



Beleidsnotitie

Creatieve Bedrijvigheid Zaanstad

(Creative Cities Amsterdam Area)

27 oktober 2009

Samenvatting 4

1	Inleiding: creatieve bedrijvigheid versterkt economie	7
2	Creatieve bedrijvigheid verbindt economie en cultuur	11
2.1	<i>Creatieve bedrijvigheid is geconcentreerd in Creative Cities Amsterdam Area</i>	11
2.2	<i>Creatieve bedrijvigheid in Zaanstad groeit maar inhaalslag is nodig</i>	12
2.3	<i>Er zijn kansen maar ook knelpunten voor vestiging creatieve bedrijven in Zaanstad</i>	13
3	Beleid in ontwikkeling en nog niet vastgelegd	17
4	Beleidsontwikkeling aan volgende fase en vastlegging toe	19
4.1	<i>Om richting te geven aan het beleid zijn beleidsdoelen geformuleerd</i>	19
4.2	<i>Om het beleid af te bakenen zijn keuzes gemaakt</i>	19
4.3	<i>Om de beleidsdoelen te realiseren worden maatregelen genomen</i>	20
4.4	<i>Verdere uitwerking en evaluatie gewenst</i>	25
	Bijlage 1: Afbakening creatieve industrie	27
	Bijlage 2: Achtergrondinformatie over broedplaatsen	29
	Bijlage 3: Creative Cities Amsterdam Area	31
	Bijlage 4: Doelen en maatregelen beleid creatieve bedrijvigheid	34
	Bijlage 5: Aanbevelingen stimuleringsprogramma creatieve bedrijvigheid	35

Samenvatting

Veel steden en regio's hebben de afgelopen jaren op basis van de ideeën van Richard Florida een programma creatieve economie opgesteld en noemen zich creatieve steden. Er zijn echter maar enkele steden en regio's in Nederland die dit predikaat daadwerkelijk kunnen voeren. Dat zijn stedelijk regio's waarin de creatieve sector echt een deel van de economie vormt, waar creatieve kenniswerkers wonen en werken, en waar de spin-off aantoonbaar bijdraagt aan de lokale economie. De Amsterdamse regio – waar Zaanstad onderdeel van uitmaakt - is één van de regio's die voldoet aan deze uitgangspunten .

Tegen deze achtergrond heeft het college van B&W van Zaanstad onderkend dat creativiteit een concurrentiefactor is geworden. Daarom is creatieve bedrijvigheid in 2007 (programma-begroting 2008-2011) tot één van de vier speerpunten van het college benoemd om tot economische structuurversterking te komen. Het doel van het beleid creatieve bedrijvigheid is een bijdrage te leveren aan duurzame economische structuurversterking en een verbetering van de werkgelegenheid.

Het doel van voorliggende beleidsnotitie is kader en helderheid te bieden, af te bakenen en richting te geven aan de verdere beleidsontwikkeling. Het tot nu toe gevoerde beleid kende een ad-hoc en projectmatig karakter en de uitvoering ervan was versnipperd binnen de organisatie. Ook ontbrak een beleidskader waarbinnen alle maatregelen en al ingezette instrumenten konden worden geplaatst. De beleidsnotitie creatieve bedrijvigheid zal dienen als onderbouwing voor het de komende jaren nog verder uit te werken programma creatieve bedrijvigheid waarmee in deze notitie al een relatie wordt gelegd.

Uitgangspunt bij het beleid creatieve bedrijvigheid is dat de lokale overheid vooral een regisserende en pacificerende rol heeft en zorgt voor de juiste randvoorwaarden en ondersteuning. Creatieve bedrijvigheid laat zich overigens moeilijk plannen en vraagt van de lokale overheid een andere rol dan de traditionele sturende rol. Het gaat veel meer om meebewegen en tijdig kansen benutten. Creatieve bedrijvigheid wordt niet gemaakt, hoogstens gestimuleerd door "van de dynamiek" gebruik te maken. Meebewegen vraagt nieuwe vaardigheden en strategieën van bestuurders en ambtenaren en open te staan voor participatie van derden en te anticiperen op kansen.

Met het vastleggen van een kader voor het beleid creatieve bedrijvigheid komt de beleidsontwikkeling in een nieuwe fase en wordt de focus helderder. Het blijft echter een beleidsveld in ontwikkeling dat van tijd tot tijd bijgesteld zal moeten worden op basis van actuele ontwikkelingen. Hierbij zal nadrukkelijk samenwerking worden gezocht met strategische partners als kennis-, onderzoeks- en onderwijsinstellingen, intermediaire organisaties, het bedrijfsleven en de steden en andere partners binnen de Metropool Amsterdam/CCAA.

Dat het speerpunt creatieve bedrijvigheid nog steeds actueel is, blijkt uit de nieuwe beleidsbrief Cultuur en Economie van de ministeries Economische Zaken en Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. (verschenen op Prinsjesdag 2009). Het kabinet ziet creatieve bedrijvigheid als economisch waardevolle sector en kiest voor een vervolgimpuls met het Beleidsprogramma voor de Creatieve Industrie 2009 – 2013.

Om richting te geven aan het beleid voor creatieve bedrijvigheid zijn de volgende beleidsdoelen gekozen en beleidskeuzes gemaakt:

beleidsdoelen

1. scheppen van randvoorwaarden voor uitbouw van creatieve bedrijvigheid in Zaanstad en stimuleren van de ontwikkeling van de creatieve bedrijvigheid in Zaanstad;
2. samenwerking (kruisbestuiving) tussen de creatieve bedrijvigheid en andere economische sectoren;
3. vergroten van het organiserende vermogen van de creatieve bedrijvigheid en netwerkvorming, verbinden van ondernemers uit verschillende delen van de creatieve bedrijvigheid;
4. stimuleren dat er – op korte termijn – tijdelijke en permanente bedrijfsruimten en broedplaatsen beschikbaar komen voor creatieve ondernemers in Zaanstad (bij voorkeur hergebruik industrieel erfgoed en panden uit de databank karakteristieke panden).

beleidskeuzes

1. het beleid creatieve bedrijvigheid richt zich vooral op clustervorming en verbindingen tussen creatieve bedrijven en de gevestigde maak- en foodindustrie;
2. het beleid richt zich op cross-overs (kruisbestuiving) met de twee andere speerpunten food en toerisme;
3. het beleid sluit aan op het kansrijke beleid van Amsterdam binnen de verstedelijkingsafspraken met het rijk om de ontwikkeling van de noordelijke IJ- oevers door te trekken naar Zaanstad en de Zaanoevers;
4. bij de beschikbaarheid van bedrijfsruimte/broedplaatsen ligt de focus op stimulering van het basis- en middensegment van de creatieve bedrijvigheid. De inzet is snel te komen tot een aanbod aan betaalbare bedrijfsruimte om de overloop van creatieve bedrijven uit Amsterdam te faciliteren. Snelheid is geboden anders verliezen we het momentum;
5. regionale samenwerking is kansrijk gebleken en daarom wil Zaanstad de komende jaren op dit pad voort gaan.

Om de beleidsdoelen te realiseren worden de volgende beleidsmaatregelen genomen (die verder zullen worden uitgewerkt in een uitvoeringsprogramma)

beleidsmaatregelen

1. financiële stimuleringsregelingen
2. bedrijfsruimte/broedplaatsen
3. regionale samenwerking
4. netwerkvorming
5. marketing, promotie en acquisitie

Aanbevolen wordt het nog op te stellen uitvoeringsprogramma creatieve bedrijvigheid uit te werken naar jaarschijven met SMART-geformuleerde doelen op basis van de uitgangspunten in voorliggende notitie. Hierbij zullen uitdrukkelijk de dwarsverbanden met het cultuurbeleid worden gezocht. Om dit programma uit te kunnen voeren zal externe financiering gezocht moeten worden. De werving van externe fondsen zal dan ook een belangrijk onderdeel moeten vormen van het uitvoeringsprogramma. Bij het op te stellen uitvoeringsprogramma zullen de op- en aanmerkingen worden betrokken van de partijen die hebben geparticipeerd in de voorbereiding en de inspraak van de beleidsnotitie.

1 Inleiding: creatieve bedrijvigheid versterkt economie

In de 20e eeuw vond wereldwijd een industriële revolutie plaats met een verschuiving naar informatietechnologie en kenniseconomie. Creativiteit werd bij deze nieuwe economie de belangrijkste drijvende kracht en innovativiteit was daarvan het product. Dat creativiteit een belangrijke economische factor is, was al langer bekend, maar Richard Florida heeft dit onderwerp in 2002 met zijn boek "The rise of the creative class" pas echt op de politieke agenda geplaatst. Volgens Florida zijn creatieve inwoners en bedrijven dé sleutel voor economische groei en vormen daarbij een belangrijke concurrentiefactor. Steden en regio's kunnen pas echt tot economische bloei komen als ze creativiteit aantrekken. De ideeën van Florida en andere denkers hebben wereldwijd de stedelijke agenda's veranderd: mondiaal wordt onderkend dat vooruitgang en concurrentiekracht van een economie is gebaat bij creativiteit in alle sectoren en beroepen en dat creativiteit dus een belangrijke motor vormt voor de economie.

Ook Nederland onderschrijft het belang van creativiteit. Zo heeft het rijk in 2005 - in samenhang met het Innovatieplatform - het experimentele Programma voor de Creatieve Economie ingesteld met als doel een impuls te geven aan de bewustwording van het economische belang van creativiteit. Dit programma is in december 2008 geëvalueerd¹. De ministers van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en van Economische Zaken hebben de Tweede Kamer – op basis van de evaluatie – voorgesteld het programma voor te zetten. Medio september 2009 is de beleidsbrief Cultuur en Economie² van het kabinet verschenen. Uit deze brief blijkt dat het kabinet creatieve bedrijvigheid als economisch waardevolle sectoren ziet omdat zij een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan de concurrentiekracht en het innovatieve vermogen van Nederland. De creatieve sector wordt ook steeds belangrijker en groter. Zij bevinden zich in het centrum van de economische dynamiek en nieuwe ontwikkelingen. Het kabinet kiest voor een vervolgimpuls met het Beleidsprogramma voor de Creatieve Industrie 2009 – 2013. Bij kwalitatief goede plannen wil het kabinet een bijdrage leveren via een innovatieprogramma voor de creatieve industrie en het Fonds Economische Structuur Versterking (FES). Creatieve bedrijvigheid blijft hiermee een actueel en belangrijk onderwerp. Nagegaan zal worden wat dit programma (en andere programma's) financieel kan betekenen voor Zaanstad (in aansluiting op de financiële strategie).

Florida heeft het in zijn publicaties over een "spiky world"³. Hij onderschrijft de globalisering van markten, maar het unieke karakter van de stad of regio is volgens hem bepalend. Economische kracht, innovatie en creatief talent is geclusterd in een beperkt aantal regio's en steden (waaronder de regio Amsterdam). In deze gebieden is de economische groei veel sterker dan in andere gebieden.

Veel steden en regio's hebben de afgelopen jaren op basis van de ideeën van Florida een programma creatieve economie⁴ opgesteld en noemen zich creatieve steden. Er zijn echter maar enkele steden en regio's in Nederland die – op basis van feiten - daadwerkelijk dit predikaat kunnen voeren.. Dat zijn stedelijk regio's waarin de creatieve sector echt een deel van de economie vormt, waar creatieve kenniswerkers wonen en werken, en waar de spin-off aantoonbaar bijdraagt aan de lokale economie. De Amsterdamse regio – waar Zaanstad onderdeel van uitmaakt - is één van de regio's die voldoet aan deze uitgangspunten⁵.

¹ Een brug tussen cultuur en economie. Evaluatie Programma voor de Creatieve Industrie, 19 december 2008

² Beleidsbrief Cultuur en Economie "Waarde van Creatie" 2009 (verschenen op Prinsjesdag)

³ www.whosyourcity.com: een algemene opvatting is dat het mondiale, economische speelveld (global playing field) "vlak" is geworden door de voortschrijdende technologie en dat innovatie daarom overal kan plaatsvinden. Richard Florida is echter van mening dat de wereld "puntig" is (spiky) is. Hij bedoelt daarmee dat er maar heel weinig regio's en steden zijn op de wereld die er in economisch opzicht werkelijk toe doen en een mondiale drijvende kracht achter innovatie zijn. De "pieken" (van deze regio's en steden) worden steeds hoger en de rest van de wereld "vlakt verder af"

⁴ De termen creatieve economie, creatieve industrie en creatieve bedrijvigheid worden in de praktijk door elkaar heen gebruikt. In voorliggende notitie zal zoveel mogelijk de term creatieve bedrijvigheid worden gebruikt.

⁵ Concurrentiepositie Creatieve Industrie Noordvleugel, Onderzoek en Statistiek, 2008

Tegen de achtergrond van het voorafgaande heeft het college van B&W van Zaanstad onderkend dat creativiteit een concurrentiefactor is geworden voor steden en regio's. Daarom is creatieve bedrijvigheid in 2007 (programmabegroting 2008-2011) tot één van de vier speerpunten van het college benoemd om tot economische structuurversterking te komen.

Het doel van het beleid creatieve bedrijvigheid is een bijdrage te leveren aan duurzame economische structuurversterking en een verbetering van de werkgelegenheid. Het college ziet creatieve bedrijvigheid als een kansrijke en gewenste aanvulling op de Zaanse economische structuur. Met de vestiging van creatieve en innovatieve ondernemingen kan de economische structuur van Zaanstad en Zaanstreek zich vernieuwen en verbreden. Daarmee zet Zaanstad een volgende stap op het pad naar informatietechnologie en kenniseconomie.

