

# Een nieuw industrieel weefsel in Eindhoven

We are embarking on an age of pervasive creativity that permeated all sectors of the economy and society; not just seeing bursts of innovation from high-tech industries. We are truly in the midst of a creative transformation with the onset of a Creative Economy.

Creative people, in turn, don't just cluster where the jobs are. They cluster in places that are centers of creativity and also where they like to live. Successful places are multidimensional and diverse not just centers of technological innovation and high-tech industry. (Richard Florida: *The Rise of the Creative Class*)

**In 'The Rise of the Creative Class' plaatst Richard Florida de creatieve kwaliteiten van het individu in het centrum van een nieuwe economische orde. Een economie van maatwerk waarin creativiteit de basis vormt voor onderscheidende en innovatieve producten en diensten. Omdat 'face-to-face' contacten er steeds meer toe doen, zal iedere stad of regio opnieuw moeten bewijzen dé plaats te zijn waar creatievelingen zich thuisvoelen. Het wordt hoog tijd om dit creatief kapitaal in kaart te brengen en hiervoor beleid te ontwikkelen.**

**HAN LE BLANC, GIJS BOSCH  
EN CHRIS MANDERS**

Onderzoek naar de creatieve industrie of het creatief kapitaal heeft tot nu toe veelal betrekking op de culturele effecten, zonder daarbij oog te hebben voor de economische impact van de veelal sterk ontwikkelde culturele infrastructuur. De economische waarde van cultuur wordt gemarginaliseerd en binnen het gemeentelijk economisch beleid is de focus nog te vaak gericht op zakelijke dienstverlening, toerisme & recreatie en de hightech industrie (en tot voor kort niet te vergeten de ICT-sector). De creatieve industrie blijft ook in het voorwaardenscheppend beleid buiten beeld, ondanks de positieve effecten ervan op de gemeentelijke economische struc-

tuur en op het vestigingsklimaat. In de praktijk blijkt dat gemeenten wat stimulering van deze sector betreft kansen laten liggen. Bijvoorbeeld op het gebied van netwerkversterking, huisvesting, informatieverstrekking en het bevorderen van samenwerking en clustering. Ook is er in veel gevallen nog nauwelijks sprake van structurele interactie tussen de gemeentelijke culturele en economische diensten, laat staan tussen de verantwoordelijke wethouders. Holistisch denken is voor veel gemeentebesturen (nog) net een brug te ver. Hoogste tijd voor een economische blikverruiming met veel oog voor creatieve bedrijvigheid en cultureel ondernemerschap.

Teneinde het economisch belang van de creatieve industrie aan te tonen en aanbevelingen voor nieuw beleid te formuleren, is in 2003 door ETIN Adviseurs uit Tilburg in opdracht van ALICE een grootschalig onderzoek gehouden in de regio Eindhoven. De belangrijkste conclusies zijn dat de creatieve industrie werkgelegenheid biedt aan tenminste 30.000 personen (8 procent van de totale regionale werkgelegenheid) en meer dan 8.000 ondernemingen omvat met een voorzichtig geschatte omzet van minstens 1,2 miljard euro. Dit is zo'n 3 procent van de totale regionale omzet.



(Foto: Hans Le Blanc)

Basis voor een industrieel weefsel.

In 87 procent van de gevallen gaat het om microbedrijvigheid (1-10 werknemers) waarvan 80 procent geen subsidiërelatie onderhoudt met de overheid. Ter vergelijking: een sector als de bouw neemt 7 procent van de werkgelegenheid in de regio voor zijn rekening en het onderwijs en de ICT-sector zijn ieder goed voor circa 5,5 procent. Het onderzoek in Eindhoven heeft aangetoond dat naast geregistreerde bedrijvigheid (vestigingenregister) minstens een even grote groep niet is opgenomen in dit register en dus niet wordt gezien als economische factor. Het is echter voor een groot deel precies die groep die het hart vormt van de creatieve industrie. Niet-registratie mag dus geen alibi zijn om de kwaliteit en de culturele en economische betekenis van de individuele bedrijvigheid te onderschatten of te negeren. Het zijn juist zaken als een sterk ontwikkeld gevoel voor onafhankelijkheid en de wens niet over één kam geschoren te worden die de basis vormen voor een grote mate van creativiteit, originaliteit en authenticiteit. En lang niet iedereen is gebaat bij centralisme, dwingende directies of een al te sturende regie. Daarom is het uiterst zinvol voor overheden, semi-overheden en bedrijfsorganisaties hun krachten te bundelen en gezamenlijk initiatieven te ontwikkelen. Het zijn investeringen die zich terugverdienen en het totale vestigingsklimaat zal er door gestimuleerd worden.

