

Creatieve bouwstenen voor de wijk?



Een onderzoek naar de veronderstelde sociale effecten van creatieve broedplaatsen voor wijken met een lage sociaaleconomische status

Masterscriptie Stadsgeografie

Universiteit Utrecht

Julia de Jong

Creatieve bouwstenen voor de wijk?

Een onderzoek naar de veronderstelde sociale effecten van creatieve broedplaatsen voor wijken met een lage sociaaleconomische status

Masterscriptie Stadsgeografie

Juli, 2015

Auteur: Julia de Jong

Studentnummer: 3626229

E-mail: j.s.dejong1@students.uu.nl

Faculteit: Geowetenschappen

Begeleider: Prof. Dr. Pieter Hooimeijer

Stage: Bouwstenen voor Sociaal



Universiteit Utrecht



Voorwoord

Deze masterscriptie betekent voor mij de afsluiting van de master Stadsgeografie aan de Universiteit Utrecht. Ik heb de mogelijkheid gekregen om dit onderzoek te combineren met een onderzoeksstage bij Bouwstenen voor Sociaal. De afgelopen zes maanden heb ik hard, maar ook met veel plezier gewerkt om tot dit eindresultaat te komen. Ik ben trots dat ik het nu aan iedereen kan tonen. Het onderzoek heeft betrekking op de veronderstelde sociale effecten van creatieve broedplaatsen in wijken met een lage sociaaleconomische status. Dit onderwerp is gekozen vanwege persoonlijke interesse naar creatieve broedplaatsen en naar specifieke thema's binnen de stadsgeografie zoals sociale cohesie en stedelijke ontwikkelingen in 'achterstandswijken'. In deze scriptie heb ik de mogelijkheid gekregen om deze thema's combineren. Ook levert het een bijdrage aan de belangstelling vanuit Bouwstenen voor Sociaal naar de sociale effecten van transformatieprojecten. Het was een interessant onderzoek en het was erg leerzaam om het afstudeeronderzoek te combineren met een onderzoeksstage bij Bouwstenen voor Sociaal.

Dit onderzoek was niet tot stand gekomen zonder de hulp van een aantal personen, die ik graag wil bedanken. Allereerst wil ik mijn begeleider, prof. dr. Pieter Hooimeijer bedanken voor ondersteuning en feedback tijdens het uitvoeren van dit onderzoek. Daarnaast wil ik Marc van Leent en Ingrid de Moel bedanken voor de mogelijkheid om stage te lopen bij Bouwstenen voor Sociaal. Tijdens de stageperiode bij Bouwstenen voor Sociaal heb ik veel geleerd over thema's als leegstand, maatschappelijk vastgoed en transformatie. Ook wil ik de respondenten bedanken die hebben meegewerkt aan dit onderzoek en bij wie ik een interview heb mogen afnemen. Tot slot wil ik graag studiegenoten, vrienden en familie bedanken voor steun tijdens het schrijven van dit onderzoek. Ik wens u veel plezier met het lezen van deze scriptie.

Julia de Jong,

Utrecht, juli 2015

Samenvatting

In de afgelopen jaren zijn verschillende leegstaande gebouwen getransformeerd naar woonruimten of bedrijfsruimten voor creatieve ondernemers. Dit worden ook wel 'creatieve broedplaatsen' genoemd. In beleidsplannen en in wetenschappelijke literatuur wordt de rol van creatieve broedplaatsen steeds meer erkent en bestaat de veronderstelling dat creatieve broedplaatsen een belangrijke rol kunnen spelen als katalysator bij stedelijke herontwikkelingsprocessen. Er bestaan drie typen broedplaatsen; *Expose*, *Attract* en *Interact*. In dit onderzoek staat het broedplaatstype *Interact* centraal. *Interact* richt zich op de interactie tussen broedplaatsgebruikers en buurtbewoners in wijken met een relatief lage economische status door gebruik te maken van verschillende projecten om buurtbewoners te betrekken. Dit broedplaatstype worden ingezet als instrument in 'achterstandswijken' om daarbij maatschappelijke doelen na te streven. De specifieke maatschappelijke doelstellingen kunnen echter per broedplaats verschillen.

In de literatuur worden verschillende beweringen gedaan over de sociale effecten van creatieve broedplaatsen met een maatschappelijke functie in wijken met een lage sociaaleconomische status. Zo zouden deze een belangrijke bijdrage leveren aan sociale cohesie op wijkniveau en de leefbaarheid positief beïnvloeden. Dit is echter tot nu toe nog niet in de praktijk getoetst. Het doel van dit onderzoek is daarom om inzicht te verkrijgen in de sociale effecten van creatieve broedplaatsen in wijken met een relatief lage sociaaleconomische status. De hoofdvraag die centraal staat in dit onderzoek is: *In hoeverre worden de doelstellingen en veronderstelde sociale effecten van creatieve broedplaatsen met een maatschappelijke functie in wijken met een lage sociaaleconomische status gehaald?*

Dit onderzoek is gericht op de ervaringen en percepties van bewoners en betrokkenen met betrekking tot twee creatieve broedplaatsen. Dit zijn HW10 in Amsterdam en Eiland8 in Utrecht. Ten eerste wordt de keuze voor deze broedplaatsen toegelicht en worden overeenkomsten en verschillen tussen beide broedplaatsen geanalyseerd. Daarbij worden ook de doelstellingen van beleidsmakers en betrokken actoren in kaart gebracht. Ten tweede is onderzocht in hoeverre de ervaringen en percepties van de geïnterviewde respondenten overeenkomen of verschillen met deze doelstellingen. Ten derde is onderzocht in hoeverre beweringen uit de literatuur met betrekking tot de sociale effecten van creatieve broedplaatsen met een maatschappelijke functie zijn gehaald. Hierbij ligt de vraag in hoeverre de creatieve broedplaatsen hebben bijgedragen aan interne sociale cohesie en sociale cohesie op wijkniveau. De onderzoeksvragen zijn beantwoord aan de hand van kwalitatief onderzoek, waarbij zowel observaties als semigestructureerde interviews zijn gehouden met initiatiefnemers, bezoekers en betrokkenen. Kwalitatief onderzoek is vanwege het exploratieve karakter een geschikte methode om de sociale effecten te kunnen achterhalen. De analyse is gedaan door middel van codering van kernthema's en onderliggende sub thema's.

Er is gekozen voor Eiland8 en HW10 omdat beide broedplaatsen programma's en activiteiten aanbieden om buurtbewoners te betrekken. Daarnaast liggen beide broedplaatsen in een voormalige 'krachtwijk'. De wijken Slotervaart en Kanaleneiland vertonen veel fysieke als sociaaleconomische overeenkomsten, echter zijn er ook verschillen. De bevolkingssamenstelling van Kanaleneiland is bijvoorbeeld homogener dan Slotervaart. Eiland8 en HW10 verschillen op diverse punten met elkaar; Eiland8 is een vorm van top-down planning; het is tot stand gekomen als initiatief van woningcorporaties Mitros en Portaal. HW10 is ontstaan als bewonersinitiatief en wordt beheerd door stichting Urban Resort. Daarnaast verschillen beide broedplaatsen de omvang en functie; Eiland8 bestaat uit acht flats, bewoond door kunstenaars en creatievelingen en een projectbureau. HW10 bestaat uit één gebouw, waarin niet gewoond, maar ruimtes aan kunstenaars en creatieve ondernemers worden onderverhuurd. Vanwege de verschillen tussen de twee broedplaatsen, is gekozen om beide broedplaatsen apart te analyseren.

Projectbureau Eiland8 heeft als doelstelling om creatieve initiatieven uit de wijk te ondersteunen. Mitros en Portaal, de beheerders, hebben voor het tijdelijk gebruik van de acht flats twee doelstellingen gesteld; het eerste doel heeft betrekking op het behouden en verbeteren van de leefbaarheid en de veiligheid in de wijk. Het tweede doel heeft betrekking op het verbeteren van het wijkimago. De achterliggende doelstelling van de woningcorporaties is om uiteindelijk een proces van gentrification op gang te brengen.

Uit de analyse blijkt dat de woningcorporaties financiële mogelijkheden hebben gecreëerd waardoor het projectbureau Eiland8 een belangrijke bijdrage heeft geleverd aan het ondersteunen van nieuwe creatieve ondernemingen. Daarnaast hebben de Eiland8 bewoners de mogelijkheid om deel uit te maken van een creatief netwerk; er wonen veel jonge kunstenaars en creatievelingen. Dit netwerk heeft ook bijgedragen aan het ontstaan van veel innovatieve creatieve ondernemingen. De doelstelling van het projectbureau is dus gehaald. Daarnaast hebben Eiland8 bewoners veel aandacht geschonken aan het opknappen van de fysieke omgeving. Sociale en fysieke veranderingen, zoals de komst van meer buurtbewoners met een vergelijkbare afkomst, veranderingen in de openbare ruimte en het creëren van een gemeenschappelijke tuin hebben volgens respondenten bijgedragen aan een verbetering van het veiligheidsgevoel en leefbaarheid binnen het Eiland8 gebied. Aan de hand van de Leefbarometer kan echter niet worden vastgesteld dat de doelstelling om de leefbaarheid in Kanaleneiland-Noord te verbeteren is gehaald. Daarnaast is de mate waarin Eiland8 daadwerkelijk heeft bijgedragen aan een verandering van het imago aan de hand van beschikbare informatie en data niet vast te stellen. Echter zijn respondenten over dit thema erg sceptisch. De positieve effecten die hebben plaatsgevonden zijn beperkt gebleven tot een klein gebied; Eiland8 is een eiland van verbetering gebleven binnen de gehele wijk, waarin een aantal maatschappelijke problemen nog steeds spelen. Respondenten zijn bovendien erg kritisch over de toekomst. De toekomst is onzeker vanwege de tijdelijke vorm van wonen en de vraag is in hoeverre Eiland8 na het vertrek van de creatieve ondernemers een potentiële nieuwe plek voor 'gentrification' wordt.

De doelstelling van HW10 is meer buurtgericht. Het doel is om een levendig functionerend centrum te bieden dat dient als inspirerende ontmoetingsplek met een open uitstraling voor omwonenden. Daarnaast is het doel om initiatieven uit de buurt een plek te geven binnen HW10. De doelstelling van Stichting Urban Resort, de beheerder van HW10, is om betaalbare werkruimte te ontwikkelen voor jonge kunstenaars en startende creatieve ondernemers

Uit de analyse blijkt dat veel creatieve ondernemers die ruimte huren in HW10 uit de wijk Slotervaart komen. De interne binding met de buurt is daardoor relatief groot. Daarnaast is HW10 volgens respondenten vanwege het laagdrempelige karakter een aantrekkelijke ontmoetingsplek voor buurtbewoners. De buurtbewoners die HW10 bezoeken zijn echter voornamelijk Nederlandse jonge gezinnen. Hierdoor kunnen kanttekeningen worden geplaatst bij de toegankelijkheid voor alle buurtbewoners uit de buurt; er ontbreekt een divers publiek met verschillende etniciteiten. Slotervaart is echter een wijk met een gemengde bevolkingssamenstelling met betrekking tot etniciteit. De hoge huurprijs volgens de huurders een beperking om de doelstelling van Urban Resort om jonge, startende creatieve ondernemers aan te trekken te halen; een gemiddelde jonge kunstenaar zou te weinig verdienen om een atelier te kunnen huren.

Naast het analyseren in hoeverre de doelstellingen van betrokken actoren zijn gehaald, is geanalyseerd in hoeverre de beweringen met betrekking tot de sociale effecten van creatieve broedplaatsen uit de literatuur zijn gehaald. Een van deze beweringen is dat creatieve broedplaatsen ruimte bieden voor uiteenlopende innovatieve creatieve (wijk)ondernemingen. Het deel uitmaken van een creatief netwerk blijkt bovendien belangrijk voor creatieve ondernemers in beide broedplaatsen. In beide broedplaatsen is onderlinge samenwerking ontstaan tussen creatieve ondernemers en kunstenaars. Creatieve broedplaatsen blijken belangrijke ontmoetingsplekken voor creatieve ondernemers vanuit verschillende netwerken en sectoren. HW10 en Eiland8 bieden de mogelijkheid om nieuwe professionele relaties op te bouwen, ondernemingen op te zetten en creatieve ideeën uit te voeren. De mate van interne sociale cohesie bleek echter te verschillen tussen beide broedplaatsen. Binnen HW10 is weinig interne cohesie tussen vanwege een verschil in de mate waarin huurders openstaan voor interactie. In Eiland8 is daarentegen een sterke *sense of community* gevormd tussen de Eiland8 bewoners en is er een sterke mate van verbondenheid ontstaan. De overeenkomstige leefstijlen en interesses van bewoners in Eiland8 spelen hierbij een belangrijke rol. Ook de combinatie van wonen en werken heeft daarbij bijgedragen aan de mate van verbondenheid.

Ook zijn bevindingen gedaan die afwijken van de verwachtingen uit de literatuur. Een van de belangrijkste aannamen, is dat creatieve broedplaatsen zouden bijdragen aan sociale cohesie op wijkniveau. Echter blijkt het samenbrengen van verschillende doelgroepen uit de wijk voor zowel Eiland8 als HW10 tot nu toe nog

niet is gelukt. In Eiland8 is het contact met andere buurtbewoners, die voor een groot deel van Turkse en Marokkaanse afkomst zijn, vrij oppervlakkig. Daarnaast zijn weinig projecten opgezet vanuit het projectbureau om de verbinding met de overige buurtbewoners te versterken. De gefinancierde projecten en initiatieven zijn voornamelijk gericht op de Eiland8 bewoners. Ondanks een hoge mate van tolerantie naar andere buurtbewoners, is er weinig sociale binding ontstaan; dit werd verklaard doordat overige buurtbewoners andere normen en waarden delen, andere leefstijlen hebben en daarnaast is er soms sprake van een taalbarrière. Ook HW10 heeft niet bijgedragen aan sociale cohesie op wijkniveau. Uit het onderzoek komt naar voren dat het een lastige opgave is om een creatieve broedplaats te realiseren vanuit bewonersinitiatief. In vergelijking met Eiland8 ervaart HW10 een gebrek aan financiële inkomsten van externe partijen. Dit geeft een aantal beperkingen; een onderneming als HW10 is niet winstgevend en het gebrek aan inkomsten van externe actoren leidt tot veel nadelen; de hoge kosten voor workshops en lessen leiden ertoe dat de broedplaats minder toegankelijk is voor doelgroepen met een lage sociaaleconomische status. Daarnaast moet de broedplaats concurreren met andere buurthuizen in de wijk die lessen aan kunnen bieden tegen lagere prijzen. Tot slot is er weinig geld om promotiemateriaal te maken om de naamsbekendheid te vergroten.

Belangrijke conclusies zijn dat creatieve broedplaatsen HW10 en Eiland8 veel interne mogelijkheden bieden; kunstenaars en creatieve ondernemers hebben de mogelijkheid om zich te ontwikkelen en om deel uit te maken van creatieve netwerken. Echter is de uitstraling van beide broedplaatsen naar de buurt beperkt. Een aanbeveling voor beleid is dat projecten zouden moeten worden gesubsidieerd die de participatie van de hele wijk zouden kunnen bevorderen. Op deze manier worden creatieve broedplaatsen toegankelijker voor verschillende groepen uit de wijk en dit kan sociale cohesie op wijkniveau stimuleren.

INHOUDSOPGAVE

1: Inleiding	11
1.1 Doelstelling.....	12
1.2 Opbouw onderzoeksrapport	13
2. Theoretisch kader	14
2.1 Inleiding	14
2.2 Interne mogelijkheden en effecten van creatieve broedplaatsen	14
2.3 Sociale cohesie	16
2.3.1 Ontmoetingen, netwerken en interacties.....	17
2.3.2 Openheid voor diversiteit/crossing social boundaries.....	19
2.3.3 Verbondenheid en identiteit	21
2.4 Leefbaarheid en gentrification	22
2.5 Deelconclusie en onderzoeksvragen	23
3. Methodologie	24
3.1 Inleiding	24
3.2 Keuze voor casestudies	24
3.3 Onderzoeksstrategie	24
3.4 Methode van dataverzameling	24
3.5 Aanpak interviews	25
3.6 Onderzoeksdoelgroep	25
3.7 Analyse interviews.....	26
3.8 Aanpak observaties	26
3.9 Interne en externe validiteit.....	26
4. Creatieve broedplaats HW10	28
4.1 Inleiding.....	28
4.2 Ontstaan, beheer en samenwerking	28
4.3 Rol van de gemeente Amsterdam en stadsdeel Nieuw West	29
4.4 Doelstellingen van betrokken organisaties en HW10	30
4.5 Lokale context: Slotervaart-Noord	30
5: Sociale effecten van creatieve broedplaats HW10	33
5.1 Ontstaan nieuwe initiatieven	33
5.2 Onderlinge samenwerking en uitwisseling	34
5.3 Interne sociale cohesie	35
5.4 Betekenis HW10 voor de buurt	37
5.5 'Buurthuisfunctie'	37

5.6 Doelgroepen	38
5.7 Gebrek aan diversiteit	38
5.8 Toegankelijkheid.....	39
5.9 Naamsbekendheid en promotie.....	40
5.10 Leegstandbestrijding en effecten op leefbaarheid	40
5.11 Deelconclusie HW10.....	41
6. Eiland8	43
6.1 Inleiding	43
6.2 Ontstaan, beheer en samenwerking met partners	43
6.3 Doelstellingen betrokken organisaties en actoren van Eiland8	45
6.4 Lokale context: Kanaleneiland.....	47
7. Sociale effecten van Eiland8.....	50
7.1 Ontstaan nieuwe creatieve ondernemingen en initiatieven.....	50
7.2 Onderlinge samenwerking en betekenis projectbureau.....	51
7.3 Sociale cohesie tussen Eiland8 bewoners	54
7.4 Sociale cohesie op wijkniveau	56
7.5 Veranderingen leefbaarheid en veiligheid	58
7.6 Leefbarometer.....	60
7.7 Verwachtingen voor de toekomst.....	61
7.8 Deelconclusie Eiland8.....	61
8. Conclusie	64
9. Literatuurlijst	69
10. Bijlagen	74
Bijlage 1.Topiclijsten.....	74
Bijlage 2: Overzicht respondenten	78
Bijlage 3: Codeboom Eiland8 en HW10.....	79

1: INLEIDING

“Steeds meer gebouwen staan leeg. Sinds het uitbreken van de economische crisis is het verhuren van gebouwen steeds lastiger. Er is ook weinig ruimte voor nieuwe investeringen. Beide ontwikkelingen hebben negatieve gevolgen voor haar buurt en haar bewoners. Vandaar dat in toenemende mate gekozen wordt voor het invullen van een (tijdelijk) leegstaand kantoorgebouw met een broedplaats voor kunstenaars en andere creatieven.” (De Alliantie, 2015)

Uit dit citaat uit een artikel van De Alliantie komt een belangrijke trend naar voren. Steden besteden steeds meer aandacht aan het aantrekken van de creatieve industrie (Landry, 2008; Florida, 2003). Verlaten gebouwen vormen vaak een startpunt voor dynamische activiteiten die het gezicht van de nieuwe economie bepalen (Van Aalst, 2005, p. 1). In de afgelopen jaren zijn verschillende leegstaande gebouwen getransformeerd naar een woonruimte of bedrijfsruimte voor creatieve ondernemers; dit worden ook wel ‘creatieve broedplaatsen’ genoemd. Deze broedplaatsen zijn plekken waar groepen kunstenaars en culturele ondernemers een werk- en of woonruimte vinden tegen betaalbare huur en waar een mix van creatieve disciplines en functies te vinden zijn (Sargentini, 2002). Creatieve broedplaatsen worden steeds vaker ingezet als instrument in de stedelijke ontwikkeling. De creatieve industrie wordt gezien als dé katalysator voor de herontwikkeling van wijken (Verschoor e.a., 2009, p. 28).

Het belang van broedplaatsen wordt erkend door veel steden; verschillende steden hebben een broedplaatsenbeleid geformuleerd en zowel gemeenten, corporaties als projectontwikkelaars hebben zich actief gericht op het stimuleren van creatieve broedplaatsen (Van Dalen & Hemker, 2010). Door deze specifieke beleidskaders zijn veel broedplaatsen top-down gepland. Vanwege de veranderende rol van de overheid is er echter een steeds grotere belangstelling gekomen bij gemeenten voor initiatieven vanuit burgers en ondernemers (Bouwstenen voor Sociaal, 2014, p. 16). Vanuit Bouwstenen Voor Sociaal, een sectorverbindend platform rondom vastgoedvraagstukken, wordt kennis ontwikkeld rondom vraagstukken die betrekking hebben op dit onderwerp. Dit onderzoek levert een bijdrage aan de kennis over sociale effecten van voormalige leegstaande panden, waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen top-down en bottom-up planning.

In het onderzoek van Verschoor (2009) zijn aan de hand van een literatuuronderzoek, een expertmeeting en interviews met broedplaatsgebruikers diverse culturele broedplaatsen aan bod gekomen, die zijn uitgesplitst naar drie onderscheidende typen; *Expose*, *Attract* en *Interact*.

- **Expose** → Expose zijn typen broedplaatsen die een krachtig, exclusief en innovatief voorzieningenaanbod bieden in attractieve delen van de stad, waar een verarming van het (culturele) voorzieningenaanbod dreigt.
- **Attract** → Attract zorgt voor een culturele impuls door veel publiek en aandacht te trekken naar voornamelijk verlaten industriële en kantorenlocaties. Dit is een type voor extreem extraverte creatieve bedrijvigheid en diverse publiekfuncties die gezamenlijk het karakter en imago van de in onbruik geraakte terreinen veranderen, wat ten goede komt aan toekomstige ontwikkelingen.
- **Interact** → Bij de aanpak van wijken met een relatief slecht sociaaleconomisch klimaat, worden kunstenaarsgroepen en creatieve ondernemers verbonden aan wijkbelangen. Bij Interact staat de interactie tussen de broedplaatsgebruikers en de buurt met zijn bewoners centraal.

In dit onderzoek ligt de focus op één van deze concepten; *Interact*. In *Interact* staat de interactie tussen de broedplaatsgebruikers en de buurt met zijn bewoners centraal. Dit zou het best tot uiting komen in wijken met een lage sociaaleconomische status (Verschoor, 2009, p. 90). *Interact* maakt gebruik van verschillende projecten om buurtbewoners te betrekken, zoals workshops, teken en schildercursussen en andere activiteiten (Verschoor, 2009, p. 90; HW10, 2015). Bij dit concept wordt een broedplaats dus niet gezien als praktische oplossing om een oud gebouw een nieuwe functie te geven, het kan door gemeenten en ontwikkelaars gebruikt worden als instrument om sociaal-maatschappelijke problemen te bestrijden (Doedée, 2012, p. 3).

In de literatuur worden verschillende beweringen gedaan over mogelijke sociale/maatschappelijke effecten van het broedplaatstype *Interact*. Enerzijds worden beweringen gedaan over interne effecten met betrekking tot de ondernemers en kunstenaars die een ruimte huren in creatieve broedplaatsen. Aan de andere kant bestaat de verwachting is dat kunst en cultuur positieve maatschappelijke bijdragen kunnen leveren op wijkniveau (Brouwer & Thomsen, 2007). *Interact* zou ervoor kunnen zorgen dat een grote diversiteit aan culturele activiteiten toegankelijk worden voor alle lagen van de bevolking, waardoor het bijdraagt aan sociale cohesie (Matarasso, 1997; Saris e.a., 2011; Stern & Seifert, 2009). De belangrijkste motieven voor – en beoogde effecten van – creatieve broedplaatsen zijn het bevorderen van sociale cohesie en de fysieke leefbaarheid (Cleveringa, 2012). In dit onderzoek ligt de nadruk op zes mogelijke effecten van het broedplaatstype *Interact* op wijkbewoners. Deze effecten zijn gebaseerd op nationale en internationale wetenschappelijke literatuur en komen aan bod in hoofdstuk 2.

