuw banen verloor. Sinds 1999 loopt de werkgelegenheid bij uitgeverijen, een belangrijk onderdeel van de media & entertainment, terug.
- De creatieve industrie levert een bijdrage van 4% aan de totale toegevoegde waarde van de Amsterdamse economie. Ten opzichte van 2002 is het aandeel afgenomen, maar in nominale termen nam de toegevoegde waarde toe.

## Ontwikkelingen sinds 1996

De monitor bekijkt de ontwikkeling van de creatieve industrie in de periode 1996 - 2006, opgedeeld in twee tijdvakken:

- Tussen 1996 en 2002 nam de creatieve industrie enorm toe, zelfs meer dan de toch snel groeiende Amsterdamse economie. Van alle nieuwe banen kwamen 10% uit de creatieve industrie.
- De periode 2002 - 2006 laat een andere ontwikkeling zien. Alhoewel het aantal vestigingen toenam, stabiliseerde het aantal werkzame personen in de creatieve industrie. Het aantal creatieve starters nam scherp af. Dit had alles te maken met de stagnerende Amsterdamse economie in deze periode. In de loop van 2005 is het herstel langzaam ingezet. Dit kwam tot uiting in een stijging van het aantal creatieve vestigingen en - in het bijzonder - een grote toename van het aantal starters.

## Verdeling over de stadsdelen

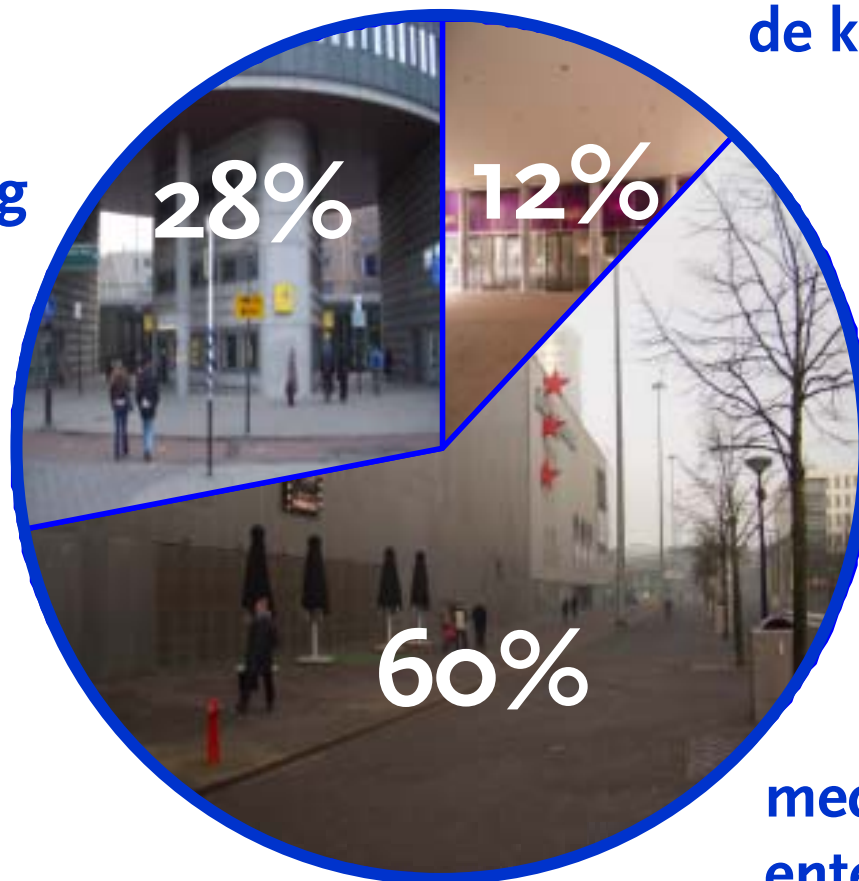
- Creatieve bedrijven zitten graag bij elkaar. Zo ontstaan er concentraties van bedrijvigheid in de stad. De meeste creatieve bedrijven zijn te vinden in Amsterdam-Centrum en Oud-Zuid. Er vindt echter een uitwaaiering plaats naar andere stadsdelen. De twee grootste groeiers van het afgelopen decennium waren Zeeburg en Amsterdam Noord. Vooral de locaties aan het IJ zijn in trek bij creatieve ondernemers.



# De creatieve industrie in Zuidoost in sub-sectoren verdeeld

In 2006 werkten er in totaal 1.596 mensen in de creatieve industrie in Zuidoost, waarvan 60% in de media & entertainment, 28% in de creatieve zakelijke dienstverlening en 12% in de kunsten.

creatieve  
zakelijke  
dienstverlening



de kunsten

media &  
entertainment

# Aantal vestigingen en werkzame personen in Zuidoost

De monitor creatieve industrie 2006 laat het volgende beeld zien voor het aantal vestigingen en werkzame personen:

## Het aantal vestigingen in de creatieve industrie

In 2006 waren er 9137 vestigingen van creatieve bedrijven in Amsterdam, waarvan in Zuidoost 342 (4%) en in Noord 497 (5,4%). In de periode 1996 - 2006 is het aandeel van Zuidoost in het totaal van vestigingen van creatieve bedrijven in Amsterdam afgenomen van 4,6% naar 4%, terwijl het aandeel van Noord is toegenomen van 3,7% naar 5,4%.

In Noord is de creatieve zakelijke dienstverlening goed voor 45% van het aantal vestigingen in de creatieve industrie, gevolgd door media en entertainment (31%) en de kunsten (24%).

### Aantal vestigingen creatieve bedrijven in Zuidoost (2006)

De kunsten	107 (32%)
Media & entertainment	106 (31%)
Creatieve zakelijk dienstverlening	129 (37%)

Over de periode 1996-2006 is het totale aantal vestigingen van creatieve bedrijven in Amsterdam gegroeid met 72%. In dezelfde periode is het aantal vestigingen in Noord gegroeid met 151%, terwijl Zuidoost met 40% flink achterblijft.

## Het aantal werkzame personen in de creatieve industrie

In 2006 waren er in Amsterdam in totaal 31.263 personen werkzaam in de creatieve industrie, waarvan 27.186 in grote banen (meer dan 12 uur per week) en 4.077 in kleine banen (<12 uur). In Zuidoost zijn er in totaal 1.596 personen werkzaam in de creatieve industrie (5,1% van het totaal aantal personen werkzaam in de creatieve industrie in Amsterdam), terwijl Noord met 1.279 personen (4,1%) in absolute zin minder banen in de creatieve industrie telt. Van alle werkzame personen in Zuidoost is 8% werkzaam in de creatieve industrie en van alle personen werkzaam in de creatieve industrie in Zuidoost is 87% werkzaam in grote banen. Het is overigens niet bekend hoeveel mensen die werken in de creatieve industrie in Zuidoost, tevens woonachtig zijn in het stadsdeel.

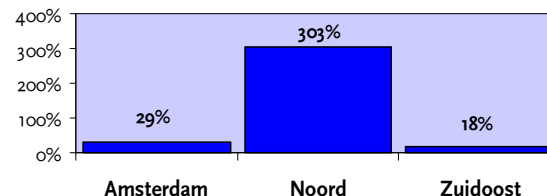
In Amsterdam is het totaal aantal personen werkzaam in de creatieve industrie in de periode 1996-2006 gegroeid met 29% terwijl Noord is gegroeid met 303% en Zuidoost met 18%. De gemiddelde groei per jaar voor Amsterdam als geheel is 2,7% en voor Noord zelfs 27,6%, terwijl de creatieve industrie in Zuidoost gemiddeld met 1,6% groeit.

### Aantal werkzame personen per vestiging

	1996	2006
Amsterdam	4,55	3,42
Noord	1,60	2,57
Zuidoost	5,52	4,66

(gemiddelde voor alledrie de sub-sectoren)

### Groei aantal werkzame personen van 1996 - 2006



# Het aantal starters in Zuidoost

De monitor creatieve industrie 2006 zegt het volgende over de starters in de creatieve industrie in Amsterdam.