Met behulp van een krachtige creatieve industrie is een regio bovendien beter in staat in te spelen op de ontwikkeling van de kenniseconomie. Mogelijkheden om kennis naar markten te vertalen en om nieuwe kennis te ontwikkelen worden immers steeds meer de drijvende kracht voor een duurzame economische groei. Het belang hiervan voor de concurrentiekracht van bedrijven, gemeenten, regio's en landen is in de afgelopen decennia al sterk toegenomen en zal blijven groeien.

#### De 'hardcore' creatieve

De kern van de creatieve industrie wordt gevormd door een grote groep microbedrijvigheid (1-10 arbeidsplaatsen). Daaromheen bevindt zich een groep bedrijven en voornamelijk gesubsidieerde culturele instellingen (ongeveer 10-100 arbeidsplaatsen) en vervolgens een kleine groep grote bedrijven en grote culturele instellingen (100-500

arbeidsplaatsen). Deze groep bedrijven, instellingen en organisaties vormen gezamenlijk de 'hardcore' van de creatieve industrie; het regionaal creatief kapitaal. Voorts bestaat er een omvangrijke schil van toeleveranciers waaronder onderwijsinstellingen en bedrijven en semi-overheidsinstellingen op het gebied van kennisontwikkeling en van onderzoek en ontwikkeling.

Dit creatief kapitaal vertegenwoordigt, naast de formele cultuur die vooral belangrijk is voor het prestige van de stad en haar bobo's, een brede informele cultuur die vooral jonge ondernemers, ontwerpers en kunstenaars aanspreekt. Multi-cultirestaurantjes, pleinen en terrassen, experimentele concerten en voorstellingen, kleine theaters en optredens op rare locaties, filmhuizen, poppodia, jazzkelders en een bloeiende gayscene. Een veelheid aan diverse, inspirerende en kleinschalige ontmoetingsplekken om ideeën uit te wisselen en te toetsen, er plezierige en nuttige contacten op te doen of er de ware te ontmoeten. Ondanks de snelle ontwikkelingen op het gebied van ICT worden deze plekken en 'face-to-face' contacten steeds belangrijker. Steden en stedelijke gebieden beleven een nieuwe renaissance zoals ook Joel Kotkin constateert in 'The New Geography. How the Digital Revolution is Reshaping the American Landscape'. En dat is beslist geen hype of mode, maar een niet te stuiten maatschappelijke ontwikkeling, zeker in het licht van de kennis- en diensteneconomie.

#### Kennis-as is ook creativiteits-as

Kortgeleden heeft ETIN Adviseurs op basis van de resultaten van het Eindhovens onderzoek een aanzet gegeven voor een landelijke creativiteitsindex. De regio Eindhoven neemt op deze index een middenpositie in, net onder Rotterdam en net boven Den Bosch. Bovenaan staan Amsterdam, Hilversum en Utrecht, onderaan Maastricht, Enschede en Zeist. Amsterdam mag zich de meest creatieve gemeente van Nederland noemen. Amsterdam scoort goed op het gebied van ICT, reclame, vormgeving en de kunsten in brede zin. De totale sector telt daar minstens 15.000 vestigingen en is goed voor tenminste 76.000 arbeidsplaatsen. Kanttekening is wel dat bij de samenstelling van deze index uitsluitend gebruik is gemaakt van gegevens uit het

vestigingenregister LISA. Het onderzoek in Eindhoven heeft echter aangetoond dat maar ongeveer de helft van de creatieve bedrijvigheid is opgenomen in dit register.

De autosnelweg A2 wordt wel de kennis-as van Nederland genoemd. Deze as begint bij Amsterdam en loopt via Utrecht en Den Bosch tot aan Noord-Limburg. Op deze lijn blijkt ook de dichtheid van banen in de creatieve industrie het grootst te zijn. De regio's ten Zuidwesten en Noordoosten van de A2 vormen wat betreft creativiteit luwtegebieden. De kennis-as valt dus in hoge mate samen met de creativiteits-as. Het economische, sociale en culturele perspectief van de regio Eindhoven is van oudsher nauw verbonden met industriële ontwikkelingen. De regio Eindhoven als economisch gegeven is ontstaan aan het begin van de twintigste eeuw. Door de spectaculaire groei van het Philips-concern en later van DAF, is in de eerste helft van de vorige eeuw de omslag gemaakt van ambachtelijke naar industriële productie. Ook het sociale en culturele leven werd tot ver in de twintigste eeuw bepaald door deze concerns. Vooral Philips heeft destijds enorm geïnvesteerd in de vorming van sociaal kapitaal.