De beleidsontwikkeling rond creatieve bedrijvigheid in Zaanstad is overigens al voor 2007⁶ gestart met de doelstelling in het kader van het Grote Steden Beleid om in de periode 2005 tot en met 2009 jaarlijks 1.000 m² extra bedrijfsruimte te realiseren voor creatieve ondernemers. De beleidsontwikkeling is een tijd lang gedragen door het Programma Parels Rijen waarvan de tussenrapportage recent is opgesteld. Ook binnen ondermeer het cultuur- en kunstenbeleid is aandacht voor het beleid creatieve bedrijvigheid (het cultuurbeleid zet ondermeer in op een koppeling van creatief talent aan het bedrijfsleven). Verder is de ontwikkeling van het Hembrugterrein gericht op huisvesting van creatieve bedrijven. De beleidsvorming creatieve bedrijvigheid is vanaf het najaar van 2008 binnen het beleidsveld economie getrokken. Creatieve bedrijvigheid is daarbij nadrukkelijk een beleidsveld in ontwikkeling.

Het beleid creatieve bedrijvigheid heeft raakvlakken met diverse andere beleidsterreinen zoals kunst-, cultuur- en monumentenbeleid, toerisme, horeca- en evenementenbeleid en citymarketing maar ook met het woon-, onderwijs- en arbeidsmarktbeleid. Verder is er een belangrijke relatie met twee andere economische speerpunten van het college: food en toerisme. Gezien de breedte van het onderwerp is afbakening gewenst en dienen er keuzes te worden gemaakt. Voorliggende notitie beperkt zich daarom tot die aspecten van de beleidsvorming creatieve bedrijvigheid die binnen het economische beleid van Zaanstad vallen. Voor het bredere veld wordt verwezen naar andere beleidsnotities zoals de woonvisie, het horeca- en evenementenbeleid, het vastgoedbeleid en naar documenten over het kunst- en cultuurbeleid en over citymarketing.

Een belangrijk uitgangspunt van voorliggende notitie is dat Zaanstad een wereld heeft te winnen door mee te liften op de ontwikkelingen in de regio. Door gebundeld op te trekken met de steden binnen Creative Cities Amsterdam Area (CCAA) kan Zaanstad profiteren van schaalvoordelen en investeringen in de regio. Ook gezien de beperkte financiële armslag van Zaanstad biedt dit samenwerkingsverband een belangrijke meerwaarde. In het coalitieakkoord is samenwerking in de regio een belangrijk onderwerp. Zaanstad wil aanhaken op de strategie waarbij de regio haar concurrentiekracht in de kennisintensieve en creatieve dienstverlening profileert. Dit om in te kunnen spelen op nieuwe groeimogelijkheden. De sector creatieve bedrijvigheid is overigens binnen het Platform Regionale Economische Structuur (PRES) op voordracht van de Kamer van Koophandel benoemd als focussector.

De beleidsnotitie Creatieve Bedrijvigheid Zaanstad loopt vooruit (maar is afgestemd) op het proces rond de economische structuurvisie waarin de uitgangspunten voor het beleid rond creatieve bedrijvigheid meer uitputtend aan de orde kunnen komen.

⁶ De aanzet voor de beleidsontwikkeling rond creatieve economie is feitelijk al voor 2006 – toen het college creatieve economie tot speerpunt benoemde - gegeven. Er zijn ondermeer diverse brainstormbijeenkomsten en workshops gehouden. Zo is er in 2003 tijdens de conferentie "Creativity and the city" bij opening van de Westergasfabriek in Amsterdam een workshop gehouden over Zaanstad (workshop "help the mayor"). De toenmalige burgemeester van Zaanstad liet zich adviseren door panels van experts over de vraag hoe Zaanstad een creatieve stad zou kunnen worden. De resultaten van de conferentie werden een maand later in Zaanstad gepresenteerd aan 125 genodigden uit het bedrijfsleven, het culturele en sociale leven. In oktober 2004 verscheen het boekje "Zaanstad creatieve werkplaats". Al eerder in 2002 is verder AanZet Bedrijfsfaciliteiten NV opgericht ondermeer om bedrijfsruimte voor creatieve bedrijven te realiseren.

Het doel van voorliggende beleidsnotitie is kader en helderheid te bieden, af te bakenen en richting te geven aan de verdere beleidsontwikkeling. Het tot nu toe gevoerde beleid kende een ad-hoc en projectmatig karakter en de uitvoering ervan was versnipperd binnen de organisatie. Ook ontbrak een beleidskader waarbinnen alle maatregelen en al ingezette instrumenten konden worden geplaatst. Zaanstad is daarin overigens niet uniek. De eerder genoemde evaluatie van het rijk constateert dat er in diverse grote steden aandacht is voor het stimuleren van de creatieve bedrijvigheid. Maar dat dit nog redelijk versnipperd gebeurt. Het ontbreekt volgens het rijk aan uitwisseling van ervaringen en kennis en aan coördinatie. In de noordvleugel van de Randstad is met dit laatste in CCAA-verband overigens al een start gemaakt.

De beleidsnotitie creatieve bedrijvigheid zal dienen als onderbouwing voor het de komende jaren nog verder uit te werken programma creatieve bedrijvigheid waarmee in deze notitie al een relatie wordt gelegd (met name in hoofdstuk 5, waar een aantal aanbevelingen wordt gedaan). Daarbij gaat het ondermeer om het aanboren van externe financiering (in het kader van de financiële strategie) om de beleidsdoelstellingen te kunnen realiseren.

Uitgangspunt bij het beleid creatieve bedrijvigheid is dat de lokale overheid vooral een regisserende en faciliterende rol heeft en zorgt voor de juiste randvoorwaarden en ondersteuning. Creatieve bedrijvigheid laat zich overigens moeilijk plannen en vraagt van de lokale overheid een andere rol dan de traditionele sturende rol. Het gaat veel meer om meebewegen en tijdig kansen benutten. Creatieve bedrijvigheid wordt niet gemaakt, hoogstens gestimuleerd door "van de dynamiek" gebruik te maken. Meebewegen vraagt nieuwe vaardigheden en strategieën van bestuurders en ambtenaren en open staan voor participatie van derden en anticiperen op kansen.

De Kamer van Koophandel, AanZet Bedrijfsfaciliteiten NV, Bureau Broedplaatsen van de Gemeente Amsterdam, CCAA, creatieve ondernemers en andere partijen hebben input geleverd en als klankbord gefungeerd bij de voorbereiding van de notitie. Verder is de Zaanse Economische Raad betrokken bij de beleidsformulering. Om de gemeente Zaanstad te ondersteunen bij de ontwikkeling van het beleid creatieve bedrijvigheid is onderzocht of er naast de Creative Board CCAA (zie bijlage 3) een Zaanse Creative Board (ZCB) kan worden ingesteld (passend binnen de lijn van de Zaanse Economische Raad met afzonderlijke stuurgroepen voor de drie speerpunten food, toerisme en creatieve economie). De installatie van de ZCB is in voorbereiding.

Inspiraakreacties

De concept-beleidsnotitie creatieve bedrijvigheid is door het college van B&W eerder dit jaar vrijgegeven voor inspraak. De notitie is vervolgens voorgelegd aan de volgende partijen:

- Zaanse Economische Raad (waarin zijn vertegenwoordigd: gemeente Oostzaan, gemeente Wormerland, OZ, MKB, Kamer van Koophandel, onderwijsinstellingen)
- AanZet Bedrijfsfaciliteiten NV
- Rijks Vastgoed en Ontwikkelingsbedrijf (inzake het Hembrugterrein)
- Zaanse Creative Board i.o. (vertegenwoordigers van de creatieve sector)
- samenwerkingsverband Creative Cities Amsterdam Area
- individuele creatieve ondernemers

De betrokken partijen onderschrijven het gedachtegoed van de notitie en onderstrepen het belang van lokaal en regionaal beleid om de sector creatieve bedrijvigheid te stimuleren. De op- en aanmerkingen van genoemde partijen zijn verwerkt in de beleidsnotitie. Verder zullen zij worden betrokken bij het uitvoeringsprogramma Creatieve Bedrijvigheid.

Hierna volgt een kleine bloemlezing uit de reacties. De Kamer van Koophandel ziet in de creatieve sector één van de troefkaarten van de regionale economie. De Zaanstreek heeft voor deze sector – volgens de Kamer - goede vestigingsmilieus in huis en het is dus een regionaal economisch belang om deze milieus beschikbaar te maken voor de doelgroep en ook de overige voor deze doelgroep relevante vestigingsvoorwaarden op orde te brengen.

Aanzet bedrijfsfaciliteiten NV wil graag op basis van haar expertise met de gemeente van gedachten wisselen over hoe randvoorwaarden te scheppen om de creatieve sector verder uit te bouwen. Het Rijksvastgoed- en Ontwikkelingsbedrijf (RVOB) is verheugd over de plaats die de herontwikkeling van het Hembrugterrein inneemt in relatie tot de beleidsdoelstellingen voor creatieve bedrijvigheid. Het RVOB constateert verder dat diverse creatieve bedrijven “de oversteek willen maken van Amsterdam en Zaanstad” en ziet een rol voor de gemeente om het Hembrugterrein onder de aandacht te brengen van creatieve bedrijven. Leden van de Zaanse Creative Board i.o. en individuele ondernemers geven aan dat Zaanstad nog meer aan een verbetering van haar imago en naamsbekendheid zou kunnen werken. Een spraakmakend project op een bijzondere locatie en regionaal en (inter)nationaal uitdragen en verbeelden van het Zaanse verhaal kunnen eraan bijdragen om creatieve bedrijven naar de Zaanstreek te trekken.

Naast een aanpassing van de beleidsnotitie creatieve bedrijvigheid aan de hand van de inspraakreacties is de notitie op een aantal punten geactualiseerd op basis van recente ontwikkelingen en publicaties.

Leeswijzer

Hoofdstuk 2 geeft een definitie van creatieve bedrijvigheid en een overzicht van de deelgebieden binnen deze sector. Verder bevat het hoofdstuk een schets van de creatieve economie in de regio, de ontwikkelingen ervan in Zaanstad en kansen en knelpunten voor vestiging van creatieve bedrijven in Zaanstad. Hoofdstuk 3 biedt een terugblik op de beleidsontwikkeling creatieve bedrijvigheid tot nu toe en op de maatregelen die al zijn genomen. Het daarop volgende hoofdstuk 4 gaat in op de beleidsdoelen voor creatieve bedrijvigheid, er wordt meer richting en focus aangebracht en de maatregelen, die nog in ontwikkeling en in voorbereiding zijn, komen aan de orde. Dit hoofdstuk maakt een begin met een uitvoeringsprogramma creatieve bedrijvigheid. Dit uitvoeringsprogramma dient nog verder te worden uitgewerkt naar jaarschijven met SMART-geformuleerde doelen op basis van de uitgangspunten in voorliggende notitie. Hierbij zullen uitdrukkelijk dwarsverbanden met het cultuurbeleid worden gezocht.

2 Creatieve bedrijvigheid verbindt economie en cultuur

Er zijn mondiaal maar ook in Nederland diverse definities in omloop voor creatieve bedrijvigheid. CCAA definieert - in navolging van TNO (zie bijlage 1) - creatieve bedrijvigheid als "een specifieke vorm van bedrijvigheid die producten en diensten voortbrengt die het resultaat zijn van individuele of collectieve creatieve arbeid en ondernemerschap. Inhoud en symboliek zijn de belangrijkste elementen van deze producten en diensten". Binnen de creatieve bedrijvigheid onderscheidt CCAA drie deelgebieden. Alleen in Zaanstad is het deelgebied ambachten toegevoegd vanwege het belang van de ambachtsector in de Zaanstreek. De sector wordt overigens gekenmerkt door kleinschaligheid. De volgende deelgebieden worden onderscheiden:

- o kunsten (podiumkunsten, musea, galeries)
- o media en entertainment (uitgeverijen, radio en televisie)
- o creatieve zakelijke dienstverlening (reclame, vormgeving en mode)
- o ambachten⁷ (alleen in Zaanstad !)

Creatieve bedrijvigheid heeft zowel betrekking op de sector cultuur als op de sector economie die traditioneel beleidsmatig gescheiden werelden vormen. Binnen de culturele sector en het reguliere bedrijfsleven beweegt men zich vooral binnen de eigen netwerken. Contact met de overheid vindt plaats via eigen kanalen. Een belangrijke verdienste van de beleidsaandacht voor creatieve bedrijvigheid is dat deze traditionele structuur deels is doorbroken. Het gezamenlijk belang is onderkend. Met name voor de culturele hoek van de creatieve sector levert dit nieuwe perspectieven op. Zij wordt nu serieus genomen als sector met economische potentie.

2.1 Creatieve bedrijvigheid is geconcentreerd in Creative Cities Amsterdam Area

De creatieve industrie levert een directe bijdrage aan onze economie⁸: de creatieve sectoren dragen rechtstreeks bij aan onze welvaartsgroei en verschaffen substantiële werkgelegenheid. De toegevoegde waarde van de creatieve industrie wordt geschat op 16,9 miljard euro ³. Dat is ruim 3 procent van het bruto binnenlands product (BBP). De jaarlijkse export wordt geschat op 7 miljard dollar, wat neerkomt op ongeveer 1,7 procent van de totale Nederlandse export. De werkgelegenheid in de creatieve industrie bedroeg in 2008 ongeveer 261.000 banen. Dat is ruim 3 procent van de totale werkgelegenheid van Nederland. De werkgelegenheid in de creatieve sectoren groeide tussen 2004 en 2007 ook nog eens sterker dan de totale werkgelegenheid. Met maar liefst 6 procent zat deze ruim boven de gemiddelde totale werkgelegenheidsgroei van 3 procent. Deze trend doet zich niet alleen in Nederland voor. Een recent rapport van de Verenigde Naties laat zien dat wereldwijd sprake is geweest van groei en dat meer groei wordt verwacht. Daarbij moet wel worden aangetekend dat de economische crisis ook de creatieve industrie raakt. De gevolgen van de crisis zijn duidelijk merkbaar, maar verschillen per subsector van de creatieve industrie.