## Het aantal starters in de creatieve industrie

Het aantal starters in de creatieve industrie in Amsterdam in 2005 was 933. In de periode 1995-2005 groeide het aantal starters met 119% met een zeer sterke groei in de periode 2004-2005 van 39%.

Het aantal starters in Zuidoost in 2005 was 43 (4,6% van het totaal) en 62 in Noord (6,7%). Het aantal starters in Zuidoost in 2005 was gelijkmatig verdeeld over de drie sub-sectoren, terwijl in Amsterdam als geheel de creatieve zakelijke dienstverlening het grootste aantal starters liet zien met 44% van het totaal.

Hoewel Noord een sterke groei van het aantal starters in de periode 2004-2005 liet zien, vergelijkbaar met de stad als geheel, bleef het aantal starters in Zuidoost in die periode gelijk.

Gemiddeld waren er in 2005 1,3 personen werkzaam bij de starters in de creatieve industrie in Amsterdam als geheel.



## Overzicht

Gebied \ Deelsector	De kunsten	Creatieve zakelijke dienstverlening	Media & entertainment	Totaal
	<b>Werkgelegenheid 2006</b>			
<b>Amsterdam totaal</b>	9.801 (31%)	10.041 (32%)	11.421 (37%)	31.263 (100%)
<b>Amsterdam Noord</b>	199 (16%)	613 (48%)	467 (37%)	1.279 (100%)
<b>Amsterdam Zuidoost</b>	197 (12%)	453 (28%)	946 (60%)	1.696 (100%)
<b>Aantal vestigingen 2006</b>				
<b>Amsterdam totaal</b>	2.534 (28%)	3.468 (38%)	3.135 (34%)	9.137 (100%)
<b>Amsterdam Noord</b>	122 (25%)	223 (45%)	152 (31%)	497 (100%)
<b>Amsterdam Zuidoost</b>	107 (31%)	129 (38%)	106 (31%)	342 (100%)
<b>Starters 2005 (vestigingen)</b>				
<b>Amsterdam totaal</b>	250 (27%)	410 (44%)	273 (29%)	933 (100%)
<b>Amsterdam Noord</b>	20 (32%)	30 (48%)	12 (19%)	62 (100%)
<b>Amsterdam Zuidoost</b>	15 (35%)	15 (35%)	13 (30%)	59 (100%)

# Conclusies uit de O+S cijfers voor Zuidoost

Uit de O+S cijfers voor Zuidoost met betrekking tot de creatieve industrie kan een aantal conclusies worden getrokken.

- Alle **sub-sectoren** (de kunsten, creatieve zakelijke dienstverlening en media & entertainment) van de creatieve industrie in Zuidoost zijn evenredig vertegenwoordigd qua aantal **vestigingen**.
- Hoewel het aantal vestigingen in Zuidoost gelijk verdeeld is over de drie sub-sectoren, is **media & entertainment** bij verre de grootste sub-sector als het gaat om het aantal **werkzame personen** (60%) en **de kunsten** de kleinste sub-sector met 12%.
- Het **aandeel** van Zuidoost in het totale aantal **vestigingen** van creatieve bedrijven in Amsterdam is de afgelopen tien jaar afgenomen, terwijl het aandeel van Noord sterk is toegenomen.
- Het **aandeel** van Zuidoost in het totale aantal **werkzame personen** binnen de creatieve industrie in Amsterdam is ook licht afgenomen, terwijl het aandeel van Noord sterk is toegenomen. [Nog niet meegenomen in deze cijfers zijn IdtV en MTV die zich in de komende jaren in Noord zullen vestigen.]
- De **omvang** van de creatieve vestigingen in Zuidoost over de afgelopen tien jaar, in termen van **werkzame personen**, is structureel groter dan het gemiddelde van Amsterdam, maar de omvang neemt geleidelijk af in Zuidoost. De verklaring voor het feit dat de gemiddelde omvang groter is dan die van Amsterdam zal liggen in de beschikbaarheid van ruimte in Zuidoost.
- Zuidoost heeft niet mee geprofiteerd van de sterke groei van het aantal **starters** in recente jaren. De evenwichtige verdeling van banen over de sub-sectoren van de creatieve industrie in Zuidoost geldt ook voor de starters, in tegenstelling tot de stad als geheel waar 44% van de starters binnen de creatieve zakelijke dienstverlening viel. Al is de omvang van de vestigingen van de starters zeer klein, zij zijn belangrijk voor de toekomstige groei van de creatieve industrie in Zuidoost. [Ook Microsoft begon ooit eens als een klein bedrijf in een garage.]
- De optelsom van deze conclusies laat zien dat de creatieve bedrijvigheid in Zuidoost op alle terreinen minder snel groeit dan de stad als geheel en in vergelijking met Amsterdam Noord.



# Kwalitatieve analyse





## Een wereld van verschil

In Amsterdam Zuidoost bestaat er een merkbare kloof tussen de creatieve bedrijvigheid aan de oost- en westzijde van het spoor.

Het betreft o.a. de mate van professionaliteit, de culturele achtergrond, de omvang, het voorzieningsniveau en vooral de binding met stadsdeel Zuidoost.

Het dichten van deze kloof is een belangrijke uitdaging.



# Wat gebeurt er in Zuidoost op het gebied van creativiteit?

Zuidoost kenmerkt zich door een uitbundige mix van achtergronden en verschillende culturen, waarin muziek, dans, vertelkunst en andere culturele uitingen van oudsher een belangrijke rol spelen. Stadsdeel Zuidoost is met haar circa 85.000 inwoners en 55.000 werknemers een van de grootste stadsdelen van Amsterdam. Het culturele aanbod is nu verhoudingsgewijs nog klein; toch zijn er, vooral op het gebied van de kunsten, veel initiatieven en organisaties actief.

## Het draait bij kunst en cultuur in Zuidoost vooral om *podiumkunsten, amateurs en (jonge) talenten*

Het stadsdeel richt zich momenteel vooral op het cultuuraanbod, waaronder de volgende organisaties en initiatieven:

- In de afgelopen periode hebben diverse inspanningen geleid tot de plannen voor **GETZ**, het **Cultuurgebouw**, de **Music Dome** en het **MFC** (Multifunctioneel Centrum), waarmee de basis wordt gelegd voor een sterke culturele infrastructuur. Dit past bij het voornemen van de centrale stad en Stadsdeel Zuidoost om het tweede uitgaansgebied c.q. cultureel centrum van Amsterdam te worden. De **Heineken Music Hall** vormt al een tastbaar bewijs van deze ambitie.
- Jong talent blijft zijn weg vinden via de mogelijkheden die geboden worden door de **Muziekschool**, **Five 'O' Clock Class**, de **Jeugdtheaterschool**, **Krater Theater** en **Circus Elleboog**, waarvoor structurele subsidiëring beschikbaar is.
- **Imagine IC** en **Breathing Bijlmer** en **Bijlmer Breakz** hebben de culturele infrastructuur versterkt met podia voor (jonge) amateurs en hebben tevens professionele kunstenaars ruimte geboden voor het uitoefenen van hun vak.
- Beeldend kunstenaars in Zuidoost zijn te zien bij **CBKzo** en verenigen zich in de **Stichting Open Ateliers** en de atelierflats **Kruitberg**, **Echtenstein** of **Florijn**.
- **ZO!** cultuur Zuidoost is een jong gezicht aan de ArenA Boulevard. Het is een initiatief van **Paradiso**, **Cosmic** en **Imagine IC** dat in 2004 van start is gegaan. Deze coalitie presenteert bestaande en nieuwe makers op het gebied van de podiumkunsten (muziek, dans, theater, media, film en nieuwe media). **ZO!** is ook verantwoordelijk voor het **Gospel Festival** en **BO!** (zie kader hiernaast). Het is de bedoeling dat **ZO!** op termijn (2009) een vaste plek krijgt in **GETZ**.
- Op het gebied van amateur-theater zorgt de komst van de **Theaterwerkplaats** voor professionele begeleiding van (o.a.) amateur-theatergezelschappen.
- De amateurkunst heeft met het in het leven roepen van het **Cultuurfonds** een stimulans gekregen. Door de eenmalige subsidies hebben initiatieven de kans gekregen zichzelf te bewijzen met een gericht aanbod voor bewoners.