De regio Eindhoven presenteert zich al jaren als de derde mainport van Nederland. Na de Rotterdamse haven en luchthaven Schiphol afficheert de regio zich als industriële mainport. Veel industriële producten en diensten waarmee Nederland in het buitenland bekend is, vinden hun oorsprong in deze regio. Rondom de grote industriële partijen heeft zich een wijdvertakt en intensief netwerk van toeleveranciers ontwikkeld. Bedrijven van allerlei pluimage, omvang en nationaliteit. Ook beschikt de regio over een groot aantal onderzoek- en kennisfaciliteiten, zoals de TUE, Fontys Hogescholen, de Design Academy, het Philips Natlab en diverse TNO-instellingen. Vandaar ook de slogan: Eindhoven, leading in technology.

Maar hoeveel garantie biedt bovengaand regioprofiel? De regio is sterk internationaal georiënteerd. Pogingen om diversificatie aan te brengen in de economische structuur richten zich tot nu toe voornamelijk op aan technologie gerelateerde bedrijvigheid. Hierdoor blijft het industriële portfolio eenzijdig op technologie gericht. Dit maakt de

regionale economie bovengemiddeld conjunctuurgevoelig. Iedereen kan waarnemen dat het verplaatsen van productie-activiteiten naar het buitenland onverminderd doorgaat. Het lijkt een kwestie van tijd voordat op grotere schaal ook onderdelen van de kop van het productieproces (zoals onderzoek, ontwikkeling en ontwerpwerk) en van de staart (dienstverlening, marketing) zullen volgen. En wat blijft er dan over van Eindhoven als industrieel centrum? Kan een regio zich in internationaal opzicht op deze eenzijdige manier wel blijven onderscheiden? Er zijn diverse signalen die wijzen op het tegendeel.

### Een nieuw industrieel weefsel

De regio Eindhoven beschikt over vrijwel alle elementen om een topregio te worden, maar de mogelijkheden worden niet optimaal benut. Nog steeds wordt te zeer geprobeerd om via allereerste Europese en regionale programma's het tij te keren. En daarbij wordt uitgegaan van het traditionele sociaal-economische denkraam waarin het bedrijfsleven en het begrip technologie centraal staan: een rond technologie gecentreerde regio. De regio zou het lef moeten hebben om af te stappen van de bekende stokpaardjes. De permanente focus op maakindustrie, techniek, tech-

nologie en bèta-kennis leidt tot een eenzijdig beeld en getuigt van een verouderde visie. Vrijwel niemand kan zich iets voorstellen bij nanotechnologie of mechatronica. En wat is in hemelsnaam een 'famous factory land'? Daarbij komt zoals eerder al gesteld dat het eenzijdige vooral op technologie gerichte portfolio, de regio wel erg conjunctuurgevoelig, en dus kwetsbaar, heeft gemaakt.

Het gaat er veel meer om de focus te verleggen op het voortbrengen van aansprekende producten en diensten met een meerwaarde. Producten en diensten die zich weten te onderscheiden en waarmee mensen en bedrijven geassocieerd willen worden. Om dit te bereiken is meer nodig dan technologische en bedrijfseconomische kennis. Het gaat ook om psychologische en sociologische kennis en om culturele kwaliteit. Er is behoefte aan een bindmiddel tussen de 'harde' techniek en economie en de 'zachte' culturele sector. Nu zijn dit nog twee grotendeels gescheiden werelden. Die zouden dichter naar elkaar moeten opschuiven en meer met elkaar in contact moeten komen. Zo kan er een nieuw en andersoortig industrieel weefsel ontstaan. Bindmiddel bij uitstek hiervoor is de creatieve industrie. Vandaar ook dat in de nieuwe economische visie van de gemeente Eindhoven de creatieve industrie een sleutelpositie inneemt als het gaat om diversificatie van de economische structuur. En dan kan er een compleet andere regio ontstaan, waarvan het economisch perspectief is gerelateerd aan de creatieve industrie. Van daaruit is nu al, vooral van onderaf, een geheel nieuw industrieel weefsel aan het ontstaan waarin accenten en samenhangen totaal anders liggen. Accenten die veel meer liggen op de verwevenheid van wonen, werken en vrije tijd en de actieve rol die individuen als burgers en werknemers daarin vervullen. Een holistische benadering waarin individuele creativiteit, vaardigheden en talenten centraal staan. Een meer rond de mens gecentreerde benadering dus.

### Stedelijke vernieuwing in Strijp S

Velen zien 'plaats' als het organiserend principe voor de ontwikkeling van een creatieve economie. Een van de grootste naoorlogse uitdagingen waarvoor de regio Eindhoven en de stad Eindhoven in het bijzonder zich in dit verband



Foto Hans Le Blang

Aangepast aan een nieuw tijdperk.



