

# COMMISSIE WERK EN INKOMEN

griffier van de raadscommissie  
greet.sietsema@griffie.groningen.nl  
tel 050-367 7725

## VERGADERSTUK

vergaderdatum: 14 maart 2007

onderwerp: Creatieve stad

### **Creatieve stad: Groningen= innovatief** Beleidsbrief versterking creatieve stad Groningen

#### **1. Waaron deze beleidsbrief**

Groningen staat bekend als een stad waar dingen kunnen èn gebeuren! De leus 'Er gaat niets boven Groningen' maken we ook waar. Voor baanbrekende architectuur, hoogwaardige culturele voorzieningen en spraakmakende evenementen is Groningen de 'metropool' van het Noorden. Groningen heeft toponderwijs, innovatieve onderwijsconcepten (Vensterscholen), studenten en een stevige kennisintensieve sector. Groningen is een *City of Talent*.

De economie van de 21<sup>e</sup> eeuw in West-Europa is gebaseerd op hoogwaardige technologie, maar heeft steeds meer behoefte aan nieuwe kennis, frisse ideeën, bijzondere expertise en ondernemerschap. Deze ingrediënten zijn toekomstbestendige succesfactoren voor de traditioneel sterke sectoren als maakindustrie en zakelijke dienstverlening. In de grote steden concentreert zich kennisontwikkeling en het creatieve vermogen om te komen tot de vernieuwing van producten, diensten en productieprocessen. De betekenis van creatieve bedrijvigheid voor de economische bloei van steden en daarmee van de regio's wordt breed onderkend: de Lissabon-doelstellingen van de EU, de gezamenlijke beleidsbrief van de ministeries van OCW en EZ "Ons Creatief Vermogen" en het VNO/NCW onderzoeksrapport "Creatieve pijler onder de Noord-Nederlandse economie?!" zijn enkele voorbeelden.

Elke zichzelf respecterende stadsregio profileert zich tegenwoordig als 'creatieve stad' of doet er alles aan om deze ambitie te realiseren. Groningen is van oudsher een creatieve stad. Een creatieve stad is een stad met een aantrekkelijk vestigingsklimaat, en een wervend en stimulerend klimaat voor kunstproducenten en innovatieve bedrijven, voor creatievelingen en talenten. Er is vraag naar de innovatieve producten, of dat nu lokaal, regionaal of (inter)nationaal is. Maar: technologische vooruitgang splitst bedrijfsprocessen en productieketens meer en meer op. Er komen andere arbeidsdelingen: productie in Oost-Europa, klantenservicebeheer in India en de marketing en innovatie in Nederland. Bedrijven en werknemers zijn steeds minder gebonden aan één plaats. Dit en de toenemende vergrijzing in Europa, en de noodzaak om te specialiseren binnen kennisgebieden zijn slechts enkele bedreigingen die vragen om actie, om te kijken naar kansen. In een wereld die kleiner wordt en waarin de concurrerende steden niet stil zitten zal ook onze regio actief beleid moeten voeren.

Ons college schetst met deze beleidsbrief de ambities en de contouren van een nieuw programma voor de creatieve stad. In november heeft een Groninger delegatie van ondernemers, kunstenaars en ambtenaren een werkbezoek afgelegd aan Hamburg. Dit bezoek stond in het teken van de creatieve stad. Meer steden op de Noordelijke Ontwikkelingsas zoeken hierin hun sterke punten. Architectuur, ICT, multimedia bedrijfsverzamelgebouwen en citybranding vormden de onderdelen van het programma. Daarnaast zijn de ervaringen en resultaten uit het project 'Room to move' in deze brief verwerkt. Deze brief gaat verder in op de rol van de overheid en onze inspanningen op dit onderwerp afgelopen jaren en eindigt met concrete actielijnen voor het 'programma creatieve stad 2007', waar een budget van 100.000 euro voor 2007 aan gekoppeld is (onderdeel EBP).