### **BO! showcases & open mic**

**BO!** is het maandelijkse open podium in Amsterdam Zuidoost, georganiseerd door **ZO!** cultuur Zuidoost. **BO!** biedt jongeren met talent een professioneel podium voor muziek, dans, stand up comedy, zang, en rap, plus andere kansen om hun talent verder te ontwikkelen en mogelijkheden om zichzelf in de kijker te spelen. De *showcases & open mic* worden ondersteund en versterkt met één of twee professionele acts en de showcases die optreden bij **BO!** krijgen feedback van een panel, bestaande uit zwaargewichten in diverse podiumkunsten. Zij geven een professioneel advies en richtlijnen. Daarnaast nodigt **BO!** voor iedere editie diverse music & media scouts uit de (Nederlandse) entertainment business uit.

# Wat gebeurt er in Zuidoost op het gebied van creativiteit?

## Zwaartepunt creatieve industrie in Zuidoost ligt getalsmatig bij bedrijven op het gebied van media & entertainment

Het stadsdeel richt zich momenteel nog niet direct op de creatieve industrie, met uitzondering van het cultuuraanbod, maar desalniettemin gebeurt er in Zuidoost al veel op het gebied van meer toegepaste en commerciële vormen van creativiteit. Hieronder volgt een overzicht van enkele belangrijke kenmerken en ontwikkelingen:

- Media & entertainment is verhoudingsgewijs de grootste deelsector in termen van werkzame personen (denk hierbij aan de uitgeverijen en voorzieningen langs de ArenA Boulevard)\*.
- Er zijn daarnaast relatief veel reclamebureau's in Zuidoost, maar het aantal is sterk teruggelopen van 325 (in 2005) naar 182 (in 2006), bijna op het niveau voor 1996. Daarnaast zijn er relatief veel filmproducenten (40)\*.
- Het toegenomen autobezit en vrachtverkeer zorgen ervoor dat locaties aan de buitenkant van de stad aantrekkelijker worden, waaronder de Zuidas en Zuidoost\*.
- Naar verhouding is er een lage scholingsgraad in Zuidoost, waardoor de lokale aanwas van creatief talent met een (relevante) opleiding beperkt is voor de meer kennisintensieve banen in de creatieve industrie (bijvoorbeeld architecten, ontwikkelaars van computerspellen en filmproducenten).
- Momenteel is het woonklimaat niet optimaal voor het aantrekken van meer creatieven, maar de komende jaren zal het aantal koopwoningen en goede basisvoorzieningen toenemen, waardoor mogelijk meer mensen met creatieve beroepen zich zullen vestigen en de vraag naar het lokale cultuuraanbod zal toenemen.

## Voorbeelden van creatieve ondernemers en organisaties

Bij bedrijven en organisaties in Zuidoost die behoren tot de creatieve industrie kan bijvoorbeeld gedacht worden aan:

### Creatief zakelijke dienstverlening:

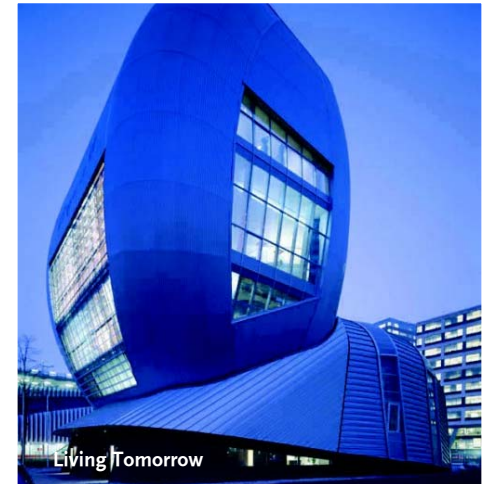
Architectenbureau Van den Oever, Zaaijer & Partners architecten, Yes Expo-Styling tentoonstellings-architecten, de vormgevers van Total Identity en reclamebureau Steam Advertising.

### Media & entertainment:

Uitgeverijen als Gouden Gids, Sanoma Men's Magazines en Keesing, het tijdelijke podium Pepsi Stage en het bioscoopcomplex Pathé ArenA

### Kunst en cultuur:







Krater Theater Zuidoost, de Heineken Music Hall en brassband Eternity



\* Bron: Succesvolle Vestigingsplekken, Plan Amsterdam, Gemeente Amsterdam, Dienst Ruimtelijke Ordening, jaargang 12, nr. 3, juli 2006

# Waar zet Stadsdeel Zuidoost op in? Zwaartepunten in beleid

Bij wijze van o-meting is hieronder met schuifjes voor een aantal aspecten van de creatieve bedrijvigheid in Zuidoost aangegeven waar momenteel het zwaartepunt ligt binnen het beleid van Stadsdeel Zuidoost. Deze beleidsaccenten hoeven niet per se de feitelijke situatie weer te geven, zoals bijvoorbeeld blijkt uit het feit dat er veel creatieve bedrijvigheid voorkomt in het westelijk deel van Zuidoost, terwijl het Stadsdeel met name inzet op het oostelijk deel. In de conclusies zijn de verschillen tussen de feitelijke en de gewenste inzet van het Stadsdeel verder uitgewerkt.

- Waar?** **oost (Bijlmer e.o.)**  **west (ArenA Boulevard e.o.)**  
Er is meer aandacht voor de Bijlmer dan voor andere wijken in Zuidoost, waaronder de ArenA Boulevard (Amstel III). Deze is als grootstedelijk project de verantwoordelijkheid van de centrale stad.
- Waarmee?** **hardware (gebouwen)**  **software (organisatie)**  
De inspanningen om kunst, cultuur en creativiteit in Zuidoost te stimuleren richten zich vooral op het realiseren van nieuwe hardware in de vorm van gebouwen en bijvoorbeeld kunst in de openbare ruimte. De software, waaronder (de kwaliteit van) de programmering en het personeel, krijgt minder aandacht.
- Wat?** **welzijn (als middel)**  **economie (als doel)**  
Het beleid in Zuidoost op het gebied van kunst, cultuur en creativiteit richt zich met name op welzijnsdoelstellingen als participatie, emancipatie en ondersteuning van buurtbewoners en ziet cultuuruitingen dan ook eerder als middel ter realisatie van andere zaken, zoals emancipatie, dan als doel op zich.
- Wie?** **amateurs**  **professionals**  
Er wordt relatief veel gedaan om (buurt)bewoners in aanraking te brengen met kunst, cultuur en creativiteit door voorzieningen voor amateurkunsten (ouderen en kinderen) te creëren, maar er is minder aandacht voor de ontwikkeling van de creatieve en culturele sector als *professionele* bedrijfstak.
- Wie?** **producenten**  **distributeurs**  
Het stadsdeel zet sterk in op de creatieve productie en de cultuurparticipatie van bewoners en organisaties in Zuidoost en richt zich minder op de verspreiding via distributeurs (galeries, enz.).
- Hoe?** **publieke initiatieven**  **private initiatieven**  
De overheid, waaronder het stadsdeel, treedt op als belangrijkste initiatiefnemer voor projecten op het gebied van kunst, cultuur en creativiteit. Afgezien van de betrokkenheid van woningbouwcorporaties is het aantal private initiatieven op dit gebied minder aanwezig of in ieder geval minder zichtbaar.