De Nederlandse creatieve bedrijvigheid is geconcentreerd in de noordvleugel van de Randstad (meer dan 40% van de creatieve industrie in Nederland) en binnen de noordvleugel is eveneens sprake van concentratie, namelijk in de zeven steden die Creative City Amsterdam Area vormen (en daarnaast in plaatsen als Aalsmeer en Hoofddorp). Bijna 1 op de 9 bedrijven in de Noordvleugel is een creatief bedrijf.

Het aandeel creatieve banen ten opzichte van het totale aantal banen in Amsterdam en in de Noordvleugel is hoger dan in de rest van Nederland. Ca. 7 % van het totale aantal werkzame personen in Amsterdam en iets meer dan 5 % van het totale aantal werkzame personen in de Noordvleugel is werkzaam in de creatieve industrie.

⁷ Vanwege het belang van de ambachtssector – ondermeer in de meubelindustrie – hanteert Zaanstad een ruimere definitie dan de andere zes steden in Creative Cities Amsterdam Area – zie bijlage 1.

⁸ Beleidsbrief Cultuur en Economie "Waarde van Creatie" 2009

In Nederland is dit aandeel ongeveer 3 %. Het aantal vestigingen in de creatieve industrie is in 2008 in de Noordvleugel met 9% toegenomen. Dit resulteerde in ruim 26.000 vestigingen. Dit komt neer op ruim 10 % van het totale aantal vestigingen in deze regio.

Het aantal werkzame personen in de creatieve industrie is in de Noordvleugel tussen 2007 en 2008 gegroeid met 4%. Deze groei was niet in alle steden even groot. Terwijl de werkgelegenheid in Almere, Utrecht, Zaanstad (Zaanstad staat op de derde plaats qua groei, boven Amsterdam) en Amsterdam toenam, daalde deze bijvoorbeeld licht in Haarlem en fors in Amersfoort. De toegevoegde waarde⁹ van de creatieve industrie in de Noordvleugel bedraagt ruim 3.500 miljoen euro in 2007. Dit is ongeveer 3 % van de totale toegevoegde waarde in 2007 in de Noordvleugel. Voor heel Nederland ligt dit aandeel in 2007 bijna 2 %, ofwel ruim 9.000 miljoen euro.

Concurrentie met andere regio's in Europa wordt steeds belangrijker en de verschillen tussen de regio's worden steeds kleiner. Dit heeft invloed op de vestigingskeuze van creatieve bedrijven en daarmee samenhangend van creatief talent. Want al kent de noordvleugel een lange traditie van clustering en inbedding van de creatieve bedrijvigheid, de regio is niet vanzelfsprekend dé vestigingslocatie voor creatieve clusters in Europa. Ook regio's in Noord-Europa (rondom Stockholm, Kopenhagen en Helsinki) en de stedelijke regio's rondom Barcelona, Praag en Boedapest zijn belangrijke alternatieve locaties voor creatieve bedrijven en talent.

Tegen deze achtergrond is CCAA opgericht (zie ook hoofdstuk 3) om de creatieve bedrijvigheid in de zeven steden in de noordvleugel – waaronder Zaanstad - te versterken en te stimuleren. Het is een samenwerkingsverband tussen die zeven creatieve steden in de regio, drie provincies, de Kamer van Koophandel en drie ontwikkelingsmaatschappijen¹⁰.

2.2 Creatieve bedrijvigheid in Zaanstad groeit maar inhaalslag is nodig

Creatieve bedrijvigheid neemt toe

De creatieve sector is ook in de Zaanstad een groeisector. Ten opzichte van de totale werkgelegenheid is de werkgelegenheid in deze sector de afgelopen jaren relatief flink gestegen. In 2007 zijn er 1.555 banen en 548 vestigingen in de creatieve bedrijvigheid (exclusief ambachten) in Zaanstad. In 2008 is het aantal banen toegenomen tot 1670 en het aantal vestigingen tot 613. Het gaat daarbij om relatief kleine bedrijven, met gemiddeld ruim 2,5 baan per vestiging. De belangrijkste deelsector in 2007 en 2008 in Zaanstad is de creatieve zakelijke dienstverlening met een omvang van meer dan 50%.

In Zaanstad nam de toegevoegde waarde tussen 2005 en 2007 in de creatieve industrie overigens (4,7 %) sneller toe dan de totale toegevoegde waarde (1 %). In 2007 was de toegevoegde waarde in de creatieve industrie 59 miljoen euro terwijl de totale toegevoegde waarde 3703 miljoen euro was.

⁹ Het belang van de creatieve industrie is ook aangetoond op basis van toegevoegde waarde die door de sector wordt gerealiseerd. De toegevoegde waarde is een maatstaf voor de omvang van de productie. Als je de toegevoegde waarde van alle bedrijven en de overheid in een land bij elkaar optelt, krijg je het binnenlands product. De toegevoegde waarde is gelijk aan de totaal gerealiseerde omzet verminderd met de kosten voor grondstoffen en halfabricaten. De toegevoegde waarde wordt besteed aan loon en kapitaal (uitkeringen aan aandeelhouders en rente op geleend kapitaal). Er zijn geen recentere cijfers.

¹⁰ Zeven steden, drie provincies, ministerie van Economische Zaken, drie ontwikkelingsmaatschappijen, Kamer van Koophandel – zie bijlage 3 voor een overzicht.

Nieuwe en Zaanse creatieve bedrijven verrijken de stad

De vestiging in Zaanstad van creatieve ondernemers die van buiten komen (ondermeer overloop vanuit Amsterdam) begint zichtbaar te worden. Dat heeft ondermeer te maken met de inzet van het gemeentelijke beleid om zowel karakteristieke panden als hun werkfunctie te behouden. Bij de ontwikkeling van met name de Verkadefabriek en de Adelaar is een onconventionele aanpak zeker een succesfactor geweest.

Eén en ander heeft ondermeer geleid tot de vestiging van creatieve bedrijven als modebedrijf Vanilla in de Adelaar, spellenproducent Jumbo in de voormalige Verkadefabriek, Stichting Vrij Glas (internationale groep van samenwerkende glaskunstenaars) op het Hembrugterrein en de stichting Gedachtengoederen (een collectief van tien creatieve ondernemers en kunstenaars) in de Slachthuisbuurt. Een ander voorbeeld van creatieven die naar Zaanstad trekken is de tijdelijke vestiging van jonge ontwerpers in de voormalige Dr. Oetkerfabriek. Ook in gebouw de Drieling (door AanZet Bedrijfsfaciliteiten NV aangekocht mede met ondersteuning door de gemeente) zijn diverse creatieve bedrijven gevestigd (zowel afkomstig uit Zaanstad als van elders) zoals meubelontwerp, decorbouw, standbouw, grafisch ontwerp, fotostudio, componeren van muziek. In de bedrijfsverzamelgebouwen De Bedrijvige Bij (Koog aan de Zaan) en de Grote Visser (Krommenie) zijn tevens diverse creatieve bedrijven gevestigd. Een ander voorbeeld van een creatief bedrijf is de Dutch School of Magic: in Assendelft is recent door voormalige wereldkampioen Ger Copper een school voor goochelaars, illusionisten en andere manipulatiekunstenaars opgericht.

Naast nieuwe bedrijven die van buiten komen en zich in de Zaanstreek vestigen zijn er ook tal van creatieve Zaanse bedrijven. Een bekend voorbeeld is de ontwerper Piet Boon uit Oostzaan (zie bijlage 3). Een ander voorbeeld is het bedrijf Floramedia (visuele communicatie voor de groene markt, onderdeel van Mercurius) in de voormalige Verkadefabriek.

Behoudens permanente of tijdelijke vestiging van creatieve bedrijven is ook een andere beweging zichtbaar: creatieve bedrijven uit de media hebben de Zaanstreek ontdekt als interessante locatie voor film en TV-producties.

2.3 Er zijn kansen maar ook knelpunten voor vestiging creatieve bedrijven in Zaanstad

Zaanstad/Zaanstreek: interessante vestigingslocaties

Hiervoor is aan de orde gekomen dat het aantal creatieve bedrijven in Zaanstad begint te groeien¹¹ maar minder dan in de rest van de regio. Dit geeft aanleiding tot een inhaalslag. Vooral omdat er kansen liggen om de positie van Zaanstad als vestigingsplaats voor creatieve bedrijven verder te versterken en daarmee te komen tot de gewenste differentiatie van de economische structuur. Een belangrijke kans is de directe nabijheid van Amsterdam. Van de zes andere creatieve steden van CCAA, ligt Zaanstad het dichtste bij de hoofdstad. De grondgebieden van Zaanstad en Amsterdam raken elkaar zelfs (bij de Noorder IJ-plas). De noordkant van het IJ wordt steeds meer als één gebied gezien, als een topvestigings-locatie voor creatieve bedrijven in de noordvleugel van de Randstad. Met de (her)ontwikkeling van nieuwe woon-werkmilieus in het Oostelijk Havengebied van Amsterdam en meer recentelijk op de Noordelijke IJ oever verschuift het concentratiepunt van de creatieve industrie meer richting Zaanstad (denk bijvoorbeeld aan de ontwikkeling van de NDSM-werf). Het industriële erfgoed (o.a. op het Hembrugterrein), de betaalbare locaties, het water en het groene veenweidegebied van Zaanstad zijn een kans voor het aantrekken van creatieve bedrijvigheid.

Een tweede kans is dat Amsterdam steeds duurder wordt voor creatieve bedrijvigheid (bron: CCAA), en dan vooral voor de startende bedrijven. Als gevolg van stedelijke herstructurering en de druk vanuit het wonen, worden de huisvestigingsmogelijkheden voor creatieve bedrijven schaars en duur. Dit laatste is overigens nog eens bevestigd in een recent onderzoek van TNS NIPO naar de Zaanstreek (februari 2009).

¹¹ Bron: "Ontwikkeling creatieve industrie in de noordvleugel", Onderzoek en Statistiek juni 2008.

Omdat Zaanstad aan Amsterdam grenst, relatief goedkoop is en beschikt over een brede waaier aan potentieel geschikte, karakteristieke gebouwen is Zaanstad een geschikte vestigingsplaats voor creatieve bedrijven¹² die geen ruimte meer kunnen vinden in Amsterdam. Dit laatste is nog eens onderstreept door het eerder genoemde onderzoek van TNS NIPO.

Hierin bevestigen creatieve ondernemers dat zij zich graag in Amsterdam willen vestigen, maar bij gebrek aan ruimte in de hoofdstad ook de regio Amsterdam en daarbinnen de Zaanstreek een interessante vestigingslocatie vinden.

Huisvesting

Een knelpunt is dat er op dit moment ook in Zaanstad een schaarste is aan huisvestingsmogelijkheden. Er zijn weinig geschikte panden leeg en direct beschikbaar voor creatieve bedrijven. Een verschil met Amsterdam is dat er wel panden "in de pijplijn zitten" die op de kortere of langere termijn (bijvoorbeeld op het Hembrugterrein) beschikbaar komen en naar verwachting betaalbaar zullen zijn voor creatieve bedrijven.

Een aandachtspunt daarbij is dat de gemeente Zaanstad slechts een beperkt aantal geschikte panden¹³ in bezit heeft en vaak afhankelijk is van private eigenaren van gebouwen. Zelf aankopen en beheren van panden past niet bij de rol van een terugtrekkende overheid en vormt gezien de lastige financiële positie van Zaanstad ook geen optie. De lokale overheid heeft bij het scheppen van ruimte tenslotte vooral een aanjagende en faciliterende rol en richt zich op het scheppen van randvoorwaarden. Tegen deze achtergrond wordt een stimuleringsregeling opgezet voor eigenaren en huurders van panden (zie ook hoofdstuk 3 en 4).

Spoedig realiseren van een aanbod aan betaalbare bedrijfsruimte en broedplaatsen om de overloop van creatieve bedrijven uit Amsterdam te faciliteren (zowel permanente als tijdelijke bedrijfsruimte). Bedrijfsruimte is dé sleutel voor vestiging van creatieve bedrijven. Woonwerkruimten zijn overigens ook van belang.

De creatieve sector is vaak kleinschalig en soms ambachtelijk en heeft belangstelling voor panden en plekken die door het reguliere bedrijfsleven minder op prijs worden gesteld. In het bijzonder kan daarbij worden gedacht aan leegstaande panden (binnen milieucontouren). Met een solide invulling voor deze 'moeilijke' plekken is ook de ruimtelijke kwaliteit op een economisch verantwoorde wijze gediend.

Het Hembrugterrein is een bijzonder aantrekkelijke plek voor creatieve bedrijven. Diverse bedrijven van binnen maar ook met name van buiten de Zaanstreek hebben zich bij de gemeente Zaanstad gemeld met plannen (ondermeer voor een hotel) voor vestiging op het Hembrugterrein.

In 2007 is een (niet vastgestelde) visie¹⁴ uitgewerkt voor het terrein met een planhorizon tot 2040 en strategische doelen voor de lange termijn:

- bevorderen economische bedrijvigheid (met name creatieve sector);
- ontwikkeling toeristische en recreatieve functies;
- behoud industrieel erfgoed (gebouwen);
- toepassing duurzaamheid;
- inpassing van terrein binnen de ontwikkeling van de Metropool Amsterdam.