## 2. **We kunnen meer dan we nu zijn**

De creatieve stad Groningen heeft met cross-overs van cultuur en economie al een langere traditie: met het Groninger Museum en manifestaties als A Star Is Born, Stadsmarkering, Via Dorkwerd, het Wall House, om enkele te noemen. Maar ook cross-overs in de vorm van Vensterscholen, van creativiteitssessies van VNO-NCW Noord in de Puddingfabriek en het ontstaan van het creatieve netwerk Nieuwe Garde. Met deze traditie en na voorbereidende sessies in voorgaande jaren is uiteindelijk in 2005 de GroningenGist manifestatie van de grond gekomen. Creatief Groningen groeit, luidde het devies van GroningenGist. GroningenGist werd mede gedragen door de provincie Groningen, VNO-NCW, diverse organisaties en bedrijven, maar vooral mensen die met groot enthousiasme en inzet de dag tot een bijzonder succes hebben gemaakt. Daar werden mensen met ideeën en talenten bij elkaar gebracht voor een uniek experiment. Op één dag kwamen ruim vierhonderd, jonge en gerijpte talenten bij elkaar om ideeën en gezichtspunten uit te wisselen. Zo werden daar nieuwe contacten gelegd, coalities gesmeed en werkgroepen gevormd die ideeën en plannen verder konden uitdiepen of waardoor er voorstellen kwamen voor nieuwe kansen en activiteiten in de stad.

De thematiek van de creatieve economie is op zich niet nieuw, ondanks de gretige wijze waarop vele steden in de wereld zich op Richard Florida's visie "Rise of the Creative Class" stortten. Deze wetenschapper heeft de aandacht op creativiteit als economisch belang weten te vestigen en een aantal factoren die hierop van invloed zijn, nader kunnen duiden. Dit zijn de drie T-factoren: Talent, Tolerantie, Techniek. En de betekenis ervan lijkt enorm te zijn toegenomen. Deze drie factoren correleerden veruit het hoogst met economische groei van steden, in het bijzonder de factor Tolerantie.

Groningen scoort goed op deze drie voorwaarden die van belang zijn om een creatieve stad te kunnen zijn. Groningen heeft kennis en talent te bieden door de aanwezigheid van Universiteit en Hogeschool. Daarnaast scoort Groningen goed op de derde voorwaarde, een tolerante leefomgeving. De 'zachte' factoren, zoals een aantrekkelijk bewonersklimaat, tolerantie en ruimte voor alternatieve leefstijlen zijn aanwezig. En Groningen groeit. Groningen staat landelijk op de kaart als creatieve stad stelt het genoemde VNO-NCW onderzoek. Met een vijfde plaats bij het aandeel in totaal aantal vestigingen, en ook als centrumstad voor het noorden: meer dan 30% van de noordelijke werkgelegenheid in de creatieve industrie is geconcentreerd in gemeente Groningen (totale bedrijfsleven: 17%). De creatieve sector in het noorden vormt een economisch belang: 9.700 vestigingen, 40.300 banen en € 1,5 miljard omzet.

Zo gezien kan Groningen in de toekomst goed blijven scoren als creatieve stad, maar dan is het juist van belang om deze kansrijke positie verder te versterken. Zo is Groningen in dat onderzoek de vijfde creatieve stad in het aandeel vestigingen maar nog tiende op de creativiteitsindex (de drie T-factoren samen).

Kansen voor Groningen zijn aanwezig in het hoogwaardige en brede culturele aanbod, de sterke kennisinfrastructuur, de aanwezigheid van studenten en de hoogopgeleide

(beroeps-) bevolking. De creatieve stad gedijt bij ontmoetingen en kruisbestuiving. En Groningen heeft de juiste schaalgrootte en plekken om dit te laten gebeuren. Groningen is groot genoeg om grootstedelijk en internationaal te zijn en Groningen is klein genoeg om alle lijnen met sleutelpartijen kort en direct te houden.

Een 'City of Talent' die succesvol talenten blijvend weet te trekken en voldoende massa weet vast te houden zal een innovatieve stad kunnen blijven. En dat moet Groningen blijven.

Onze ambities voor de komende jaren:

1. Groningen op alle fronten (vestigingsklimaat, werkgelegenheid, reputatie) tot de vijf meest creatieve steden van Nederland te laten behoren;
2. De werkgelegenheid in en rondom de zgn. creatieve industrie te laten stijgen;
3. in Groningen de fysieke ruimte en aantrekkingskracht voor creativiteit en ondernemerschap te bieden.

**3. Alles draagt bij, focus moet!**

Bij de verwezenlijking van deze ambities kan de gemeente Groningen niet zonder omliggende gemeenten en de belangrijke stakeholders (bedrijfsleven, bankwezen, culturele instellingen, universiteit en hogeschool). Het thema raakt nagenoeg alle facetten van het gemeentelijk beleid; van een aantrekkelijke, schone en veilige binnenstad tot en met goede verbindingen met andere steden en internationale uitstraling.