# Wat zijn de sterkten en zwakten, kansen en bedreigingen?

Om meer grip te kunnen krijgen op de ontwikkelingskansen voor de creatieve industrie in Zuidoost zijn hieronder de interne **sterkten** en **zwakten** voor een aantal aspecten van Zuidoost op hoofdlijnen weergegeven:

## Algemeen

- Bijzondere historie en bebouwing

## Maatschappelijk

- Etnische, culturele en artistieke diversiteit en tolerantie van de inwoners van Zuidoost
- Sterk ontwikkeld verenigingsleven
- Informele economie draagt bij aan samenhang en interactie tussen groeperingen
- Veel (creatieve) partijen actief in stadsdeel

## Economisch

- Aantal personen werkzaam op het gebied van media en entertainment
- Groot aantal amateurs actief (via kerken, enz.)
- Top faciliteiten: Arena, HMH
- Broedplaatsen: Kruitberg, Echtenstein

## Ruimtelijk

- Goede ligging en bereikbaarheid van Zuidoost in de Randstad
- Nabijheid van Schiphol en HSL verbinding
- Aantrekkingskracht van de Amsterdamse binnenstad (nationaal en internationaal)
- Beschikbare ruimte
- Goedkope woon-/werkruimte (t.o.v. Centrum)
- Ruimtelijke vernieuwing van Zuidoost
- Sterke centrale as en groenvoorzieningen
- Publieksvoorzieningen bij ArenA Boulevard waaronder Arena, HMH en in de toekomst de Music Dome

## sterkten

## zwakten

## Algemeen

- Weinig toeleveranciers en afnemers in stadsdeel
- Negatieve perceptie veiligheid Zuidoost

## Maatschappelijk

- Relatief laag opleidingsniveau inwoners
- Relatief hoge werkloosheid

## Economisch

- Geen imago als creatieve vestigingsplek
- Momenteel te weinig podia voor lokaal aanbod (plannen in uitvoering voor additionele podia)
- Een creatief of cultureel icoon à la ArenA ontbreekt
- Onvoldoende samenhang en organisatiekwaliteiten binnen creatieve industrie
- Zeer beperkte betrokkenheid creatieve industrie in en rond Amstel III met Zuidoost
- Kwaliteit verblijfsomgeving ArenA Boulevard en 'zwartedozen'architectuur
- Eenzijdige ontwikkeling van kunstproductie: veel podium-, maar weinig beeldende kunsten

## Ruimtelijk

- Woonklimaat is nu nog minder gunstig (deels achterhaalde beeldvorming)
- Weinig flexibele (werk)ruimte (gebrek aan rafelranden)
- De omliggende buurten (Gein, Reigersbos) blijven achter: 'ruggengraat zonder vlees'
- Onvoldoende ontmoetingsplekken - 'face-to-face activity centres' (horeca, podia)
- Geïsoleerd door fysieke barrières (t.o.v. Centrum)
- Verbinding tussen oost en west is zwak

# Wat zijn de sterkten en zwakten, kansen en bedreigingen?

Om meer grip te kunnen krijgen op de ontwikkelingskansen voor de creatieve industrie in Zuidoost zijn hieronder de externe **kansen** en **bedreigingen** voor een aantal aspecten van Zuidoost op hoofdlijnen weergegeven:

## Algemeen

- Meer divers (winkel)aanbod trekt ook meer/ander publiek
- Sterke straatcultuur, waarvoor vraag groeit

## Maatschappelijk

- Nog meer talentontwikkeling en emancipatie door creatieve vorming

## Economisch

- Anton de Komplein als festivalplek
- Verbinding bezoekers ArenA Boulevard met Zuidoost
- Verbinding creatieve industrie Amstel III met Zuidoost (netwerkvorming)
- Culturele/creatieve aanbod in kaart brengen voor bewoners, maar ook voor bedrijven en bezoekers
- Ruimte en (netwerk)evenementen creëren om creatieve mensen aan te trekken
- Ontwikkeling van 'signature' festivals en/of evenementen (Gospel/Urban)
- Vraag naar broedplaatsen (in Amstel III bedrijventerrein)

## Ruimtelijk

- Aantal grote panden staat/komt vrij in ZO
- De opwaardering (van delen) van Zuidoost
- Betere spreiding van voorzieningen over gebied, bijv. door het cultuurgebouw
- Zeer weinig ruimte in het centrum van Amsterdam en relatief veel ruimte in Zuidoost
- Bereikbaarheid neemt toe door betere verbinding met het openbaar vervoer
- Ontwikkeling van Amsterdam van mono- naar polycentrische stad

## kansen

## bedreigingen

## Maatschappelijk

- Oppassen dat opwaardering de *couleur locale* niet teveel aantast
- Politieke en maatschappelijke spanningen tussen etnische groeperingen (op nationaal en mondiaal niveau) kunnen de aantrekkelijkheid van Zuidoost aantasten

## Economisch

- Sterk toenemende interesse in de creatieve industrie in Amsterdam en andere steden in Nederland en daarbuiten leidt tot concurrentie
- Te weinig aandacht voor professionele en commerciële kant van creatieve sector en te veel voor de maatschappelijke kant (amateurs)
- Nieuwe voorzieningen laten te lang op zich wachten, waardoor creatieve mensen wegtrekken en/of zich elders vestigen (bijvoorbeeld Noord of Rotterdam)
- Internationale flair/bezoek ontbreekt

## Ruimtelijk

- Versterking van de kloof tussen west en oost met de komst van GETZ en de Music Dome
- Mogelijke dominantie en schaal Arena Boulevard
- Sterke opkomst andere gebieden (vooral Noord met MTV, ID+T en NDSM)
- Onderlinge concurrentie in stadsdeel (om subsidies, aandacht, ruimte, enzovoort)

# Wat vinden geïnterviewden van de creativiteit in Zuidoost?

Interviews tonen kansen voor Zuidoost aan, maar benadrukken ook de uitdagingen voor het stadsdeel\*

Voor dit onderzoek zijn diepte-interviews gehouden met 25 mensen actief op het gebied van de creatieve industrie in Zuidoost. Hieronder is een overzicht van de meest kansrijke disciplines, de randvoorwaarden en de benodigde investeringen in hard- en software die gelden voor de creatieve industrie in Zuidoost, alsmede het gewenste proces:

1. **Kansrijke creatieve disciplines voor Zuidoost** →
  - (Nieuwe) music & dance (performance)
  - Mode (ontwerp, productie, verkoop, promotie)
  - Gaming en nieuwe (multi)media
  - Design (webdesign, graphic design)
  - Film & video
2. **Randvoorwaarden voor creatieve industrie in Zuidoost**
  - Talentontwikkeling (in plaats van probleembestrijding)
  - Professionalisering
  - Netwerkvorming (*face-to-face*, interactie, samenbrengen)
  - Plekken voor ontmoetingen (horeca)
  - Waardering/erkenning
  - Voorbeelden/helden/*role models*
  - Informatie/wegwijzer
  - Regelarme zones
  - Opleidingen (scholen, coaching)
  - Toezicht/voorschriften
  - Communicatie vanuit stadsdeel
3. **Benodigde hardware (voorzieningen)**
  - Podium of podia (middenmaat tussen Heineken Music Hall en Grolsch Podium, zoals Paradiso of Bitterzoet)
  - Ruimtes (opnamestudio's, montageplekken, repetitieruimtes, ateliers)
  - Broedplaatsen
4. **Benodigde software (programmering en organisatie)**
  - Evenementen
  - Tijdelijke programmering
  - Cursussen, coaching, begeleiding
  - Netwerken
5. **Welk proces is nodig?** ↑
  - Denk en werk grensoverschrijdend
    - binnen Zuidoost tussen deelsectoren, tussen amateur en professioneel, tussen west en oost
    - tussen Zuidoost en Amsterdamse binnenstad
    - niet-protectionistisch (creativiteit kent geen grenzen, is bewegelijk)
  - Keep it real/get real: hanteer een realistisch beeld van de kansen
  - Talk the talk, walk the walk
  - Aantrekken en werken met 'beïnvloeders', ambassadeurs, helden en bemiddelaars
  - Aanboren van maatschappelijk bewustzijn van bedrijven in Zuidoost (Amstel III)
  - Stimuleren en professionaliseren van startend ondernemerschap