## Cultuurbeleid op nationaal niveau

Ondanks hun belangrijke werkgelegenheidsfunctie, is in veel steden de werkloosheid hoog en teveel euro's die in de stad worden verdiend, rollen elders. De stedelijke vernieuwing van de laatste decennia heeft daar nog maar weinig aan veranderd. Veel steden zoeken daarom naar mogelijkheden voor een nieuw economisch klimaat. Een klimaat waarin stedelijke creativiteit, ondernemingszin, arbeidspotentieel en diversiteit meer kansen krijgen. Alle talenten die een stad tot broedplaats van bedrijven kunnen maken, moeten worden aangesproken. Niet door meer van hetzelfde te doen, maar door te zoeken naar nieuwe combinaties: oude en nieuwe economie, bedrijfsleven en onderwijs, grote bedrijven en kleine bedrijven, privaat en publiek, ruimte en economie, welvaart en welzijn.

Kunst en cultuur zijn bij uitstek zwakke economische functies. Deze komen door stedelijke vernieuwing dan ook vaak in de verdrukking. Ze zijn echter niet slechts opsmuk van de stad, maar ook belangrijke schakels in de economische structuur. Zo voegen ze vooral in nieuwe economische sectoren onderscheidende waarden toe aan producten. Het zijn immers niet alleen kennis en arbeid, dan wel imago en gevoel die bepalen of een product de markt haalt. Daarnaast groeit, met het in de stad houden van hogere inkomensgroepen, ook de culturele consumptie.

Kunstenaars moeten echter kunnen blijven vernieuwen, experimenteren, mislukken en weer opstaan. En daar is goedkope werkruimte voor nodig.

*(Uit: Ruimte voor economische verscheidenheid. Ministerie van VROM 2003)*

gesteld zien, is de herontwikkeling van het Philips-terrein Strijp S; een zeer karakteristiek industrieel gebied van 27 hectare dat de komende tien tot vijftien jaar beschikbaar komt voor herontwikkeling. Strijp S maakt deel uit van een industriële strip die, beginnend aan de Emmasingel met de markante Lichttoren als baken, in een 'rechte' lijn en vrijwel parallel aan het spoor doorloopt tot aan de stadsgrens. Een langgestrekte, tot nu toe zeer goed beveiligde en ommuurde verboden stad.

Monumentale en voor Eindhoven karakteristieke gebouwen op Strijp S, zoals de Hoge Rug, het Veemgebouw, het Klokgebouw en delen van het oude Natuurkundig Laboratorium (NatLab) krijgen een nieuwe functie. Andere delen worden gesloopt om ruimte te maken voor woningen, winkels en kantoren. Voor het hele gebied zijn tot nu toe twee plannen ontwikkeld. Een masterplan door het Rotterdamse bureau BVR van Riek Bakker en een voorlopig stedenbouwkundig ontwerp door het eveneens Rotterdamse bureau West 8 van Adriaan Geuze. Wonen, werken en vrije tijd zijn voor het gebied de centrale thema's. Het definitief stedenbouwkundig ontwerp van West 8 wordt begin 2004 verwacht.

Het gaat om de ontwikkeling van een geheel nieuw stadsdeel. Als verboden stad heeft Strijp S nu een duidelijke identiteit en wordt het imago vooral bepaald door de belofte die het gebied inhoudt voor creatief Eindhoven. En als

ergens de basis kan worden gelegd voor een nieuw industrieel weefsel dan is het wel daar. Maar dan zullen zowel de overheid als de projectontwikkelaar genereus de vele nieuwe initiatieven, voorstellen en plannen die nu uit alle hoeken en gaten ontstaan en worden aangedragen moeten omarmen, stimuleren en ondersteunen. De sterk aanwezige neiging tot totale controle, zowel financieel als planmatig, leidt onherroepelijk tot stereotiepe oplossingen en dus tot versaaing van dit gebied. Er zal in dit kolossaal nieuw stadsdeel van Eindhoven structureel en substantieel ruimte moeten zijn voor experiment en avontuur. Laboratoria, vrijplaatsen, podia en ateliers voor alle bestaande en nieuw te ontwikkelen media zijn een absolute voorwaarde voor het elan en de toekomstige uitstraling van het gebied. Dit vanuit het besef dat Strijp S een unieke kans biedt om te investeren in de creatieve toekomst van de stad en de regio. En aan geslaagde voorbeelden elders ontbreekt het niet.

**Han le Blanc is directeur van de stichting ALICE. Gijs Bosch is adjunct-directeur van ETIN Adviseurs Tilburg. Chris Manders is bestuurslid van de stichting ALICE.**

## Literatuurselectie

ALICE (2003) Creatief DNA regio Eindhoven, een inventarisatie. Eindhoven.

Department of Culture, Media and Sport UK (1998, 2000) Creative Industries Mapping Document. London.

Florida, Richard (2002) The Rise of the Creative Class. Basic books.

Ministerie van VROM (2003) Ruimte voor economische verscheidenheid. Den Haag. Seabrook, John (2001) Nowbrow, the culture of marketing, the marketing of culture. Methuen Publishing Ltd.

NV Rede (2002) Facts and figures Region Eindhoven 2002. Eindhoven.