### Relatie met stadsvisiedoelen

• Een stad met meer werk, minder werkloosheid	☆☆☆
• Een stad met een uitstekend vestigingsklimaat	☆☆☆☆
• Een stad die schoon, heel en veilig is	☆☆
• Een stad met een voortreffelijk woonklimaat	☆☆☆
• Een stad die zich duurzaam ontwikkelt	☆☆
• Een stad waarin iedereen meedoet	☆☆☆
• Een gezonde stad	☆☆
• Een stad die bruist op cultureel en sportief gebied	☆☆☆☆☆
• Een stad waarin iedereen geïntegreerd is	☆☆
• Een stadhuis in het hart van de stad	☆☆

In de beleidsprogramma's zijn de voorwaarden voor een creatieve, innovatieve stad ingebed. Het Economisch Businessplan (EBP), de nieuwe Cultuurnota, het evenementenbeleid en de nieuwe structuurvisie zijn de voornaamste beleidskaders. De speerpunten uit het EBP: ICT, Life Sciences, Toerisme en Energie zijn de kansrijke domeinen voor de creatieve stad. Het versterken van de culturele infrastructuur, het versterken van de deelname aan cultuur en talentontwikkeling zijn de doelstellingen van het huidige cultuurbeleid die bijdragen aan de creatieve stad. We geven opdracht een nieuw cultureel festival van hoog niveau te ontwikkelen, zoals we dat aan onze status als culturele hoofdstad van Noord-Nederland verplicht zijn.

De samenwerking met de kennisinstellingen binnen het Akkoord van Groningen is het platform om het aantrekken, ontwikkelen en behouden van talenten op de agenda te zetten

De doelstelling van de creatieve stad is dus een economische, maar het instrumentarium dat daarbij ingezet wordt is veel breder. Kortom: Groningen voert reeds actief beleid om de 'innovatieve kennisstad' te versterken. De nieuwe beleidskaders (economie, kennis en cultuur) van de gemeente en de regio wijzen nog meer in die richting. Maar: om de opgave voor de toekomst op te pakken is meer nodig! De drie eerdergenoemde ambities (werkgelegenheid, profilering en bronpunt) vormen de leidraad voor deze brief en bieden handvatten voor toekomstig beleid. Concreet werken wij aan de volgende actielijnen

- A. Profilering: Groningen heeft de reputatie van een creatieve stad, City of Talent, positieve beeldvorming bedrijven en (toekomstige) werknemers.
- B. Kruisbestuiving: Groningen faciliteert kruisbestuiving tussen bedrijven, kunstinstellingen en talenten.
- C. Bronpunt: Groningen heeft een creatieve stadszone van formaat, de fysieke exponent van een creatief milieu.

#### 4. Lijn A: Profilering

##### *Groningen heeft de reputatie van een creatieve stad*

Image is everything. Naast de vestigingsfactoren (bereikbaarheid, betaalbaarheid en beschikbare ruimte, aantrekkelijk woonklimaat, tolerantie en ruimte voor alternatieve leefstijlen) is het imago van de stad een belangrijke reden om te kiezen voor de stad. De identiteit van de stad Groningen, de onophoudelijke vernieuwingsdrang en de aanwezige topvoorzieningen vragen om een duidelijke citybranding op dit thema.

De kapstok 'City Of Talent' belichaamt ook de creatieve en innovatieve uitstraling van Groningen. Dit thema wordt onderdeel van de in 2007 startende gezamenlijke kenniscampagne van de partners binnen het Akkoord van Groningen, waarbij talent als rode draad geldt. De strategie op de creatieve stad richt zich op bedrijven, kunstenaars en studenten. Deze 'branding' sorteert een krachtiger effect wanneer activiteiten gestapeld worden en wanneer gericht wordt gezocht naar bedrijven en kennisinstellingen die (ook) willen participeren. Meer massa leidt vaak tot een groter effect en levert daarmee een grotere bijdrage

aan het behalen van de doelstelling. Speciale aandacht verdient de ‘branding’ van de creatieve stadszone en broedplaatsen. Dit zijn de fysieke, tastbare uitingen van creativiteit (zie actielijn C.) De reputatie van Groningen als de innovatieve stad moet zichtbaar zijn in een topnotering in de diverse ranglijsten, variërend van de ‘Atlas voor Gemeenten’ tot die van de ‘ETIN-methode’.