\* In de bijlage staat een overzicht van alle geïnterviewde personen

# Welke trends en ontwikkelingen zijn relevant voor Zuidoost?

Op verschillende niveaus spelen zich ontwikkelingen af die invloed hebben op de ontwikkelingsmogelijkheden van de creatieve industrie in Zuidoost, waarvan hieronder enkele relevante voorbeelden zijn gegeven:

## Macro (internationaal)

- **Think global, act local:** in een *global village* is Zuidoost afhankelijk van een internationale afzet- en arbeidsmarkt
- **Stop de uittocht:** door de verplaatsing, of *outsourcing*, van economische activiteiten (inclusief dienstverlening) naar lage lonen landen, is ook Zuidoost genoodzaakt om te investeren in kennisintensieve en creatieve bedrijfstakken die niet verplaatsbaar zijn
- **Power to the people:** er is wereldwijd een tendens dat mensen meer invloed kunnen uitoefenen op hun eigen leven, dankzij technologische (*internet*), maatschappelijke (*referendum*) en economische (*microkredieten*) ontwikkelingen
- **Back to basics:** een groeiende groep mensen heeft (weer) meer behoefte aan producten, diensten en ervaringen die uniek, authentiek en duurzaam zijn en appelleren aan een hang naar esthetiek en betekenisgeving.
- **Doorbreek grenzen:** steeds meer mensen, activiteiten en plekken worden met elkaar verbonden en raken geïntegreerd
- **Focus:** tegenover de grensvervaging staan *niche*-bedrijven, maatwerk en ambachtelijke producten; gericht op eenvoud
- **Opkomst van tegentrends:** iedere macrotrend roept een *tegentrend* op - mondialisering leidt tot regionalisering, openheid en contact (*connectivity*) leiden tot geslotenheid (*cocooning*), *disneyfisering* leidt tot hang naar authenticiteit.

## Meso (landelijk en regionaal)

- **Momentum:** De aandacht voor kunst, cultuur en creativiteit van overheden, bedrijfsleven en publiek neemt toe
- **Horizonverbreding:** Er is steeds meer aandacht voor stadsdelen buiten het historische centrum, zoals Noord
- **Magneet:** Amsterdam oefent een grote aantrekkingskracht uit op een groeiende groep cultuurtoeristen
- **Interculturele dialoog:** overheden, bedrijven en maatschappelijke instanties zoeken elkaar steeds vaker op
- **Verstikkend:** delen van Amsterdam (e.o.) worden onbetaalbaar en onbereikbaar en Zuidoost kan hiervan profiteren

## Micro (lokaal)

- **Van de straat:** Vormen van populaire straatcultuur en niet-westerse kunstuitingen zijn ver ontwikkeld in Zuidoost
- **Eyecatchers:** Investerings in het cultuuraanbod, festivals en publieke voorzieningen geven Zuidoost een gezicht
- **Vestigingsplek:** Een betere openbare ruimte en woningaanbod maken Zuidoost aantrekkelijk voor wonen en werken
- **Informele economie:** Zuidoost kent een levendige straat- en ruilhandel die vooral voor starters kansen biedt
- **Verkokering:** door demografische en economische ontwikkelingen vallen mensen vaker terug op de 'eigen' groep

# Wat doen overheden en derden met de creatieve industrie?

In Nederland wordt momenteel op verschillende niveaus beleid ontwikkeld en onderzoek gedaan op het gebied van de creatieve industrie. Hieronder is een kort overzicht gegeven van de belangrijkste documenten:

## Nationaal

- Ministerie van OCW en EZ: Ons Creatieve Vermogen ([www.cultuureneconomie.nl](http://www.cultuureneconomie.nl))
- Ministerie van EZ: Pieken in de Delta - een van de programmalijnen voor de Noordvleugel is de creatieve industrie ([www.minez.com](http://www.minez.com))
- Ministerie van OCW en EZ: Creative Challenge Call - onbekend of het wordt voortgezet in 2007 ([www.creativechallengecall.nl](http://www.creativechallengecall.nl))
- Ministerie van OCW: Cultuurnota (in voorbereiding)
- Ministerie van VROM: Creatieve steden! (Zef Hemel)
- VROM Raad: Groeten uit Holland ([www.vromraad.nl](http://www.vromraad.nl))

## Lokaal

- Gemeente Amsterdam Dienst O+S: Monitor creatieve industrie 2006 ([www.os.amsterdam.nl](http://www.os.amsterdam.nl))
- Amsterdam Fonds voor de Kunst (AFK): Plusregeling ([www.amsterdamfondsvoordekunst.nl](http://www.amsterdamfondsvoordekunst.nl))
- Gemeente Amsterdam DMO: Programma creatieve industrie en Langetermijn-visie cultuur Amsterdam 2015
- TNO: De creatieve industrie in Amsterdam en regio ([www.hetkenniscentrum.nl](http://www.hetkenniscentrum.nl))
- Kamer van Koophandel: Wat cultuur verdient (<http://www.lagroup.nl/actueel/6/1>)
- Amsterdam Creativity Exchange (ACX) ([www.acx.nu](http://www.acx.nu))
- Gemeente Amsterdam DRO: Succesvolle Vestigingsplekken, Plan Amsterdam (<http://www.dro.amsterdam.nl/smartsite.dws?id=8058>)
- Gemeente Amsterdam DMO: Kunstenplan (in voorbereiding)
- Gemeente Amsterdam: Amsterdam Topstad ([www.amsterdam.nl](http://www.amsterdam.nl))



## En verder ...

- Atlas voor Gemeenten, Woerkens en Market (2004)
- De stad, cultuur en het geld: een eerste cijfermatige exercities rond cultural industries in Nederland, Kloosterman (2002)

## Conclusies en aanbevelingen





## Een dynamisch stadsdeel

Er gebeurt veel in Zuidoost op het gebied van kunst, cultuur en creativiteit.

Van rappende jongeren en kunstenaars in atelierflats tot grote popconcerten en de distributie van mode.

De komende jaren neemt het aantal professionele voorzieningen verder toe.

Kan het stadsdeel de lokale creativiteit verder stimuleren en knelpunten oplossen?



# Hoe is Zuidoost voor creatieve mensen, nu en in 2020?

## Als vestigingsplek voor creatieve en culturele ondernemers zal Zuidoost in de toekomst aantrekkelijker worden

Vele factoren bepalen de aantrekkingskracht van gebieden op creatieve ondernemers. Hieronder is voor enkele van deze factoren aangegeven of er in de periode tot 2020 een verslechtering dan wel een verbetering te verwachten valt in Zuidoost. Deze ontwikkelingen zijn deels afhankelijk van autonome trends en ontwikkelingen en deels ingegeven door het beleid van het stadsdeel en andere overheden, al dan niet in samenwerking met marktpartijen.






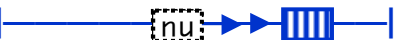
Succesfactoren creatieve industrie	Verwachte verandering 2007 → 2020*	Verklaring en overige opmerkingen
<i>Identiteit en imago</i>	↗	Versterking van eigenwaarde en betere uitstraling
<i>Huisvesting (woon- en werkruimte)</i>	↗	Meer variatie in huizenaanbod; relatief dure werkruimte
<i>Fijnmazige en kleinschalige milieus</i>	↘	Schaalvergroting (in centrumgebied) en clustering
<i>Voorzieningenrijkdom</i>	↗	Vooral (culturele) infrastructuur, maar weinig horeca
<i>Prettige openbare ruimte</i>	↗	Met name in het centrumgebied, maar ook daarbuiten
<i>Levendige ontmoetingsplekken</i>	→←	Vooralsnog nauwelijks (plannen voor) extra horeca
<i>Toonaangevende mensen of organisaties</i>	→←	Concurrentie met andere gebieden om creatief talent
<i>Cultureel aanbod</i>	↗	Extra hardware: GETZ, Music Dome en Cultuurgebouw
<i>Menselijk kapitaal (talent, opleidingen)</i>	→←	Vooralsnog geen lokale (kunst)vakopleidingen
<i>Tolerantie/openheid</i>	?	Onduidelijk hoe dit zich lokaal en landelijk ontwikkelt
<i>Funcziemenging</i>	↗	Clustering van functies (GETZ, cultuurgebouw)
<i>(Lokale) toeleveranciers en afnemers</i>	↗	Nieuwe bewoners/bezoekers/bedrijven versterken vraag
<i>Aansluiting op (internationaal) netwerk</i>	↗	Directe treinverbinding met Schiphol
<i>Bereikbaarheid</i>	↗	Nieuw metro- en NS-station; betere parkeergelegenheid
<i>Feitelijke situatie</i>	↗	Vooral ingrepen in hardware, software moet volgen
<i>Gevoelsmatige situatie</i>	↗	Moeilijk te voorspellen, maar licht optimistisch
<b>Aantrekkingskracht van Zuidoost</b>	↗	(een deel van) Zuidoost wordt op termijn aantrekkelijker