¹² Creatieve bedrijven vestigen zich graag in karakteristieke en betaalbare panden. Bron: Cities and the creative class. Richard Florida. 2005

¹³ Onderzocht wordt of het voormalige schoolgebouw aan de Tuinstraat 27 in Zandijk (lijst karakteristieke panden) een functie zou kunnen krijgen als broedplaats/bedrijfsverzamelgebouw voor creatieve bedrijven/culturele instellingen

¹⁴ 'Ondernemend Bolwerk Hembrug', december 2007 is met waardering ontvangen door het college van B&W en de gemeenteraad van Zaanstad maar is formeel niet vastgesteld.

De huidige crisis biedt kansen voor huisvesting van creatieve bedrijven. Eigenaren van vastgoed wachten langer voordat zij gaan ontwikkelen. Dit biedt mogelijkheden voor tijdelijk gebruik door creatieve bedrijven.

Ook de modernisering van het monumentenbeleid biedt kansen op het gebied van huisvesting. Op dit moment wordt onderzocht hoe Zaanstad optimaal voordeel kan behalen bij de vernieuwing van het beleid door het Rijk.

Ambachtelijke maakbedrijven

Naast de eerder genoemde factoren bieden de industriële geschiedenis van de Zaanstreek en de economische structuur (sterke clusters in food- en maakindustrie, nog veel ambachtelijke bedrijven) kansen. Juist in de Zaanstreek vind je nog allerlei (ambachtelijke) maakbedrijven (metaal, metalectro, papier, kunststof) waar creatieve ontwerpers en kunstenaars hun producten kunnen laten vervaardigen¹⁵. Een voorbeeld van samenwerking tussen ontwerpers en gevestigde bedrijven zijn de contacten tussen Forbo en de Design Academy uit Eindhoven.

Opleidingen

De kwaliteit van het onderwijsaanbod en het opleidingsniveau is een belangrijke vestigingsfactor voor creatieve bedrijven. Een knelpunt hierbij is dat het opleidingsaanbod in de Zaanstreek eenzijdig is. Zo zijn er geen HBO-opleidingen gevestigd.

Om het opleidingsaanbod te verbeteren, zijn plannen in ontwikkeling voor een Maaklaboratorium (gekoppeld aan onderwijs). Dit project is belangrijk voor gewenste cross-overs tussen creatieve bedrijvigheid en de maakindustrie (zie hoofdstuk 4). In een Maaklaboratorium kunnen ondermeer prototypes worden vervaardigd (rapid prototyping) en getest.

Een ander project is het House of Food. Dit is een Food Laboratorium voor microbiologisch onderzoek in opdracht van vooral het MKB. Dit laboratorium is gekoppeld aan het onderwijs en aan een innovatie studio om - in een samenwerkingsverband tussen kennisspecialisten en het bedrijfsleven - processen en producten te verbeteren en nieuwe productconcepten te ontwikkelen. Hierbij gaat het om een crossover tussen creatieve bedrijven en de Food-industrie (zie hoofdstuk 4).

Op het Hembrugterrein is verder Tetrix gevestigd een opleidingsinstituut voor de metaal- en electrobranche. Dit instituut is belangrijk voor de kansrijke cross-overs tussen creatieve bedrijvigheid en de maakindustrie (zie hoofdstuk 4).

In regionaal verband wordt ingezet op een top-ontwerp-opleiding in de metropool Amsterdam. Het Hembrugterrein zou daarvoor een prachtige locatie kunnen zijn (in aansluiting op de plannen voor een creatief bolwerk).

Woonklimaat

Door het vestigingsklimaat voor creatieve bedrijven verder te verbeteren en een aantrekkelijk woonklimaat te bieden kan Zaanstad profiteren van haar gunstige ligging. Creatieve bedrijven vestigen zich daar waar creatieve werknemers en ondernemers willen wonen en werken¹⁶. Diversiteit en lifestyle spelen vaak een minstens zo belangrijke rol als meer traditionele vestigingsfactoren als bereikbaarheid. Creatieven hebben een voorkeur voor stedelijke gebieden met culturele trekpleisters en informele ontmoetingsplaatsen, bijvoorbeeld in de horeca. Met de creatieve sector komt er meer draagvlak voor horeca en cultuur. Een rijker voorzieningenaanbod is in het belang van de Zaanster en maakt de Zaanstreek in regionaal perspectief aantrekkelijk voor de woningzoeker.

¹⁵ Bron: jonge ontwerpers in de voormalige Dr. Oetkerfabriek.

¹⁶ Bron: Cities and the creative class. Richard Florida. 2005.

Er begint ontwikkeling te komen in de kwaliteit van de horeca in Zaanstad. Maar hier moet de komende jaren nog wel een inhaalslag worden gemaakt want het aanbod is nu nog wat schraal. Voldoende aandacht voor het cultuur- en evenementenbeleid is van belang (een aantrekkelijk evenement als de Smaakexplosie is daarvan een voorbeeld). Het is essentieel dat het cultuur- en evenementenbeleid op peil wordt gehouden (met voldoende middelen) en waar mogelijk verder wordt uitgebreid.

Nog betere verbindingen met Amsterdam (bijvoorbeeld door een nachttrein en bootverbindingen) kunnen een stimulans zijn voor creatieve bedrijven om zich te vestigen in Zaanstad. De bereikbaarheid van het Hembrugterrein kan bijvoorbeeld worden verbeterd. Ook fietsverbindingen (de verbindingen met Amsterdam Noord zijn niet optimaal) zijn van belang. Daarnaast vergt digitale bereikbaarheid (Breednet) de aandacht.

3 Beleid in ontwikkeling en nog niet vastgelegd

De afgelopen periode is beleid ontwikkeld voor creatieve bedrijvigheid. Dit beleid is – zoals eerder aangegeven - nog niet verankerd in een beleidskader waarbinnen alle maatregelen en beleidsinstrumenten voor creatieve bedrijvigheid kunnen worden geplaatst. Voorliggende notitie biedt dit kader.

Het beleid creatieve bedrijvigheid is vanaf 2005 vooral gedragen door Parels Rijen en het grotestedenbeleid. In het kader van het grotestedenbeleid werd de volgende beleidsdoelstelling geformuleerd: jaarlijks toevoegen van 1000 m2 vloeroppervlak bedrijfsruimte voor creatieve ondernemers (periode 2005-2009). Deze doelstelling is overigens ruimschoots gerealiseerd (zie tabel 1).

Tabel. 1 Jaarlijkse toename van vloeroppervlak voor creatieve ondernemers (uit monitor ZMOP)	
Jaar	Totaal oppervlakte in m2
2005	82.150
2006	94.145
2007	98.398
2008	95.610

Om het beleid creatieve bedrijvigheid te realiseren, is de afgelopen jaren een viertal maatregelen genomen:

- o Financiële stimuleringsregelingen
- o Bedrijfsruimte/broedplaatsen
- o Regionale samenwerking
- o Netwerkvorming

Hierna volgt een globale beschrijving van de tot nu toe ingezette instrumenten. Voor een meer uitputtende beschrijving van het tot nu toe gevoerde beleid rond creatieve bedrijvigheid wordt ondermeer verwezen naar de eindrapportage Parels Rijen.

Maatregel I. Financiële stimuleringsregelingen

De gemeente heeft de volgende maatregelen ingezet om innovatieve en creatieve bedrijven te ondersteunen.:

- o Subsidieregeling creatieve starters (inmiddels afgerond)
- o Stimulering Innovatie Ondernemers: (zie hoofdstuk 4)
- o Investeringsregeling creatieve bedrijven: een regeling (in ontwikkeling) waarvan pandeigenaren en huurders binnen de creatieve sector gebruik kunnen maken (zie verder hoofdstuk 4 en bijlage 4).

Maatregel II. Bedrijfsruimte/broedplaatsen

Om te bevorderen dat er meer bedrijfsruimte en broedplaatsen beschikbaar komt, heeft de gemeente de volgende maatregelen ingezet.

Industrieel erfgoed en karakteristieke panden

Zaanstad zet in op behoud van de werkfunctie voor het industriële erfgoed en andere niet-monumentale karakteristieke panden. In 2005 was daarvoor al het beleid "Parels Rijen" ingezet.

In 2006 is een extra beleidsregel in het vrijstellingenbeleid opgenomen waarmee de werkfunctie van bijzondere en karakteristieke bedrijfspanden wordt beschermd en behouden. De beleidsregel heeft betrekking op een lijst met circa 250 geselecteerde karakteristieke en beeldbepalende panden (hierna te noemen: databank karakteristieke panden). Het gaat hierbij veelal om vestigingslocaties die interessant zijn voor creatieve bedrijven. De resultaten van deze beleidsregel zijn recent geëvalueerd in het kader van de eindrapportage Parels Rijen.

Het verdient aanbeveling te onderzoeken of het mogelijk is de databank met karakteristieke panden actueel te houden en actiever in te zetten als instrument om bedrijfsruimte te ontsluiten voor creatieve bedrijven.

Mede om betaalbare bedrijfsruimte in Zaanstad te bieden aan creatieve bedrijven is in 2002 door een aantal samenwerkende partijen¹⁷ - waaronder de gemeente - AanZet Bedrijfsfaciliteiten NV opgericht. AanZet Bedrijfsfaciliteiten NV heeft als doelstelling (karakteristieke) bedrijfspanden te herontwikkelen en te beheren voor vooral creatieve bedrijven. Bij de commissarissen van AanZet Bedrijfsfaciliteiten NV is de uitdaging neergelegd om meer te sturen op deze doelstelling en meer panden te verwerven.

Broedplaatsenbeleid

De gemeente werkt samen Bureau Broedplaatsen van de gemeente Amsterdam en AanZet Bedrijfsfaciliteiten NV om broedplaatsen te realiseren in Zaanstad. In 2008 heeft het college van B&W besloten twee panden (Botenmakerstraat 16 en Parklaan 4a/4b) beschikbaar te stellen voor broedplaatsontwikkeling. Het college heeft besloten hiermee af te wijken van de Nota Sturend Grondbeleid.

Het genoemde Bureau Broedplaatsen werkt aan het behouden en realiseren van betaalbare en passende (woon)werkruimte voor het basissegment (kunstenaars en broedplaatsgroepen) van de creatieve bedrijvigheid in Amsterdam en de regio (zie bijlage 2). Volgens Bureau Broedplaatsen zijn er in de hoofdstad onvoldoende vestigingslocaties voor de jaarlijks 350-400 afgestudeerden met een creatieve opleiding die ruimte zoeken in Amsterdam (of in de nabije omgeving van Amsterdam). Dit biedt kansen voor Zaanstad.

Maatregel III. Regionale samenwerking

Om informatie en activiteiten rond creatieve bedrijvigheid te bundelen, dienstverlening aan creatieve ondernemers te verbeteren en de regio als nationale en internationale creatieve hub en vestigingsplaats te promoten werkt Zaanstad sinds 2007 samen binnen Creative Cities Amsterdam Area (CCAA) (zie ook hoofdstuk 4 en bijlage 3).

CCAA is gefinancierd vanuit Pieken in de Delta (tot medio 2009). Zaanstad was penvoerder van de aanvraag (zie bijlage 3 voor de resultaten). In 2009 is een nieuwe aanvraag voorbereid door de samenwerkende partijen binnen CCAA.

Maatregel IV. Netwerkvorming

Om de netwerkvorming te bevorderen is door het bureau van CCAA een website opgezet (www.CCAA.nl). In Zaanstad is daarnaast de afgelopen periode een aantal netwerkbijeenkomsten georganiseerd ondermeer in samenwerking met ACX (Amsterdam Creative Exchange), CCAA en Stichting Oeverloos.

¹⁷ Aandeelhouders: Gemeente Zaanstad; Woningcorporatie Parteon; Zaankristal BV; Bouwfonds Ontwikkeling; Rabobank Zaanstreek; Kondor Wessels Amsterdam Projectontwikkeling.

4 Beleidsontwikkeling aan volgende fase en vastlegging toe

4.1 Om richting te geven aan het beleid zijn beleidsdoelen geformuleerd

Met het vastleggen van een kader voor het beleid creatieve bedrijvigheid komt de beleidsontwikkeling in een nieuwe fase en wordt de focus helderder. Het blijft echter een beleidsveld in ontwikkeling dat van tijd tot tijd bijgesteld zal moeten worden op basis van actuele ontwikkelingen. Hierbij zal nadrukkelijk samenwerking worden gezocht met strategische partners als kennis-, onderzoeks- en onderwijsinstellingen, intermediaire organisaties, het bedrijfsleven en de steden en andere partners binnen de Metropool Amsterdam/CCAA.