*Voorbeeldactiviteiten: onderdeel campagne City of Talent, monitoring creatieve economie*

### **Lijn B: Kruisbesbestuiving**

#### ***Groningen faciliteert kruisbestuiving tussen bedrijven, kunstinstellingen en talenten***

De creatieve industrie heeft een banengenererend vermogen en de toekomstperspectieven zijn goed. De gemeente kan als verbindend element en ondersteuner voor de innovatieve industrie dienen. Zij heeft een faciliterende en makelende taak en vervult een netwerkfunctie. De initiatieven komen doorgaans uit de “markt”. De gemeente kan personen en instanties wijzen op financieringsmogelijkheden, projecten adopteren en gebieden aanwijzen. Verder kan ondersteuning geboden worden bij het vermarkten van projecten en producten. Het wordt steeds duidelijker dat het bij de innovatieve stad gaat om ontplooiingskansen voor talent, jong en oud, en niet alleen hoogopgeleid. Het biedt juist een emancipatiekans voor mannen en vrouwen, autochtonen en allochtonen, mensen in de villabuurt en in de aandachtswijken. De ruimtelijke voorwaarden kunnen er dan wel degelijk toe doen! Denk bijvoorbeeld aan voldoende werk- en woonruimte. En ook zijn er randvoorwaarden in de virtuele wereld nodig zoals een goede website, die de juiste mensen snel en eenvoudig met elkaar in contact brengt, en informatie bij elkaar laat komen.

Met dit toetsingskader voor ogen willen wij de relaties tussen de innovatieve industrie en reguliere bedrijven blijven versterken door netwerken te vormen en te verbinden. Groningse voorbeelden zijn de Nieuwe Garde, Room to Move en het op te richten Young Economic Development Board. We gaan verder met het uitbouwen van een goede infrastructuur voor startende ondernemingen zodat innovatieve ondernemers de kansen kunnen benutten die onderzoek en technologische vooruitgang bieden.

*Voorbeeldactiviteiten: netwerkbijeenkomsten, website en creativiteitsvouchers, project cultureel ondernemerschap en project creatieve industrie.*

### **Lijn C: Bronpunt**

#### ***Groningen biedt fysieke ruimte in de stad voor creativiteit en ondernemerschap.***

De vraag naar woningen en bedrijfsruimten loopt uiteen. Een deel van de creatieve klasse is zelfstandig ondernemer en werkt vanuit huis. Een ander deel zoekt juist woon-werk eenheden, studio’s, ateliers, bedrijfsverzamelgebouwen of een regulier bedrijfspand. Het laten ontstaan van ‘broedplaatsen’ en ‘rommelzones’ beantwoordt aan deze uiteenlopende vraag. In deze omgevingen maximaliseer je ontmoetingskansen en gedijt de creativiteit goed. Naast de binnenstad (als huiskamer, ontmoetingsplek van de stad en regio), spelen de culturele voorzieningen, de kennisinstellingen en innovatieve bedrijven een rol. In Groningen loopt er een creatieve corridor van Zernike, langs het Ebbingekwartier via Grote Markt en Puddingfabriek tot Mediacentrale. In deze corridor bevinden zich diverse ‘incubators’, bijzondere broedplaatsen zoals StudEnterprise op Zernike, Silver Room in de Puddingfabriek, en YEAH! in de Mediacentrale. Midden op deze corridor komt straks het Groninger Forum. Dat wordt de etalage voor de innovatieve stad, een plek waar informatie en kennis over verleden, heden en toekomst op verschillende terreinen wordt gepresenteerd aan een divers publiek. Het concept van het Groninger Forum is nieuw en de inhoudelijke ontwikkeling en de vormgeving daarvan is een creatief proces bij uitstek, dat veel aandacht op de stad zal vestigen.

Het ‘branden’ van bepaalde wijken met potentie kan helpen om groepen ondernemers, bewoners en bezoekers te trekken. Wij zien het Ebbingekwartier (Boterdiep, Ebbingestraat en Bloemsingel) als de creatieve stadszone in Groningen. De aanwezigheid van Simphon, het Platformtheater, de Machinefabriek (NNT) en het cultureel/creatieve pand van COB10 maken dit gebied tot het creatieve cluster van Groningen en omgeving. De nabijheid van de binnenstad, studenten en de ontplooiingskansen (leegstaande winkelpanden) onderlijnen de