Betekenis symbolen: ↘ lichte verslechtering →← geen (noemenswaardige) verbetering ↗ lichte verbetering ↗ sterke verbetering

\* Volgens LAgrouop op basis van succesfactoren in *Succesvolle Vestigingsplekken*, Plan Amsterdam, Gemeente Amsterdam, Dienst Ruimtelijke Ordening, 3 juli 2006

# Waar zou Stadsdeel Zuidoost op moeten inzetten?

In de kwalitatieve analyse is voor een aantal aspecten van de creatieve bedrijvigheid in Zuidoost aangegeven waar momenteel het zwaartepunt ligt binnen het beleid van het Stadsdeel. Toen is niet gekeken naar het verschil tussen het beleid en de feitelijke situatie in Zuidoost. Om de creatieve industrie in Zuidoost verder te stimuleren zal het Stadsdeel bepaalde accenten in het beleid moeten verschuiven. Hierdoor kan de aansluiting van het beleid op de geconstateerde situatie worden vergroot en kan zelfs heel gericht een verandering van bepaalde aspecten worden worden gestimuleerd.

- Waar?** **oost (Bijlmer e.o.)**  **west (Arena Boulevard e.o.)**  
Er zou meer aandacht moeten komen voor de gebieden ten westen van de Bijlmer en de Arena Boulevard die (mogelijk) interessant zijn voor creatieve ondernemers, waaronder bijvoorbeeld Amstel III, alsmede de verbinding van alle gebieden in Zuidoost waar creatieve bedrijvigheid voorkomt.
- Waarmee?** **hardware (gebouwen)**  **software (organisatie)**  
Naast de investeringen in nieuwe hardware (voorzieningen als het Cultuurgebouw, Music Dome, GETZ) voor de creatieve industrie, zou het stadsdeel zich meer moeten inzetten voor de professionalisering van creatieve ondernemers in Zuidoost.
- Wat?** **welzijn (als middel)**  **economie (als doel)**  
Het beleid in Zuidoost op het gebied van kunst, cultuur en creativiteit zou zich naast de uiteenlopende welzijnsdoelstellingen meer kunnen richten op de productie en presentatie van cultuur als economisch gegeven, waardoor bijvoorbeeld meer kunstenaars en creatieve ondernemers onafhankelijk worden.
- Wie?** **amateurs**  **professionals**  
Binnen het beleid van Stadsdeel Zuidoost zou er meer aandacht moeten zijn voor de ontwikkeling van de creatieve en culturele sector als *professionele* bedrijfstak. Hiervoor kan het Stadsdeel ondersteuning bieden bij de huisvesting van ondernemers of netwerkbijeenkomsten organiseren voor (jonge) starters.
- Wie?** **producenten**  **distributeurs**  
Om de zichtbaarheid en (verkoop)mogelijkheden van creatief (ondernemers)talent in Zuidoost te vergroten, moet het Stadsdeel investeren in presentatieplekken en het aantrekken van distributeurs.
- Hoe?** **publieke initiatieven**  **private initiatieven**  
Het Stadsdeel zou, samen met andere overheden en publieke fondsen, meer kunnen samenwerken met marktpartijen op het gebied van creatieve bedrijvigheid, zoals (krediet)banken en projectontwikkelaars.

# Wat kan Stadsdeel Zuidoost doen? Instrumenten

## *De overheid beschikt over diverse beleidsinstrumenten om de lokale creatieve industrie te stimuleren*

De gemeente Amsterdam, waaronder Stadsdeel Zuidoost, kan beschikken over uiteenlopende beleidsinstrumenten ter ondersteuning van de lokale creatieve industrie. Zowel vanuit ruimtelijk, economisch als maatschappelijk oogpunt kan er gericht worden ingezet op de stimulering van (bepaalde onderdelen van) de creatieve bedrijvigheid in Zuidoost. Op basis van onderstaand overzicht kan het stadsdeel bijvoorbeeld zowel op het niveau van afzonderlijke gebouwen als voor complete gebieden een (combinatie) van maatregelen inzetten. Vanuit een meer economische invalshoek kunnen zowel de individuele als de collectieve belangen van creatieve ondernemers in Zuidoost worden behartigd. De maatschappelijke aspecten van de creatieve industrie (begeleiding, toezicht) zijn daarbij essentieel.

Instrumenten ↓	Ruimtelijk		Economisch		Maatschappelijk
	Gebouw (werkplaats, winkel, kantoor, showroom)	Gebied (straat, hele buurt, openbare ruimte)	Individueel (per bedrijf, ondernemer)	Collectief (per gebouw/gebied of hele (deel)sector)	(bijvoorbeeld op het gebied van onderwijs, veiligheid en welzijn)
Vergunningen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tijdelijk gebruik van gebouwen</li> <li>Welstandsadvies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evenementen</li> <li>Bestemmingsplan</li> <li>Parkeerruimte</li> <li>Buitenreclame</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Openingstijden</li> <li>Milieu/overlast</li> <li>Horecaverunning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uitzendrechten lokale radio en tv</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gedoogbeleid voor informele economie</li> <li>Certificering van begeleiders starters</li> </ul>
Ruimte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bemiddeling: bedrijfsruimtebank</li> <li>Creëren van broedplaatsen en bedrijfsclusters</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nieuwbouw</li> <li>Infrastructuur</li> <li>Openbare ruimte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prijsvragen en opdrachten</li> <li>Huursubsidie</li> <li>Zelf ontwikkelen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Huurdifferentiatie</li> <li>Kansenzones</li> <li>Zelf exploiteren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buurtcentra</li> <li>Cultuurscouts</li> <li>Afspraken met bestaande podia (10-dagen regeling)</li> </ul>
Organisatie (begeleiding en uitvoering)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conciërge</li> <li>Projectleider</li> <li>Faciliteiten (bijvoorbeeld glasvezelnetwerk)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gebiedsmanager</li> <li>Acquisitie van nieuwe huurders</li> <li>Veiligheid</li> <li>Promotie op straat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(Project)subsidies</li> <li>Belastingadvies</li> <li>Financiële coach</li> <li>(Micro)krediet</li> <li>Startersfonds</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Collectieve promotie</li> <li>Evenementen</li> <li>Netwerkactiviteiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Taal-, computer- of sollicitatiecursussen</li> <li>Leer-werktrajecten</li> <li>Startersbegeleiding</li> </ul>

# Wat kan Stadsdeel Zuidoost doen? Voorbeelden

## Zet instrumenten in om creatieve bedrijvigheid ruimtelijk, economisch en maatschappelijk te stimuleren

Met gerichte maatregelen kan Stadsdeel Zuidoost een rol spelen bij de versterking van de creatieve industrie binnen het stadsdeel. Daarbij moet worden opgemerkt dat de creatieve industrie slechts in beperkte mate beïnvloedbaar is en dat de overheid in eerste instantie een ondersteunende en voorwaardescheppende rol heeft. Het wegnemen van belemmeringen (bijvoorbeeld met vergunningen) is vaak al een goede eerste stap. Hieronder is een aantal voorbeelden gegeven van de (huidige) inzet van beleidsinstrumenten door Stadsdeel Zuidoost, waarbij steeds is gekeken naar de onderlinge samenhang en de mogelijkheden voor samenwerking met derden (zie grijze tekstkaders).