- Broedplaatsen in leegstaande/getransformeerde panden bieden ruimte voor uiteenlopende innovatieve creatieve (wijk)ondernemingen, waarin interne samenwerking wordt gestimuleerd.
- Broedplaatsen kunnen bijdragen aan het bevorderen van sociale cohesie.
- Creatieve broedplaatsen bieden ontmoetingsplekken die bijdragen aan het creëren van netwerken en interacties.
- Door te participeren in culturele programma's kan meer openheid en begrip ontstaan voor verschillende culturen en leefstijlen.
- Broedplaatsen kunnen bijdragen aan de identiteit en de verbondenheid met de wijk.
- Creatieve broedplaatsen bieden een positieve bijdrage aan de leefbaarheid van een wijk.

1.1 DOELSTELLING

Vanwege de verwachte, veelbelovende effecten op de omgeving, investeren steden en woningcorporaties in de ontwikkeling van de creatieve broedplaatsen. De veronderstelde waarde van creatieve broedplaatsen voor de stad is hoog en de ontwikkeling van nieuwe creatieve broedplaatsen staat steeds hoger op de politieke agenda (Verschoor, 2009, p. 6). De creatieve industrie als katalysator voor de herontwikkeling van wijken blijft echter een breed bediscussieerd onderwerp (Verschoor, 2009, p. 5). In wetenschappelijke literatuur is vooral onderzoek gedaan naar de omvang en het economisch belang van de creatieve sector op regionaal niveau (van Aalst e.a., 2005; Marlet & Poort, 2005). Over de veronderstelling dat de creatieve industrie een belangrijke rol speelt bij de herontwikkeling van steden op maatschappelijk gebied is echter nog weinig bekend. Ook is de onzekerheid over deze vermeende positieve effecten groot.

Uit het literatuuronderzoek van Verschoor (2009, p. 119) wordt verondersteld dat mits actief wordt gestuurd in de programmering van activiteiten en samenstelling van gebruikers en functies, de inzet van een creatieve broedplaats van invloed kan zijn op de revitalisering van achtergebleven gebieden en maatschappelijke doelen kan nastreven. Deze veronderstellingen zijn echter nog niet in de praktijk getoetst. Er kan namelijk ook een keerzijde zijn aan al deze positief verwachte effecten. Wanneer bepaalde groepen veel participeren, kan dit ertoe leiden dat andere groepen en organisaties worden buitengesloten (Jenson, 1998). In dat geval gaat sociale cohesie samen met een vorm van sociale uitsluiting (Marissing e.a., 2004, p. 13). Ook worden vraagtekens gezet bij het belang van sociale contacten op buurtniveau. Contacten worden over steeds grotere afstanden ontwikkeld (Wellman e.a., 2002; Wellman, 1979, Van Kempen en Wissink 2014).

In dit onderzoek wordt onderzocht welke maatschappelijke effecten worden ervaren door betrokken actoren en bezoekers van creatieve broedplaatsen. De doelstelling van dit onderzoek is: *inzicht verkrijgen in de sociale impact van creatieve broedplaatsen in een wijken met een relatief lage sociaal economische status.*

Voor dit onderwerp en voor de analyse van het broedplaatstype *Interact* is gekozen, vanwege persoonlijke belangstelling voor specifieke thema's die tijdens de master Stadsgeografie aan bod zijn gekomen. Deze thema's zijn stedelijke ontwikkelingen in 'achterstandswijken', leefbaarheid en sociale cohesie. Bovendien is dit onderwerp gekozen vanuit persoonlijke interesse naar creatieve broedplaatsen. Om het onderzoek uit te voeren is gekozen om twee casestudies te analyseren; de creatieve broedplaats HW10 in Amsterdam en Eiland8 in Utrecht. Beide creatieve broedplaatsen hebben een duidelijk maatschappelijk karakter; verschillende programma's en projecten worden aangeboden aan om bewoners te betrekken. Ook liggen beide broedplaatsen in een door voormalig minister Vogelaar aangewezen 'aandachtwijk'.

1.2 OPBOUW ONDERZOEKSRAPPORT

Dit onderzoeksrapport bestaat uit acht hoofdstukken. Het volgende hoofdstuk betreft het theoretisch kader. Dit hoofdstuk bestaat uit een literatuurstudie naar de bestaande relevante wetenschappelijke literatuur over het onderwerp. In het hoofdstuk worden alle mogelijke sociale effecten van creatieve broedplaatsen op de wijk of buurt toegelicht. In hoofdstuk 3 komen de onderzoeksmethoden aan bod. Hierin wordt een overzicht gegeven van de methodiek die is gebruikt bij de uitvoering van dit onderzoek. Hoofdstuk 4, 5, 6 en 7 betreffen het empirische gedeelte van dit onderzoek. In deze hoofdstukken worden beide casestudies HW10 en Eiland8 apart behandeld en wordt ingegaan op de manier waarop de projecten tot stand zijn gekomen, op de wijkcontext en de doelstellingen van actoren. De resultaten met betrekking tot de sociale impact worden geanalyseerd in hoofdstuk 5 voor HW10 en in hoofdstuk 7 voor Eiland8. Hierin wordt ook een koppeling gemaakt met de theorie. Ten slotte wordt in hoofdstuk 8 een conclusie gegeven, waarin antwoord wordt gegeven op de centrale vraag en waar discussiepunten en aanbevelingen worden gedaan.

2. THEORETISCH KADER

2.1 INLEIDING

Creatieve broedplaatsen zijn ontstaan vanaf het moment dat de kraakbeweging ging experimenteren met alternatieve woon- en werkvormen in gebouwen waar geen woonbestemming op ruste (Sargentini, 2012). Deze ontwikkeling vond plaats in de jaren '70 en begin jaren '80. In kraakpanden kwamen zogenaamde 'vrijplaatsen' waar individuele kunstenaars woonden en werkten. Deze plaatsen werden gekenmerkt door de vele experimenteermogelijkheden, eigen verantwoordelijkheden en eigen initiatief. Op dit moment komen de meeste broedplaatsen in de Randstad voor, maar ook andere gemeenten zien dat de creatieve en innovatieve gebieden passend zijn binnen de doelen van gebiedsontwikkeling (Sterre & Stad, 2013, p. 11). De reden dat broedplaatsen tegenwoordig ook vaak actief worden ingezet door beleidsmakers, is omdat ze verwacht worden positieve gevolgen te hebben voor gedevalueerde gebieden (Verschoor, 2009; Sterre & Stad, 2013, p. 12). In de inleiding zijn drie typen broedplaatsen aan bod gekomen. Voor dit onderzoek is specifiek gekozen voor het type *Interact*, vanwege de maatschappelijke doelstelling en de verbinding met de buurt.

In dit theoretisch kader worden de mogelijke sociale/maatschappelijke effecten van creatieve broedplaatsen van het type *Interact* uiteengezet. In de eerste paragraaf wordt de definitie van creatieve broedplaatsen gegeven, daarnaast wordt ingegaan op de mogelijkheden die creatieve broedplaatsen kunnen bieden voor ondernemers, maatschappelijke organisaties en exploitanten van publieke voorzieningen. Hierbij ligt de nadruk op interne effecten zoals samenwerking en het ontstaan van creatieve netwerken binnen creatieve broedplaatsen. Na deze paragraaf ligt de nadruk op externe effecten; mogelijke effecten van creatieve broedplaatsen op wijkniveau. In de tweede paragraaf wordt het begrip sociale cohesie gedefinieerd en vervolgens zullen drie componenten van sociale cohesie aan bod komen die relevant zijn voor dit onderzoek. Deze zijn; het creëren van ontmoetingen en netwerken, het leiden tot meer openheid voor diversiteit en het bijdragen aan verbondenheid en identiteit. Daarna komt de mogelijke invloed op de leefbaarheid aan bod. Dit hoofdstuk zal worden afgesloten met een deelconclusie en de onderzoeksvragen van dit onderzoek.

2.2 INTERNE MOGELIJKHEDEN EN EFFECTEN VAN CREATIEVE BROEDPLAATSEN

Steden besteden meer aandacht aan de ontwikkeling van creativiteit in hun stad (Florida, 2003). Volgens Gertler (2004) moet de kracht voor het creëren van een creatieve stad gezocht worden in kleinschalige creatieve ontwikkelingen op wijkniveau. Leegstand biedt kansen mogelijkheden voor nieuwe creatieve initiatieven, zoals creatieve broedplaatsen (Kompier, 2009, p. 435). In veel steden wordt een tekort aan werkruimten voor creatieven en de leegstand van gebouwen steeds vaker bestreden door de realisatie van creatieve broedplaatsen. Panden die hun oorspronkelijke bestemming niet meer vervullen, worden herontdekt. Er ontstaan creatieve broedplaatsen, waar ondernemers, creatievelingen en kunstenaars elkaar vinden en een samensmelting van functies en bedrijvigheid plaatvinden (Conceptional, 2013). Voor het begrip creatieve broedplaatsen bestaan verschillende definities. Het is relevant voor dit onderzoek dat er een eenduidige definitie wordt gegeven van het begrip. In dit onderzoek wordt de definitie van Verschoor (2009) aangehouden, omdat deze het meest compleet is. Verschoor (2009) definieert creatieve broedplaatsen als:

“een complex van werk- en oefenruimte, al dan niet in combinatie met woonruimten, voor een samenwerkende groep van hoofdzakelijk creatieve ondernemers en daarnaast maatschappelijke organisaties en exploitanten van publieke voorzieningen, waar zij onder de juiste financiële en facilitaire condities en in een inspirerend klimaat hun werk kunnen produceren en presenteren, niet primair gericht op commercieel succes.”

Deelsectoren creatieve economie

Creatieve broedplaatsen bieden ruimte voor ondernemers en creatieve initiatieven. Creatieve ondernemers kunnen het pand gebruiken voor commerciële doeleinden of om zich in te zetten voor een maatschappelijk relevant doel of een publiek belang. In creatieve broedplaatsen komen kleine en middelgrote bedrijven of zelfstandigen zonder personeel samen. Deze bedrijven zijn vaak onderdeel van de creatieve industrie. Caves (2000, p. 1) definieert de creatieve industrie als bedrijfstakken die goederen en diensten leveren die we associëren met culturele, artistieke of entertainment waarde. De creatieve sector ontwikkelt nieuwe concepten, ideeën en ervaringen (Rutten e.a., 2010). De kleine en middelgrote bedrijven worden geroemd om innovatiedrang (Storey, 1994). Rutten e.a. (2010, p. 2) hebben een onderverdeling gemaakt van deelsectoren in de creatieve economie.

- kunsten en cultureel erfgoed: podiumkunsten (muziek, dans theater), scheppende kunsten (beeldende kunst, fotografie, letteren), cultureel erfgoed (musea, monumenten, kunstuitlen).
- media en entertainment: omroep (radio, televisie), pers media (kranten, tijdschriften, fotografie), film, muziekindustrie, boekenindustrie, gaming.
- Creatieve zakelijke dienstverlening: vormgeving en ontwerp (architectuur, mode, industrieel- en grafisch ontwerp), communicatie en informatie (reclame, nieuwe media, organisatie van evenementen).
- Creatieve broedplaatsen kunnen ook een plek bieden aan maatschappelijke organisaties en exploitanten van publieke voorzieningen (zoals horeca en kleinschalige detailhandel) (Westerkamp e.a., 2004).

Interne samenwerking en synergie

Volgens de Jong (2015) zouden creatieve broedplaatsen een grote aantrekkingskracht hebben op startende en kleine creatieve ondernemingen. Dit heeft voornamelijk te maken met het feit dat creatieve broedplaatsen relatief betaalbare werkplekken kunnen faciliteren (de Jong, 2015, p. 4). Verschoor (2009, p. 37) voegt hier een aantal kenmerken aan toe; functionele eisen op het gebied van ruimte en licht en de mogelijkheid om wonen en werken te combineren, het inspirerende klimaat, toegang tot financiering of mogelijkheden om kennis te creëren. In de creatieve industrie zijn productie- en innovatieprocessen vaak sterk afhankelijk van sociale netwerken (Potts e.a., 2008). Een creatieve broedplaats vormt een belangrijke ontmoetingsplek voor ondernemers uit verschillende netwerken en sectoren. Uit het onderzoek van de Jong (2015) blijkt; Hoe jonger en kleiner het bedrijf, hoe groter de behoefte is om deel uit te maken van een netwerk van creatieve bedrijvigheid. Daarnaast blijkt dat creatieve ZZP'ers en MKB-bedrijven het meest productief zijn in netwerken waarbinnen risico's, kennis en vaardigheden gedeeld kunnen worden en nieuwe zakelijke contacten kunnen worden opgedaan (de Jong, 2015, p. 3).

Over de wijze waarop het broedplaatsenbeleid van gemeenten moet worden ingevuld ontstaat steeds meer discussie. Een van de centrale punten is de rol van diverse partijen in de realisatie van creatieve broedplaatsen. Kunnen de op een 'kunstmatige manier' ontstane broedplaatsen net zo'n succes worden als de oorspronkelijke en zonder hulp van buitenaf ontstane creatieve broedplaatsen (Sargentini, 2012)?

Törnqvist (1983) en Eckhardt (2007) hebben een aantal voorwaarden omschreven waaraan een creatief milieu moet voldoen. Törnqvist (1983) stelt dat om tot synergie te komen binnen een creatief milieu verschillende factoren nodig zijn, zoals competenties, communicatie en ontmoetingsplekken. Eckhardt (2007) onderzocht de aan- en afwezigheid van stimulerende en belemmerende factoren van kruisbestuiving. Kruisbestuiving wordt omschreven als proces dat optreedt binnen een samenwerkingsverband tussen twee of meer partijen, wanneer de partijen en gemeenschappelijk doel nastreven en er uitwisseling ontstaat tussen de partijen. Diversiteit, uiteenlopende eigenschappen van gebruikers, de toegankelijkheid tot een breed netwerk en functiemenging kunnen kruisbestuiving stimuleren. Top-down management, waarbij alles (inclusief gebouwbeheer) van bovenaf wordt geregeld zijn belemmerende factoren volgens Eckhardt (2007). Ook Törnqvist (1983) stelt dat geplande milieus zelden creatief zijn en treedt er geen synergie op tussen de verschillende factoren in zo'n milieu. Creatieve milieus zouden volgens Törnqvist (1983) min of meer spontaan ontstaan onder invloeden van activiteiten van mensen.

In deze paragraaf is ten eerste de definitie van creatieve broedplaatsen gegeven. Ten tweede is aan bod gekomen welke verschillende vormen en functies creatieve broedplaatsen kunnen bieden en welke voorwaarden daarbij van belang zijn. De nadruk van deze paragraaf lag op de interne effecten en mogelijkheden van creatieve broedplaatsen. In het empirische gedeelte van dit onderzoek wordt bekeken welke soorten ondernemingen betrokken zijn bij de creatieve broedplaatsen. Daarnaast wordt geanalyseerd welke factoren belangrijk zijn bij de keuze van huurders om zich te vestigen in een creatieve broedplaats en wordt geanalyseerd in hoeverre er sprake is van synergie en interne samenwerking in de creatieve broedplaatsen.

2.3 SOCIALE COHESIE

Één van de belangrijkste aannamen die zijn gemaakt over de sociale effecten van broedplaatsen, is dat het bij zou dragen aan sociale cohesie op buurtniveau (Verschoor, 2009). Sociale cohesie zou worden bereikt door te voorzien in een laagdrempelige toegang en een programmering die tegemoet komt aan een breed palet aan voorkeuren van verschillende (etnische) groepen (Verschoor, 2009, p. 91). Sociale cohesie is echter een breed, complex begrip en wordt op verschillende manieren gedefinieerd en geconceptualiseerd. Dekker & Bolt (2005) omschrijven sociale cohesie als 'lijm' die een sociaal systeem bijeenhoudt. Sociale cohesie kan volgens Schuyt (1997) gedefinieerd worden als de interne bindingskracht van een sociaal systeem. Sociale cohesie is in eerste plaats een systeemkenmerk en geen persoonlijk kenmerk. Sociale cohesie kan vanuit verschillende invalshoeken worden bekeken. Soms ligt de nadruk op één dimensie, namelijk onderlinge sociale contacten, terwijl sociale cohesie een veel breder begrip is (Bolt & Torrance, 2005, p. 14). Sociale cohesie kan bovendien op verschillende schaalniveaus plaatsvinden; zowel op nationaal en interstedelijke schaal als op buurt- of wijkniveau (van Marissing e.a., 2004, p. 16). Er kan onderscheid gemaakt worden tussen interne en externe sociale cohesie (de Hart 2002). Interne cohesie verwijst dan naar de integratie binnen een groep en externe cohesie naar integratie tussen groepen. Beide vormen van sociale cohesie worden geanalyseerd in dit onderzoek.

Verschillende dimensies van sociale cohesie

Er zijn door diverse wetenschappers verschillende dimensies genoemd waaruit sociale cohesie bestaat. Forrest & Kearns (2000) hebben vijf dimensies van sociale cohesie onderscheiden: gemeenschappelijke normen en waarden, sociale controle, sociale solidariteit, sociale netwerken en identificatie met de plaats (buurtbinding). Putnam (2000) en Bolt & Torrance (2005) wijzen daarnaast op het belang van maatschappelijke betrokkenheid en participatie. Mensen die actief participeren in de buurt, voelen zich ook meer verbonden met de buurt. Ook in het onderzoek van Verschoor (2009, p. 45) wordt gesteld dat kunstprojecten bij kunnen dragen aan het versterken van het engagement en betrokkenheid van bewoners voor de buurt. Actieve en publieksparticipatie in kunst en cultuur wordt gekoppeld aan het ontstaan van sociale cohesie tussen buurtbewoners, het creëren van begrip voor verschillende culturen en leeftijden, betrokkenheid in buurtactiviteiten en het verminderen van isolement en sociale exclusie (Ketelaars & Metze, 2011, p. 62; Matarasso, 1997). Dus, door te participeren in de buurt, kunnen bewoners in contact komen met andere bewoners, waardoor hun vertrouwen in buurtbewoners toeneemt en de binding met de buurt kan worden versterkt (van Marissing, 2008, p. 22; Jenson, 1998, p. 6). Ook wordt in het onderzoek van Verschoor (2009, p. 107) gesteld dat wanneer creatieve broedplaatsen met hun programmering aandacht besteden aan de perceptie van bewoners op de wijk, dit bij kan dragen aan het versterken van de lokale identiteit.

Kunst en cultuur in de wijk heeft in Nederland de afgelopen 10 jaar een steeds grotere rol gekregen in de ontwikkeling van wijken met leefbaarheidachterstanden. Het onderzoek *Culturele Interventies in Krachtwijken* (2011) laat zien dat deze interventies in krachtwijken hebben bijgedragen aan sociale cohesie en een hogere waardering van de leefbaarheid en actief burgerschap. Een belangrijk doel van sociaalgerichte culturele interventies is het vergroten van het thuisgevoel of de buurtbinding; het ontmoeten van buurtbewoners in culturele interventies leidt tot het ontstaan van sociale netwerken die de deelnemers ook de fysieke omgeving anders doen beleven (Trienekens, 2012, p. 5). Segregatie van mensen met lage inkomens en segregatie van allochtonen wordt gezien als bedreiging voor maatschappelijke integratie (Bolt & Torrance, 2005). Het idee bestaat dat kunstprojecten zouden kunnen bijdragen aan het

verminderen van deze segregatie (Verschoor, 2009). Over de effectiviteit van deze toegepaste interventies is tot nu toe weinig bekend. Wel bestaan er in de wetenschappelijke literatuur verschillende meningen over het mengen van diverse bevolkingsgroepen. Enerzijds wordt gesteld dat het mengen van huishoudens met een verschillende sociaaleconomische status zou niet direct resulteren in meer contact tussen bewoners (Vervoort, 2011). Aandachtwijken lijken voor de middenklasse vooral de functie te vervullen van een geschikte, betaalbare uitvalsbasis of een transitiefase in woon carrière van starters op de woningmarkt zonder kinderen (Wittebrood e.a., 2011). Meerdere etnische of religieuze groepen binnen een buurt kunnen naast elkaar leven, zonder dat er tussen de groepen interacties ontstaan (Forrest & Kearns, 2001, p. 2134). De keerzijde van sociale cohesie is dat er vormen van sociale ongelijkheid en van uitsluiting op buurtniveau kunnen ontstaan (Jenson, 1998, p. 15). Dit kan voorkomen wanneer bepaalde groepen worden uitgesloten of wanneer er sprake is van intolerantie en disrespect voor diversiteit. Ook kan een sterke sociale cohesie binnen bepaalde deelgemeenschappen van bevolkingsgroepen in een wijk negatief uitpakken. Het kan zo zijn dat bepaalde groepen die niet participeren en niet deelnemen aan activiteiten van broedplaatsen zich uitgesloten voelen.

Anderzijds zijn er ook wetenschappers die positief staan tegenover het mengen van diverse bevolkingsgroepen; diversiteit kan de tolerantie verhogen, doordat mensen door onderling contact vertrouwd raken met elkaar (Wessel, 2009).

Sociale cohesie wordt in dit onderzoek gehanteerd als overkoepelend begrip dat een combinatie vormt van theorieën van Forrest & Kearns (2000), Bolt & Torrance (2005) en Jenson (1998). In dit hoofdstuk worden drie componenten van sociale cohesie gehanteerd, namelijk sociale interacties en netwerken door middel van het bieden van ontmoetingsplekken, het creëren van begrip voor verschillende culturen en leeftijden en het bijdragen aan verbondenheid en de lokale identiteit.

2.3.1 ONTMOETINGEN, NETWERKEN EN INTERACTIES

Ontmoetingen

Sociale interacties tussen individuen vormen de basis voor sociale netwerken. Het ontstaan van contacten zouden kunnen leiden tot lokale netwerken, nieuwe inzichten, tolerantie en gemeenschapsgevoelens (Fischer, 1982; Wellman, 1979; Blokland, 2009; van Melik, 2008). Het ontstaan van relaties tussen burens is sterker in het geval naarmate er ontmoetingsplaatsen aanwezig zijn in een buurt (Flap & Völker, 2005, p. 56). De ontmoetingskansen worden behalve de ontmoetingsgelegenheden ook beïnvloed door de tijd die men in de buurt doorbrengt, de mate waarin men aan de buurt is gebonden, de mate waarin buurtbewoners synchrone levensritmes hebben en ten slotte de stabiliteit in de wijk (Flap & Völker, 2005, p. 43). In het artikel van Flap & Völker (2005) wordt gesteld dat wanneer buurtbedrijven mogelijkheden bieden voor ontmoetingen, de verwachting is dat dit ten goede komt aan sociale samenhang in de buurt. De sociale samenhang kan weer samengaan met minder problemen op het gebied van overlast en onveiligheid (Marlet, 2010, p. 94). Buurtbedrijven als creatieve broedplaatsen dienen behalve als werkgever dus ook als ontmoetingsplekken voor buurtbewoners en bieden hierbij mogelijkheden voor het leggen van contacten, waardoor de kans op het ontstaan van sociale netwerken en sociale samenhang in de buurt wordt vergroot (Schutjens e.a., 2010, p. 130).

Creatieve broedplaatsen kunnen door het aanbieden van cursussen en programma's dus mogelijkheden bieden voor het ontstaan van ontmoetingen, waardoor contacten tussen buurtbewoners ontstaan (Verschoor, 2009). De kwaliteit van de contacten kunnen echter een verschillende betekenis hebben (Pinkster, 2008, p. 25). Putnam (2000) heeft verschillende soorten netwerken en sociale contacten onderscheiden.