Om richting te geven aan het beleid zijn de volgende beleidsdoelen gekozen:

- o **Beleidsdoel 1:** scheppen van randvoorwaarden voor uitbouw van creatieve bedrijvigheid in Zaanstad en stimuleren van de ontwikkeling van de creatieve bedrijvigheid in Zaanstad
- o **Beleidsdoel 2:** samenwerking (kruisbestuiving) tussen de creatieve bedrijvigheid en andere economische sectoren
- o **Beleidsdoel 3:** vergroten van het organiserende vermogen van de creatieve bedrijvigheid en netwerkvorming, verbinden van ondernemers uit verschillende delen van de creatieve bedrijvigheid
- o **Beleidsdoel 4:** stimuleren dat op korte termijn tijdelijke en permanente bedrijfsruimten en broedplaatsen beschikbaar komen voor creatieve ondernemers in Zaanstad (b.v.k. hergebruik industrieel erfgoed en panden uit de databank karakteristieke panden – zie hoofdstuk 3)

4.2 Om het beleid af te bakenen zijn keuzes gemaakt

Om de beleidsontwikkeling creatieve bedrijvigheid af te bakenen en ter onderbouwing van het nog op te stellen programma creatieve bedrijvigheid worden de volgende keuzes gemaakt:

- o **Keuze 1.** Het beleid creatieve bedrijvigheid richt zich vooral op clustervorming en verbindingen tussen creatieve bedrijven en de gevestigde maak- en foodindustrie. Creatieve bedrijvigheid heeft namelijk de grootste impact wanneer ze zich verbindt met de stuwende al in de Zaanstreek gevestigde clusters van bedrijfstakken (voedings- en genotsmiddelenindustrie, maakindustrie, logistiek en toerisme in Zaanstad) (bron: Kamer van Koophandel en landelijk beleid)
- o **Keuze 2.** Het beleid richt zich op cross-overs (kruisbestuiving) met de twee andere speerpunten food en toerisme (House of Food, marketing Zaanstreek, vernieuwing Zaanse producten). Dit biedt goede aanknopingspunten en het voordeel van een gebundelde inzet van mensen en middelen. Ook onderwijs en opleidingen vormen hierbij een belangrijk aspect.
- o **Keuze 3.** Het beleid sluit aan op het kansrijke beleid van Amsterdam binnen de verstedelijkingsafspraken met het rijk om de ontwikkeling van de noordelijke IJ- oevers door te trekken naar Zaanstad en de Zaanoevers.
- o **Keuze 4.** Bij de beschikbaarheid van bedrijfsruimte/broedplaatsen ligt de focus op stimulering van het basis- en middensegment van de creatieve bedrijvigheid (met name op het wegnemen van de onrendabele top). Het hogere segment (media, reclamebranche, architecten en andere creatieve zakelijke dienstverlening) is absoluut een gewenste aanvulling voor de economische structuur van Zaanstad. Maar dit segment vindt over het algemeen zelf haar weg. De inzet is snel te komen tot een aanbod aan betaalbare bedrijfsruimte om de overloop van creatieve bedrijven uit Amsterdam te faciliteren. Snelheid is geboden anders verliezen we het momentum.

Verder gaat het om zowel permanente als tijdelijke bedrijfsruimte (bijvoorbeeld: in het industrieel erfgoed langs de Zaan, in te slopen panden in het stedelijke vernieuwingsgebied Poelenburg). De ontwikkeling van het Hembrugterrein biedt hierbij belangrijke aanknopingspunten. Het idee om het Hembrugterrein te ontwikkelen tot "creatief bolwerk" past overigens naadloos binnen het beleid creatieve bedrijvigheid.

- o **Keuze 5.** Regionale samenwerking is kansrijk gebleken en daarom wil Zaanstad de komende jaren op dit pad voort gaan. Door bundeling met de steden binnen CCAA kan Zaanstad profiteren van schaalvoordelen en investeringen in de regio. De uitdaging tijdens de volgende fase van CCAA is te profiteren van de kansen van CCAA met behoud van een Zaans profiel. Zaanstad wil zich daarbij richten op die segmenten binnen de creatieve bedrijvigheid waar de stad al sterk in is (zoals design en meubelontwerp) en wil daarbij verbindingen leggen met de gevestigde maak- en de foodsector. Regelmatig organiseren van netwerkbijeenkomsten waarbij verbindingen worden gelegd tussen creatieve bedrijvigheid en de gevestigde maak- en foodindustrie is daarbij de inzet.

De hiervoor genoemde keuzes sluiten aan op de volgende actuele Europese, landelijke, regionale en stedelijke thema's uit programma's als Pieken in de Delta, Kansen voor West, het Programma Creatieve Industrie en bij het Innovatieplatform. Aandachtpunten binnen deze programma's zijn:

- o doorontwikkelen van sterke clusters (food, transport en logistiek, zakelijke dienstverlening en creatieve bedrijvigheid);
- o verbeteren van de kennisuitwisseling en samenwerking tussen bedrijven en kennis-, onderzoeks- en onderwijsinstellingen;
- o verbeteren van de aansluiting tussen vraag en aanbod op de arbeidsmarkt;
- o stimuleren van ondernemerschap en innovatie in kleine bedrijven.

4.3 Om de beleidsdoelen te realiseren worden maatregelen genomen

Om de beleidsdoelen te realiseren worden de volgende maatregelen genomen die hierna verder worden uitgewerkt (een deel ervan is nog in ontwikkeling of wordt voorbereid):

- I. Financiële stimuleringsregelingen
- II. Bedrijfsruimte/broedplaatsen
- III. Regionale samenwerking
- IV. Netwerkvorming
- V. Marketing, promotie en acquisitie

Zie ook bijlage 5 voor een schematische weergave van doelen en maatregelen. Bij de maatregelen staat aangegeven of het om een bestaande maatregel gaat met een vervolgfase (= **B**) of om een nieuwe maatregel (= **N**).

Maatregel I. Financiële stimuleringsregelingen

Investeringsregeling bedrijfsruimte (N)

Onderzocht wordt of in regionaal verband een investeringsregeling creatieve bedrijvigheid opgezet kan worden. De investeringsregeling (zie bijlage 4) is bedoeld voor ondernemers en vastgoedeigenaren in de creatieve sector, die in hun bedrijfspanden willen investeren en daarmee bijdragen aan de ontwikkeling van het gebied. De subsidie kan worden aangewend voor verbouwings- en herinrichtingskosten en/of veiligheidsvoorzieningen in bedrijfspanden.

Stimulering Innovatie Ondernemers **(B)**

In 2004 is de subsidieregeling Stimulering Innovatie Ondernemers (SIO) ingesteld. Na het succes van de eerste en de tweede SIO-regeling in 2009 SIO 3 gestart. De regeling is bedoeld voor kleine bedrijven met een innovatief idee met problemen met de financiering van de verdere doorontwikkeling van dit idee. Vaak hebben zij geen geld om bijvoorbeeld een eerste prototype te maken. Deze regeling maakt het Zaanse innovatieve ondernemers mogelijk een subsidie te krijgen van maximaal € 20.000. De gemeente wil met deze regeling innovatie bij het MKB in de creatieve, toeristische en voedingsmiddelen branche bevorderen

Microkredieten **(N)**

Een bekend knelpunt bij startende (creatieve) bedrijven is dat het vaak lastig is krediet te verwerven. Op 1 januari 2009 is de landelijke microfinancieringsregeling van start gegaan. Om hier op in te spelen is door Zaanstad contact gelegd met Qredits, de handelsnaam van de Stichting Microkrediet Nederland. Dit is een gespecialiseerde kredietverlener die zich richt op financiering van kleine ondernemingen (leningen tot € 35.000). Qredits is toegankelijk voor starters en gevestigde ondernemers in heel Nederland (met uitzondering van de gebieden waar een borgstellingregeling geldt). Uit onderzoek blijkt dat begeleiding en ondersteuning van ondernemers de slaagkans van ondernemingen verhoogt. Onderzocht wordt of dit laatste mogelijkheden biedt in Zaanstad.

Maatregel II. Bedrijfsruimte/broedplaatsen

Zoals hiervoor al aan de orde is gekomen beschikt de gemeente over een aantal instrumenten om het aanbod aan bedrijfsruimte voor creatieve ondernemers te verbeteren. De samenwerking tussen vastgoedeigenaren in AanZet Bedrijfsfaciliteiten NV **(B)** biedt hiervoor aanknopingspunten. De commissarissen van AanZet Bedrijfsfaciliteiten NV beraden zich over de strategie die zij willen voeren om meer panden aan te kopen/te huren.

Verder onderzoekt Bureau Broedplaatsen in samenwerking met de gemeente Zaanstad en ondermeer het Rijks Vastgoed- en Ontwikkelingsbedrijf **(N)** of het mogelijk is een broedplaats te realiseren op het Hembrugterrein. De investeringsregeling creatieve bedrijvigheid (in ontwikkeling, zie hierna) kan hierbij mogelijk worden ingezet.

Er wordt verder onderzocht of bijvoorbeeld via de projectorganisatie van CCAA en de website www.ccaa.nl vraag en aanbod aan bedrijfsruimte **(N)** bij elkaar gebracht kunnen worden (het gaat om hierbij om een marktplaatsfunctie via de website, niet om een makelaarsfunctie). CCAA heeft een huisvestingstool ontwikkeld gekoppeld aan de website.

De creatieve sector is zeer divers en bestaat uit veel verschillende segmenten. Dit maakt het lastig om (kwalitatief en kwantitatief) zicht te krijgen op de vraag van creatieve bedrijven naar bedrijfsruimte in Zaanstad. Daar komt bij dat de vraag ook erg fluctueert (bron: CCAA). Het is daarom niet mogelijk de vraag precies in kaart te brengen. Dit geldt in mindere mate voor het aanbod. In het kader van Parels Rijden is – zoals eerder aangegeven - een deel van het aanbod geïnventariseerd. Er is een (statische) databank **(B)** aangelegd van ca. 250 monumentale bedrijfspanden en karakteristieke bedrijfspanden, die bijdragen aan de zo typerende menging van wonen en werken. Binnenstedelijke bedrijfspanden zijn vaak juist aantrekkelijk voor nieuwe en creatieve bedrijvigheid. Deze panden worden door middel van het vrijstellingbeleid behouden als bedrijfsruimte.

Er wordt onderzocht of het mogelijk is deze databank actueel te houden en actiever in te zetten als instrument om bedrijfsruimte te ontsluiten voor creatieve bedrijven. Hierbij wordt een koppeling gelegd met het beleid Parels Rijden en de ontwikkeling van het Hembrugterrein. Werving van externe fondsen (i.k.v. de financiële strategie) is hierbij een belangrijk aspect.

De insteek blijft om jaarlijks 1000 m2 bedrijfsruimte voor creatieve bedrijven/broedplaatsen te realiseren in Zaanstad.

De gemeente heeft al eerder een besluit genomen om hiervoor panden uit het eigen bezit in te zetten¹⁸. Aanbevolen wordt dat gemeente en samenwerkende partners binnen AanZet Bedrijfsfaciliteiten NV een stevige ambitie formuleren om de komende jaren te komen tot extra bedrijfsruimte voor creatieve ondernemers (het gaat daarbij om een nader te bepalen aantal vierkante meters).

Daarnaast wordt aanbevolen te onderzoeken of het programma voor betaalbare bedrijfsruimte en broedplaatsen verder kan worden uitgewerkt en of hiervoor externe financiering kan worden verworven **(N)**.

Maatregel III. Regionale samenwerking

Samenwerking binnen de metropool Amsterdam

Het samenwerkingsverband binnen CCAA **(B)** biedt goede aanknopingspunten voor de volgende fase van het Zaanse beleid voor creatieve bedrijvigheid. CCAA geeft namelijk uitvoering aan een deel van de Zaanse beleidsdoelen. Met de regionale samenwerking gaat Zaanstad door op een reeds ingeslagen, kansrijke weg.

CCAA kent drie activiteiten:

- o bundelen: informatie en activiteiten samenbrengen in één fysiek en digitaal loket: www.ccaa.nl
- o faciliteren: dienstverlening verbeteren aan startende en groeiende ondernemers en aan buitenlandse bedrijven
- o promoten: de creatieve bedrijvigheid in de regio onder de nationale en internationale aandacht brengen

CCAA zet in op dienstverlening, netwerkvorming, promotie en marketing. Verder is CCAA het loket voor de creatieve bedrijvigheid en biedt creatieve bedrijven in de regio toegang tot faciliteiten om hun ondernemerschap te stimuleren. Via het loket krijgen ze informatie over onder meer trainingen, coaching, financiering en huisvestingsmogelijkheden.

Na de eerste periode (2007-2009) is gebleken dat CCAA vanuit een uitvoerende rol op het gebied van regio, promotie en serviceverlening toe is aan een nieuwe stap. Een nieuwe Pieken in de Delta-aanvraag is voorbereid. Tijdens de tweede fase van CCAA is met name ook de relatie tussen de lokale overheden van belang. In CCAA verband wordt geconstateerd dat de afstemming van het beleid van de betrokken lokale overheden niet altijd optimaal verloopt. Alle betrokken gemeenten hebben een eigen beleid voor creatieve bedrijvigheid omdat ze een duidelijk belang zien voor de eigen gemeente. De komende tijd dient binnen CCAA te worden gezocht naar een werkwijze die zorg draagt voor meer eenduidigheid. Daarnaast verdient het aanbeveling dat wordt nagegaan waar raakvlakken liggen tussen de beleidsdocumenten van de verschillende gemeenten en welke activiteiten gezamenlijk kunnen worden opgepakt (waardoor meer synergie) ontstaat. Aanbevolen wordt daarbij een overzicht van best practices op te stellen.

In de nieuwe Pieken in de Delta-aanvraag staat dat de creatieve industrie in potentie een belangrijke aanjager is van de economie, maar dat dit verder kan worden geoptimaliseerd. De insteek van de nieuwe aanvraag is professionalisering tot stand te brengen en kruisbestuiving (cross-overs) tussen de reguliere en de creatieve economie. De regio Amsterdam (Amsterdam Metropolitan Area) heeft een goede uitgangspositie qua internationale concurrentie maar de stap naar een echte internationale creatieve regio (aansluiten bij koplopers als Londen en Milaan) moet nu snel worden gemaakt.

Door de diffuse sectorstructuur kan de overheid een grotere en actievere rol spelen dan in andere sectoren (ondermeer om het innovatiepotentieel te versterken). Voor CCAA-organisatie wordt ingezet

¹⁸ 18 maart 2008, B&W besluit: "de gemeentelijke panden Botenmakerstraat 16 en Parklaan 4a/4b beschikbaar te stellen voor broedplaatsontwikkeling, waarbij uitgegaan wordt van onderhandse verkoop tegen een marktconforme waarde. Dit betekent dat het college besluit om deze panden, bestemd voor broedplaatsontwikkeling, niet te tenderen en daarmee af te wijken van de Nota Sturend Grondbeleid".

op verzelfstandiging. Aanbevolen wordt tijdens de volgende fase van CCAA nog sterker in te zetten op regionale samenwerking en daarbij met name aandacht te besteden aan de kleinere gemeenten in CCAA. In de vorige fase lag de nadruk soms te eenzijdig op Amsterdam.