# Synthese: waar liggen kansen voor Stadsdeel Zuidoost?

Uit de deskresearch, de O+S cijfers voor Amsterdam en Zuidoost, de interviews en onze eigen expertise met betrekking tot de creatieve industrie kan een aantal conclusies worden getrokken en richtingen worden bepaald voor de kansen voor Zuidoost in relatie tot creatieve bedrijvigheid.

## 1. Sectoren

Welke van de sub-sectoren bieden Zuidoost de meeste kansen binnen de creatieve industrie? De kunsten, creatieve zakelijke dienstverlening of media en entertainment? Van de drie sub-sectoren liggen de kansen primair in de de kunsten – en dan in de podiumkunsten eerder dan de beeldende kunst – en op het gebied van media en entertainment. Creatieve zakelijke dienstverlening is overwegend klein qua bedrijfsomvang en is in Amsterdam met name te vinden in het centrum, Oud Zuid en Noord (aan het IJ). Daarnaast toont een deel van de creatieve zakelijke dienstverlening waarin Zuidoost relatief sterk was – reclamebureau's – een sterke daling in 2004-2005. De cijfers, de interviews en de deskresearch geven aan dat Zuidoost zich primair moet richten op **de kunsten** - vanwege de sterke creatieve talenten en ambities die aanwezig zijn onder de bevolking op het gebied van de podiumkunsten - en **media & entertainment** vanwege de aanwezigheid van deze sector in het stadsdeel en de ruimtebehoefte van mediabedrijven. Amsterdam Noord is hierin een sterke concurrent.

## 2. Disciplines

Op welke disciplines binnen deze sub-sectoren moet Zuidoost zich richten? Binnen de kunsten bieden **music & dance** de meeste kansen vanwege de voorzieningen in het stadsdeel waaronder de Heineken Music Hall en de geplande voorzieningen waaronder het Cultuurgebouw, GETZ en de Music Dome, maar ook vanwege de aanwezigheid van een 'urban culture', rappers, breakdancers en gospel koren, en de betreffende opleidingen en ondersteunende instellingen in het stadsdeel. Deze combinatie maakt Zuidoost uniek. Op het gebied van media en entertainment zou Zuidoost zich moeten richten op **de media** vanwege de ruimtebehoefte van deze sector en **gaming** vanwege de link tussen gaming en de 'urban culture'.

## 3. Thema's

Welke thema's binnen deze sub-sectoren en disciplines moeten de meeste aandacht krijgen en zijn belangrijk voor de succesvolle ontwikkeling van creatieve bedrijvigheid in Zuidoost? Er is talent in Zuidoost, maar vaak ontbreekt het aan organisatietalent om door te breken. Professionalisering en **talentontwikkeling** zijn daarom belangrijke thema's. Daarnaast is er geconstateerd dat er een kloof bestaat in Zuidoost en tussen Zuidoost en de binnenstad. Het overbruggen van deze kloven door middel van **netwerkvorming** is een belangrijk tweede thema. Zuidoost biedt ruimte, een voordeel, maar de schaal van de openbare ruimte is voor creativiteit vaak een nadeel. Daarnaast is de creativiteit van Zuidoost vaak niet of onvoldoende zichtbaar. **Programmering van de openbare ruimte** is een derde thema dat een bijdrage moet leveren aan deze twee constatering.

# Conclusie: welke focus moet Stadsdeel Zuidoost kiezen?

De kansen, zoals aangeven op de pagina hiervoor, kunnen als volgt schematisch worden weergegeven:

## 1. Sectoren

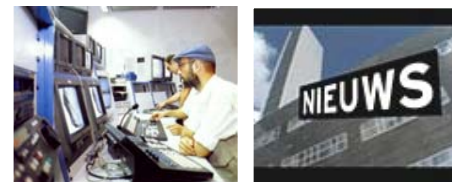
### *De kunsten*



### *Creatieve zakelijke dienstverlening*



### *Media & entertainment*



## 2. Disciplines

### Music & Dance

### Media/gaming

## 3. Thema's

Talentontwikkeling

Netwerkvorming

Programmering openbare ruimte

# Bijlagen

# Interviews: wie zijn er geïnterviewd? (I)

## Gevestigde creatieve ondernemers en medewerkers van Stadsdeel Zuidoost

- *Ambtelijk stadsdeel Zuidoost:*
    - Jan Kroon
    - Jan Lau
    - Hedwig von Ende
  - *Bestuurlijk stadsdeel Zuidoost:*
    - Elvira Sweet
    - Pieter Litjens
  - *Gevestigde namen - Kunsten:*
    - Marjo van Schaik en Ellen Alvares - ZO! Cultuur Zuidoost
    - Orville Breeveld - Stichting Breathing Bijlmer
    - Liane van der Linden - Imagine IC
    - Maureen Healey - AFK/Krater
    - Esther Sluiter - beeldend kunstenaars/Stichting Open Ateliers Zuidoost
  - *Gevestigde namen - Media & Entertainment:*
    - Paul Stiekema - Heineken Music Hall
    - Peter Tordoir - Keesing Uitgevers
    - Auke Visser - Sanoma Men's Magazines
  - *Gevestigde namen - Creatieve Zakelijke Dienstverlening:*
    - Aad van Dommelen - Total Identity
    - Irma Weterings - Living Tomorrow
- In totaal 16

# Interviews: wie zijn er geïnterviewd? (II)

## Jonge creatieve ondernemers

- *Ulrich Entingh*  
percussionist, penningmeester en vormgever Brassband Eternity, danser in jongerentheatershow Onto, organisator jongeren-activiteiten (o.a. workshops)
  - *Edward Calderhead*  
graphic- en webdesigner in combinatie met video en fotografie, entertainer/goochelaar, volgt leerwerktraject bij The Way Up
  - *Robert Coblijn*  
oprichter Bijlmer Style Entertainment (ondersteuning, verkoop, promotie, talentontwikkeling, optredens voor startende hip hopartiesten), manager jongerencentrum
  - *Joshua Bolwerk*  
Freelance editor
  - *Miriam de Randamie*  
verkoopt en bedrukt t-shirts met christelijke teksten, heeft eigen bedrijf (Saltbase)
  - *Jurmain Morrison*  
zelfstandig ondernemer Creative Step (web- en grafisch design), oprichter Loekoe ('makelaar' tussen startende allochtone ondernemers en gevestigde ondernemers)
  - *Jeffrey Croese*  
zelfstandig ondernemer Vinger.nl (design van drukwerk, video, film), geeft les bij Theaterwerkplaats en Imagine IC
  - *Gwen Denswill*  
beginnend onderneemster op het gebied van sieraden en t-shirts (Aminah Shirts)
  - *Brian Abais*  
arrangeur, producer, zanger soul, beschikt over thuisstudio, web- en graphic designer, plan voor stichting ter ondersteuning van soulartiesten
- In totaal 9