Bonding capital – bij bonding capital gaat het over sterke bindingen (*primary ties*) tussen mensen, die weinig nieuwe informatie opleveren. Homogene groepen en specifieke identiteiten worden door verbindende netwerken verspreid. Deze bindingen zijn sterk binnen een bepaalde groep, maar kunnen leiden tot sociale fragmentatie in de bredere samenleving.

Bridging capital – Bij bridging capital gaat het juist om zwakke bindingen (*secondary ties*), maar wel om relaties die informatie opleveren over de bredere wereld (Granovetter, 1973). Deze overbruggende netwerken zijn meestal heterogeen. Overbruggende netwerken zijn belangrijk voor extern vermogen en

het verspreiden van informatie. Het idee is dat wonen in een arme buurt zich weerspiegelt in een kansarme sociaal netwerk met weinig nuttige sociale hulpbronnen. Sociale relaties vormen een belangrijke bron van informatie en steun (Pinkster, 2008, p. 22). Purdue (2001) benadrukt de belangrijke rol van maatschappelijke organisaties; zij kunnen bijeenkomsten organiseren, waardoor bewoners elkaar leren kennen en een sociaal netwerk kunnen vormen. Sleutelpersonen zijn daarbij belangrijk voor het vormen van een netwerk in de buurt. Zij kunnen ervoor zorgen dat individuele leden van een groep elkaar vertrouwen en dat zij daarnaast vertrouwen hebben in andere partijen waarmee zij om de tafel zitten. Deze vorm van sociale netwerken zijn dus een belangrijk middel van mensen om hun doelen te verwezenlijken, of het nu gaat om het vinden van een baan, het verkrijgen van politieke invloed of het verbeteren van een buurt. Volgens de sociale netwerkbenadering leidt een groter en gevarieerder sociaal netwerk tot betere arbeidsperspectieven en uiteindelijk tot meer maatschappelijk succes en sociale stijging (Bolt & ter Maat, 2005, p. 58; Pinkster, 2008, p. 22; Glass, 1963).

Het creëren van ruimten waar ontmoetingen kunnen plaatsvinden en sociale relaties kunnen worden ontwikkeld is dus relevant. Binnen het sociaal kapitaal perspectief gaat het er vooral om dat mensen, zeker in achterstandsposities meer kansen krijgen voor het ontwikkelen van sociale relaties die toegang geven tot hulpbronnen (Blokland, 2008, p. 19). In dit onderzoek vormen de broedplaatsen dus de 'setting', waarbinnen individuele activiteiten en interacties worden georganiseerd. Dit is gebaseerd op de focustheorie van Feld (1981), waarbij de veronderstelling is dat mensen interacties en netwerken ontwikkelen rondom bepaalde settings.

Over de mate van contact op buurtniveau bestaan echter verschillende theorieën. Aan de ene kant stelt stellen McPherson e.a., (2001) dat mensen eerder contact hebben met mensen die in geografische zin dichtbij hen zijn, dan met mensen die ver weg wonen. Dit wordt ook wel de nabijheidshypothese genoemd. Echter worden in netwerkstudies steeds vaker vraagtekens gesteld bij het bestaan en het belang van sociale contacten op buurtniveau. Het bestaan van een gemeenschap wordt niet langer bepaald door de plaats waar iemand woont, maar door persoonlijke, grenzeloze netwerken. Dit zal terug komen in de volgende paragraaf.

Netwerken

Volgens Wellman e.a. (2000) is er tegenwoordig sprake van een netwerksamenleving. Individuen bouwen hun netwerk op basis van hun interesses, waarden en affiniteiten. Deze gedeelde interesses zijn belangrijker geworden dan de nabijheid van contacten. Het netwerk van mensen is ruimer geworden in de zin van het aantal personen, maar ook in termen van geografische reikwijdte (Steyaert, 2001). Sommigen wetenschappers geloven dat in de globaliserende wereld, lokale gemeenschappen aan belang hebben verloren, terwijl anderen geloven dat de rol van gemeenschappen en wijkcontacten nog steeds belangrijk is. Netwerkstudies hebben aangetoond dat de buurt niet erg belangrijk is in het leven van mensen. Diverse onderzoeksresultaten tonen aan dat niet meer dan 10% van persoonlijke netwerkrelaties gevuld worden door burenelaties (Völker, 1999). Mollenhorst e.a. (2009) hebben dit onderzocht en hebben gevonden dat wijkrelaties wel belangrijk zijn in informele persoonlijke netwerken. Dit houdt in; het brengen van een bezoek en het helpen van burens met het vinden van banen.

Verschiedende netwerkstudies houden zich bezig met de vraag of er nog wel 'communities' op buurtniveau bestaan. Deze studies richten zich op de mate van verbondenheid met een gemeenschap of buurt. Moderne stadsmensen zouden namelijk 'rootless' zijn geworden en hun connectie met het lokale hebben verloren (Fischer, 1982, p. 158). Contacten zouden steeds meer verspreid zijn over grotere gebieden, losstaand van grenzen. Deze verandering wordt verklaard doordat mensen steeds mobieler zijn geworden, door de scheiding van werk-, woonplaats en familie(groepen) en door technische mogelijkheden op het gebied van transport en communicatie (Sheller & Urry, 2006). Hierdoor neemt de kans toe dat mensen in de stad meer secundaire banden zullen ontwikkelen, die niet langer gebonden zijn aan een bepaalde locatie (Wellman, 1979, p. 1206). Volgens Wellman e.a. (2000, p. 160) is er sprake van *networked individualism*. Individuen bouwen hun netwerk (offline en online) op basis van interesses, waarden en affiniteiten. Deze vorm van samenzijn is niet afhankelijk van het fysieke samenzijn van een groep, maar van communicatie tussen individuen op verschillende plaatsen en tijdstippen door middel van communicatietechnologieën. Sommige wetenschappers stellen dat traditionele vormen van

gemeenschappen steeds verder afnemen. Door internet kan sociale cohesie in de buurt afnemen, omdat buurtbewoners activiteiten op internet onderhouden zonder de deur uit te gaan (Wellman, 2001).

Ook sociale media spelen hierbij een rol. Sociale media spelen een steeds grotere betekenis bij het vormen van netwerken. Vooral sociale netwerken als Facebook en Twitter zijn populair (van den Bighelaar & Akkermans, 2013, p. 2). Voor broedplaatsen kunnen sociale media van groot belang zijn voor het aantrekken van bezoekers en voor het werven van creatieve ondernemers. Bedrijven zetten sociale media dan ook vaak in voor marketingdoeleinden, bijvoorbeeld om een specifieke doelgroep te bereiken (Harris & Rea, 2009).

Veel beleidsmakers kennen veel waarde toe aan de invloed van de buurt op het leven van haar bewoners. De gerichtheid op de buurt varieert naar bepaalde huishoudens- of persoonskenmerken. Over het algemeen gaan kenmerken als een lage opleiding, een laag inkomen, een hoge leeftijd en het hebben van kinderen samen met een sterkere gerichtheid op de buurt (Bolt & Torrance, 2005, p. 17). Daarnaast zouden ook etnische minderheden en kansarmen meer gericht zijn op de buurt (Van Kempen, 2010). De sociale netwerken van kansarme bewoners zijn vaak beperkter. De buurt is daarbij wel een belangrijke potentiële ontmoetingsplek voor kansarme bewoners vanwege hun gebrek aan financiële en materiële hulpbronnen om bijvoorbeeld grotere afstanden af te leggen (Pinkster, 2008, p. 21). Daarnaast stellen De Wijs-Muskens (1999) en van Beckhoven & van Kempen (2003) dat sociale contacten vaak zijn gebonden aan leefstijlen en daardoor vooral voor huishoudens met een hoog inkomen wijkoverschrijdend zijn. Werk, winkelen en vrijetijdsactiviteiten vinden voor hen niet alleen plaats in de buurt. Kortom, bepaalde bewoners zijn voor hun dagelijkse activiteiten meer gericht op de buurt, terwijl anderen, ook wel aangeduid als cosmopolitans (hoogopgeleiden) zich veel meer richten op de wereld buiten de directe woonomgeving. Deze groepen hebben vaak een breder netwerk van activiteiten (van Beckhoven & van Kempen, 2003). Daarnaast wijzen verschillende auteurs op het feit dat sociale cohesie gemakkelijker te bereiken zou zijn in dorpse samenlevingen dan in steden (van Marissing, e.a., 2004, p. 15).

Vanuit dit perspectief zijn de concepten *community lost*, *saved* en *liberated* ontworpen door Wellman (1979).

- Community lost- wijkrelaties zijn minder belangrijk. In de maatschappij zouden slechts onpersoonlijke en oppervlakkige contacten overheersen en sociale isolatie.
- Community saved – vanuit dit perspectief wordt beargumenteerd dat de samenleving wordt gekenmerkt door de aanwezigheid van primaire contacten en verwantschap, sociale solidariteit die is gebaseerd op gedeelde gevoelens, normen en waarden, een gemeenschappelijke identiteit en dichte sociale netwerken.
- Community liberated – In steden zou sprake zijn van een veelheid aan sociale werelden, waarbinnen mensen juist intensieve relaties met elkaar ondervinden.

In dit onderzoek wordt onderzocht in hoeverre de creatieve broedplaatsen hebben geleid tot nieuwe ontmoetingen, contacten en interacties tussen buurtbewoners. Ook wordt gekeken wat de betekenis is van deze contacten en of hier bepaalde effecten door zijn ontstaan, zoals het creëren van een betekenisvolle netwerken door het verkrijgen van informatie of hulpmiddelen. Daarbij wordt rekening gehouden met de rol van sociale media om te zien in hoeverre dit heeft bijgedragen aan het ontstaan van contacten of promotie. Ten slotte wordt gekeken naar verschillen tussen persoonskenmerken bij de doelgroepen die de broedplaatsen bezoeken en tussen wie de contacten plaatsvinden.

2.3.2 OPENHEID VOOR DIVERSITEIT/CROSSING SOCIAL BOUNDARIES

Verschillende onderzoeksresultaten ondersteunen een positieve relatie tussen participatie aan kunstprojecten en sociale cohesie. Uit onderzoeken van Matarasso (1997), Saris e.a. (2011) en Wali e.a. (2002) bleek dat kunstprojecten of culturele interventies in wijken die als doel hebben de sociale cohesie te stimuleren, onder andere meer begrip voor verschillende culturen en leefstijlen willen creëren. Uit het onderzoek van Wali e.a. (2012) blijkt dat kunstprojecten de kloof tussen verschillende culturen het beste weten te overbruggen door kunstenaars met verschillende leeftijden en culturen samen aan het project te laten werken. Daarnaast blijkt het van belang dat de projecten op toegankelijke locaties plaatsvinden. Hierdoor wordt vertrouwen gewekt dat nodigt uit voor deelname.

Ook Heijnen (2011) stelt dat het nastreven van meer diversiteit op basis van leeftijd en andere factoren als etniciteit, klasse, beperkingen en religie, een maatschappelijke meerwaarde heeft (Heijnen, 2011, p. 20). Ontmoetingen brengen je in contact met andere mensen, gedachten, gevoelens en culturen. Door ontmoetingen voelt men zich bekend en voelt men zich thuis in de wijk, waardoor men zich prettiger en veiliger voelt (Blokland, 2008, p. 3). Dagelijkse ontmoetingen met een diverse bevolking zou daarnaast een meer open houding geven aan mensen in het ontwikkelen van banden met mensen die verschillend zijn (Blokland & van Eijk, 2009, p. 325). Het toelaten van een grotere diversiteit aan leefstijlen en mensen vermindert daarnaast ook ongelijkheid en uitsluiting. In Nederland wordt de concentratie van lage inkomensgroepen gezien als risicofactor voor de leefbaarheid van wijken. In de Nota Stedelijke Vernieuwing van 1997 wordt daarom het belang van een gedifferentieerde samenstelling van de bevolking aanbevolen. Het idee dat via een differentiatie van woningvoorraad en bevolkingssamenstelling sociale problemen in stadswijken opgelost kunnen worden, leeft zowel bij overheden als woningcorporaties (Bolt & Torrance, 2005).

Het idee hierachter is dat het betrekken van mensen van verschillende achtergronden zou kunnen leiden tot meer begrip en het afnemen van angst. Wanneer echter wordt gekeken naar empirische resultaten, blijkt dat een gemengde samenleving niet altijd de gewenste positieve effecten oplevert (Sampson & Graif, 2009, p. 1599). Vanuit wetenschappelijke hoek is er veel kritiek gekomen op het idee dat mening van bevolkingsgroepen in een wijk leidt tot meer onderlinge contacten. De ontmoetingen die plaatsvinden zijn niet altijd even betekenisvol. Ontmoetingen leiden niet direct tot contacten en het betrekken van personen in hun sociale netwerk (Valentine, 2008). Gijsberts e.a. (2010) stellen dat niet-westerse migranten in mindere mate in contact komen met autochtonen wanneer zij in een etnische concentratiebuurt wonen, omdat de ontmoetingskansen tussen allochtonen en autochtonen in dat geval klein zijn. In gemengde wijken zijn de netwerken van buurtbewoners niet meer gemengd dan die van bewoners elders (Blokland, 2008, p. 19). Ook Bolt & Torrance (2005) geven aan dat een gedifferentieerde bevolkingstelling niet direct leidt tot gemengd leven. Gezamenlijke interesses zijn belangrijker dan de samenstellingen van de buurtbevolking. Wanneer mensen in een omgeving wonen waar veel mensen van verschillende culturele achtergronden wonen, trekken de mensen met dezelfde etniciteit vaak meer naar elkaar toe en sluiten anderen buiten (Flap & Völker, 2005). Dit sluit aan bij de homogeniteitstheorie. Mensen gaan het liefst om met mensen die op hen zelf lijken (McPherson e.a., 2001). Deze gelijkenissen kunnen bijvoorbeeld etniciteit en opleidingsniveau zijn (Gijsberts e.a., 2010). Butler (2003) stelt dat verschillen in leefstijl zelfs tot conflicten kunnen leiden. Nieuwkomers zijn niet bereid om te investeren in het sociaal kapitaal in een wijk of hebben voornamelijk sociale relaties met mensen met dezelfde leefstijl. Dit kan leiden tot een toenemende polarisatie in de sociale structuur van een wijk (Butler, 2003, p. 2469).

Volgens Amin (2002, p. 970) kunnen betekenisvolle contacten ontstaan op het lokale niveau zoals sportclubs, theatergezelschappen, omdat hierbij sprake is van georganiseerde groepsactiviteiten waarbij personen met verschillende achtergronden bij elkaar worden gebracht. Dit kan etnische stereotypen helpen verminderen. Echter, vaak worden deze initiatieven georganiseerd vanuit een bepaalde groep uit een gemeenschap, waardoor het plekken van *sociale exclusion* kunnen worden. De manier waarop projecten opgesteld zijn voor buurtbewoners kan daardoor gevolgen hebben voor wie uiteindelijk gebruik kan maken van de projecten en wie uitgesloten worden.

In het onderzoek van Wali e.a. (2002) worden factoren genoemd die barrières kunnen verlagen voor deelname zodat sociale grenzen kunnen worden overwonnen.

- het is belangrijk dat de plekken toegankelijk zijn en toegankelijk voelen.
- de activiteiten moeten financieel toegankelijk zijn.
- alle talentniveaus zijn welkom in de groep.

Kortom, de manier waarop de locaties zijn opgesteld en toegankelijk zijn voor gebruikers en buurtbewoners, kan gevolgen hebben voor wie uiteindelijk gebruik maken van het project en wie uitgesloten wordt.

In het empirische gedeelte wordt geprobeerd antwoord gegeven op de vraag in hoeverre creatieve broedplaatsen hebben bijgedragen aan het creëren van meer begrip voor verschillende etnische en culturele verschillen. Daarnaast wordt gekeken in hoeverre broedplaatsen toegankelijk zijn en bij hebben

gedragen aan het ontwikkelen van interculturele interacties of netwerken. Hierbij wordt gekeken naar het aanbod van cultureel diverse programma's die aanwezig zijn en naar bezoekerskenmerken.

2.3.3 VERBONDENHEID EN IDENTITEIT

Creatieve broedplaatsen kunnen ook invloed hebben op het beeld dat overige bewoners uit de wijk of van elders buitenaf hebben. Hierbij gaat het om de relatie tussen een persoon en de fysieke omgeving, een *place identity* (Billig, 2005, p. 127). De fysieke uitstraling van een gebouw kan invloed hebben op het beeld dat bewoners over de broedplaats zelf hebben. Madanipour (2006) stelt dat naast visuele en fysieke kenmerken ook communicatie-uitingen zoals reclame en marketing kunnen bijdragen aan een veranderende identiteit. Zowel offline als online kunnen broedplaatsen zichzelf dus zichtbaar maken en een imago creëren, bijvoorbeeld door gebruik te maken van graffiti op de muur en door een Facebook pagina (Sterre & Stad, 2015). De belevingswaarde van objecten en gebouwen wordt volgens Hendriks (1999) beïnvloed door de kennis die men bezit over een gebouw of object. Daarnaast bepalen individuele verschillen, culturele factoren en sociale condities deze beoordeling (Bell e.a., 2001).

Daarnaast kunnen creatieve broedplaatsen bijdragen aan een gemeenschappelijke identiteit binnen een bepaald gebied; een *'imagined community'*, waarbij men zich onderdeel voelt van een buurtgemeenschap (Blokland, 2003). De mate waarin men zich verbonden voelt met de omgeving is een belangrijke component van sociale cohesie. Echter is deze component niet erg tastbaar. Trots, imago en gevoelens van verbondenheid over de woonomgeving zijn bepaalde gevoelens die buurtbewoners kunnen hebben (Bolt & Torrance, 2005, p. 18). De sociale betekenis van de wijk is vaak niet te herleiden tot feitelijke contacten, maar met het gevoel van verbondenheid met de buurt of straat (Blokland-Potters, 1998). Volgens Bolt & Torrance (2005) wordt de identificatie met de buurt vaak ingegeven door de wens om een eigen individuele leefstijl tot uitdrukking te brengen. Een *imagined community* heeft vaak een homogeen karakter en bevestigt de identiteit van de bewoners (Bolt & Torrance, 2005). Bewoners hebben vaak het gevoel wel of niet bij elkaar te horen op basis van gelijke ideeën en leefstijlen. Verbondenheid kan toenemen wanneer mensen dezelfde normen en waarden hebben; er is overeenstemming over opvattingen de ongeschreven regels in de buurt (Forrest & Kearns, (2001). Daarnaast geven Bolt & Ter Maat (2005, p. 61) aan dat verschillende onderzoeken hebben aangetoond dat woonduur een belangrijke rol speelt bij het ontstaan van emotionele buurtbinding. Hoe langer iemand in een buurt woont, hoe groter de kans dat burens elkaar kennen en er een gemeenschapsgevoel bestaat (Völker e.a., 2007). Verhuisbewegingen hebben een negatieve invloed op de sociale cohesie in de vorm van wederzijdse acceptatie en het gevoel van verbondenheid met de buurt (Kleinhans e.a., 2000).

Ook kunst en cultuur kunnen naast netwerkontwikkeling bijdragen aan identiteitsvorming van de wijk en verbetering van het imago (Richards, 2004). Community art projecten worden vaak ingezet als instrument om te werken aan sociale vraagstukken in wijken. Deze projecten worden vaak ingezet in aandachtswijken en zijn gericht op mensen die weinig mogelijkheden tot actieve cultuurparticipatie hebben (Heijnen, 2011, p. 3). Naast dat kunst en cultuurprojecten van invloed kunnen zijn op de beeldvorming en perceptie van bewoners over hun buurt, kan het ook van invloed zijn op persoonlijke identiteit of groepsidentiteit, zoals trots op eigen cultuur, het gevoel ergens bij te horen (Turner, 2006; Matarasso, 1997). Een van de voordelen van kunst voor gemarginaliseerde gemeenschappen is de mate waarin deze projecten kunnen leiden tot een verbetering van het imago van de gemeenschap en gevoelens van leden van de gemeenschap over de gemeenschap (Kay, 2000; Stern & Seifert, 2009). Culturele interventies kunnen zich bijvoorbeeld richten op het tegengaan van negatieve beeldvorming over bepaalde groepen (Trienekens, 2009, p. 21). Zo stelt Freire (2007) dat door culturele interventies, zoals community art een 'stem kan worden gegeven' aan individuen en bepaalde maatschappelijke groepen.

Een creatieve broedplaats kan dus volgens literatuur invloed hebben op het beeld dat bewoners hebben van de wijk. Ook kan het bijdragen aan de verbondenheid en identiteitsvorming door middel van kunstprojecten of door fysieke impact op de omgeving. In het empirische gedeelte wordt gekeken in hoeverre er verbondenheid bestaat tussen de bewoners en welke factoren de mate van verbondenheid beïnvloed. Daarnaast wordt geanalyseerd in hoeverre de creatieve broedplaatsen bijdragen aan het imago of de identiteit van groepen of de wijk.

2.4 LEEFBAARHEID EN GENTRIFICATION

Naast een bijdrage aan sociale cohesie zouden creatieve broedplaatsen ook een bijdrage kunnen leveren aan de leefbaarheid van de wijk (Verschoor, 2009, p. 117). Sociale cohesie zou kunnen bijdragen aan de tevredenheid van mensen en daarmee de leefbaarheid verhogen (Blokland, 2009). Leefbaarheid is een subjectief begrip; het gaat om ervaringen (van Gent, 2009, p. 85). Het kan worden gedefinieerd als 'de mate waarin de leefomgeving aansluit bij de voorwaarden en behoeften die er door de mens worden gesteld (Ledelmeijer e.a., 2008, p. 14). Leefbaarheid heeft dus betrekking op alle kenmerken van de omgeving, waarbij de gebouwde omgeving, veiligheid en de sociale omgeving als hoofdelement kunnen worden beschouwd (Ledelmeijer & van Kamp, 2008). De bouwstijl kan van invloed zijn op de leefbaarheid in de buurt, doordat de fysieke structuur van de buurt, voornamelijk hoogbouwbuurten, een negatief effect kan hebben op de sociale cohesie en hierdoor crimineel gedrag stimuleert. In veel flats is er sprake van anonieme publieke ruimten, zoals trappenhuizen, portieken en liften. Deze ruimten zijn vaak onoverzichtelijk, waardoor er sprake is van minder sociale controle. Verondersteld wordt dat dit zal leiden tot meer criminaliteit en overlast (Newman (1972). Naast de bouwstijl kan fysiek verval de leefbaarheid beïnvloeden (Blokland, 2009). Het schoonhouden van de buurt beïnvloedt de kwaliteit van de leefomgeving en dat is belangrijk voor het woongenot van bewoners (Van Bergeijk e.a., 2008).

Ook heeft leegstand vaak een negatief effect op de leefbaarheid; gebouwen raken verloederd en dit zorgt voor een negatieve uitstraling (Fikse e.a., 2008, p. 44). Wanneer leegstaande gebouwen weer een functie of een mix van functies krijgen, bijvoorbeeld wonen, bedrijvigheid en horeca, kan dit de leefbaarheid van de omgeving ten goede komen (Janssen & Beunen, 2012, p. 27). Creatieve broedplaatsen kunnen volgens Verschoor (2009, p. 85) een fysieke impact hebben op de omgeving door zichtbaarheid in de omgeving te creëren, de esthetiek van het gebouw te verhogen en een voormalig leegstaand gebouw of locatie te herontwikkelen. Transformatie naar woningen en/of andere functies voorziet in een grote maatschappelijke behoefte. Vanuit het oogpunt duurzaamheid, kunnen gebouwen worden behouden die qua architectonische of cultuurhistorische waarde een meerwaarde bieden voor bewoners (van Giezen, 2013, p. 8). Ook kunnen nieuwe functies aan een bestaand pand worden toegewezen waar wijkbewoners van kunnen profiteren. Aan de andere kant stellen Raspe e.a. (2010, p. 132) dat buurtbedrijven ongewild een negatief effect op de omgevingskwaliteit kunnen veroorzaken. Buurtbedrijven kunnen leiden tot overlast, verloedering en teveel bezoekers (Raspe e.a., 2010, p. 132).