Samenwerking binnen de Zaanstreek

Omwille van de afbakening is het beleid creatieve bedrijvigheid in voorliggende notitie beperkt tot Zaanstad. Een bredere aanpak voor de gehele Zaanstreek is echter kansrijk en biedt schaalvoordelen. Aanbevolen wordt via het platform van de ZER (en de te installeren ZCB) te bespreken of het beleid creatieve bedrijvigheid breder getrokken kan worden naar de gehele Zaanstreek **(N)**.

De ZER streeft overigens al naar een gemeenschappelijke strategie voor creatieve bedrijvigheid waarmee de Zaanstreek zich nog steviger kan positioneren en via marketing van de Zaanstreek een helder en aantrekkelijk verhaal kan uitdragen (bron: Programmabegroting Zaanstad 2008).

Maatregel IV. Netwerkvorming

Websites

Netwerkvorming en verbinden van ondernemers uit verschillende delen van de creatieve bedrijvigheid is een van de beleidsdoelen. Samenwerking tussen de creatieve bedrijvigheid en andere economische sectoren is daarbij ook een belangrijk aspect. CCAA en de portal www.ccaa.nl speelt een rol bij de netwerkvorming. Elke stad binnen CCAA heeft een eigen ingang **(B)** op deze website (creativezaanstad). Het komende jaar zal de website verder worden "gevuld" met Zaanse creatieve bedrijven.

De CCAA website is het virtuele loket van het programmabureau CCAA. De website bundelt informatie en nieuws over alle vakgebieden uit de creatieve bedrijvigheid en de zeven CCAA steden en biedt informatie over ondernemen: o.a. financiering, juridische zaken, huisvesting (inter)nationale evenementen, coaching en begeleiding. Creatieve ondernemers kunnen zich registreren op de website van CCAA en worden daarmee lid van het virtuele, sociale netwerk

Om de creatieve bedrijvigheid in de noordvleugel verder te stimuleren is CCAA het online project Open Creative Industry (Open CI) gestart dat data-uitwisseling tussen websites mogelijk maakt. Deze innovatieve techniek ontsluit informatie uit de verschillende digitale netwerken in de creatieve sector. CCAA heeft daarnaast een internationale variant ontwikkeld op de "nationale" website. Daar krijgen creatieve ondernemers de gelegenheid zich in het buitenland te promoten en wordt de noordvleugel als vestigingsplaats voor buitenlandse creatieve bedrijven onder de aandacht gebracht.

De nieuwe website www.zaanstreek.nl (marketing Zaanstreek) blijkt overigens ook een functie te hebben bij netwerkvorming en is inmiddels ontdekt door creatieve ondernemers **(N)**.

De uitdaging is de komende periode de websites www.ccaa.nl en www.zaanstreek.nl actief in te zetten voor netwerkvorming tussen reeds gevestigde Zaanse creatieve bedrijven en nieuwe bedrijven. Een aandachtspunt bij de websites is dat de informatie niet te veel versnipperd wordt over de verschillende websites en dat overlap (dubbelingen) wordt voorkomen. Naast de genoemde websites zijn er nog veel meer (landelijke en internationale) websites voor creatieve ondernemers.

Netwerkbijeenkomsten

In navolging op de eerder genoemde netwerkbijeenkomst voor creatieve bedrijven in het voorjaar van 2008 is vervolgens in mei 2009 een succesvolle tweede netwerkbijeenkomst **(B)** georganiseerd in samenwerking met ondermeer CCAA, ACX, de Kamer van Koophandel. Het doel van deze bijeenkomst was dat bedrijven binnen de creatieve sector elkaar kunnen ontmoeten. In totaal waren meer dan 180 creatieve ondernemers aanwezig.

Onderzocht wordt of het mogelijk is de komende jaren een aantal keer per jaar dergelijke netwerkbijeenkomsten te organiseren (in samenwerking met ondermeer de Kamer van Koophandel, MKB, Vereniging Ondernemerskring Zaanstreek, CCAA en ACX). Ook zal aandacht worden besteed aan het leggen van contacten van creatieve bedrijven met bedrijven van buiten de creatieve sector.

Daarmee wordt ondermeer een verbinding gelegd tussen creatieve bedrijven en de maak- en foodindustrie **(N)**.

In voorliggende notitie is al eerder aangegeven, dat het sterk punt van de Zaanstreek is, dat er nog veel ambachtelijke bedrijven zijn waar ontwerpers hun producten kunnen laten vervaardigen. Aanbevolen wordt na te gaan of het mogelijk is het aanbod - aan ambachtelijke en maakbedrijven waar creatieve bedrijven hun ontwerpen kunnen laten maken - te ontsluiten. Cross-overs (kruisbestuiving) tussen creatieve- en maakbedrijven wordt kansrijk geacht.

Zaanse Creative Board

Om de gemeente Zaanstad te ondersteunen bij de ontwikkeling van het beleid creatieve bedrijvigheid is onderzocht of er naast de Creative Board CCAA (zie bijlage 3) een Zaanse Creative Board (ZCB) kan worden ingesteld **(N)**. Gedacht wordt aan een opzet waarbij de ZCB bestaat uit maximaal 10 deelnemers die 2/3 x per jaar bijeenkomen. De ZCB wordt ingesteld voor de periode: 2009 – 2011 waarna kan worden besloten tot verlenging. De ZCB heeft een functie bij het aanjagen van de voortgang van strategische projecten en heeft een PR-functie. Daarnaast is de ZCB erop gericht de gemeente Zaanstad te ondersteunen bij het bepalen van de strategische koers van het Zaanse beleid voor creatieve bedrijvigheid.

De ZCB vormt een onorthodoxe denktank - bestaande uit vertegenwoordigers van de creatieve sector - die het college - gevraagd en ongevraagd - adviseren over het speerpunt creatieve bedrijvigheid van het gemeentelijke economische beleid en daarbij m.n. over onderwerpen als huisvesting, financiering, netwerken, marktbenadering, imago (aan het college wordt overgelaten wat er met de adviezen gebeurt). De ZCB treedt op als klankbord voor het college van B&W. Beslissen is aan het college van B&W, maar een advies van de ZCB wordt op waarde geschat.

De leden van de ZCB worden door de wethouder EZ van de gemeente Zaanstad - namens het college - op persoonlijke titel gevraagd voor de ZCB op basis van hun curriculum vitae. Kennis van de creatieve economie, het hebben van een breed netwerk en afkomstig uit de creatieve branche zijn daarbij invalshoeken.

Het instellen van de ZCB is vooral ook bedoeld om het beleid voor creatieve bedrijvigheid te ijken naar aanleiding van signalen uit de samenleving (via de ZCB) en binnen het bredere kader van het regionale, nationale en internationale beleid voor deze sector te plaatsen en het daarmee te verbinden. De ZCB vormt in feite één van de drie afzonderlijke "stuurgroepen" voor de speerpunten Food, Toerisme en Creatieve Bedrijvigheid i.k.v. de Zaanse Economische Raad.

Maatregel V. Acquisitie, promotie en marketing

Acquisitie

Het instrument accountmanagement (een onderdeel van Economische Zaken) wordt nog actiever ingezet om nieuwe creatieve bedrijven te begeleiden bij hun vestiging in Zaanstad **(B)**. Relatiebeheer van gevestigde creatieve bedrijven vormt daarbij een belangrijk aspect. In 2009 wordt de aanpak voor de acquisitie en het relatiebeheer verder uitgewerkt. Registratie en monitoring van de contacten met creatieve bedrijven vormen een aandachtspunt. Hierbij wordt ook de relatie met het aanbod aan bedrijfsruimte gelegd. Er wordt gewerkt aan een overzicht van bedrijfsruimte voor creatieve ondernemers.

Promotie en marketing

Om Zaanstad te promoten als een aantrekkelijke vestigingslocatie voor creatieve bedrijven is het de bedoeling in 2009 of 2010 een wervend boekje **(N)** uit te geven gekoppeld aan de websites www.ccaa.nl en www.zaanstreek.nl. Daarnaast wordt het instrument "marketing Zaanstreek" ingezet **(B)** om meer bekendheid te geven aan de Zaanstreek als interessante locatie voor creatieve bedrijven (een van de pijlers van "marketing Zaanstreek" is creatieve bedrijvigheid). De beleidsdoelen creatieve bedrijvigheid sluiten naadloos aan op streekmarketing. Marketing Zaanstreek is erop gericht de Zaanstreek zodanig in de markt te zetten dat het potentiële investeerders en bedrijven aantrekt.

Achterliggende gedachte is dat door vergroting en verbreding van de activiteiten binnen de Zaanstreek, de streek haar eigen bewoners meer sociaal-economische kansen kan bieden, haar bezittingen industrieel erfgoed en waterrijk landschap kan ontwikkelen en een divers woon-, werk- en vestigingsklimaat kan realiseren.

Om dat te bereiken, ondersteunt marketing Zaanstreek de speerpunten food, toerisme en Creatieve Bedrijvigheid. Ze werkt aan imagoverbetering en streeft binnen netwerkverbreding naar coalitievorming (oprichting van een Stichting Marketing Zaanstreek). In de komende jaren werkt marketing Zaanstreek aan het realiseren van de volgende resultaten:

- o de Zaanstreek is een centrum voor de voedings- en genotsmiddelenindustrie
- o de Zaanstreek is een belangrijke vestigingsplaats voor de creatieve bedrijvigheid
- o de Zaanstreek is een toeristische trekpleister voor inwoners en bezoekers van regio Amsterdam
- o de Zaanstreek wordt gezien als aantrekkelijk onderdeel van de regio Amsterdam

4.4 Verdere uitwerking en evaluatie gewenst

Een in 2010 op te stellen uitvoeringsprogramma creatieve bedrijvigheid - waarvoor in voorliggende notitie een aanzet is gegeven - dient te worden uitgewerkt naar jaarschijven met SMART-geformuleerde doelen (zie ook bijlage 6 voor een samenvatting van aanbevelingen voor de verdere uitwerking van het uitvoeringsprogramma) op basis van de uitgangspunten in voorliggende notitie. Hierbij zullen uitdrukkelijk de dwarsverbanden met het cultuurbeleid worden gezocht. Om dit programma uit te kunnen voeren zal externe financiering gezocht moeten worden. De werving van externe fondsen zal dan ook een belangrijk onderdeel moeten vormen van het uitvoeringsprogramma

Zoals eerder aangegeven, is het beleid creatieve bedrijvigheid (voortdurend) in ontwikkeling. Het gaat om een betrekkelijk nieuw beleidsterrein waarmee nog niet zoveel ervaring is opgedaan. Een complicerende factor daarbij is dat de sector creatieve bedrijvigheid zeer heterogeen is en het beleidsterrein zeer breed. De ontwikkeling van de sector verloopt daarbij grillig. Ook de beleidsontwikkeling is zeer dynamisch, elke week verschijnt er wel weer een nieuwe (beleids)publicatie. Aandacht voor tijdige bijstelling van het beleid is daarom gewenst: aanbevolen wordt regelmatig te evalueren of we nog op de goede weg zijn. Evaluatie van de gemaakte beleidskeuzen is daarbij ook van belang (b.v. de gemaakte keuze voor stimulering van het basis- en middensegment en de verbinding met de maak- en foodindustrie).

Bij het op te stellen uitvoeringsprogramma creatieve bedrijvigheid zullen – zoals eerder aangegeven - ook de op- en aanmerkingen worden betrokken van de partijen die in de voorbereiding en de inspraak van de beleidsnotitie creatieve bedrijvigheid hebben geparticipeerd. Door deze partijen is ondermeer gevraagd te onderzoeken en/of verder uit te werken:

- welke rol de gemeente Zaanstad zou kunnen spelen als opdrachtgever en afnemer van creatieve diensten en producten;
- hoe de netwerkbijeenkomsten voor de creatieve sector structureel kunnen worden geborgd. De creatieve sector heeft behoefte aan netwerkbijeenkomsten, maar het moet niet steeds de gemeente zijn die hiertoe al dan niet in samenwerking met de Kamer van Koophandel en andere organisaties het voortouw neemt;
- hoe de markt voor kleinschalig bedrijfsonroerend functioneert. Deze markt zou nog steeds niet naar behoren functioneren, maar het waarom blijft onderbelicht;
- maatregelen die tot doel hebben de samenwerking tussen creatieve industrie en de reguliere bedrijvigheid te bevorderen;
- de relatie tussen de creatieve sector en de ambachten.

Bijlage 1: Afbakening creatieve industrie

TNO omschrijft de creatieve industrie als volgt:

“De creatieve industrie is een specifieke vorm van bedrijvigheid die producten en diensten voortbrengt die het resultaat zijn van individuele of collectieve creatieve arbeid en ondernemerschap. Inhoud en symboliek zijn de belangrijkste elementen van deze producten en diensten. Ze worden aangeschaft door consumenten en zakelijke afnemers omdat ze een betekenis oproepen. Op basis daarvan ontstaat een ervaring. Daarmee speelt de creatieve industrie een belangrijke rol in ontwikkeling en onderhoud van levensstijlen en culturele identiteiten in de samenleving.”