# Welke documenten zijn geraadpleegd? (I)

## Beleidsstukken, adviesrapporten, enzovoort

Stadsdeel Zuidoost, Bijzonder en Gastvrij Amsterdam, 3e druk, april 2006

- Kompas stadsdeel Amsterdam Zuidoost, Trends en Perspectieven 2006 - 2010, 13 maart 2006
- Jaarverslag 2005, Projectbureau Vernieuwing Bijlmermeer
- Leeuw, H. de, Verkennend onderzoek Mbo-onderwijs en de creatieve culturele industrie in Amsterdam Zuidoost, notitie in opdracht van de afdeling Educatie en Arbeidstoeleiding van de Sector Maatschappelijke Ontwikkelingen, Stadsdeel Amsterdam Zuidoost, Amsterdam, oktober 2006
- Meerjarenbeleidsplan 2006 -2009 'Kunst en vernieuwing', Stadsdeel Amsterdam Zuidoost en Woningstichting Rochdale, september 2006
- Zuidoost Open Huis, Structuurvisie Zuidoost 2020, 1e druk januari 2006
- Projectoverzicht Wij Amsterdammers 2006 (bijlage 2 behorende bij de voortgangsrapportage Wij Amsterdammers 2 Zuidoost van oktober)
- Programmarichting Wij Amsterdammers II, 2006 en 2007
- Zuidoost, laat zien wie je bent, Naar een citymarketing-strategie voor Amsterdam Zuidoost, versie 22 september 2006
- Parels van Zuidoost, een citymarketingplan, Sector Algemene Zaken, Stadsdeel Zuidoost (datum en auteur onbekend)
- Kolk, A. van der en Witte, V. de (Berenschot), Citymarketing Amsterdam Zuidoost, Merk, Organisatie en Programma 2006 - 2010, Utrecht, 19 juli 2006
- Bogers, M. Project Betaalbaar Cultuurgebouw, Anton de Komplein, Sector Sociaal Economische Vernieuwing, Stadsdeel Zuidoost, conceptversie 6, 18 april 2005
- Naar samenhang tussen culturele accommodaties, Portefeuillehouder Cultuur, 22 september 2003 (auteur onbekend)
- Evaluatie nota 'Kracht van Cultuur' (datum en auteur onbekend)
- Toeristische impuls Zuidoost 2005 - 2008, Amsterdam, januari 2006
- Starterstraject: "The Way Up", starterstraject voor jonge moeders en jonge vaders in Amsterdam Zuidoost (#auteur?#)
- Fleischmann, A. (4West), Lubbe, M. (Lubbe advies en onderzoek) en Tigchelaar, G. (CIM), Plan van Aanpak gebruikersdeel Cultuurgebouw Zuidoost, in opdracht van stadsdeel Amsterdam Zuidoost, versie september 2006
- Kruitberg, een hele kunst, projectbeschrijving 'Betaalbare Ateliers Kruitberg' (datum en auteur onbekend)

# Welke documenten zijn geraadpleegd? (II)

## Knipsels, kranten, enzovoort

- Loorbach, L., Broedplaats Bijlmer, Wie gaat er met het talent vandoor?, PS van de Week, 18 maart 2006
- Straat van 1000 Culturen, Nieuwsbrief Stadsdeel Zuidoost, april 2006, nr. 6
- I AM ZO bode, jaargang 2, Nummer 1, mei 2006
- Damen, T., Bijlmer-positivo's, PS van de Week, 27 mei 2006
- Wiel, F. van der, Macho's en bitches in Zwanenmeer Bijlmermeer, PS van de Week, 27 mei 2006
- Wall, M. van der, De échte underground, diep vanuit het riool, je weet toch?!, Het Parool, 18 juli 2006
- Loorbach, L. Met hiphop naar een betere toekomst, Het Parool, 11 september 2006
- Open Ateliers 2006, Stichting Open Ateliers Zuidoost, oktober 2006
- Lampe, B., Prille liefde jong talent en zakenman, Het Parool, 15 december 2006
- Kreling, T., Schipperen tussen zwart en wit, NRC Handelsblad, 18 december 2006
- Vries, A. de, Moederland, getto of Willem Kloos?, Boekman 69
- Meershoek, P., Stadsdeel van muziek en dans, Het Parool, 18 januari 2007
- Meershoek, P., Holland Symfonia verhuist naar GETZ, Het Parool, 18 januari 2007
- Amsterdam krijgt nieuwe cultuurcentra, NRC Handelsblad, 19 januari 2007
- Meershoek, P., Altijd wat in de binnenstad, Het Parool, 24 januari 2007

## Algemene informatie over culturele industrie, Amsterdam, enzovoort

- Succesvolle Vestigingsplekken, Plan Amsterdam, Gemeente Amsterdam, Dienst Ruimtelijke Ordening, nr. 3, juli 2006
- Productiemilieus van de creatieve industrie in Amsterdam, Gemeente Amsterdam, Dienst Ruimtelijke Ordening, januari 2006
- Amsterdam Topstad, Gemeente Amsterdam, 24 juli 2006
- Culturele functies en clustering in de binnenstad, presentatie van M. van der Werff, Theme Group Space & Economy, Universiteit van Amsterdam tijdens de Workshop 'Cultuur als economische motor van de binnenstad', Platform Binnenstadmanagement, Eindhoven, 27 september 2006;
- Florida, R., (2002) *The rise of the creative class, and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, Basic Books
- Florida, R., (2005) *Cities and the creative class*, Routledge
- Gates, W. (1995) *The road ahead*, Viking
- Monitor creatieve industrie, Gemeente Amsterdam, Dienst Onderzoek en Statistiek, november 2005
- Creatieve industrie in Amsterdam en de regio, TNO-rapport, STB-04-29, 21 september 2004;
- Wat cultuur verdient: Kunst, cultuur en creativiteit in economisch perspectief, LAgrou *Leisure & Arts Consulting*, 2005
- MMNieuws, jaargang 8, nr. 6 en 7, thema 'Creatieve Industrie', Amsterdam, oktober 2006;
- Léon Deben en Marco Bontje (editors), 'Creativity & Diversity. Key challenges to the 21st-century city', Amsterdam, Het Spinhuis (2006).
- Amsterdam creatieve kennisstad: een passende ambitie?, Dienst Onderzoek en Statistiek, Gemeente Amsterdam, 2004

**Citaten**

**Zuidoost is piepjong.\***

**‘Iedere stad kan creatief zijn,  
maar Zuidoost beschikt over  
een sterke *couleur locale* en  
kan zich dus onderscheiden.’**

**‘Er zijn veel creatieve mensen in  
Zuidoost, maar slechts een  
klein deel kan ervan leven.’**

**‘Zuidoost heeft veel creatief talent,  
maar erg weinig organisatietalent.’**

**‘Er heerst nog een sfeer van  
onbeperkte mogelijkheden in  
Amsterdam Zuidoost.’**

**‘Er zijn hier geen  
‘straattaalbedrijven’,  
dus jongeren  
moeten fatsoenlijk  
Nederlands leren.’**

**‘Het vermarkten van cultureel diverse wijken is moeilijk.’**

**‘De grote zalen in Zuidoost  
trekken vooral publiek van  
buiten het stadsdeel.’**

**‘In geplande wijken als  
Zuidoost is weinig ruimte voor  
kunst, dus dat moet je creëren.’**

**‘Creativiteit in Zuidoost bestaat vooral uit muziek en dans met een belangrijke rol voor amateurs.’**

**‘Om Zuidoost echt een creatief stadsdeel te maken zijn meer ontmoetingsplekken nodig.’**

**‘Zuidoost is als een  
ruggengraat zonder vlees,  
want alles concentreert zich  
langs de centrale as van  
Ganzenhoef tot Villa Arena.’**

**‘De oude Bijlmer:  
je houdt ervan en je haat het.  
Je weet toch!’**

**‘Zorg voor begeleiding van  
creatieve talenten via scholen  
en zet mensen in tegen wie ze  
opkijken.’**

**‘Jongeren weten de weg naar de officiële instanties moeilijk te vinden, maar helpen elkaar.’**

**‘We voelen ons wel onderdeel  
van de creatieve industrie,  
maar niet van Zuidoost.’**

**‘Als creatief bedrijf in Zuidoost  
kan je talentvolle medewerkers  
uit de hele wereld halen.’**

**‘Nederland heeft zijn  
eigen New Orleans  
en dat is Zuidoost.’**

**‘In Zuidoost is laagdrempelig een toverwoord, maar het wordt eerder armoedig dan laagdrempelig.’**

**‘Zodra er meer podia zijn in  
Zuidoost, dan wordt het talent  
vanzelf meer zichtbaar.’**

# LAGroup *Leisure & Arts Consulting*

Sarphatistraat 650  
1018 AV Amsterdam

T +31 (0)20 550 20 20

F +31 (0)20 550 20 22

[consult@LAGroup.nl](mailto:consult@LAGroup.nl)

[www.LAGroup.nl](http://www.LAGroup.nl)