Gentrification

In de discussie rondom broedplaatsen is gentrification een belangrijk begrip. Kunstenaars en de creatieve industrie kunnen een belangrijke rol vervullen tijdens de revitalisering van achtergebleven gebieden (Verschoor, 2009, p. 51). Door fysieke, economische en sociale wisselwerkingen in een wijk kan het proces van gentrification in gang worden gezet (Smith, 1987). Gentrification wordt op verschillende manieren gedefinieerd. Lees e.o. (2008) definiëren gentrification als een proces waarbij een wijk met een lage sociaaleconomische en fysieke status wordt geherstructureerd - in een relatief korte periode- naar een fysiek betere wijk met een hogere sociaaleconomische status door het aantrekken van hoog opgeleiden en de middenklasse. Ook kan een creatieve broedplaats worden ingezet om het proces van gentrification op gang te brengen. Kunstenaars spelen dan een belangrijke rol als 'gentrifiers'. Vaak vormen zij de eerste fase van het proces, door een voormalig achtergestelde wijk op te knappen (Ley, 1996). Gentrification is echter van een sporadisch proces steeds meer uitgegroeid tot een proces dat onderdeel is geworden in de stedelijke herstructureringsbeleid. Gentrification wordt als geschikte oplossing gezien om de positie van achterstandsgebieden te verbeteren (Kloosterman & van der Leun, 1999). Overheden en beleidsmakers zien het aantrekken van hogere inkomensgroepen als de oplossing voor het opwaarderen van wijken. Ook woningcorporaties zetten kunst en cultuur steeds vaker in als sociaal-ruimtelijke instrument (Smulders & Zebracki, 2012). Deze vorm van herontwikkeling heeft veel gevolgen gehad, maar niet alleen tot positieve effecten geleid. Door het opwaarderen van verslechterde huisvesting, stijgt de waarde van het onroerend goed (Zukin, 1987). Vaak gaat het proces van gentrification daardoor samen met 'displacement', waarbij de oorspronkelijke bewoners als gevolg van de toegenomen attractiviteit de huur niet meer kunnen opbrengen en daardoor uit hun wijk worden verdrongen (Zukin, 1987, p. 135). Ook heeft gentrification vaak invloed op de sociale cohesie, contacten en de bestaande sociale structuur. Bewoners kunnen een verlies aan sociale netwerken en sociaal kapitaal ervaren omdat andere oorspronkelijke bewoners die deel

uitmaakte van deze netwerken verhuisd zijn (Newman & Wyly, 2006). Daarnaast blijft het contact tussen nieuwe bewoners vaak oppervlakkig en in de ergste situatie zelfs vijandig (Uitermark & Duyvendak, 2007).

2.5 DEELCONCLUSIE EN ONDERZOEKSVRAGEN

In dit theoretisch kader zijn verschillende beweringen gedaan over de mogelijke sociale impact van creatieve broedplaatsen op de buurt of wijk. Zoals in de inleiding vermeldt, ligt in dit onderzoek de nadruk op broedplaatsentype *Interact*, waarin de interactie tussen de broedplaatsgebruikers en buurtbewoners centraal staat. De stedelijke waarde van *Interact* komt vooral tot uiting in broedplaatsen die een sociale impact op de wijk hebben (Verschoor, 2009). Het doel van dit type broedplaats is om nieuwe vaardigheden en visies bij omwonenden te leren door ze te laten mee participeren in de programmering. Daarnaast is het doel om de sociale cohesie te vergroten door te voorzien in een laagdrempelig toegang en in programmering die tegemoet komt aan een brede hoeveelheid aan voorkeuren van verschillende groepen die uitnodigt tot deelname. Ten slotte heeft het als doel de aantrekkelijkheid van de wijk te vergroten en de lokale identiteit en verbondenheid te vergroten (Verschoor, 2009, p 91).

De vraag is in hoeverre deze beweerde sociale effecten daadwerkelijk aantoonbaar zijn. Om dit te onderzoeken zijn interviews gehouden met betrokkenen, buurtbewoners en bezoekers. Betrokkenen zijn de mensen die werkzaam zijn in de broedplaats, een woon- of werkruimte huren, een initiatief hebben opgestart of gewerkt hebben aan een initiatief. Met bezoekers worden buurtbewoners of niet-buurtbewoners die minstens één bezoek hebben gebracht aan de creatieve broedplaats bedoeld. Hoewel creatieve broedplaatsen ook positieve economische effecten kunnen hebben, ligt de nadruk in dit onderzoek op de sociale effecten.

De hoofdvraag van dit onderzoek is als volgt:

In hoeverre worden de veronderstelde sociale effecten en doelstellingen van creatieve broedplaatsen met een maatschappelijke functie in een wijk met een lage sociaaleconomische status gehaald?

De hoofdvraag is verdeeld in 4 deelvragen.

1: *Hoe zijn de creatieve broedplaatsen tot stand gekomen en wat zijn de doelstellingen met betrekking tot sociale effecten van de organisaties en actoren die betrokken zijn bij de creatieve broedplaatsen?*

2: *In hoeverre zijn de doelstellingen van betrokken organisaties en actoren van de creatieve broedplaatsen gehaald?*

3: *In hoeverre hebben de creatieve broedplaatsen bijgedragen aan onderlinge samenwerking tussen kunstenaars en creatief ondernemers en interne sociale cohesie?*

4: *In hoeverre hebben de creatieve broedplaatsen bijgedragen aan sociale cohesie op wijkniveau?*

3. METHODOLOGIE

3.1 INLEIDING

In dit hoofdstuk zal de onderzoeksmethode worden beschreven en de keuze voor deze methoden worden onderbouwd. De onderzoeksvragen die in de vorige paragraaf aan bod zijn gekomen, zullen worden beantwoord door middel van kwalitatief onderzoek. Kwalitatief onderzoek is een geschikte methode om de ervaringen en percepties te kunnen achterhalen. Het empirische gedeelte van het onderzoek wordt op kwalitatieve wijze uitgevoerd aan de hand van een casestudieonderzoek waarbij twee culturele broedplaatsen aan bod zullen komen, namelijk Broedplaats HW10 in Amsterdam en Eiland8 in Utrecht. Een casestudy kan worden omschreven als een empirisch onderzoek dat een hedendaags fenomeen onderzoekt binnen haar eigen context (Yin, 2009, p. 18). Een voordeel van de aanpak met casestudies is dat de diepgang van het onderzoek vergroot kan worden. Met een casestudy kan het totaalbeeld van een fenomeen in zijn context worden geschetst (Baarda e.a., 2013, p. 59). In dit onderzoek wordt een gedetailleerde en intensieve analyse gedaan van de afzonderlijke cases. Vanwege de beschikbare tijd zijn slechts twee casestudies geanalyseerd. Het nadeel hiervan is dat de externe validiteit laag is. Het is dus het niet mogelijk om directe conclusies te trekken over de effecten van alle creatieve broedplaatsen.

3.2 KEUZE VOOR CASESTUDIES

De keuze voor HW10 en Eiland8 is gebaseerd op een aantal factoren. In het onderzoek van Verschoor (2011) wordt benadrukt dat het concept *Interact*, waarbij creatieve ondernemers worden verbonden aan wijkbelangen, het meest geschikt is in wijken met een relatief lage sociaaleconomische status. In 2007 heeft minister Vogelaar voor Wonen, Wijken en Integratie een actieplan Krachtwijken geformuleerd, waarbij 40 aandachtswijken werden aangewezen, waar een gerichte wijkenaanpak zou komen, gericht op het wegwerken van maatschappelijke achterstanden en verbetering van de leefomgeving. De keuze voor HW10 en Eiland8 is gebaseerd op het feit dat deze beide in voormalige 'krachtwijk' liggen. Daarnaast hebben beide broedplaatsen maatschappelijke doelstellingen met programmering waarbij buurtbewoners bij de creatieve broedplaats worden betrokken. Tot slot is gekozen voor HW10 en Eiland8, omdat beide creatieve broedplaatsen minimaal 3 jaar geleden zijn gerealiseerd. Hierdoor geven de broedplaatsen de mogelijkheid om sociale effecten beter te kunnen analyseren.

3.3 ONDERZOEKSSTRATEGIE

De beantwoording van de hoofd- en deelvragen zal worden gedaan aan de hand van een literatuuronderzoek in combinatie met kwalitatief onderzoek. De belangrijkste thema's van dit onderzoek hebben betrekking op ervaringen. Deze laten zich beter uitdrukken in woorden dan in cijfers en statistieken. Kwalitatief onderzoek kan een beeld geven over de ervaringen van de betrokkenen in het onderzoek, waarbij de natuurlijke omgeving zo min mogelijk wordt verstoord. Ook kunnen door middel van kwalitatief onderzoek gedetailleerde antwoorden worden verkregen en kunnen deze in de juiste context worden geplaatst ('t Hart e.a., 2009, pp. 253-254).

Dit onderzoek is een exploratief onderzoek, omdat er nog maar weinig kennis aanwezig is over de sociale impact van creatieve broedplaatsen. Het is van belang om zo'n gedetailleerd mogelijk beeld te verkrijgen van de relevante thema's waarmee de onderzoeksvragen kunnen worden beantwoord. Kwalitatieve onderzoeksmethoden kunnen onderzoeken welke factoren een rol spelen bij een proces waarin nog weinig onderzoek naar is gedaan (Bryman, 2004). Het vormt daardoor een geschikte methode voor het achterhalen van de mogelijke sociale effecten die uit het theoretisch kader zijn voortgekomen. Het doel is om de percepties en belevingen beter in kaart te krijgen en mogelijke samenhangen te ontdekken.

3.4 METHODE VAN DATAVERZAMELING

Voor het verzamelen van de data om de onderzoeksvragen te beantwoorden is gebruik gemaakt van bestaande literatuur en beleidsdocumenten, interviews en observaties. Door deze methodologische triangulatie is het mogelijk om meer inzicht te verkrijgen in de sociale impact van creatieve broedplaatsen. Daarnaast verhoogt het gebruik van meerdere methoden de interne validiteit van dit onderzoek. De

beleidsdocumenten zijn en een belangrijke aanvulling bij de interviews en de observaties. Deze bronnen hebben twee doelen. Ten eerste geven ze inzicht in hoe de broedplaatsen tot stand zijn gekomen en daarnaast kan door deze bronnen meer inzicht worden gegeven in de wijken Slotervaart-Noord en Kanaleneiland-Noord waarin de creatieve broedplaatsen zich bevinden. Daarnaast wordt bij de wijkanalyse wordt ook gebruik gemaakt van de Leefbarometer. Deze geeft online informatie over de leefbaarheid in alle buurten en wijken. Het geeft de situatie van de buurt weer, maar ook ontwikkelingen en achtergronden van de buurt (Leefbarometer, 2015). Deze informatie zal worden gebruikt om aanvullend onderzoek te doen aan de hand van gegevens van overheden om vast te stellen in hoeverre thema's als leefbaarheid en veiligheid zijn toegenomen.

3.5 AANPAK INTERVIEWS

Tijdens het onderzoek is gekozen voor het afnemen van een semigestructureerde vorm van interviews. Bij het afnemen van de semi-gestructureerde interviews is gebruik gemaakt van een topiclijst. De topiclijst bestaat uit onderwerpen die relevant zijn voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag. Een topiclijst heeft als voordeel dat de onderzoeker de mogelijkheid heeft om dieper in te gaan op bepaalde onderwerpen en door te vragen naar meningen en ervaringen. Deze flexibele manier van interviews zorgt dat een dieper beeld verkregen van de ervaringen van de participanten ('t Hart e.a., 2009, p. 53). Ook is deze vorm van interviews gebruikt omdat er veel mogelijkheid is om door te vragen bij relevante onderwerpen. Bij de interviews is rekening gehouden met de mate van theoretische verzadiging. Er vonden interviews plaats tot op het moment dat er geen nieuwe of relevante data werd gevonden in een bepaalde categorie. Er is dus niet op voorhand vastgesteld wanneer er gestopt zou worden met de dataverzameling, omdat het afhangt van de omvang, variatie en complexiteit van het onderwerp (Boeije e.a., 2009).

3.6 ONDERZOEKSDOELGROEP

De interviews hebben plaatsgevonden in de maanden april, mei en juni. In totaal zijn er 22 interviews afgenomen. Hiervan zijn 9 respondenten geïnterviewd die betrokken zijn bij Eiland8 en 12 personen geïnterviewd die betrokken zijn bij HW10. In bijlage 2 is een lijst van de geïnterviewde respondenten opgenomen. In deze paragraaf komt aan bod welke doelgroepen zijn geïnterviewd.

Ten eerste is gekozen om bij beide broedplaatsen een initiatiefnemer of beheerder te interviewen om zo een breder beeld te krijgen van de creatieve broedplaatsen. Het doel van deze interviews is om te onderzoeken welke sociale impact de betrokken actoren en betrokkenen van de transformatieprojecten verwachten te bewerkstelligen en meer inzicht te verkrijgen in de manier waarop de creatieve broedplaatsen tot stand zijn gekomen. Deze doelgroep is benaderd via een e-mail. Er is ten eerste een initiatiefnemer geïnterviewd die betrokken is geweest bij de ontwikkeling van HW10 en ten tweede een projectcoördinator van het projectbureau Eiland8. Er is ook geprobeerd om een vertegenwoordiger van woningcorporaties Mitros en Portaal te interviewen. Na verschillende e-mails gestuurd te hebben en telefonisch contact op te nemen, gaven beide woningcorporaties aan niet mee te willen werken vanwege tijdgebrek.

Naast interviews met beheerders en initiatiefnemers, is gekozen om bij elke broedplaats een aantal personen te interviewen die op een bepaalde manier betrokken zijn bij de broedplaats. Het gaat hierbij om personen die werkzaam zijn in de broedplaats, een woon- of werkruimte huren, en initiatief hebben opgestart of gewerkt hebben voor een initiatief. Voor het werven van deze participanten is gebruik gemaakt van de *sneewbalmethode* en van *purposive sampling*. Bij *purposive sampling* zijn personen geselecteerd vanwege hun relevantie voor het onderzoek. Via beschikbare contact-informatie op de websites van de creatieve broedplaatsen, is contact gezocht met personen die relevant zijn voor het onderzoek. Deze respondenten zijn per e-mail benaderd en uitgenodigd voor een interview. Daarnaast is tijdens een aantal interviews gevraagd of de geïnterviewde andere personen kon aandragen die over interessante informatie zou kunnen beschikken. Deze participanten zijn daarna benaderd via telefoon of via email. Voor deze methode is gekozen, nadat de non-respons erg hoog was bij de oorspronkelijke methode. Hierbij zouden mensen op straat worden aangesproken, waarbij ook de doelgroep van personen die broedplaatsen niet bezoekt bereikt kon worden. Na een te hoge non-respons bij het bereiken van deze doelgroep, bleek het niet haalbaar in de beschikbare tijd om ook deze doelgroep te benaderen.

De meeste interviews zijn afgenomen in of rondom de creatieve broedplaats. Hiervoor is gekozen omdat men in de eigen vertrouwde omgeving vrijuit kan spreken. Twee interviews zijn op verzoek van respondenten in een café in de buurt afgenomen. De duur van de interviews lag tussen een half uur tot drie kwartier, afhankelijk van hoeveel bewoners konden vertellen over het onderwerp. Deze uiteindelijke wijze van selectie van participanten is niet aselectief, maar doordat verschillende betrokkenen zijn geïnterviewd, is getracht een zo breed mogelijk draagvlak te behalen.

3.7 ANALYSE INTERVIEWS

Voor het analyseren van kwalitatief onderzoek zijn geen vaste regels. Er zijn verschillende methoden om met de verzamelde informatie een analyse te maken (Boeije, 2012). In deze paragraaf wordt beschreven op welke manier de verzamelde informatie is verwerkt en geanalyseerd. Voorafgaand aan elk interview is aan de participant toestemming gevraagd voor het gebruik van een recorder op een mobiele telefoon om hiermee het interview op te nemen. Alle participanten hebben hiermee ingestemd. Elk interview is naderhand zo spoedig mogelijk uitgewerkt, letterlijk uitgetypt en gecodeerd. Aan de hand van de topiclijst is een codeboom gemaakt voor zowel de interviews met de initiatiefnemers als de betrokkenen. Hierbij zijn interviews onderverdeeld in thema's. Deze thema's hebben een bepaalde willekeurige kleur toegewezen gekregen. Daarna zijn uit de uitgetypte interviews fragmenten geselecteerd die bij het specifieke thema horen en deze hebben dezelfde kleur toegewezen gekregen. Fragmenten die niet relevant waren voor het onderzoek, hebben geen kleur gekregen. Daarna zijn handmatig analyseschema's gemaakt aan de hand van deze thema's.

De analyse van de interviews bestaat voor het overgrote deel uit tekst, waarbij de letterlijke citaten een belangrijke plaats innemen. De reden hiervoor is dat de gegevens zo veel mogelijk in hun betekenisvolle vorm worden weergegeven. Dit wordt ook wel *thick description* genoemd: een verhalende en gedetailleerde manier van beschrijven (van Zwieten & Willems, 2004, p. 633).

3.8 AANPAK OBSERVATIES

In dit onderzoek wordt ook gebruik gemaakt van de kwalitatieve onderzoeksmethode observaties. Er is gekozen voor zowel ongestructureerde participerende observaties als gestructureerde niet-participerende observaties. De gestructureerde observaties hebben als doel een beeld te krijgen van specifieke kenmerken van beide broedplaatsen, zoals de ligging in de wijk, de toegankelijkheid, de zichtbaarheid, informatie-aanwezigheid, openingstijden, de indeling en de activiteiten. Hierbij is tevens gekeken naar de financiële toegankelijkheid. Deze observaties worden gebruikt ter aanvulling en verdieping van de verkregen informatie uit de diepte interviews (Bryman, 2012, p. 272). Doordat de onderzoeker volledig participeert in dit onderzoek en omdat het voor het onderzoek belangrijk is te observeren wat de onderzoeker op dat moment tegenkomt, is ook gekozen voor ongestructureerde observaties.

3.9 INTERNE EN EXTERNE VALIDITEIT

Een nadeel van kwalitatief onderzoek dat het sterk gericht is op beleving en minder op precieze berekening van relaties (Bryman, 2012). Deze paragraaf heeft als doel om kritisch te laten zien welke maatregelen zijn genomen om de betrouwbaarheid en validiteit te verhogen. In deze paragraaf wordt uiteengezet hoe de kwaliteit van het onderzoek tijdens dit onderzoek is gewaarborgd. Betrouwbaarheid en validiteit zijn veelgebruikte indicatoren voor de kwaliteit van onderzoek (Boeije, 2012).

- *Met Interne betrouwbaarheid* wordt bedoeld op een mogelijke vertekening van de onderzoeksresultaten door de invloed van een individuele onderzoeker. Het gaat hierbij om de controleerbaarheid van de gegevens (Zwieten & Willems, 2004, p. 631).
- Met de term *externe betrouwbaarheid* wordt bedoeld op de herhaalbaarheid (repliceerbaarheid) van het onderzoek als geheel: zou iemand anders hetzelfde onderzoek over kunnen doen en dan dezelfde resultaten verkrijgen?
- *Interne validiteit* betreft de mate waarin de methoden en technieken van onderzoek ervoor zorgen dat de resultaten en onderzoeksconclusies ook daadwerkelijk het beoogde verschijnsel betreffen.

- *Externe validiteit* betreft de mate van generaliseerbaarheid of verplaatsbaarheid van onderzoeksconclusies naar andere personen, situaties, verschijnselen en tijdstippen dan die van het onderzoek.

De eerste methode om de kwaliteit van het onderzoek te waarborgen is triangulatie (Boeije, 2012, p. 152). Door gebruik te maken van meerdere methodes (observaties en interviews) kan de betrouwbaarheid, diepte, kwaliteit en reikwijdte van bevindingen worden vergroot (van Staa & Evers, 2010, p. 5). Tijdens de het veldwerk zijn mogelijk notities en observaties gemaakt om antwoorden op deel- en hoofdvraag op basis van meerdere methodes te kunnen beantwoorden. Daarnaast is data verzameld op verschillende momenten in de tijd, in verschillende sociale situaties en bij verschillende personen. Dit wordt ook wel databronnentriangulatie genoemd (van Staa & Evers, 2010, p. 6).

Eén van de problemen van interviewen is dat er interviewbias kan optreden. Dit kan gebeuren als de interviewer probeert eigen ideeën en referentiekader op te dringen door de vragen die worden stelt. Ook is het mogelijk dat geïnterviewden een bepaald aspect niet willen noemen, of een onvolledige 'beeld' van een situatie schetst of hij of zij sociaal wenselijke antwoorden geven. Sociaal wenselijke antwoorden hebben een negatief effect op de validiteit van een onderzoek ('t Hart e.a., 2005). De manier van vragen stellen, kan de mogelijkheid voor bias tijdens het interview verminderen. Vragen zijn hierdoor van te voren duidelijk geformuleerd op de topiclijst (zie bijlage 1). Daarnaast is geprobeerd om geen suggestieve vragen te stellen. Ten slotte wordt het gebruik van theoretische concepten en jargon vermeden. De interviews zijn ten slotte zoveel mogelijk opgenomen binnen een rustige omgeving, waarin de geïnterviewde vrijuit kon spreken. Deze methoden kunnen een krachtig hulpmiddel zijn om een vertekende of onvolledige interpretatie te vermijden (Saunders e.a., 2004, p. 271- 369).

Zoals eerder aan bod is gekomen, is de externe validiteit laag. Hierdoor kan dit onderzoek niet gebruikt worden om generalisaties te maken over de gehele populatie, omdat er in dit onderzoek aan de hand van twee, niet representatieve casestudies bevindingen worden gedaan (Saunders e.a., 2004, p. 264).

In de komende hoofdstukken worden de onderzoeksresultaten beschreven die door interviews, observaties en beleidsdocumenten zijn verkregen. Hierbij wordt ook een koppeling gemaakt met de literatuur uit hoofdstuk 2. HW10 en Eiland8 verschillen op diverse punten met elkaar; de manier waarop deze tot stand zijn gekomen, functies, initiatieven, programma's, activiteiten gebruikers en doelstellingen. Dit heeft ook effect op de sociale impact die de broedplaatsen hebben; niet alle mogelijke maatschappelijke effecten zijn meetbaar en toepasbaar voor beide broedplaatsen. Ook is het belangrijk dat rekening wordt gehouden met de verschillende locaties waarin de broedplaatsen zich op wijkniveau bevinden. De beleving van de creatieve broedplaatsen door respondenten is namelijk contextafhankelijk. Om voor beide creatieve broedplaatsen de sociale impact te kunnen bepalen, is het belangrijk dat met verschillende eigenschappen van de context rekening wordt gehouden. Vanwege deze factoren is gekozen om beide broedplaatsen apart te analyseren. In hoofdstuk 4 en 5 worden de empirische resultaten van HW10 besproken, in hoofdstuk 6 en 7 de empirische resultaten van Eiland8. De hoofdstukken zijn per thema opgedeeld. Het eerste gedeelte gaat over het ontstaan en het tot stand komen van de broedplaatsen, de samenwerking met de verschillende partijen en de doelstellingen die worden gesteld. Dit wordt gedaan aan de hand van een analyse van beleidsdocumenten en de interviews met de initiatiefnemers van beide broedplaatsen. In het tweede gedeelte wordt ingegaan op de sociale effecten die zijn voortgekomen uit de interviews met betrokken en buurtbewoners. Ook hierbij worden relevante thema's apart behandeld.