De creatieve industrie is een verzamelbegrip voor bedrijven en instellingen. Op basis van onderlinge verschillen en overeenkomsten worden drie segmenten onderscheiden: kunsten, media en entertainment en creatieve zakelijke dienstverlening. In de kunsten staan doorgaans artistieke motieven centraal, economische motieven komen op de tweede plaats. Binnen dit domein is subsidie een belangrijke inkomstenbron. De overheid heeft ervoor gekozen de kunsten niet alleen aan de markt van vraag en aanbod over te laten. De kunstenmarkt is vooral een overheidsmarkt. Belangrijke sectoren zijn podiumkunsten, scheppende kunsten, musea en kunstgalerieën. De media- en entertainmentindustrie is een consumentenmarkt. Technologische ontwikkelingen maken verspreiding en exploitatie op grote schaal mogelijk. Door de oriëntatie op de markt en de wereldwijde verspreiding is de media- en entertainmentindustrie onderdeel van het dagelijks leven. Tot dit domein behoren onder meer uitgeverijen, fotografie, omroepen en bioscopen. De creatieve zakelijke dienstverlening is een zakelijke markt. Deze bedrijven leveren creativiteit en symbolische waarde aan andere bedrijven. Kenmerkend is de combinatie van artistieke, grensverleggendheid en marktgerichtheid. Belangrijke sectoren zijn vormgeving, mode en reclame.

Binnen de creatieve bedrijvigheid onderscheidt de steden binnen CCAA (Amsterdam, Utrecht, Almere, Haarlem, Zaanstad, Amersfoort, Hilversum) drie deelgebieden. Alleen in Zaanstad is het deelgebied ambachten toegevoegd vanwege het belang van de ambachtsector in de Zaanstreek. De volgende deelgebieden worden onderscheiden:

- kunsten (podiumkunsten, musea, galleries)
- media en entertainment (uitgeverijen, radio en televisie)
- creatieve zakelijke dienstverlening (reclame, vormgeving en mode)
- ambachten (alleen in Zaanstad !)

In de volgende tabel is weergegeven welke sectoren er tot de creatieve industrie gerekend worden (met SBI-codes van het CBS). De tabel geeft een verdere uitwerking en verfijning van de indeling in hoofdstuk 2.

Kunsten

92311	Beoefening van podiumkunst
92312	Producenten van podiumkunst
92313	Beoefening van scheppende kunst
92321	Theaters, schouwburgen en concertzalen
92323	Dienstverlening voor kunstbeoefening
92521	Kunstgalleries, expositieruimten
92522	Musea

Media en entertainment

- 2211 *Uitgeverijen van boeken e.d.*
- 2212 Uitgeverijen van dagbladen
- 2213 Uitgeverijen van tijdschriften
- 2214 Uitgeverijen van geluidsopnamen
- 2215 Overige uitgeverijen
- 74811 *Fotografie*
- 92111 *Productie van (video)films*
- 92112 *Ondersteuning (video) filmproductie*
- 92201 *Omroeporganisaties*
- 92202 *Productie radio- en tv-programma's*
- 92203 *Ondersteunende activiteiten voor radio en tv*
- 9212 Distributie van films
- 9213 Vertoning van films
- 92343 *Overig amusement*
- 9240 *Pers-, nieuwsbureaus; journalisten*

Creatieve zakelijke dienstverlening

- 74201 Architectuur en technisch ontwerp
- 74202 Technisch ontwerp/advies stedenbouw etc.
- 74401 *Reclameontwerp- en adviesbureaus*
- 74402 Overige reclamediensten
- 74875 Interieur-, modeontwerpers e.d.

Ambachten (alleen in Zaanstad)

- 172 Weven van textiel
- 174 Vervaardiging van textielwaren
- 1751 Vervaardiging vloerkleden en tapijten
- 176 Gebreide en gehaakte stoffen
- 177 Vervaardiging van gebreide en gehaakte artikelen
- 18 Vervaardiging van kleding
- 192 Vervaardiging van lederwaren
- 193 Vervaardiging van schoeisel
- 2613 Holglas
- 2621 Huishoudelijk en sieraardewerk
- 335 Uurwerken
- 362 Sieraden
- 363 Muziekinstrumenten
- 3611 Meubels
- 36122 Bedrijfsmeubels
- 3613 Keukenmeubels
- 3614 Overige meubels
- 2666 Producten beton, cement, gips
- 2670 Natuursteenbewerking
- 52457 Detailhandel muziekinstrumenten
- 51478 Groothandel in muziekinstrumenten
- 52483 Detailhandel juweliersartikelen en uurwerken
- 51476 Groothandel in juweliersartikelen en uurwerken

NB: Cursief: overlap met ICT/Nieuwe Media

Bijlage 2: Achtergrondinformatie over broedplaatsen

(bron: www.broedplaatsen.amsterdam.nl)

Wat zijn broedplaatsen?

Er worden verschillende definities gehanteerd voor broedplaatsen.

Voorbeelden hiervan zijn:

- o broedplaatsen volgens Bureau Broedplaats: ruimten voor het basissegment van de creatieve industrie: kunstenaars en broedplaatsgroepen (kunstenaars gecombineerd met creatieve, culturele of ambachtelijke bedrijfjes) en voor lage huurprijzen van maximaal € 55 per m².
- o bedrijfsverzamelgebouwen voor startende (creatieve) ondernemers met klimhuren (hogere huren dan maximaal € 55 per m²)

Informatie over de broedplaatsen en subsidieregeling van Bureau broedplaatsen gemeente Amsterdam

Het Bureau Broedplaatsen is een onderdeel van de gemeente Amsterdam. Zij heeft tot taak meer betaalbare ateliers en (woon-) werkruimtes voor kunstenaars en broedplaats groepen te realiseren. Het Bureau doet dit in samenwerking met de doelgroep- organisaties, stadsdelen, andere gemeenten, centrale diensten, corporaties, makelaars, ontwikkelaars en banken.

Bureau Broedplaatsen richt zich op het basissegment (kunstenaars en broedplaatsgroepen) van de creatieve industrie en hanteert lage huurprijzen van maximaal € 55 per m².

Definitie doelgroepen

Het broedplaatsenbeleid is gericht op huisvesting van twee doelgroepen: professionele kunstenaars en broedplaatsgroepen. De definitie van een kunstenaar en een broedplaatsgroep volgens het programma Broedplaatsen 2008 - 2012 dat op 28 oktober 2008 door de gemeenteraad Amsterdam is vastgesteld luidt als volgt.

1. Professionele kunstenaars

Dit zijn diegenen die aan de hand van bewijzen van stipendia, exposities, opdrachten en dergelijke aannemelijk kunnen maken dat zij het kunstenaarschap uitoefenen als hoofdactiviteit van hun werkend bestaan. De kandidaat-huurders worden door de gemeentelijk Dienst Wonen getoetst op gemiddeld belastbaar jaarinkomen. Voorwaarde voor gemeentelijke subsidiëring voor nieuw te realiseren ateliers voor kunstenaars is een maximumhuur van € 55 per m² VVO per jaar (prijsspeil januari 2008, VVO definitie volgens NEN 2580) of een maximumhuur van € 2.500 per jaar exclusief servicekosten en BTW. De genoemde huurprijs kan jaarlijks met maximaal de CPI (gewone reeks) verhoogd worden.

2. Broedplaatsgroepen

Broedplaatsgroepen bestaan uit kunstenaars gecombineerd met creatieve, culturele of ambachtelijke bedrijfjes. Dergelijke groepen nemen genoeg met eenvoudige behuizing en zijn bereid zelf te investeren en te verbouwen en het gebouw op vrijwillige basis te exploiteren, te beheren en te programmeren. De groep dient zich als stichting of vereniging georganiseerd te hebben met een niet-commerciële doelstelling. Gezien de diversiteit in deze groepen zal een mix van huurniveaus mogelijk zijn. Voor de professionele kunstenaars binnen de groep geldt de eerder genoemde maximum huur. Een broedplaatsgroep dient het (woon)werkruimte zodanig in te richten dat minimaal 40% van het VVO beschikbaar is als (woon)werkruimte voor kunstenaars. Het is dus mogelijk dat binnen broedplaatsgroepen en het gebouw waar deze gevestigd zijn, ook culturele of creatieve bedrijfjes opereren. Bij de broedplaatsgroepen profiteren deze bedrijfjes niet van een eventuele subsidie. Zij betalen een kostendekkende huur en zij worden niet getoetst op inkomen of vermogen. De kostendekkende huur kan hoger liggen dan de maximum huur die de getoetste professionele kunstenaars betalen.

CAWA¹⁹

De toetsing op kunstenaarschap en plannen van broedplaatsgroepen wordt sinds 1 januari 2008 verricht door de Commissie Atelier en (woon)werkpanden Amsterdam (CAWA). Deze commissie is benoemd door het College van B&W en werkt binnen een beleidskader dat door de wethouder Kunst& en Cultuur wordt vastgesteld.

Subsidieregeling

Bij de behandeling van subsidieaanvragen gelden een aantal uitgangspunten. Deze zijn:

- o De maximale subsidie bedraagt € 250 per m² BVO ingeval van een exploitatietermijn als broedplaats voor 10 jaar. Een kortere periode betekent na rato minder subsidie per m²;
- o De subsidie wordt alleen ingezet ter financiering van het onrendabel in verwerving en/of verbouwkosten van het gedeelte dat door de professionele kunstenaars wordt gebruikt
- o De subsidie wordt niet ingezet als éénmalige bijdrage ter reductie van een door de verhuurder gewenst ('marktconform') huurniveau in een daaropvolgende tijdsperiode;
- o De subsidie wordt éénmalig uitgekeerd op basis van gespecificeerde stichtingskosten en exploitatieopzet van het vastgoedproject;

De aanvraag verloopt volgens de procedure zoals uitgewerkt in het submenu Loket Broedplaatsen op de website www.bureaubroedplaatsen.amsterdam.

¹⁹ Bij vestiging van broedplaatsen in Zaanstad is het de bedoeling bij de toetsing ook Zaanse partijen te betrekken

Bijlage 3: Creative Cities Amsterdam Area

Doelen CCAA

- bundelen van informatie en activiteiten op www.ccaa.nl.
- dienstverlening verbeteren aan de creatieve ondernemers
- promotie van de regio als nationale en internationale creatieve hub, vestigingsplaats

Samenwerkingspartners CCAA

- o Amsterdam
- o Utrecht
- o Almere
- o Haarlem
- o Zaanstad
- o Amersfoort
- o Hilversum
- o provincie Noord-Holland
- o provincie Utrecht
- o provincie Flevoland
- o ministerie van Economische Zaken
- o Amsterdamse Innovatie Motor
- o Ontwikkelingsmaatschappij Flevoland
- o Taskforce Innovatie Regio Utrecht
- o Kamer van Koophandel

Resultaten CCAA 2007 - 2009

- o Website/portal: www.ccaa.nl
- o Internationale website (via 'open CI concept) www.creativeamsterdam.nl
- o Actueel overzicht van activiteiten per regio (www.ccaa.nl)
- o Online evenementenagenda en netwerkoverzicht
- o Financieringsdesk creatieve industrie
- o Huisvestingstool
- o 2 flyers (NL en Engels), 2 glossy's (Internationale brochures),
- o Handelsmissies naar Business of Design week Hong Kong, Leipzig Game Convention
- o Medeorganisator Creative Company Conference (1 april 2008: 400 bezoekers)
- o Actieve betrokkenheid voorbereiding, deels invulling): PICNIC, FreeDesignDom, NL4Design, Museumn8, NL Game dagen
- o Thematische bijeenkomsten creatieve industrie in diverse steden

Leden Creative Board CCAA (bron: www.ccaa.nl)

Walter Amerika, voorzitter

Walter Amerika, voormalig bestuursvoorzitter van FHV/BBDO Group, is onafhankelijk ondernemer, adviseur en vrijwilliger in creativiteit, oprichter van Progress United, een netwerk voor creatieve entrepreneurs en adviseur voor de creatieve industrie van De Baak/VNO-NCW en tevens docent aan de Design Academy in Eindhoven. Daarnaast heeft hij veel bekendheid verworven rond zijn inspanningen voor een bank voor de creatieve industrie (de Creative Industry Sofa). Walter Amerika staat bekend als Brand en Marketingspecialist.

Walteramerika.blogs.com

Marcel Wanders

Marcel Wanders is een industrieel ontwerper. Wanders volgde een opleiding in Arnhem, Maastricht en Hasselt en studeerde uiteindelijk cum laude af aan de kunstacademie in Arnhem. Hij brak door in 1996 met zijn Knotted Chair, een stoel van versterkt touw die hij (in samenwerking met de Technische Universiteit Delft) voor Droog Design ontwierp. Hij is deeleigenaar en art director van het ontwerp bureau Moooi (voorheen Wanders Wonders) in Amsterdam.