potentie. Mogelijke toekomstige ontwikkelingen zoals de clustering van het kunstvakonderwijs in dit gebied en de komst van een tram geven dit gebied nog meer aantrekkingskracht. Met het plan 'Goln Raand' is de afgelopen jaren fors geïnvesteerd in dit gebied door gemeente en ondernemers. De volgende stap is om één gemeenschappelijk beeld uit te dragen van het Ebbingekwartier als creatieve stadszone, door de ogen van de bewoners, de ondernemers, instellingen en bezoekers. Dit trekt nieuwe bedrijven die bij dat beeld passen. Het Ebbingekwartier is de plek waar de activiteiten van de gemeente en haar partners moeten landen. Wij zijn voornemens om in 2007 een visie te ontwikkelen op de ontwikkeling van cultuur en bedrijvigheid in dit gebied, in nauw overleg met actoren in dit gebied.

*Voorbeeldactiviteiten: prijsvraag Ebbingekwartier, nieuwe aanvraag Creative Challenge Call, faciliteren innovatieve ondernemingen.*

## 5. Intenties naar uitvoering

Zoals gezegd dragen vele programma's en projecten bij aan de verdere ontwikkeling van de innovatieve stad. De afgelopen jaren was er geen apart budget voor het beleidsterrein innovatieve stad. Bijdragen aan aansprekende projecten of het zelf initiëren van activiteiten die op het snijvlak van economie en cultuur lagen, hebben we binnen reguliere budgetten gedaan. Voor 2007 is een bedrag van 100 duizend euro binnen het EBP gelabeld die we willen inzetten voor bovenstaande acties. De middelen worden ingezet als katalysator, stimulant om activiteiten een kans te geven of te versterken, en als volgt te verdelen:

- A. Profilering: onderdeel kenniscampagne Akkoord van Groningen (binnen budget Akkoord van Groningen);
- B. Kruisbestuiving: 50 duizend euro
- C. Bronpunt: 50 duizend euro

Daarnaast zijn er meerdere titels in het EBP die een co-label creatieve stad verdienen, zoals onder het programma toerisme, ICT, Life Sciences en detailhandel, en die daardoor tegelijk een nuttige aanscherping krijgen door het toetsingskader van de creatieve stad. Ander voorbeeld: huisvesting buitenlandse studenten of short-stay faciliteiten voor kenniswerkers: dat is niet alleen het programma Wonen maar tevens het programma Creatieve Stad. In de structuurplanniddelen komt een post van 10 duizend euro in aanmerking. Het voornemen is om ook in de nieuwe cultuurnota 2009-2012 het onderwerp cultuur en economie een prominente rol te geven.

De inzet van de middelen is mede afhankelijk van wat er "uit de markt" en andere overheden komt. De provincie Groningen heeft in 2007 bijdrageruimte in de kredieten:

- krediet (gast)ateliers: 30.000 euro
- krediet creatieve projecten: 28.600 euro
- kunstenaarsinitiatieven: 30.000 euro (opdrachtenbudget).

Daarnaast is 200 duizend euro beschikbaar om te investeren in de fysieke infrastructuur (bijv. multifunctionele panden zoals Bloemsingel), alsmede in het zogenaamde 'verzamelkrediet' voor het verbeteren van de productiestructuur in de provincie.

Door samenwerking te zoeken met steden op de Noordelijke Ontwikkelingsas (Noord-Duitsland, Scandinavië en Baltische staten) behoort ook het Europese programma Interreg tot de financiële zoekruimte voor projecten. Dit vergt wanneer een project zich aandient uiteraard beschikbare co-financiering, daarom te voorzien van een wat ruimer oormerk.

**6. Projectorganisatie en verantwoording**

De uitwerking van de creatieve stad eindigt niet bij deze beleidsbrief. Buiten de gemeente 'gist' en ontwikkelt zich een groot aantal initiatieven. Om hier vanuit de gemeente op te kunnen antwoorden en onze ambities en activiteiten in gang te zetten wordt een werkgroep/taskforce ingesteld, waarin de betrokken sectoren (Economische Zaken, Cultuur, Beleidsontwikkeling, Vastgoed) deelnemen. Ook zal een link met de provincie worden gelegd. Flexibiliteit, daadkracht, innovatief vermogen en overleg met het creatieve veld is het 'leidmotief' van de taakgroep.

Om de aandacht voor de creatieve stad als intersectoraal en integraal programma te houden zullen aan het einde van 2007 de activiteiten verantwoord worden aan de raad.