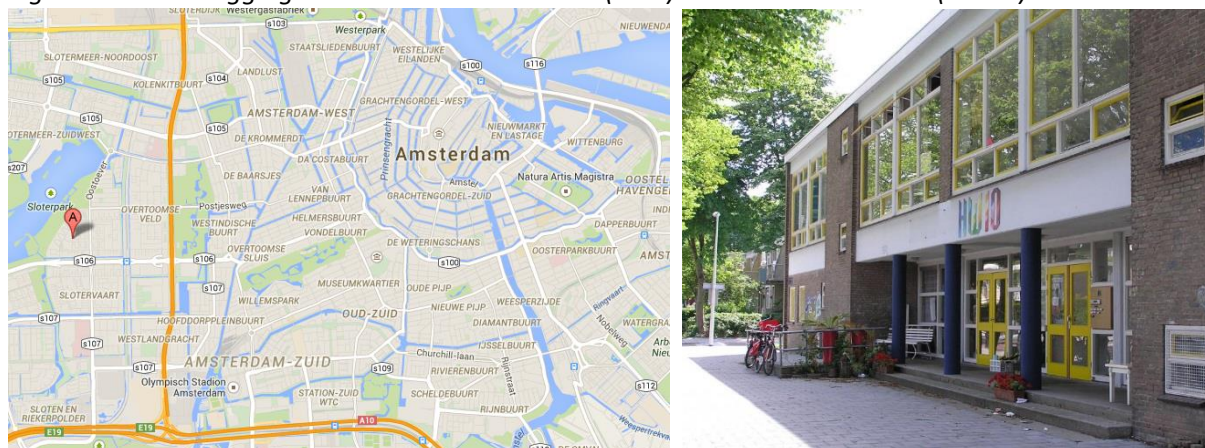
4. CREATIEVE BROEDPLAATS HW10

4.1 INLEIDING

Broedplaats HW10 is te vinden in de wijk Slotervaart in het stadsdeel Amsterdam Nieuw West (zie figuur 1). De creatieve broedplaats is gevestigd in een voormalig leegstaand schoolpand. In 2010 hebben buurtbewoners hun wens uitgesproken om van de leegstaande school aan de Hendrik van Wijnstraat de klaslokalen om te bouwen tot atelier, kantoor en sportzaal (Amsterdam Nieuw West, 2015).

In broedplaats HW10 worden ruimten beschikbaar gesteld aan creatieve ondernemers of kunstenaars. Broedplaats HW10 bestaat uit twee verdiepingen van in totaal ongeveer 1500 m². Er zijn 24 verhuurbare ruimtes in het gebouw, verdeeld over de begane grond (16) en de eerste verdieping (8). De creatieve ondernemers of kunstenaars zijn werkzaam in verschillende sectoren: film, beeldende kunst, muziek, ontwerp en design, sport en theater. Naast dit verhuur van ruimtes aan kunstenaars en creatieve ondernemers worden er ook activiteiten georganiseerd voor buurtbewoners. Deze activiteiten kunnen variëren van schilderkunst tot theatervoorstellingen, van workshops in grafische vormgeving tot community art, het geven van trainingen, dans- en schilderlessen tot kunsteducatie. Ook heeft HW10 een ontmoetingsruimte met een bar, waar elke woensdagochtend een koffieochtend wordt gehouden voor buurtbewoners (HW10, 2015).

Figuur 1 en 2: de ligging van HW10 in Amsterdam (links). Voorkant van HW10 (rechts)



Bron: Google maps (2015), HW10 (2015).

4.2 ONTSTAAN, BEHEER EN SAMENWERKING

In 2010 deed de VHS; De Vereniging van Huiseigenaren Slotervaart een voorstel aan het Stadsdeel Nieuw West om de voormalige Pro Regeschool om te zetten in een creatief centrum, dat zou worden beheerd door Urban Resort. Hierna is in samenwerking met de stichting Urban Resort broedplaats HW10 tot stand gekomen (HW10, 2015). Urban Resort is een non-profit organisatie en de ontbrekende schakel tussen het grote aanbod van leegstaande werk- en kantoorruimtes in en rond Amsterdam en kunstenaars, ambachtslieden en (door)startende ondernemers in de creatieve en culturele sector op zoek naar betaalbare werkruimtes (Urban Resort, 2015). Vanuit de VHS is de werkgroep HW10 opgericht om de ontwikkeling van HW10 tot broedplaats te realiseren. In samenwerking met de werkgroep konden buurtbewoners meedenken over de invulling en de uitstraling van de broedplaats. Voor omwonenden was een eigen inbreng dus ook mogelijk. In 2012 is de visie ontwikkeld voor de transformatie van HW10 en na een verbouwing is HW10 per 1 november 2012 in gebruik genomen.

De visie heeft ertoe geleid dat medewerking werd verkregen van Stadsdeel Nieuw-West als eigenaars van het pand om het voor 10 jaar als broedplaats HW10 te exploiteren. De creatieve broedplaats is dus een vorm van tijdelijk gebruik. Het initiatief is door de gemeente Amsterdam ondersteund door een opstartsubsidie voor een zogenaamde Trust, waarmee bewoners worden gestimuleerd initiatieven te ontplooiën in hun eigen wijk (Nieuw-West Express, 2013). De voortzetting van exploitatie zou

kostenneutraal moeten worden gemaakt. Uiteindelijk is een interne constructie gevonden waarmee het pand kon worden afgewaardeerd. Om het gemeenschappelijke eigendom te bevorderen, heeft Urban Resort een exploitatiemodel ontwikkeld, waarbij de opbrengsten van de programmering gedeeltelijk of geheel terugvloeien naar de huurders van het pand (HW10, 2015).

4.3 ROL VAN DE GEMEENTE AMSTERDAM EN STADSDEEL NIEUW WEST

De manier waarop burgers, overheid, publieke en maatschappelijke organisaties zich tot elkaar verhouden, maakt grote veranderingen door. De klassieke verzorgingsstaat, waarin de overheid primaire verantwoordelijkheid draagt voor het welzijn van burgers, is in de twintigste eeuw langzaam afgebrokkeld. De overheid neemt een minder sturende en leidende rol en betreft maatschappelijke organisaties, marktpartijen en burgers bij de beleidsvoering en uitvoering van publieke taken. Ook binnen de stedenbouw wordt steeds meer gegrepen naar het principe van zelforganisatie, waarbij het idee is dat een centrale autoriteit, slechts tot taak heeft om enkele randvoorwaarden te creëren (Uitermark, 2012, p. 5). Zelfbeheer van buurthuizen en (welzijn)accommodaties komt dus steeds meer in de belangstelling te staan. Vrijwilligers die een buurthuis draaiende houden, past in het (nieuwe) beeld dat de overheid heeft bij burgerkracht (Huygen, 2014, p. 8). Het zwaartepunt verschuift van de staat naar gemeenschap, waarbij de overheid recentelijk steeds meer beroep doet op actief burgerschap (Tonkens, 2013). De overheid is een kleinere rol gaan spelen en persoonlijke verantwoordelijkheid hebben een grotere rol toebedeeld gekregen (Brink & Lans, 2011). Gemeenten stimuleren burgerinitiatieven rondom het hergebruiken of transformeren van gebouwen steeds meer (Buitelaar e.a, 2008, p. 9). Vaak hebben zij namelijk veel (leegstaande) gebouwen in bezit, die zij niet langer kunnen financieren. Zo vertelt een initiatiefneemster van HW10: *“Oorspronkelijk zou het afgebroken worden voor bejaardenhuizen. Maar de Vestia, die hele maatschappij is over de kop gegaan. Dus daarom is het niet doorgegaan. Dat gebouw stond er nog. Dat kostte het stadsdeel heel erg veel geld, omdat de grondprijs veel waard is. En toen heeft de beheerder (Urban Resort) het voor elkaar gekregen dat we het mochten gebruiken, maar gewoon als huurder en betaler.”*

Hoewel bewonersinitiatieven rondom transformatie steeds meer worden gestimuleerd, blijft de transformatie niet zomaar mogelijk zonder hulp van gemeente (Buitelaar e.a, 2008, p. 9). Bij de daadwerkelijke transformatie blijken er echter vaak worstelingen te zijn tussen de betrokken partijen die zoeken naar nieuwe verhoudingen met overheden. Ze worden voor opgaven gesteld waarmee ze nog niet eerder te maken hebben gekregen. De initiatiefneemster geeft aan dat ze tegenwerking ontstond door wet- en regelgeving en de manier waarop werkprocessen en beleid van de overheid zijn ingericht. De gemeente bepaald over de bestemming en de waarde van de grond (Buitelaar e.a, 2008, p. 15). Bij de oprichting van HW10 bleek namelijk ook dat het oorspronkelijke bestemmingsplan van de school tegenwerking gaf. *“Urban Resort, de beheerder, die moest ervoor zorgen dat het gebouw een andere functie zou krijgen. Het had nogal wat haken en ogen omdat het stadsdeel behoorlijk vasthield aan een bepaalde vaste, dit is nou eenmaal bestemd voor dat en dat (...) Uiteindelijk is het een industriële functie, waardoor een woonfunctie niet mogelijk is. Er was enorm veel weerstand.”*

Voor gemeenten blijkt het moeilijk om een passende rol in te nemen in de nieuwe processen en werkwijzen. Boonstra & Boelens (2011) stellen dat toegenomen interactie tussen burgers en overheid bij een initiatief kunnen zorgen voor wederzijds vertrouwen. Echter blijkt dat lange procedures en het afremmende beleid niet hebben geleid tot meer vertrouwen bij de initiatiefnemer. Nu de transformatie eenmaal rond is, geeft de initiatiefneemster aan dat zij nog steeds tegen verschillende problemen aanlopen. De betrokken huurders zien zich genooddaakt om ondernemend te zijn omdat zij zelf inkomsten moeten verwerven (Huygen, 2014, p. 36). Dit geeft ook één van de initiatiefneemsters van HW10 aan: *“En eigenlijk verkopen we alleen koffie en nauwelijks glaasjes en stoelen en dat is wel het doel. En we betalen dus gewoon een fikse huur. Dat is ook meteen mijn grootste ‘maar’. Van we zitten in een Vogelaarwijk. Uh weet ik veel een achterstandswijken en er zijn dus ook allemaal initiatieven, zoals buurthuizen (...) en die krijgen dan heel veel subsidie, omdat ze in zo’n wijk zitten en wij echt helemaal niet. (...) we betalen dit allemaal uit eigen zak en koffie verkopen, daar betalen we de huur net wel, net niet mee. En dat is echt vervelend, want we hebben zelf ook niet veel en ik zou hier graag veel mee verdienen.”*

Uit dit citaat blijkt dat het dus moeilijk is om een onderneming als HW10 te runnen en winst te maken. Dit heeft vooral te maken door het gebrek aan subsidie en het huidige exploitatiemodel, waardoor weinig tot geen winst gemaakt kan worden. De extra inkomsten worden slechts verkregen uit de activiteiten en uit de koffieochtenden op woensdagmiddag. Dit levert echter weinig op. Hierdoor is er geen budget beschikbaar om extra promotie te maken of om extra activiteiten te organiseren. Daarnaast is er sprake van concurrentie met buurthuizen in de omgeving, die lessen kunnen aanbieden voor minder geld.

4.4 DOELSTELLINGEN VAN BETROKKEN ORGANISATIES EN HW10

Vanuit de gemeente en vanuit organisaties als Urban Resort zijn visies en doelstellingen voor HW10 vastgesteld. De gemeente stimuleert de opkomt en versterking van zogenaamde broedplaatsontwikkelaars en beheerders (Bureau Broedplaatsen, 2012, p. 3). Er is een speciaal loket opgericht; Bureau Broedplaatsen. Cnossen (2013) stelt dat Bureau Broedplaatsen is opgericht om de alternatieve scene niet uit de stad te duwen. Intussen is Bureau Broedplaatsen uitgegroeid tot een afdeling houdt zich bezig met het toerusten van organisaties met expertise, netwerkbemiddeling en financiële middelen, zoals krediet of subsidie om nieuwe broedplaatsen te maken. Ook wordt geprobeerd doorstroming van kunstenaars te bevorderen; kunstenaars kunnen maximaal 10 jaar een atelier huren (Bureau Broedplaatsen, 2012, p. 11). Vanuit het beleidskader van de gemeente Amsterdam wordt erkend dat de gemeente het van groot belang acht om de jaarlijkse toestroom van honderden jonge professionele kunstenaars, creatieve en culturele ondernemers en ambachtslieden een perspectief te bieden op passende huisvesting (Gemeente Amsterdam, 2015).

Daarnaast is ook het doel van Urban Resort om goedkope ruimte voor culturele, sociale en creatieve sector te realiseren door leegstaand vastgoed te transformeren in levendige woonwerkpanden met een publieke functie en een culturele uitstraling. Alle panden spelen een actieve rol in de buurt of de stad. (Urban Resort, 2015). Om creatievelingen in de stad te houden is betaalbare woon- en werkruimte nodig. Door hergebruik van panden en het stimuleren van zelfbeheer wil Urban Resort een bijdrage leveren aan de levendigheid van Amsterdam en de (sub) cultuur in de stad laten bloeien. De verhuur van ruimte aan jonge kunstenaars en startende creatieve ondernemers staat dus als eerste doelstelling centraal.

Visie HW10

Samen met Urban Resort is het doel van HW10 om een bijdrage te leveren aan de levendigheid van Amsterdam. Het doel van HW10 is om te zorgen dat HW10 een levendig functionerend creatief centrum wordt, dat dient als een inspirerende ontmoetingsplaats met een open uitstraling/karakter voor omwonenden, stadsdeel en stad. Door de VHS werd gestimuleerd dat het oude gebouw gebruikt kan worden voor een levendig, functionerend centrum, een verrijking voor de buurt. Ook was één van de argumenten van de VHS om Urban Resort te benaderen, omdat zij het karakteristieke pand niet ten onder wilden zien gaan aan vandalisme, maar om te zorgen dat het in gebruik bleef.

De inzet van de broedplaats is om zoveel mogelijk van betekenis te zijn voor de buurt, zowel door de keuze van kunstenaars en creatieve bedrijfjes, het aanbod van voorzieningen door de huurders als door de mogelijkheid te scheppen dat initiatieven vanuit de buurt er een plek kunnen krijgen (HW10, 2015). Bij de werving van huurders, heeft Urban Resort ook samengewerkt met de VHS, omdat zij op die manier de binding met de buurt voor HW10 willen versterken. De werving heeft voornamelijk plaatsgevonden via weekbladen en e-mail. Daarnaast hebben huurders ook een rol bij het toezicht op het pand en zijn de huurders van HW10 door middel van hun huurcontract verbonden aan het organiseren van activiteiten voor de buurt naast hun eigen werkzaamheden (VHS/Slotervaart, 2012). Een initiatiefneemster van HW10 vult aan: *“Het is voor en door de buurt. Het moet geen buurthuis bingo worden, maar een culturele broedplaats. Het zijn ook echt kunstenaars die hier zitten. En dat dan voor iedereen bereikbaar maken. En de sociale poot, daar maak ik me wel sterk voor. Ja, niet alleen de mensen die het wel kunnen betalen en die het al kennen, maar ook met name de lage inkomens, maar ja dat is wel heel erg idealisme.”*

4.5 LOKALE CONTEXT: SLOTERVAART-NOORD

Zoals in de inleiding vermeld, is het belangrijk rekening te houden met de context waarin de creatieve broedplaats HW10 gelegen is, om de sociale impact van de creatieve broedplaats te begrijpen. Het doel van

deze paragraaf is om inzicht te geven in de sociale en fysieke structuur en ontwikkelingen van de Amsterdamse wijk Slotervaart.

Slotervaart is gelegen ten Zuidwesten van het centrum van Amsterdam. Slotervaart kan op verschillende manieren worden onderverdeeld. De wijk bestaat uit drie buurtcombinaties; Overtoomse Veld, Westlandgracht en de buurtcombinaties Slotervaart (zie figuur 3). Slotervaart wordt daarnaast ook weer onderverdeeld in Slotervaart-Noord en Slotervaart-Zuid. Slotervaart maakt deel uit van de Westelijke Tuinsteden in Amsterdam en werd volgens dezelfde bouwprincipes ontworpen. Broedplaats HW10 ligt in Slotervaart-Noord. Slotervaart-Noord is gelegen tussen het Rembrandtpark en de snelweg A10 aan de oostrand, aan de zuidkant de Cornelis Lelylaan en aan de westkant het Sloterpark (zie figuur 4).

Figuur 3 en 4: De wijk Slotervaart en de onderverdeling in buurten (links). Slotervaart-Noord (rechts).

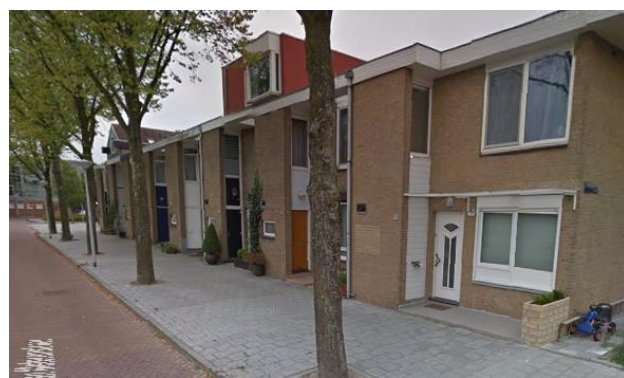
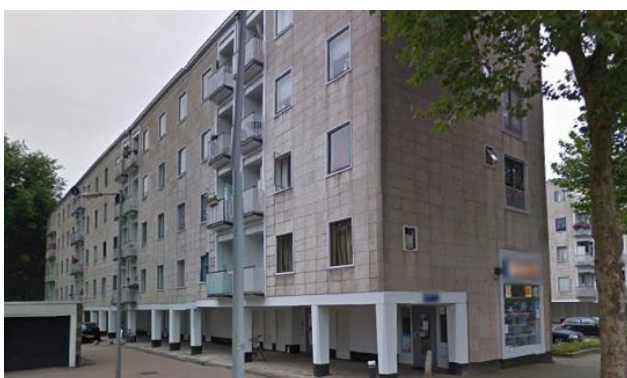


Bron: Gemeente Amsterdam, 2015

Na de Tweede Wereldoorlog ontstond een enorme behoefte aan nieuwe woningen. De bouw van de wijk is begonnen in 1954 en de eerste woningen werden in het najaar van 1955 in gebruik genomen (Blauw, 2005, p. 33). Net als de andere westelijke tuinsteden maakte Slotervaart deel uit van het Algemeen Uitbreidingsplan, dat in 1935 werd ontworpen. De wijk bestaat uit een mengeling van laag-, midden- en hoogbouw (zie figuur 5,6 & 7). De wijk heeft een ruime opzet, met lange zichtlijnen en veel groen, met voor die tijd betaalbare woningen die in een ruime verkaveling zijn neergezet (Gemeente Amsterdam, 2015, p. 2). Het vele groen was bedoeld om een aangenaam leefklimaat te scheppen. Bewoners moesten kunnen ontspannen, buiten zijn en zich bewegen in de frisse lucht. Echter kwamen er veel problemen voor in de wijk. Vooral in de gedeelten met goedkope huurwoningen kwam veel werkloosheid voor. Straten of pleinen fungeerden in Slotervaart als toneel van ruzies en spanningen tussen verschillende groepen. Een toenemend aantal mensen voelde zich daardoor ongemakkelijk of onveilig (Blauw, 2005, p. 88). Daarnaast groeit een groot aantal kinderen op in armoede en zijn er relatief veel eenoudergezinnen. Er zijn veel gesegregeerde scholen die moeilijk in staat blijken om jongeren goed onderwijsniveau mee te geven. In 2007 werd door minister Vogelaar van Wonen, Wijken en Integratie een lijst van 40 wijken met problemen opgesteld die de komende jaren extra aandacht zouden krijgen. De probleemwijken van Vogelaar, of aandachtwijken, moesten veranderen in krachtwijken. Het stadsdeel Amsterdam Nieuw-West is in 2007 door Ella Vogelaar aangewezen als één van de 40 krachtwijken. Sindsdien wordt door middel van verschillende revitalisatieprojecten, waaronder het plaatsen van broedplaatsen in de wijk, getracht de wijk op te waarderen. Binnen het stadsdeel Nieuw-West zijn een aantal wijken als stedelijk vernieuwingsgebied aangewezen. Slotervaart heeft in 2015 ook een gebiedsplan opgesteld waarin prioriteiten zijn opgesteld

voor het verbeteren van de leefbaarheid en veiligheid, het aanpakken van sociale achterstanden en een beter aanbod van onderwijs (Gemeente Amsterdam, 2015).

Figuur 5, 6 en 7: Het woningaanbod in de omgeving van HW10.



Bron: google maps (2015)

Sociaal-demografische ontwikkeling

In Slotervaart hebben de afgelopen jaren grootschalige stedelijke vernieuwing plaatsgevonden. Als gevolg van die stedelijke vernieuwing is de bewonerssamenstelling aan het veranderen. Slotervaart heeft ongeveer 35.900 inwoners (Gemeente Amsterdam, 2015). Er zijn meer koopwoningen en meer mensen met een hoger inkomen bijgekomen. Daarnaast wonen relatief veel stellen met kinderen in Slotervaart: 20% van de huishoudens versus 16% gemiddeld in Amsterdam (Gemeente Amsterdam, 2015, p. 1). De stedelijke vernieuwing in het gebied creëert kansen voor ondernemers, en door de relatief lage woonlasten is het een aantrekkelijke wijk voor starters en (jonge) gezinnen. Het doel is dan ook om deze doelgroepen naar het gebied te trekken en meer diversiteit aan te brengen in het huidige woningaanbod, zonder dat lage inkomensgroepen uit Nieuw-West worden verdrongen (Gemeente Amsterdam, 2015, p. 3). In het gebied Slotervaart wonen ook veel gezinnen van Turkse of Marokkaanse herkomst en vaak met een laag inkomen. In de gebiedsanalyse 2015 Slotervaart wordt gesteld dat deze gezinnen voornamelijk in het Overtoomse Veld wonen. Het aandeel niet-westerse Amsterdammers is in Slotervaart echter nog steeds hoger dan het Amsterdams gemiddelde (49.9% vs. 34.8%).

5: SOCIALE EFFECTEN VAN CREATIEVE BROEDPLAATS HW10

In paragraaf 4.4 zijn doelstellingen van de gemeente, Urban Resort, de Vereniging van Huiseigenaren Slotervaart en van HW10 zelf aan bod gekomen. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de effecten die naar voren zijn gekomen uit de interviews met betrokkenen en bewoners. Hierbij wordt ingegaan op de vraag in hoeverre HW10 heeft bijgedragen aan het ontstaan van nieuwe initiatieven en wordt geanalyseerd wat dit heeft opgeleverd. Ten tweede wordt gekeken naar de onderlinge samenwerking en of er sprake is van interne sociale cohesie. Ten slotte wordt gekeken in hoeverre HW10 heeft bijgedragen aan sociale cohesie op wijkniveau en wordt een deelconclusie gevormd. Hierbij wordt een koppeling gemaakt met de literatuur en met de doelstellingen van betrokken actoren en wordt in de deelconclusie antwoord gegeven op de vraag in hoeverre de doelstellingen van betrokken actoren zijn gehaald.