Daarnaast heeft hij een eigen bureau en ontwerpt hij voor een aantal Italiaanse meubelmerken. Wanders werd in 2002 door het Amerikaanse tijdschrift Business Week opgenomen in een lijst van 50 Stars of Europe. In 2005 was hij redacteur van het Design Yearbook. Hij won in 2005 een prijs voor zijn Carbon chair in de Elle Decoration International Design Awards, en het jaar daarop won hij de prijs voor Designer of the Year in de Elle Decoration International Design Awards. Naast het MoMa zijn Wanders' ontwerpen te bezichtigen in onder meer het Victoria and Albert Museum in Londen, het Stedelijk Museum in Amsterdam, het Museum Boijmans van Beuningen in Rotterdam en het Centraal Museum in Utrecht.

www.marcelwanders.nl

Piet Boon

Piet Boon is een gerenommeerd meubel- en interieurontwerper. Samen met zijn vrouw Karin leidt hij een ontwerpstudio en een team van architecten en ontwerpers. Zijn kracht ligt in het maken van een totaalconcept, zowel voor particulieren als ondernemingen zoals projectontwikkelaars. Daarnaast ontwerpt Boon ook voor derden waarvoor hij nieuwe producten ontwikkelt. Piet Boon is in de eerste plaats vormgever die zich het liefst met alle facetten van een project bezighoudt. Uitgangspunt voor zijn ontwerpen is dat ze behalve hun doordachte vormgeving ook tijdloos en duurzaam moeten zijn. Een duidelijk element is zijn liefde voor pure, eerlijke, natuurlijke materialen en uitgesproken stoer kleurgebruik. De Piet Boon stijl is basic chic, met aandacht voor comfort en detail. Zijn heldere en eigenzinnige ontwerpstyl heeft een internationale uitstraling die hem inmiddels tot ver buiten de landsgrenzen tot een van de meest spraakmakende Nederlandse ontwerpers heeft gemaakt. Van ontwerper van huizen en interieurs heeft Piet Boon zich tot veelzijdig vormgever ontwikkeld die ook public spaces, beach houses op Bonaire, villa's over de hele wereld, een limited editie van een Range Rover Sport, een waterfles voor Sourcy en het eerste non casino hotel in Las Vegas voor The Morgans Hotel Group onder handen neemt. In 2003 heeft hij met veel succes zijn eigen meubel- en verlichtingslijn Piet Boon Zone gelanceerd. In 2006 kwam daar een meubelstoffenlijn bij. In 2006 won hij de Woonbeurs Pin, een jaarlijkse interieurontwerpprijs van de Woonbeurs Amsterdam.

www.pietboon.nl

Frans Jansen

De kern van het oeuvre van Frans Jansen bestaat uit een omvangrijk archief van privéopnames. Vanaf zijn zestiende jaar fotografeert hij alles wat er om hem heen gebeurt, waarbij vogels, vrouwen en de zee favoriete onderwerpen zijn. Jansen fotografeert om zijn leven te bewaren. Sommige foto's zijn in opdracht gemaakt, andere zijn persoonlijk. De grens tussen privé en professioneel is moeilijk te bepalen. De foto's in opdracht gemaakt hebben altijd iets terloops: de opnamen komen intiem en natuurlijk over. Nog tijdens zijn studie aan de Rietveldacademie in Amsterdam begon Frans Jansen te fotograferen voor de modeketen Fooks en het tijdschrift Avenue. Later kwamen daar portretten van muzikanten voor het muziekblad Oor bij. Daarnaast portretteerde hij captains of industry voor het zakenblad Quote. Ten slotte zijn talloze reclamecampagnes van zijn hand, zoals van Audi, Nike, Rabobank, Grolsch en pensioenverzekeraar Zwitserleven. Maar voor Frans Jansen geldt alleen de kwaliteit van zijn laatste werk. Hij houdt er niet van om zichzelf te definiëren aan de hand van gewichtige namen. Jansen ziet overigens geen verschil tussen een reclamebureau of een bedrijf als opdrachtgever. Jansen: "Reclamebureaus en andere opdrachtgevers zijn het moderne mecenaat. Rembrandt, Rubens en Michelangelo maakten ook reclame, maar dan voor het evangelie, de hertog of de schutterij".

www.fransjansen.com

Jan Willem Sieburgh

Jan Willem Sieburgh is zakelijk directeur van het Rijksmuseum Amsterdam. Voorheen was hij directeur bij diverse reclamebureaus. In die hoedanigheid was hij tevens betrokken bij de bond voor Nederlandse ontwerpers. Sieburgh spant zich actief in om cultureel erfgoed ook digitaal beschikbaar te maken.

www.rijksmuseum.nl

Caroline Bos

Caroline Bos studeerde kunstgeschiedenis aan het Birkbeck College, Universiteit van London. Na korte tijd voor de bekende architecten Zaha Hadid en Santiago Calatrava te hebben gewerkt richtte architect Ben van Berkel samen met de kunsthistoricus in 1988 Van Berkel en Bos Architectenbureau op. Het bureau realiseerde een aantal opmerkelijke projecten in Amersfoort. Grote bekendheid kreeg het bureau echter door het ontwerp voor de Erasmusbrug. In 1998 werd de naam van het architectenbureau veranderd in UN Studio. UN in de naam staat voor United Network, het bureau als netwerk van verschillende specialisten op het gebied van architectuur, infrastructuur en stedenbouw. UN Studio won prijsvragen in de Verenigde Staten, Nieuw-Zeeland en Duitsland.

Caroline Bos is tevens voorzitter van de Sikkens Foundation, een onafhankelijke organisatie die sociale, culturele en wetenschappelijke ontwikkelingen in de samenleving stimuleert, waarbij kleur als medium een specifieke rol speelt.

www.unstudio.com

Michel Mol

Michel Mol is directeur innovatie en nieuwe media van NPO, de Nederlandse Publieke Omroep. Tot 2001 was hij management consultant bij McKinsey&Company, directeur interactive bij de Grey Communications Group en werkzaam als entrepreneur. Mol is verantwoordelijk voor de bredere innovatiestrategie van NPO en de realisatie daarvan. Hij moet de toekomstbestendigheid van de omroep bevorderen door dwarsverbanden tussen de bestaande platformoperaties televisie, radio en internet aan te leggen. Ook gaat hij nieuwe diensten op nieuwe platforms lanceren, zoals video on demand en mobiele diensten, en de daarvoor benodigde business allianties en modellen ontwikkelen.

www.omroep.nl

Joke Hoolboom

Joke Hoolboom studeerde aan de Toneelschool van Amsterdam en werkte o.a. bij de Appel en Hollandia. Tijdens haar studie speelde ze mee in Mozart's Don Giovanni o.l.v. Jan Willem de Vriend, die daarmee zijn eerste opera dirigeerde. Dit bijzondere project vormde voor Joke het begin van haar interesse en liefde voor opera. Sinds 1995 is zij artistiek leider en vaste regisseur van Xynix Opera (XX). Met dit operagezelschap realiseerde zij naast ruim 20 jeugdopera's in het theater, bijzondere locatieprojecten als Dido en Aeneas op Fort Rijnauwen, Orfeo (Monteverdi) op een werkende betonfabriek en Styx (Chiel Meijering) binnen de muren van de Veerensmederij te Amersfoort. Dit industriële monument wordt met ingang van 2009 het vaste onderkomen van XX en daarmee het eerste Jeugdoperahuis van Europa. Daarnaast regisseerde ze voor het Amsterdams Bach Consort (ABC): King Arthur (Purcell), Idomeneo (Mozart) en Acis & Galatea (Händel) en bij Opera Zuid in 2006 Mavra (Strawinsky). Toekomstige projecten zijn o.a. The tempest (Purcell) bij het ABC, De Kleine Kerstman (Toek Numan) bij een serie van het Concertgebouw en de Doelen en King Arthur (Purcell) op locatie.

www.xynixopera.nl

Gemma Jelier

Gemma Jelier is zakelijk leider van Springdance. Jelier was twee jaar zakelijk leider van Huis en Festival a/d Werf. Daarvoor werkte ze als zakelijk leider bij Festival ETCETERA in Amersfoort en bij het Impakt festival in Utrecht. Na haar opleiding Theater-, Film- en Televisiewetenschap aan de Universiteit Utrecht begon Jelier haar carrière als productie leider bij Naranti Productions in Amsterdam, een productiekantoor voor jonge aanstormende choreografen. Eind jaren negentig was ze als producent van Jansen & Jelier een aantal jaren werkzaam als scout en bemiddelaar voor talentvolle jonge en gevestigde theatermakers. Gemma Jelier is bestuurslid van Dance Unit (Amsterdam).

www.springdance.nl

Richard van der Giessen

Richard van der Giessen is directeur van U-trax. U-TRAX is in 1992 opgericht als platenlabel. Sinds 1997 levert U-TRAX localisatie- en reclamediensten voor de videogamesindustrie.

www.utrax.nl

Henriette Evenhuis

Onder de naam Evensculp werkt Henriette Evenhuis als beeldend kunstenaar. De Almeerse kunstenaar werkt voor opdrachtgevers in binnen- en buitenland en haar werk is regelmatig te zien gedurende tijdelijke tentoonstellingen en exposities in Europa. Evenhuis geeft tevens cursussen in haar atelier in Almere.

www.evensculp.com

Bijlage 4: Doelen en maatregelen beleid creatieve bedrijvigheid

Beleidsdoelen per maatregel				
Maatregelen	Doel 1	Doel 2	Doel 3	Doel 4
I	X			X
II	X			X
III		X	X	
IV		X	X	
V	X			

Toelichting:

Doelen

Scheppen van randvoorwaarden voor de uitbouw van creatieve bedrijvigheid in Zaanstad en stimuleren ontwikkeling creatieve bedrijvigheid in Zaanstad
Samenwerking tussen de creatieve bedrijvigheid en andere economische sectoren
Vergroten van het organiserende vermogen van de creatieve bedrijvigheid en netwerkvorming, verbinden van ondernemers uit verschillende delen van de creatieve bedrijvigheid
Beschikbaar komen van bestaande fysieke ruimte voor creatieve ondernemers in Zaanstad (bij voorkeur hergebruik industrieel erfgoed en panden uit de databank karakteristieke panden)

Maatregelen:

- o Financiële stimuleringsregelingen
- o Bedrijfruimte/broedplaatsen
- o Regionale samenwerking
- o Netwerkvorming
- o Marketing, promotie en acquisitie

Bijlage 5: Aanbevelingen stimuleringsprogramma creatieve bedrijvigheid

1. Verder uitwerken uitvoeringsprogramma

Het uitvoeringsprogramma creatieve bedrijvigheid waarvoor in voorliggende notitie een aanzet is gegeven dient nog te verder te worden uitgewerkt naar jaarschijven met SMART-geformuleerde doelen. Om dit programma uit te kunnen voeren zal externe financiering gezocht moeten worden. De werving van externe fondsen zal een belangrijk onderdeel moeten zijn van het uitvoeringsprogramma.

2. Bedrijfruimte/broedplaatsen

- o spoedig realiseren van een aanbod aan betaalbare bedrijfruimte en broedplaatsen om de overloop van creatieve bedrijven uit Amsterdam te faciliteren (zowel permanente als tijdelijke bedrijfsruimte). Bedrijfsruimte is dé sleutel voor vestiging van creatieve bedrijven. Woonwerkruimten zijn overigens ook van belang. Aanbevolen wordt een programma uit te werken voor betaalbare bedrijfruimte en broedplaatsen en externe financiering te verwerven;
- o actualiseren databank karakteristieke bedrijfspanden en industrieel erfgoed en actiever inzetten van de databank als instrument om bedrijfsruimte te ontsluiten voor creatieve bedrijven;
- o hierbij een koppeling leggen met het beleid Parels Rijgen en de ontwikkeling van het Hembrugterrein.

3. Regionale samenwerking

- o omwille van de afbakening is het beleid creatieve bedrijvigheid in voorliggende notitie beperkt tot Zaanstad. Een bredere aanpak voor de gehele Zaanstreek is echter kansrijk en biedt schaalvoordelen. Aanbevolen wordt via het platform van de ZER te bespreken of het beleid creatieve bedrijvigheid breder getrokken kan worden naar de gehele Zaanstreek. De ZER streeft overigens al naar een gemeenschappelijke strategie voor creatieve bedrijvigheid waarmee de Zaanstreek zich nog steviger kan positioneren en via marketing van de Zaanstreek een helder en aantrekkelijk verhaal kan uitdragen (bron: Programmabegroting Zaanstad 2008);
- o regionale samenwerking binnen CCAA is kansrijk gebleken. Aanbevolen wordt de komende jaren op dit pad voort te gaan met behoud van een Zaanse profiel. Bedrijfshuisvesting is een belangrijk aandachtspunt. CCAA geeft daarbij uitvoering aan een deel van de Zaanse beleidsdoelen.

4. Netwerkvorming

- o de websites www.CCAA.nl en www.zaanstreek.nl actiever inzetten voor (digitale) netwerkvorming tussen reeds gevestigde Zaanse creatieve bedrijven en nieuwe bedrijven;
- o bevorderen netwerkvorming (ontmoetingen) en organiseren netwerkbijeenkomsten in samenwerking met ondermeer de Kamer van Koophandel, MKB, Vereniging Ondernemerskring Zaanstreek, CCAA en ACX;
- o installeren van een Zaanse Creative Board (passend binnen de lijn van de ZER met drie stuurgroepen voor de speerpunten);
- o onderzoeken of het mogelijk is het aanbod aan ambachtelijke en maakbedrijven waar creatieve bedrijven hun ontwerpen kunnen laten maken, te ontsluiten.

5. Marketing, promotie en acquisitie

- o het instrument accountmanagement Economische Zaken nog actiever inzetten om nieuwe creatieve bedrijven te begeleiden bij hun vestiging in Zaanstad;
- o registreren en monitoren van de contacten met creatieve bedrijven.

6. Evaluatie beleid en programma

Zoals eerder aangegeven, is het beleid creatieve bedrijvigheid (voortdurend) in ontwikkeling. Het gaat om een betrekkelijk nieuw beleidsterrein waarmee nog niet zoveel ervaring is opgedaan. Een complicerende factor daarbij is dat de sector creatieve bedrijvigheid zeer heterogeen is en het beleidsterrein zeer breed. De ontwikkeling van de sector verloopt daarbij grillig. Ook de beleidsontwikkeling is zeer dynamisch, elke week verschijnt er wel weer een nieuwe (beleids)publicatie. Aandacht voor tijdige bijstelling van het beleid is daarom gewenst: aanbevolen wordt regelmatig te evalueren of we nog op de goede weg zijn. Evaluatie van de gemaakte beleidskeuzen is daarbij ook van belang (b.v. de gemaakte keuze voor stimulering van het basis- en middensegment en de verbinding met de maak- en foodindustrie).