5.1 ONTSTAAN NIEUWE INITIATIEVEN

De verhuur van ruimte aan jonge kunstenaars en startende creatieve ondernemers is een belangrijke doelstelling van de gemeente Amsterdam en Urban Resort. In het beleidskader van de gemeente Amsterdam wordt erkend dat de gemeente het van groot belang acht om de jaarlijkse toestroom van honderden jonge professionele kunstenaars, creatieve en culturele ondernemers en ambachtlieden een perspectief te bieden op passende huisvesting (Bureau Broedplaatsen, 2012, p. 2). In deze paragraaf wordt geanalyseerd in hoeverre HW10 jonge creatieve ondernemers heeft aangetrokken en op welke manier de huurders terecht zijn gekomen in HW10.

Zoals eerder aangegeven, is er vanuit Urban Resort samengewerkt met de VHS bij de werving van huurders, de binding met de buurt belangrijk is. HW10 blijkt als werkplek een aantrekkingskracht te hebben gehad op buurtbewoners. Vijf van de zeven huurders komen daadwerkelijk uit de buurt. De meeste huurders geven aan dat zij via informele kanalen zoals social media of via bekenden terecht zijn gekomen bij HW10. Voordat zij er terecht kwamen wisten de meesten van het bestaan van HW10. Slechts één huurder is via Urban Resort in HW10 terecht gekomen, zonder HW10 daarvoor te kennen. Uit de interviews met huurders van HW10 blijkt dat de creatieve ondernemers over het algemeen gekozen hebben om een ruimte te huren vanwege de zoektocht naar een goedkope ruimte waar zij hun werkzaamheden kunnen uitvoeren. Een aantal huurders huurden al een atelier voordat zij terecht kwamen bij HW10. Anderen werkten thuis en hadden nu de mogelijkheid om buitenshuis werken. Een kunstenaar vertelt: *“Ik heb een atelier aan huis gehad. En dat is fijn, omdat je dan ook 's avonds kunt werken, of wanneer je wilt. Ik heb ook kinderen, en in die zin heeft dat voordelen. Maar dan wordt je ook gewoon heel erg afgeleid door alle dagelijkse besommeringen, verplichtingen en wat nog moet. Buitenshuis werken is gewoon heel erg fijn.”*

Voor de meeste respondenten was een bijkomend voordeel was dat deze ruimte vlakbij hun huis ligt. Dit heeft de keuze om een atelier te huren vaak positief beïnvloed. Voor een vrouwelijke huurder die niet uit de buurt komt, was de keuze voor Slotervaart wel een bewuste keuze. *“Voor mij was de wijk een belangrijke motivatie om hier te komen. Ik vind de wijk heel erg leuk, voor Amsterdam. Ik woon zelf in de Pijp, dus echt een heel ander soort wijk. Maar wat ik hier zo leuk vind, is dat het nog heel erg in ontwikkeling is. Het is moeilijk, maar het heeft ook veel kansen.”*

De huurders hebben in hun huurcontract afgesloten dat zij zich verbinden aan het organiseren van activiteiten voor de buurt naast hun eigen werkzaamheden. Hier wordt door de huurders verschillend mee omgegaan. Een aantal huurders geeft workshops of geeft lessen in HW10. Daarnaast heeft een huurder een nieuwsbrief opgezet. Vier huurders geven aan dat zij door middel van activiteiten ook de verbinding aan willen gaan met de buurt. De mogelijkheid om iets voor de buurt te betekenen vinden veel huurders een bijkomend voordeel van HW10. Een danslerares vertelt: *“De visie van deze broedplaats is ook dat het toegankelijk moet zijn voor iedereen. Dat het mensen ook samenbrengt. Dat mensen ook iets te doen hebben in deze wijk. En binnen mijn visie is het ook dat ik heel graag mensen wil verbinden door middel van dans. Dat ik mensen wil samenbrengen. En het is nou niet per se dat ik het kies voor het Stadsdeel Nieuw West, nee, dit kwam toevallig op mijn pad. Ik had nooit gedacht dat ik ooit een studio zou krijgen. Ik wilde het heel graag, dat ik les kon geven en toen kon het ineens.”*

In onderstaande tabel worden de creatief ondernemers/huurders op een rijtje gezet die zijn geïnterviewd om een overzicht te geven van de verschillende disciplines waarin zij werkzaam zijn.

Tabel 1: huurders, werkzaamheden en werkruimte in HW10

Huurder	Werkzaamheden	Werkruimte
1	Kunstenaar en beeldend therapeut. Eigen werk en teken- en schildercursussen	Atelier
2	Danslerares en workshops	Sportlokaal (gedeeld met yoga)
3	Prentenboekenmaker en illustrator	Atelier
4	Decor- en kostuumontwerper, illustrator schoolboeken, beeldende projecten en workshops	Atelier
5	Grafisch kunstenaar en ontwerper. Eigenaar kleine uitgeverij	Atelier
6	Tuinontwerper	Atelier
7	Yoga en meditatielessen en workshops	Sportlokaal (gedeeld met dans)

De voormalige klaslokalen die over het algemeen in tweeën zijn gesplitst bieden veel ruimte om werkzaamheden uit te voeren. De mogelijkheid om in HW10 een plek te huren heeft veel opgeleverd. Het scheiden van werk- en woonruimte is voornamelijk voor veel huurders belangrijk geweest. Een kunstenaar vertelt: *“Ik heb ruimte en m’n spullen. Ik maak projecten op scholen. Ik werk ook aan theaters, dus ik ben bezig met een maquette te bouwen voor een decor. Ik schilder. Dus ik kan niet alleen mijn dingen hier kwijt, maar ik heb ook cursussen die hier lopen. (...) het is veel efficiënter zo. Het is super leuk en ik heb geen idee hoe het komt, maar mijn opdrachten lopen ook goed.”* Het bezitten van grote ruimte blijkt van belang te zijn om creativiteit en zelfexpressie te uiten. De danslerares vertelt: *“Het vinden van m’n eigen creativiteit. En echt een eigen ruimte om in te bewegen. (...) Ik ben ook afgestudeerd als dans therapeute. Dus ik ben heel erg gewend om vrij te bewegen. En ik denk dat als ik geen eigen studio heb, of heb gehad, waar moet ik dan m’n choreo’s oefenen en m’n oefeningen doen of ik moet een eigen studio huren en dat kan soms nog wel veel meer kosten (...). En vrijheid ook gewoon. Ik denk dat als ik niet meer zoiets zou hebben, dat het zou voelen alsof er echt een deel van mij weg is ofzo. Ik heb echt die bewegingsruimte nodig.”*

Naast deze mogelijkheden bleek ook de samenwerking en het onderdeel zijn van een creatief netwerk een belangrijk te zijn geweest voor veel huurders. Dit komt aan bod in de volgende paragraaf.

5.2 ONDERLINGE SAMENWERKING EN UITWISSELING

Hoewel de samenwerking tussen creatieve ondernemers niet wordt genoemd als belangrijke doelstelling door betrokken actoren, wordt door verschillende onderzoekers genoemd dat ontmoetingen en samenwerking belangrijk zijn in creatieve broedplaatsen. De Jong (2015, p. 3) stelt dat binnen creatieve broedplaatsen nieuwe ontmoetingen plaatsvinden en nieuwe samenwerkingen ontstaan doordat ze een stimulerende cultuur van openheid, inspiratie en tolerantie bieden. Ook Potts e.a. (2008) stellen dat het voor creatieve bedrijven belangrijk is om deel uit te kunnen maken van een netwerk van creatieve bedrijvigheid. Over de samenwerking tussen de huurders in HW10 bestaan echter verschillende opvattingen. De samenwerking tussen de onderlinge huurders is meestal geen reden geweest om in HW10 te werken. Ook geven sommige kunstenaars aan liever voor zichzelf te werken. *“Ja ik werk er echt gewoon voor mezelf, ik ben niet echt iemand die snel samenwerkt. Dus voor mij, ik vind het heel fijn dat ik gewoon m’n eigen plekje heb (...). En aan de overkant zit iemand, waar ik steeds meer contact mee heb, omdat ik ook met hout bezig ben.”* Andere respondenten geven aan dat de samenwerking echter nog wel beperkt is en zouden graag zien dat deze samenwerking juist wordt versterkt. *“Als je het dan over samenwerking hebt, soms mag dat wel wat meer. Onderlinge kruising met iedereen. Je bent soms zo bezig om je eigen ding voor elkaar te krijgen, om van te leven, dat je nauwelijks tijd hebt om samen te werken. Dat zou wel fijn zijn, dat je daar iets meer ruimte voor hebt.”*

Ondanks de kritiek van sommige huurders op het beperkte samenwerken, wordt er binnen HW10 redelijk actief tussen verschillende disciplines samengewerkt. Soms is deze samenwerking puur praktisch, om bijvoorbeeld iets te lenen en soms komen er nieuwe initiatieven, workshops of evenementen tot stand waarbij er een samenwerking ontstaat tussen verschillende disciplines. Ook geeft een kunstenaar aan dat

workshops worden gegeven aan kinderen, waarbij wordt samengewerkt tussen verschillende disciplines; zoals meubelmakers, architecten en sieradenmakers. Op deze manier maken de kinderen kennis met verschillende disciplines. Een andere kunstenaar vindt de diversiteit ook de kracht van HW10: *“De kracht van deze broedplaats is dat het zo divers is qua mensen die hier zitten denk ik. Echt heel divers. Filmmakers, ontwerpers, illustratoren, dans, mensen die workshops doen met jongeren. Van alles. Dat vind ik er de kracht van. Dat vind ik ook mezelf ook het leuke eraan, dat je inspiratie kunt krijgen en bij anderen kunt kijken.”*

Een voordeel van een creatieve broedplaats is dat kennis en vaardigheden kunnen worden gedeeld en informatie kan worden verspreid. Dit kan worden gezien als een vorm van bridging capital (Putnam, 2000). Deze vorm van contact, waarbij er sprake is van zwakke binding, maar waarbij overbruggende netwerken ontstaan door uitwisseling van kennis of vaardigheden, is belangrijk voor veel huurders. *“Ik heb wel via hier iemand die bijvoorbeeld de websites voor mij bouwt en bij sommige mensen is het meer voor het sociale contact. Er is ook een ontwerper met wie ik iets samen doe, iets aan het opzetten ben. (...) dus er is wel contact, maar vooral met de mensen met wie je in je vakgebied zit. Er zijn ook mensen die geven bijvoorbeeld dans, dat vind ik heel leuk hoor. Maar daarmee heb je minder raakvlakken.”*

5.3 INTERNE SOCIALE COHESIE

Törnqvist stelt dat naast samenwerking binnen creatieve broedplaatsen het ook belangrijk dat er ontmoetingsplekken zijn, die de mogelijkheden bieden voor het leggen van contacten, waardoor het ontstaan van sociale netwerken en samenhang kan worden versterkt (Törnqvist (1983). Hier gaat het dus niet zozeer om bridging capital, maar ook bonding capital. Om tot samenwerking of synergie te kunnen komen, is het noodzakelijk dat er onderlinge contacten tussen de verschillende kunstenaars zijn. Een vrouwelijke huurder geeft aan dat de kleine schaal van HW10 bevorderend werkt voor het contact. *“Wat ik aan deze broedplaats heel leuk vindt, is dat het wel wat klein is, daardoor heb je toch wel sneller contact met elkaar.”* Naast de kleinschaligheid wordt de aanwezige binnenplaats gezien als een belangrijke toevoeging voor de broedplaats. De binnenplaats zorgt voor een ontmoetingsplek, vrijheid om dingen te organiseren en te doen en wat meer reuring (zie figuur 8). *“Er zijn mogelijkheden genoeg om leuke dingen te doen. Zoals hier bij de binnenplaats.” “In de zomer en de vakanties dan is het heel vol. Dan zit hier iedereen.” “Afen toe geven ze hier op de binnenplaats feestjes.”*

Figuur 8 en 9: de binnenplaats (links) en de voorkant van HW10 (rechts).



Hoewel uit de vorige paragraaf bleek dat er sprake is van samenwerking, geven de meeste respondenten aan dat er binnen HW10 tot nu toe weinig sprake van sterke interne binding. *“Ja het is wel een beetje een gemeenschapje en die contacten onderling, ja sommigen liggen elkaar, sommigen liggen elkaar niet. Zoveel verschillende mensen, dan trek je al gauw naar een groepje toe. Ik zou het wel leuk vinden als we nog meer samen deden. Maar ja, dat proberen we ook steeds meer.”* De verklaring hiervoor wordt voornamelijk gelegd bij het feit dat er verschillen bestaan in openheid voor interactie. Dit is echter een belangrijk element voor het ontstaan van interne sociale cohesie bij een kleinschaligheid. *“Er kan meer onderling contact zijn. (...) sommigen staan heel erg open. Maar er zijn ook een paar mensen, die alleen maar in hun eigen studio*

zitten. Die komen niet zoveel buiten. Die zijn echt alleen maar op hun eigen ding gericht. Dat is heel erg jammer. Dus er zou hier in de broedplaats meer sociaal contact kunnen zijn.”

Dat de interne sociale cohesie nog niet heel groot is, blijkt voornamelijk te maken met de mate waarin gebruikers open staan voor interactie met anderen. Niet iedereen heeft behoefte aan onderlinge contacten en trekken zich liever terug in hun atelier. Anderen vinden het belangrijk om veel samen te werken, dat er meer nadruk komt op de mogelijkheden en creatieve ideeën die kunnen ontstaan door middel van samenwerking en dat onderling contact wordt versterkt. Deze verschillende ideeën leiden ertoe dat slechts een kleine groep huurders veel onderling contact opbouwt. Een aantal bewoners geeft aan dat de contacten steeds meer op gang beginnen te komen. Zo blijkt dat het een bepaalde tijd nodig heeft voordat ontmoetingen plaatsvinden en contacten groeien (Flap & Völker, 2005). Een mannelijke huurder vertelt: *“In het begin had ik nog wel zoiets van ja, wie zijn dat allemaal, wie zitten er om me heen, maar langzamerhand begin ik mensen om me heen steeds beter te kennen. Dus ik begin zo langzamerhand m’n plekje een beetje te vinden hier.”*

Diversiteit van disciplines, de verschillende eigenschappen van gebruikers, de kleinschaligheid en de aanwezigheid van ontmoetingsplekken hebben de samenwerking tussen verschillende huurders versterkt, waardoor het *bridging capital* is toegenomen. Echter blijkt dat *bonding capital* nog ontbreekt. Er is nog weinig sprake van sterke interne binding tussen alle huurders. Zo blijkt dat er slechts een kleine groep huurders veel onderlinge contacten heeft en is er een groot verschil in de mate waarin gebruikers open staan voor interactie.

Nadelen

Naast dat HW10 veel mogelijkheden en positieve uitkomsten heeft opgeleverd voor de huurders, bestaat er ook kritiek. Deze kritiek heeft te maken met verschillende factoren. De grootste kritiek wordt gegeven op de huurprijs van hun atelier of huurruimte. Zo vertelt een mannelijke respondent: *“Ik heb gewoon ruimte nodig. En een beetje een plek waar ik de boel smerig kan maken. Het is uiteindelijk allemaal wat duurder geworden qua ruimte dan we hadden. (...) voor mij is het best wat geld. En dat is ook de reden dat ik nog les moet geven en commerciële opdrachten moet doen als grafisch ontwerper.”*

Voor een aantal huurders betekent de hoge huurprijs dus dat ze naast kunst maken ook andere bezigheden moeten doen of een baan ernaast hebben, om aan hun geld te komen. Dat de hoge huurprijzen ook andere beperkingen geeft, wordt ook door een andere respondenten aangegeven. *“Als kunstenaar heb je een speciaal tarief. Het is gesubsidieerd, maar ik vind toch eigenlijk die huurprijzen wel veel. (...) En het heeft een broedplaats, dat betekent toch dat je verwacht, maar ik vind het niet heel laag. Het is gewoon een oud gebouw, maar iemand die gewoon geen geld heeft, die kan hier niks opzetten. Die moet dan naar een kraakpand. Het is gewoon wel commercieel. Het zijn wel mensen die al een redelijke plek hebben gevonden, of een andere baan ernaast hebben, die weten hoe ze het moeten financieren. Niet iemand die net begint met ik heb eigenlijk niks en ik zie wel. Dat is hier niet mogelijk vind ik. En dat had ik wel altijd het idee.”*

Hoewel de verhuur van ruimte aan jonge kunstenaars en startende creatieve ondernemers als eerste doelstelling centraal staat, blijkt dat de hoge huurprijzen een beperking zijn voor jonge ondernemers en beginnende kunstenaars. Zoals één van de respondenten al aangeeft, hebben voornamelijk de ondernemers die al een redelijke carrière hebben gebouwd de mogelijkheid om een ruimte te huren in HW10. De beginnende kunstenaars, die aan het begin staan van hun carrière, de doelgroep die Urban Resort eigenlijk wil bereiken, hebben te weinig financiële zekerheid om deze stap te nemen. Ook kan dit worden ondersteund door de gemiddelde leeftijd van de respondenten. De gemiddelde leeftijd van huurders ligt over het algemeen in de leeftijdscategorie tussen de 30 en 50. Cnossen (2012) stelt dat Bureau broedplaatsen oorspronkelijk is opgericht om de alternatieve scene niet uit de stad te duwen. Echter kan niet worden gesteld dat HW10 een alternatieve scene heeft aangetrokken. Volgens een mannelijke respondent past dat ook niet bij de buurt en bij de broedplaats: *“De buurt heeft allemaal gezinnetjes met kinderen. Die zitten niet zo te wachten op reuring. Het is rustig hier. laat ik het zo zeggen. Het is een rustige broedplaats. Vooral in de vakanties. Dan kun je een kanon in de gang afvuren, maar dan gebeurt er niks.”* Ook trekt de broedplaats weinig jonge kunstenaars. De jongste geïnterviewde kunstenaar vindt dit een

gemis: *“Wat ik af en toe wel een beetje mis hier, is wat meer jonge mensen ofzo. En dan bedoel ik niet kinderen, want dat gebeurt ook heel veel. Ik zou iets meer de nadruk willen op jonge kunstenaars ofzo. En misschien dat die hier gewoon niet in de buurt zijn, of hier niet komen, of nouja, dat mis ik af en toe wel.”*

5.4 BETEKENIS HW10 VOOR DE BUURT

In de vorige paragrafen is geanalyseerd welke effecten de creatieve broedplaats heeft opgeleverd voor de huurders binnen HW10. In deze paragrafen wordt dieper ingegaan op de betekenis die HW10 heeft voor de buurt. Naast de zeven huurders, zijn ook vijf buurtbewoners geïnterviewd die geen huurder zijn, maar die activiteiten bezoeken of hebben bezocht. Aan de hand van de gegevens wordt geanalyseerd wat de betekenis van HW10 is geweest voor buurtbewoners en in hoeverre HW10 een ontmoetingsplek is voor diverse doelgroepen.

5.5 ‘BUURTHUISFUNCTIE’

In het onderzoek van Verschoor (2009) komt naar voren dat creatieve broedplaatsen een belangrijke rol kunnen spelen in het ontstaan van sociale contacten tussen buurtbewoners in een wijk. HW10 wordt dan ook door veel respondenten gezien als een ontmoetingsplek. Een aantal respondenten geven aan dat er in de buurt weinig mogelijkheden zijn om koffie te drinken en buurtbewoners te ontmoeten op informele wijze. Een café in de buurt ontbreekt, waardoor HW10 een vrij unieke functie heeft gekregen binnen de wijk. Het laagdrempelige karakter om ‘even koffie te drinken’ of om bij te praten met buurtbewoners vormt voor veel bezoekers een belangrijke reden om HW10 te bezoeken. Het contact met buurtbewoners om te zien wat er speelt, wordt door de meeste respondenten dus ook aangegeven als belangrijke redenen waarom zij naar HW10 gaan. Een oudere man van 82 vertelt: *“Mijn vrouw is vier jaar geleden overleden. Ik woon hier al heel lang en daarvoor hadden we niet heel veel contact met de buurt, want we waren met z’n tweeën en de kinderen waren de deur uit. Maarja, toen mijn vrouw overleed. Op een gegeven moment zit je alleen thuis en dan vind ik het wel heel leuk om wat meer met de buurt om te gaan.”*

Naast de mogelijkheid om koffie te drinken en buurtbewoners te ontmoeten, geven verschillende respondenten aan dat de activiteiten die er zijn ook een belangrijke functie hebben voor de buurt en dat er vanuit de buurt veel behoefte was aan een initiatief als HW10, omdat het iets nieuws biedt dat nog niet in de wijk aanwezig was. Een vrouw vertelt: *“Het biedt iets nieuws dat de buurt nodig had (...). Ze bieden laagdrempelige, betaalbare dingen aan. Ook voor kinderen. En dat ze zelfs ook de kinderen ophalen uit school en dan daarnaartoe kan. (...). dus niet zo’n opgelegd gemeente programma. Het is echt vanaf de grond opgebouwd. Echt door de bewoners zelf.”*

Daarnaast geven twee buurtbewoners aan dat zij het waarderen dat ook de wijkagent en een vrouw die werkzaam is bij het Stadsdeel Nieuw West regelmatig koffie komen drinken. Op die manier kan op een informele manier een probleem worden aangekaart bij deze aanspreekpunten. *“Wat ik ook wel leuk vindt, ik heb hem al een tijd niet gezien, maar de buurtagent en het stadsdeel komen regelmatig langs. Die komen gewoon koffie drinken (...). Het is een methode om mensen de mogelijkheden om hun verhaal te doen.”*

Zoals uit het vorige citaat blijkt, is het laagdrempelige en unieke karakter van HW10 veel betekent voor de bezoekers van HW10. Door drie bezoekers van HW10 wordt dit genoemd. Daarnaast geeft een andere buurtbewoner de ‘niet-commerciële’ constructie als belangrijke reden om wekelijks koffie te komen drinken. *“Het idee achter deze constructie is werkelijk iets voor de buurt te doen. En dit is een goed voorbeeld van iets voor de buurt doen. Het is geen commercieel verstandige actie. De insteek is anders. (...) het werkt voor de buurt geweldig als buurthuis. Commercieel is het een drama. Financieel is het een uitdaging. Het positieve aan de constructie, is gelijk ook het negatieve eraan, commercieel gezien. Dit kan alleen maar op een bepaalde manier dat mensen daar bevlogen mee bezig zijn. Zodra als jij het commercieel wilt maken, moet je een bepaalde doorvoer hebben, mot je mensen gaan haasten, moet je een bepaalde omzet gaan draaien. En dan houdt de gezelligheid op.”* De meeste bezoekers weten ook dat de beheerders hard moeten werken voor hun geld. Een vrouwelijke buurtbewoner vertelt: *“maar ik hoop dat ze gewoon iets minder hoeven te worstelen om te kunnen blijven bestaan. Het is geweldig wat er allemaal lukt, maar het is iets te hard water trappelen denk ik.”*

5.6 DOELGROEPEN

HW10 blijkt een belangrijke ontmoetingsplek voor de buurt te zijn. Niet alleen buurtbewoners, maar ook de wijkagent en een aanspreekpersoon van het stadsdeel kunnen op informele manier worden benaderd. Sommige buurtbewoners geven zelfs aan dat HW10 zelfs de buurtbinding en de betrokkenheid van de buurtbewoners heeft versterkt. De initiatiefneemster van HW10 geeft aan dat het doel van HW10 is om naast het bieden van een ontmoetingsplek, te zorgen dat het een levendig functionerend creatief centrum wordt, met een open uitstraling/karakter voor omwonenden, stadsdeel en stad. Het zou een plek moeten zijn die voor iedereen bereikbaar is. In deze paragraaf wordt geanalyseerd welke doelgroepen er in HW10 komen, welke doelgroepen er niet komen en met welke factoren dit samenhangt. De vraag die hierbij centraal staat is: In hoeverre heeft HW10 bijgedragen aan het versterken van onderlinge verbondenheid door een diversiteit van doelgroepen aan te trekken?

Heijnen (2011) stelt dat het nastreven van meer diversiteit op basis van leeftijd en andere factoren als etniciteit, klasse, beperkingen en religie, een maatschappelijke meerwaarde heeft. Ontmoetingen brengen je in contact met andere mensen, gedachten, gevoelens en culturen. Door ontmoetingen voelt men zich thuis in de wijk, waardoor men zich prettiger en veiliger voelt (Blokland, 2008, p. 3). Dagelijkse ontmoetingen met een diverse bevolking zou daarnaast een meer open houding geven in het ontwikkelen van banden met mensen die verschillend zijn (Blokland & van Eijk, 2009, p. 325). Over het algemeen geven de huurders aan dat er tot nu toe nog niet echt een gemende doelgroep wordt bereikt. Hiermee wordt voornamelijk bedoeld dat diversiteit ontbreekt op basis van etniciteit en sociaal economische klasse. Zo vertelt de danslerares: *“Het zijn meer de jonge gezinnen die hier komen. Of een oude meneer hier uit de buurt, die komt ook elke woensdag koffie doen. Het is ook een tijdje geweest dat een groep ouderen hier kwam. Die hadden een actieve ochtend op donderdagochtend hier. dus wat hier vooral komt zijn de jonge gezinnen. Het zijn vooral een beetje teveel de Nederlandse gezinnen. Dus het mag nog wat meer gemengd.”*

Figuur 10 en 11: kinderen doen een workshop (links) en de ‘huiskamer’ van HW10 (rechts)



5.7 GEBREK AAN DIVERSITEIT

Verschoor (2009) stelt dat sociale cohesie zou worden bereikt door te voorzien in een laagdrempelige toegang en een programmering die tegemoet komt aan een breed palet aan voorkeuren van verschillende (etnische) groepen. Volgens Amin (200) zouden betekenisvolle contacten kunnen ontstaan op het lokale niveau, omdat hierbij sprake is van georganiseerde groepsactiviteiten waarbij personen met verschillende achtergronden bij elkaar worden gebracht. Het samenbrengen van een brede en verschillende doelgroep is ook één van de doelen van HW10. Een huurder vertelt dat zij bezig is met een project in samenwerking met twee andere huurders. Het project ‘ontspanning en beweging’ heeft als doel om verschillende doelgroepen samen te brengen. Hierbij wordt samengewerkt met bijvoorbeeld scholen of andere instituties in de buurt. *“Het idee is dat we verschillende groepen mensen bij elkaar willen brengen. We willen graag samenwerken met organisaties. Er zitten hier veel organisaties. Hiernaast zit een lagere school, daar zit een verzorgingstehuis en daar zit het hervormd lyceum. We krijgen drie workshops. Één workshop yoga, een*

workshop beeldende kunst en een workshop dans. En dan brengen we die groepen samen, dat ze weer meer begrip voor elkaar krijgen. Want mensen leven hier zo naast elkaar heen.”

Zoals in de vorige paragraaf werd aangegeven, vinden veel huurders dat de diversiteit tot nu toe nog niet bereikt wordt. Het zijn het vooral jonge gezinnen die de activiteiten kunnen betalen die de workshops en activiteiten van HW10 doen. Door een aantal andere respondenten wordt aangegeven dat er meer diversiteit mag zijn qua leeftijd. Hoewel de leeftijd van respondenten enorm varieert; De leeftijden van respondenten varieerden tussen de 28 en de 82, wordt door de meeste respondenten gewezen op het ontbreken van activiteiten voor jongeren. De danslerares vertelt: *“Nou, Marokkaanse mensen komen hier niet zo snel. nee, het zijn tot nu toe vooral veel de Nederlanders die hier komen. Maar ik had wel een tijdje ook Surinaamse vrouwen op dansles. Uh, maar de Marokkaanse mensen zie je niet zo snel. er was wel een Marokkaanse stichting hier, toen zag je ze ook wel. Maar ik zie ze niet direct hier de activiteiten doen.”* Een andere respondent geeft aan dat er voor jongeren nog wat ontbreekt: *“De volwassenen en de kinderen met de knutselclub dat is er wel, maar voor de pubers ontbreekt er nog wat. Dat is een groot gat.”*

5.8 TOEGANKELIJKHEID

Tijdens de interviews blijkt dat het bereiken van een bredere doelgroep voor vele huurders belangrijk is. Ook worden een aantal redenen genoemd die volgens hen de mate van diversiteit beperken. Ten eerste wordt gewezen op het belang van toegankelijkheid. Het belang van de toegankelijkheid komt overeen met het onderzoek van Wali e.a. (2002). Hij stelde dat het belangrijk is dat plekken toegankelijk zijn en toegankelijk voelen. Vanwege het feit dat in dit onderzoek geen respondenten zijn benaderd die de broedplaats niet bezoeken, kan niet worden vastgesteld in hoeverre andere groepen zich welkom voelen om een bezoek te brengen aan HW10. Een yogalerares vertelt wel eens geprobeerd te hebben om de hangjongeren te betrekken, maar deze jongeren gaven aan zich niet heel erg thuis te voelen. Ze vertelt: *“Ik had ze laatst uitgenodigd voor de filmavond. Die film ging over een Marokkaanse vader en jongen, en dan tijdens die reis komen ze dicht bij elkaar. Dus ik zei dat is echt een film voor jullie. Ze zeiden: ‘Ik denk dat ik me niet zo thuis voel tussen die andere mensen. Ik hoop dat u dat begrijpt.’”*

De financiële toegankelijkheid is volgens de huurders de grootste beperking voor de doelgroepen die er nu nog buiten vallen, maar die wel graag betrokken willen worden. *“De krachten en de mogelijkheden zijn er wel, maar er is weinig geld.”* Hoewel de koffieochtend door respondenten als een laagdrempelige, toegankelijke activiteit wordt gezien, zijn de lessen toch vaak prijzig. Door meerdere respondenten wordt dit gezien als belangrijkste reden waardoor er nog steeds niet de doelgroepen worden bereikt die zij zouden willen bereiken. *“Nu zijn er vooral de mensen die het kunnen betalen. Dat zijn nu gewoon mensen met een redelijke baan, die ik in m’n lessen heb. (...) ik vind het heel leuk om een gemêleerder publiek te trekken. Ik zou zelfs wel de hangjongeren in m’n klas willen.”*

De hoge prijzen van de lessen, wordt door respondenten gezien als belangrijkste reden waarom HW10 niet voor iedereen toegankelijk is. Dit betekent namelijk ook dat zij moeten concurreren met andere buurthuizen, die goedkopere lessen aan kunnen bieden. Drie vrouwen zijn daarom bezig met een subsidieaanvraag om een project te starten om een bredere doelgroep te bereiken. Het streven naar diversiteit wordt ook vanuit het stedelijke vernieuwingsbeleid steeds meer gestimuleerd (Bolt & Torrance, 2005). Subsidie kan een belangrijke bijdrage leveren bij het organiseren van programma’s om diversiteit te stimuleren. Het versterken van het aanbod van programma’s en activiteiten kan namelijk volgens de respondenten bijdragen aan het trekken van bredere doelgroepen. Hiervoor is een financiële bijdrage van externe partijen welkom. Echter geven de huurders aan dat het moeilijk is om subsidie te ontvangen. Toch zijn drie huurders bezig met een subsidieaanvraag om een bredere doelgroep te bereiken. *“Deels is dus die subsidieaanvraag die we hebben gedaan met z’n drieën daarop gebaseerd. Om juist verschillende soorten mensen naar binnen te krijgen hier, maar ook gewoon om te laten zien dat kunst voor iedereen is, en niet alleen voor mensen met geld. Dus het moet eigenlijk zo laagdrempelig mogelijk worden gemaakt. Dit wordt nu niet gesubsidieerd. De lessen zijn tot nu toe wel te duur voor deze wijk eigenlijk. in het buurthuis kan je voor 1 euro lessen doen ofzo. Of twee. Dus ja, dan gaan mensen eerder daarheen dan hier. en ja dat is zonde. Omdat de visie van deze broedplaats is om juist mensen naar binnen en samen te brengen.”*

Een andere beperking met betrekking tot de toegankelijkheid is dat de broedplaats niet altijd geopend is. *“We hebben niet iemand bij de deur zitten. Er zijn alleen maar bellen. Dus als je iemand moet hebben dan bel je aan. En bij andere broedplaatsen hebben ze vaak een betaalde kracht die aan de deur zit en mensen de weg wijst en dat is hier niet. Daar is het te klein voor. Maar daar blijft het dus ook gesloten mee.”* Het feit dat HW10 niet altijd geopend is wordt echter niet door iedereen als beperking gezien. Doordat de broedplaats niet altijd geopend is, kunnen bepaalde groepen niet zomaar binnen komen en dit leidt tot iets meer sociale controle. *“Het is niet zo dat die deur continu open moet staan en dat mensen daar naar binnen moeten kunnen. We hebben hiervoor ook een stel hangjongeren hangen en ik weet niet wat die aan het doen zijn. Ik heb er zelf geen last van, maar zulk soort mensen moet je niet binnen hebben. Er moet wel een beetje sociale controle zijn.”*

5.9 NAAMSBEKENDHEID EN PROMOTIE

Voor broedplaatsen kan social media van groot belang zijn voor het aantrekken van bezoekers en voor het werven van creatieve ondernemers (Harris & Rea, 2009). Zoals eerder aangegeven, wordt er veel samengewerkt met organisaties in de buurt, zoals de scholen in de omgeving. Ook wordt er promotie gemaakt door flyers en door facebook. Daarnaast is er ook een website en zijn er open broedplaatsen. Een aantal bezoekers geven aan dat zij regelmatig via flyers of social media op de hoogte worden gehouden van de activiteiten. Zo geeft een vrouwelijke buurtbewoner aan: *“Ja er hangen flyers, van wat er allemaal voor cursussen en leuke dingen te doen zijn. Dus het is eigenlijk onmogelijk als je kinderen op de Pro Rege zitten en niet op de hoogte te zijn van wat HW10 aan het doen is.”*

Hoewel bezoekers op de hoogte zijn van de informatiekkanalen, wordt het gebrek aan naamsbekendheid en zichtbaarheid, naast het gebrek aan toegankelijkheid, gezien als een probleem door de huurders. Hoewel er door middel van verschillende kanalen promotie wordt gemaakt voor de activiteiten en workshops, bereikt het volgens hen nog niet genoeg mensen. Het vergroten van de bekendheid van HW10 is dan ook vaak een doelstelling van de huurders. Promotiemateriaal is echter duur om te maken en daarnaast is daarvoor ook niet altijd geld beschikbaar. Daarnaast wordt ook kritiek gegeven op Urban Resort. Sommige broedplaatsen in Amsterdam worden volgens de huurders voortdurend in de publiciteit gebracht en HW10 niet. Zo vertelt de yogalerares: *“Sommige broedplaatsen worden voortdurend in de publiciteit gebracht en HW10 niet. Dat is voor ons soms best wel worstelen. Heel veel mensen kennen de plek gewoon niet. We zijn gewoon helemaal niet bekend eigenlijk. De danslerares vult aan: “Het zit nog een beetje verstopt. En als je het dan hebt over dat er veel broedplaatsen zijn hier in Nieuw West, ja iedereen kent Acta. Iedereen kent De Vlucht. En waarom geen HW10. Dat is toch gek. (...) Maar het ligt ook aan Urban Resort, de eigenaar van dit. Die doen weinig promotie voor deze broedplaats.”*

In paragraaf 5.8 en 5.9 zijn redenen aan bod gekomen die huurders aangaven als belangrijke verklaring voor het ontbreken van diversiteit. Echter is het belangrijk dat deze verklaringen niet eenduidig vaststellen welke redenen daadwerkelijk bepalen waarom bepaalde doelgroepen HW10 niet bezoeken. Doelgroepen die HW10 zelf niet bezoeken zijn namelijk niet geïnterviewd. Hierdoor zou het mogelijk kunnen zijn dat andere factoren zouden aandragen als redenen om HW10 niet te bezoeken; men zou zich bijvoorbeeld net welkom kunnen voelen.

5.10 LEEGSTANDBESTRIJDING EN EFFECTEN OP LEEFBAARHEID

In paragraaf 4.4 werd vermeld dat één van de argumenten van de VHS om Urban Resort te benaderen, betrekking had op het feit dat ze het karakteristieke schoolgebouw niet ten onder wilden zien gaan aan vandalisme, maar om te zorgen dat het in gebruik bleef. Vanwege de recessie gingen de sloopplannen voor de komst ouderenappartementen niet door. HW10 was oorspronkelijk een schoolgebouw in bezit van de gemeente. Als gevolg van slinkende budgetten, een terugtrekkende overheid en omdat leegstand de gemeente veel geld kost, zijn burgerinitiatieven of particuliere investeringen voor veel gemeenten een geschikte oplossing voor leegstaande gebouwen (Westerkamp e.a., 2004). Leegstand is een economische verliespost en bovendien geeft een negatief effect op de leefomgeving; het stimuleert het fysieke verval in een buurt (Blokland, 2009). Door nieuwe functies aan het leegstaande gebouw te geven, kan dit de leefbaarheid van de omgeving ten goede komen (Janssen & Beunen, 2012). Hierdoor kan een wijk of gebied

opknappen en herontwikkelen. Een huurder geeft aan: *“Maar dit pand was gewoon een rotte kies in de buurt. Het heeft een tijd leeggestaan en een tijd heeft er antikraak ingezet. En ja de ramen waren ingegooid en het was in hele slechte staat. En toen is Urban Resort benaderd om dit te gaan bestieren.”* Een andere vrouwelijke kunstenaar vult aan: *“En de kracht van broedplaatsen op zich is dat panden goed gebruikt worden. In plaats van een leegstaand gebouw dat heel erg onprettig is, ja kunstenaars die hebben over het algemeen weinig budget. Dus in die zin is het heel fijn.”*

De transformatie naar een creatieve broedplaats is in dit geval als oplossing voor de leegstand gekomen. Een buurtbewoner geeft aan dat hij blij is dat het gebouw er nog staat, vanwege de mogelijke plannen die er waren voor het gebouw. *“Dit was de Pro Rege school voordat het verdween. En in eerste instantie zou dit ding platgaan, want er moesten hier allemaal appartementencomplexen komen. Dat zou ook betekenen dat de school het halve schoolplein kwijt zou raken. Tot mijn groot genoegen is dat plan inmiddels allemaal getorpedeerd en hebben we nu aan de andere kant gewoon datgene wat we horen te hebben, namelijk een voetbalveld. En geen extra stomme blokken beton.”*

Het behouden van het gebouw heeft een meerwaarde gehad voor bewoners. Het gebouw verloederde niet meer, er kwam een nieuwe functie in samenspraak met de buurt en hierdoor kon het kenmerkende gebouw met een meerwaarde voor de bewoners behouden blijven en bleef deze vrij van sloop. Daarnaast is de overlast afgenomen. Echter wordt er door verschillende respondenten gewezen op de aanwezigheid van hangjongeren op bepaalde tijden voor de ingang van HW10, die af en toe tot wat overlast leiden. De initiatiefneemster vertelt: *“We hebben ook hangjongeren hiervoor. Die jongens komen hier roken, omdat het thuis niet mag op een bankje. Nu zijn ze er effe niet, maar heel vaak wel. Eerst was het van: oh ze zijn vervelend en brutaal. Op een gegeven moment hebben we gewoon vriendelijk gezegd van: je mag hier wel zitten als je het maar netjes houdt.”* Een andere buurtbewoner die één keer de broedplaats heeft bezocht vertelt: *“Nou ik heb er zelf geen last van gehad. Maar d'r was een bank neergezet en ik hoorde van de burens van de week dat daar hangjongeren gingen plaatsnemen. En dat ze daar dus 's nachts last van hebben en dat ze de politie moesten bellen. Ja en dat is niet zo leuk natuurlijk.”*

5.11 DEELCONCLUSIE HW10

In deze deelconclusie wordt geanalyseerd in hoeverre doelstellingen van betrokken actoren; Urban Resort, de gemeente Amsterdam en HW10 zijn gehaald en daarnaast wordt gekeken in hoeverre de verschillende beweringen uit het theoretisch kader over de sociale impact van creatieve broedplaatsen gelden voor HW10.

Over het algemeen wordt de transformatie van de voormalig leegstaande school naar de creatieve broedplaats HW10 gezien als meerwaarde voor zowel buurtbewoners als huurders. Het leegstaande pand trok krakers aan en leidde tot fysiek verval. Na een lange procedure met verschillende actoren is HW10 in 2012 geopend en heeft het een nieuwe functie gekregen waar veel buurtbewoners van profiteren. Nu zijn er ongeveer 30 huurders werkzaam. Veel huurders komen daadwerkelijk uit de buurt en hieruit blijkt dat de binding van HW10 de buurt wordt versterkt door het bieden van ruimte aan creatieve ondernemers uit de wijk. Zij geven aan dankzij HW10 de mogelijkheid te hebben gekregen om creatieve ideeën uit te voeren, lessen en workshops te kunnen geven en om werk- en woonruimte te kunnen scheiden. Het feit dat hun werkruimte relatief dicht bij huis ligt wordt door veel huurders gewaardeerd. De belangrijkste reden voor de huurders om in HW10 een atelier te huren, was echter niet vanwege de binding met de buurt, maar vanwege de zoektocht naar een goedkope werkruimte.

Door verschillende onderzoekers wordt gesteld dat dat samenwerking en uitwisseling van creatieve ideeën en kennis en om deel uit te maken van een creatief netwerk belangrijk is voor creatieve ondernemers. Hoewel dit geen doelstelling is van HW10, blijkt dat er redelijk veel wordt samengewerkt tussen verschillende huurders en disciplines. Diversiteit tussen disciplines, de aanwezigheid van ontmoetingsplekken in HW10 en de kleinschaligheid blijken de samenwerking en uitwisseling van kennis te versterken. Hoewel deze uitwisseling tot meer bridging capital heeft geleid, is er weinig sprake van onderlinge sociale cohesie en verbondenheid tussen de huurders. Dit wordt voornamelijk verklaard door een verschil in de mate waarin huurders open staan voor interactie.

Één van de belangrijkste aannamen die zijn gemaakt over de sociale impact van broedplaatsen in de wetenschappelijke literatuur, is dat het bij zou dragen aan sociale cohesie op buurtniveau (Verschoor, 2009). Het samenbrengen van verschillende doelgroepen en de interactie met buurtbewoners is een belangrijke doelstelling van HW10. Uit de interviews met betrokkenen die HW10 regelmatig bezoeken of hebben bezocht en huurders blijkt dat HW10 fungeert als ontmoetingspunt. Een ontmoetingsgelegenheid waar buurtbewoners op informele manier elkaar kunnen ontmoeten, was nog niet aanwezig in de buurt en HW10 biedt als ontmoetingsplek dus een vrij unieke functie. Daarnaast wordt de laagdrempeligheid en de niet-commerciële constructie van HW10 gewaardeerd en wordt gesteld dat dit bijdraagt aan informele ontmoetingen. Deze ontmoetingsfunctie heeft ook geleid tot versterkende banden tussen buurtbewoners die HW10 bezoeken. Een aantal buurtbewoners bezoeken regelmatig op de woensdagochtend de creatieve broedplaats om op de hoogte te blijven van ‘wat er speelt in de buurt’ en ‘even bij te praten.’

Verschoor (2009) stelt dat sociale cohesie kan worden bereikt door te voorzien in een laagdrempelige toegang die tegemoet komt aan brede voorkeuren van verschillende groepen. Het is dus belangrijk dat een creatieve broedplaats open staat voor alle doelgroepen in een wijk. Door het geven van veel workshops, dans- en yogalessen, activiteiten voor ouderen en kinderen en door elke woensdagochtend een koffieochtend te organiseren wordt geprobeerd een divers publiek aan te trekken. Echter wordt het bereiken van een brede doelgroep nog niet gehaald. De doelgroepen die lessen, workshops en activiteiten bezoeken in HW10 zijn tot nu toe de Nederlandse gezinnen met een hogere sociaaleconomische status. Het ontbreken van een bredere doelgroep wordt volgens de huurders verklaard door de hoge prijs die zij moeten rekenen voor lessen en een gebrek aan extra inkomsten en publiciteit van externe organisaties. Daarnaast is er ook concurrentie met andere buurthuizen in de buurt die lagere prijzen voor hun lessen kunnen bieden. De hoge prijs voor lessen en het ontbreken van activiteiten en programma's voor jongeren leiden ertoe dat bepaalde doelgroepen uit de buurt worden uitgesloten.

In deze casestudy zijn dus bevindingen gedaan die afwijken van de doelstellingen van betrokken actoren als verwachtingen die zijn gedaan in de literatuur. Aan de ene kant hebben de geïnterviewde bezoekers en huurders mede door HW10 kennis hebben leren maken met buurtbewoners, zijn ontmoetingen en sociale interacties ontstaan en is voor aantal bewoners het gevoel van verbondenheid met de buurt zelfs versterkt. In paragraaf 4.5 is aan bod gekomen dat Slotervaart een gemengde wijk is qua etniciteit, sociaaleconomische status en leeftijd. Het ontbreken van diversiteit en een brede doelgroep met betrekking tot etniciteit, leeftijd en sociaaleconomische klasse vormt belangrijke kritiek voor het bijdragen van HW10 aan de sociale cohesie op buurtniveau. HW10 kan tot nu toe niet de toegankelijke programmering voor een diverse doelgroep bieden. HW10 heeft voor een beperkte groep bijgedragen aan het gevoel van verbondenheid met buurtbewoners, echter kan in twijfel worden getrokken of er op deze manier wordt bijgedragen aan het ontstaan van sociale cohesie op buurtniveau.

Ook is de doelstelling van Urban Resort om goedkope ruimte te bieden voor de creatieve sector om jonge en startende creatieve ondernemers te kunnen behouden in Amsterdam niet gehaald. Zoals uit de interviews blijkt, waarderen de huurders de vele mogelijkheden die hun werkplaats biedt. Echter vormt de hoge huurprijs volgens de huurders een beperking om de doelstelling om jonge, startende creatieve ondernemers te kunnen aantrekken. Startende kunstenaars/creatieve ondernemers hebben nog weinig zekerheid en weinig inkomsten. Zij zouden een hoge huurprijs voor een atelier nog niet kunnen en willen betalen. Dit heeft als resultaat dat de broedplaats slechts toegang biedt tot creatieve ondernemers die al een carrière hebben opgebouwd en meer zekerheid hebben. Bovendien kan niet worden gesteld dat HW10 een alternatieve scene heeft aangetrokken, ondanks dat Bureau Broedplaatsen oorspronkelijk is opgericht om de alternatieve scene een plek te geven in creatieve broedplaatsen.

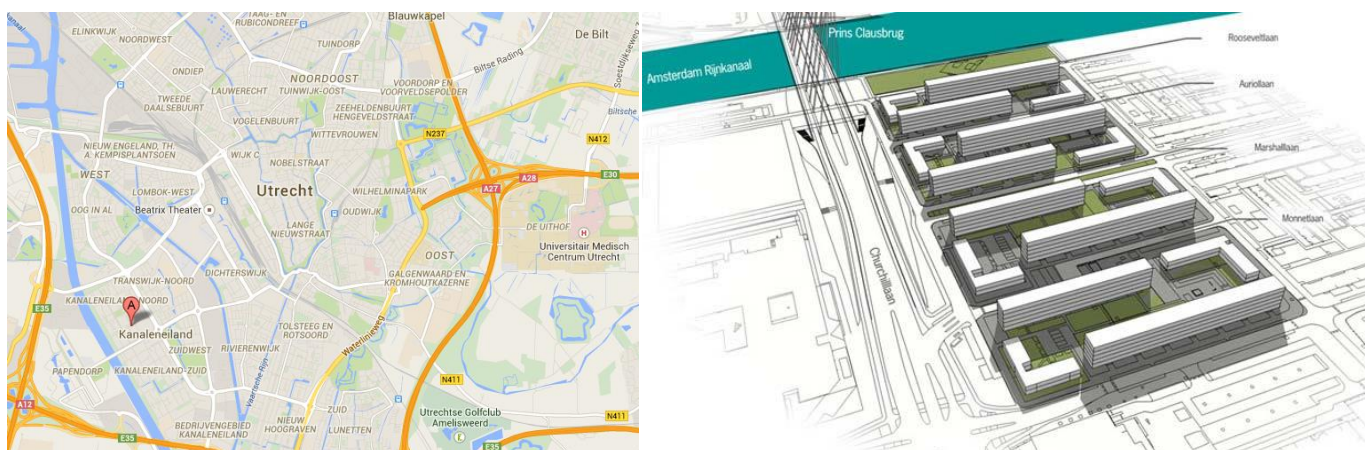
6. EILAND8

6.1 INLEIDING

Creative broedplaats Eiland8 bevindt zich in de wijk Kanaleneiland in Utrecht en is een initiatief van woningcorporaties Mitros en Portaal (zie figuur 12). Eiland8 bestaat uit een projectbureau dat gevestigd is op de Marshallaan. Daarnaast vormt Eiland8 een cluster van acht flats. Als projectbureau fungeert Eiland8 als schakel tussen woningcorporaties, bewoners, creatieve ondernemers en mogelijke samenwerkingspartners. Het projectbureau maakt zich sterk voor de stimulering van burgerparticipatie, talentontwikkeling en ondernemerschap binnen een creatief culturele context. Het projectbureau ontwikkelt zich tot kenniscentrum, een platform waar zowel startende ondernemers als professionals elkaar ontmoeten en inspireren. Daarnaast is het een plek waar samenwerkingen tot stand kunnen komen en ruimte is voor talentontwikkeling. Bewoners en creatieve ondernemers worden gestimuleerd om projecten en initiatieven te starten. Daarvoor zijn verschillende formats ontwikkeld (Eiland8, 2015). Op deze projecten en formats wordt in paragraaf 6.3 dieper ingegaan.

Naast het projectbureau Eiland8, is Eiland8 een vorm van tijdelijk gebruik, waarbij 'verlaten' sloopwoningen in acht vierverdiepingflats aan de Prins Clausbrug onder de naam Eiland 8 tijdelijk verhuurd worden (zie figuur 13). Het cluster biedt ruimte voor ondernemers en is speciaal bedoeld voor kleine bedrijven, starters en doorstarters in de creatieve sector. Het project is gestart in mei 2009 (Mitros, 2011). Eiland8 biedt dus ook tijdelijke woon- en werkplekken. In de volgende paragraaf wordt dieper ingegaan op hoe deze creatieve broedplaats en het projectbureau tot stand zijn gekomen.

Figuur 12 en 13: de ligging van Eiland8 in Utrecht (links) en de acht flats van Eiland8 (rechts).



Bron: google maps (2012) & HIK ontwerpers (2015).

6.2 ONTSTAAN, BEHEER EN SAMENWERKING MET PARTNERS

Het project Eiland8 is gestart door Mitros en Portaal en uitgevoerd door Wolf Huisvestingsgroep en Sophies Kunstprojecten. Mitros en Portaal zijn woningbouwcorporaties en daarnaast initiatiefnemers van Eiland8. Sophies kunstprojecten is een kunstenaarsinitiatief dat zich inzet voor om werk-, woon-, of podiumruimte voor kunstenaars te bieden en het creatieve netwerk in Utrecht te versterken (Sophies Kunstprojecten, 2015). De Wolf Huisvestingsgroep is vastgoedbeheerder die de gebouwen beheert en zorg draagt voor het informatiecentrum. Ook de toewijzing verloopt via Wolf. Het project is in de eerste jaren met betrekking tot zowel de tijdelijke verhuur, de selectie van de huurders en de organisatie van de projecten in de wijk door Huisvestingsgroep Wolf uitgevoerd. Op onderstaand figuur wordt schematisch de huidige structuur van Eiland8 weergegeven.

Figuur 14: Schematische opbouw van Eiland8



Bron: *Sterre en Stad*, 2013

Het Eiland8 project omvat het tijdelijke gebruik van acht flats, die gesloten liggen tussen de Churchillaan, de Bernadottelaan, de Marshallaan en de Rooseveltlaan. Het inzetten van een creatieve broedplaats samen met het tijdelijk gebruik van de acht flats is een keuze gemaakt door de grondeigenaren en sociale woningbouwcorporaties Mitros en Portaal. De acht flats staan gepland om uiteindelijk gesloopt te worden. In de periode vanaf de start van de uitverhuizing van de oorspronkelijke huurders tot de uiteindelijke sloop, worden leegkomende woningen tijdelijk verhuurd aan creatieve ondernemers en studenten. De Eiland8 bewoners hebben een tijdelijk huurcontract onder de Leegstandsweg bij Wolf Huisvestingsgroep. Op basis van deze leegstandswet wonen de studenten en starters in Eiland8. Bij het tekenen van het contract zijn de bewoners op de hoogte gesteld van de sloop- en renovatieplannen. Zij hebben een schriftelijke toezegging gekregen dat zij tot aan de sloop van de flats daar zouden mogen blijven (Woonbond, 2013).

Hoewel vanuit de gemeente Amsterdam een beleidskader is opgesteld, in samenwerking met het loket Bureau Broedplaatsen, geldt dit echter niet voor de gemeente Utrecht. Toch wordt vanuit de gemeente Utrecht het belang van creatieve broedplaatsen erkent. De gemeente Utrecht heeft in samenwerking met Triodos Bank een Borgstellingsfonds ingesteld voor creatieve broedplaatsen als financieringsmogelijkheid. Met dit borgstellingsfonds voor creatieve broedplaatsen wil de gemeente bijdragen aan de realisatie en verbetering van creatieve broedplaatsen. De realisatie van creatieve broedplaatsen wordt bevorderd, vanwege de betekenis voor de werkgelegenheid en productieruimte voor creatieve ondernemingen in de stad. Daarnaast stimuleert en bevordert het cultureel ondernemerschap (gemeente Utrecht, 2015).

Figuur 15 en 16: de ligging van Eiland8 in Kanaleneiland (links) en het Eilandhart (rechts)



Bron: *Sterre en Stad (2013) en google maps (2015)*.

6.3 DOELSTELLINGEN BETROKKEN ORGANISATIES EN ACTOREN VAN EILAND8

Zoals eerder aangegeven, is Eiland8 niet ontstaan door beleidsplannen vanuit overheden, maar is het ontstaan als initiatief van woningcorporaties Mitros en Portaal, de voormalige verhuurders en eigenaren van de grond. Zij hadden de acht flats als probleemgebied aangewezen. Vanwege problemen als hangjongeren en criminaliteit werd het gebied als dé probleemzone van Kanaleneiland bestempeld. De sloopplannen ten behoeve van nieuwbouwoopwoningen leidden tot de behoefte aan een tijdelijke oplossing ter voorkoming van leegstand. Om de achteruitgang van de wijk niet verder te laten gaan gedurende dit veranderingsproces, is het tijdelijke project Eiland8 gestart (Mitros, 2011). In dit deel van Kanaleneiland ervoor gekozen om een deel van de woningen voor een maatschappelijke huurprijs aan creatieve ondernemers aan te bieden, om zodoende grotere maatschappelijke ambities te realiseren (Smulders & Zebracki, 2012, p. 40).

Twee doelstellingen

Het projectbureau van Eiland8 heeft een tweezijdig doel. Het eerste doel heeft betrekking op het behouden en eventueel verbeteren van de leefbaarheid en de veiligheid in de wijk. Het tweede doel heeft betrekking op het verbeteren van het wijkimago voor interne als externe partijen. De creatieve broedplaats dient een positieve uitwerking te hebben op het gebied door een veranderende uitstraling van de wijk te genereren (Sterre & Stad, 2013, p. 5). Door het aantrekken van creatieve bedrijven en mensen op deze plek, zou Eiland8 voor een prettige en levendige sfeer kunnen zorgen in plaats van een verlaten sloopgebied. Een creatieve broedplaats zou daarnaast positief kunnen zijn voor de wijk economie doordat er onderlinge samenwerking ontstaat en men gebruik maakt van elkaars diensten en kennis. Om deze uitwisseling ook te bevorderen vraagt Eiland8 de gebruikers "een steentje bij te dragen aan de wijk" door middel van actief deelnemen aan projecten in de wijk (Eiland 8, 2011). De corporaties verwachten dus van de creatievelingen dat ze zich inzetten voor de buurt, bijvoorbeeld door muurschilderingen (Smulders & Zebracki, 2012, p. 40). Deze participatie aan activiteiten zouden kunnen bijdragen aan een veranderende reputatie van de wijk. Buitenstaanders zouden hierdoor zien dat er in de wijk een verandering plaatsvindt. Dit sluit aan bij het tweede doel van het projectbureau Eiland8. Het tweede doel is namelijk het veranderen van het imago van de wijk. Kanaleneiland heeft de afgelopen jaren een negatief imago opgebouwd, voornamelijk door de bestempeling als probleemwijk in de media (Platform 31, 2012). De wijk heeft de afgelopen jaren te maken gehad met fysieke verloedering en er wordt nu flink geïnvesteerd in de wijk.

Doelstellingen projectbureau Eiland8

Door het projectbureau Eiland8 worden bewoners en creatieve ondernemers gestimuleerd om projecten en initiatieven te starten. Voor de geïnterviewde projectcoördinator van Eiland8 en initiator van Knalland; een muzikantencollectief uit de wijk, vormde het succes van Knalland een nieuwe drive om meer mensen te betrekken bij het projectbureau de belangrijkste reden om voor het projectbureau Eiland8 te gaan werken. *"Er haakten steeds meer mensen aan, projecten werden steeds groter, waardoor ik daarna ook voor het projectbureau Eiland8 ben gaan werken, om dus eigenlijk de verbindende schakel, hoe zorg je dat bewoners echt betrokken raken en met initiatieven komen en die ook echt uitwerken."*

Zoals eerder vermeld, wordt van de nieuwe tijdelijke huurders, veelal kunstenaars, creatief ondernemers van kleine creatieve bedrijven en studenten, een vrijwillige inzet gevraagd voor de wijk door bij te dragen aan verschillende projecten en activiteiten. Alle ondernemers ondertekenen daarnaast een maatschappelijk contract waarin is vastgelegd dat ze 25 euro per maand afdragen aan een gemeenschappelijke pot voor Eiland8. Met dit geld worden initiatieven gefinancierd die ten goede moeten komen aan de wijk (Sterre & Stad, 2013, p. 6). De projectcoördinator van Eiland8 geeft aan wat voor hem de doelstelling is van het projectbureau. *"We sporen bewoners aan om met concepten naar ons toe te komen. (...). Mensen komen dan met een idee bij ons en wij coachen hen daar eigenlijk in. Heel veel creatieve geesten die hebben heel veel ideeën, ja dan ga je van concept naar uitvoering. Daarin ga je projectmatig handelen, hoe maak je een begroting, hoe maak je een planning, eigenlijk allemaal stapjes die mensen moeten zetten om een project te verwezenlijken. (...) En ondernemerschap stimuleren, dus die twee dingen*

komen dus samen. En dan zie je dat mensen vanuit een vaste plek begeleid en ondersteund worden, en zich dus gaan verbinden met een gebied en dingen gaan opzetten.”

In de afgelopen jaren zijn door het projectbureau verschillende formats ontwikkeld. Één van deze formats is de *10K pitch*. Hierbij krijgen creatief ondernemers uit de wijk de mogelijkheid om een projectvoorstellen in te dienen. De bewoners van Eiland8 kunnen op hun favoriete idee stemmen. Het projectbureau stelt dan per gekozen project 10.000 euro beschikbaar. Ook zijn er vanuit het projectbureau werkbudgetten opgesteld bedoeld om evenementen te organiseren in het EilandHart gericht op het creëren van ontmoetingen tussen bewoners. Dit format is genaamd *E8 Events*. Door middel van het format *Picture Perfect* worden groepen bewoners gestimuleerd om contact met elkaar te leggen en samen hun beeld van de wijk te vertalen naar bewegend beeld. Ten slotte is er het format *E8 groen*. Hierbij worden werkbudgetten beschikbaar gesteld om gezamenlijke moestuinen te creëren. Naast deze formats wordt het Eilandhart, de locatie waarin het projectbureau van Eiland8 gevestigd is, verhuurd voor verschillende doeleinden aan verschillende doelgroepen; zowel externe als wijkbewoners-initiatieven. De doelstellingen van het projectbureau voor de formats worden aangegeven door de projectleider van Eiland8: *“Het belangrijkste is een leerervaring creëren voor jonge makers. Dus de vrijheid geven voor mensen om binnen de kaders van een project hun eigen leerervaring aan te gaan. Mensen willen zich ontwikkelen. Dan spreken wij, van waar wil jij je ontwikkelen en wat wil je doen (...) en als je dat bij elkaar doet, dan ben je én jezelf aan het ontwikkelen en een project. (...).”*

Achterliggende doelstellingen

Het doel van Eiland8 is dus om een verandering in de wijk op gang te brengen. De financiële crisis en het politieke klimaat hebben ertoe geleid dat woningcorporaties noodgedwongen te maken krijgen met een dalende waarde van hun bezit en met beperkingen van hun sociaalruimtelijk mogelijkheden. Steeds vaker wordt door woningcorporaties kunst en cultuur als sociaal-ruimtelijk instrument ingezet. Ook het Eiland8 project is ingezet om de wijkproblematiek actief op de achtergrond te drukken en het veranderingsproces te versnellen. De culturele sector kan de tussentijd op de vastgoedmarkt creatief invullen en stedelijke herstructureringsprocessen van nieuwe impulsen voorzien door kunst en cultuur als leidraad te nemen (Smulders & Zebracki, 2012, p. 40). De achterliggende gedachte hierbij is om studenten, kunstenaars en creatievelingen naar wijken te laten trekken, zodat zij de sfeer kunnen veranderen en een creatief klimaat kunnen scheppen om daarmee een nieuw imago voor de wijk te creëren. Uiteindelijk zouden de culturele kwaliteiten van de wijk aantrekkingskrachten uitoefenen op potentiële nieuwe bewoners (Smulders & Zebracki, 2012, p. 40). Het aantrekken van nieuwe groepen naar de wijk zoals kunstenaars en studenten wordt hiervoor gebruikt als instrument. Zodoende wordt Kanaleneiland gereproduceerd als leefruimte voor de middenklasse (Smulders & Zebracki, 2012, p. 40-41).

Als onderdeel van de herstructurering wordt een groot deel van de huidige sociale huurwoningvoorraad gesloopt om plaats te maken voor duurdere koopwoningen. De buurttransitie heeft tot doel gentrification te stimuleren. Hieronder wordt verstaan dat fysieke, sociale en economische opwaardering van het gebied wordt nagestreefd door de komst van een nieuwe (midden)klasse of bewonersgroep (Sterre & Stad, 2012, p. 13). Het proces van gentrification wordt gestuurd door overheden, organisaties en corporaties. Deze hoge partijen vinden het belangrijk dat er via lokale projecten een positief beeld over het gebied wordt gecreëerd, vooral gericht op externe partijen. De verbetering van de reputatie heeft namelijk als doel een positieve bijdrage te kunnen leveren aan de verkoopbaarheid van de gerenoveerde woningen.

Binnen het gebied van Eiland8 gaan namelijk de komende tijd veel veranderingen plaatsvinden. Door Yoururbanspace, een samenwerking van de gemeente Utrecht, Mitros, Portaal en Heijmans, zijn de plannen opgesteld. Er komen renovatieappartementen, kluswoningen en nieuwbouwappartementen in het gebied. Op dit moment zijn renovaties bezig aan 70 appartementen aan de Rooseveltlaan. Deze appartementen tegenover het Amsterdam-Rijnkanaal. De bestaande woningen worden aan de gevels, het dak, de balkons, het sanitair, de verwarming, ventilatie etc. gerenoveerd, zodat ze qua uitstraling en comfort straks voldoen aan de eisen van nu (Yoururbanspace, 2015). Sommige respondenten geven een kritische blik op deze plannen. Dit zal in paragraaf 7.7 aan bod komen. Op figuur 17 is het grote informatiebord van Yoururbanspace

te zien dat te vinden is op de hoek van de Marshallaan. Op dit informatiebord worden de nieuwe appartementen aan de Rooseveltlaan gepromoot (zie figuur 18).

Figuur 17 en 18: informatiebord Yoururbanspace (links) en flats die gerenoveerd worden aan Rooseveltlaan (rechts)



6.4 LOKALE CONTEXT: KANALENEILAND

Kanaleneiland ligt ten zuidwesten van Utrecht en is een naoorlogse wijk. Kanaleneiland is opgedeeld in twee delen; Kanaleneiland-Noord en Kanaleneiland Zuid. Na de tweede wereldoorlog bestond een grote behoefte aan nieuwe woningen door een groeiende bevolking en veel verwoeste woningen in steden. De toegenomen vraag leidde tot nieuwe wijken. In 1958 werd Kanaleneiland ontworpen. Er werden 7.350 woningen gebouwd voor bijna 30.000 inwoners. De wijkgedachte, het functionalisme en de seriematige, industriële bouwmethodes zijn leidend geweest bij de bouw van de wijk in de jaren '60. Het resultaat is een wijk met een ver doorgevoerde rechtlijnigheid en een veelvuldige herhaling van hetzelfde patroon van gebouwen. De combinatie van ruimtegebrek en de grote woningnood heeft geleid tot het bouwen van een grote hoeveelheid etagewoningen en een klein percentage eengezinswoningen (Heurneman e.a., 2004, p. 171). Het basispatroon voor de indeling van Kanaleneiland is een blok van twee stroken etagewoningen en twee stroken eengezinswoningen (Platform 31, 2012). Tijdens de bouw van de wijk als de auto duidelijk in opkomst; de wijk is opgebouwd met brede doorgaande verkeerswegen. In tegenstelling tot de wijkgedachte waar het groen als gemeenschappelijke ruimte werd ontworpen, is in Kanaleneiland veel groen uitgegeven als privé-tuin (Platform31, 2012).

Sociaal-demografische ontwikkeling

In de eerste huizen die werden gebouwd in Kanaleneiland kwamen voornamelijk hoge ambtenaren en andere hoger opgeleide mensen wonen. Ook kwamen er veel jonge gezinnen te wonen. Over het algemeen was Kanaleneiland in die tijd een wijk voor de middenklasse (Heurneman e.a., 2004, p. 168). Al snel veranderde het beeld van Kanaleneiland. Inwoners trokken naar de meer suburbane gebieden en nieuwbouwlocaties rond Utrecht. De opkomende economie in Nederland trok veel migranten aan. Veel Europeanen migreerden weer terug nadat de economie in die landen ook weer aantrok. Dit was niet het geval in Turkije en Marokko. Veel migranten besloten in Nederland te blijven en hun gezinnen over te laten komen. De woningen in Kanaleneiland-Noord zijn vanwege hun grootte en relatief lage huur zeer in trek geweest bij allochtonen met grote gezinnen (Heurneman e.a., 2004, p. 17). Zo heeft Kanaleneiland zich

ontwikkeld tot concentratiebuurt met veel Turkse en Marokkaanse bewoners (Heurneman e.a., 2004, p. 177).

In 2009, toen Eiland8 werd gestart, bestond Kanaleneiland-Noord uit 8.013 inwoners. Daarvan was bijna de helft van de bevolking in Kanaleneiland-Noord van Marokkaanse afkomst (46%). Daarnaast was 21.5% van de bevolking van Turkse afkomst. In totaal bestond de wijk uit 78.7% niet-westerse allochtonen. In 2015 is het totaal aantal inwoners van Kanaleneiland-Noord iets gedaald naar 7.504 inwoners. Het aandeel Marokkaanse en Turkse inwoners in de wijk is nog steeds hoog, maar wel afgenomen in vergelijking met 2009 (respectievelijk 39,5% en 18,1%) (Buurtmonitor Utrecht, 2015).

Kanaleneiland is door minister Vogelaar uitgeroepen tot 'krachtwijk' in 2007. De algemene doelstelling van de vernieuwing in Kanaleneiland-Noord is het realiseren van een leefbare, toekomstbestendige wijk waar mensen graag willen wonen. Om deze doelstelling te realiseren zijn de afgelopen jaren diverse plannen ontwikkeld. Deze plannen richten zich onder andere op het terugdringen van de criminaliteit en jongerenoverlast, het versterken van de sociale samenhang, het bieden van meer perspectief aan kansarme gezinnen, evenwichtige bevolkingssamenstelling, verminderen van het aantal risicoleerlingen, tegengaan schooluitval, meer bewoners met een betaalde baan en een meer gedifferentieerde woningvoorraad (Platform31, 2012). Eiland8 maakt ook deel uit van deze aanpak.

Figuur 19: Fysieke omgeving van het Eiland8 gebied



De geschilderde balkons



De groene tussenruimte tussen de flats



Muurschilderingen op de afgedichte flats



Geschilderde portieken en elektriciteitshuisje

7. SOCIALE EFFECTEN VAN EILAND8

In het vorige hoofdstuk zijn doelstellingen van het projectbureau en woningcorporaties Mitros en Portaal aan bod gekomen. In dit tweede gedeelte wordt ingegaan op de effecten die naar voren zijn gekomen uit de interviews met betrokkenen en bewoners van Eiland8. Ten eerste wordt ingegaan op de vraag in hoeverre Eiland8 heeft bijgedragen aan het ontstaan van nieuwe ondernemingen en initiatieven. Als tweede wordt geanalyseerd in hoeverre Eiland8 heeft bijgedragen aan sociale cohesie. Hierbij wordt geanalyseerd in hoeverre er interne sociale cohesie is ontstaan tussen de Eiland8 bewoners. Daarna wordt ingegaan op de ervaringen van de respondenten met de oorspronkelijke bewoners en wordt geanalyseerd in hoeverre er sprake is van sociale cohesie op wijkniveau. Daarna wordt geanalyseerd in hoeverre Eiland8 heeft bijgedragen aan een verbetering van de leefbaarheid en het imago – de twee doelstellingen van Mitros en Portaal. Ten slotte wordt gekeken naar de toekomstverwachting voor Eiland8 en wordt geëindigd met een conclusie.

7.1 ONTSTAAN NIEUWE CREATIEVE ONDERNEMINGEN EN INITIATIEVEN

Eén van de doelstellingen van het projectbureau Eiland8 is om ondernemers en bewoners te stimuleren projecten en initiatieven te starten. In deze paragraaf wordt geanalyseerd in hoeverre Eiland8 heeft bijgedragen aan het ontstaan van nieuwe creatieve ondernemingen en initiatieven en welke factoren daarbij een belangrijke rol speelden. Als eerste wordt geanalyseerd waarom creatieve ondernemers hebben gekozen om in Eiland8 te wonen.

De respondenten zijn op verschillende manieren terecht gekomen bij Eiland8. De meesten geven aan dat zij via informele kanalen zoals vrienden, familie of kennissen kennis hebben vernomen over de woonruimte in Eiland8. Uit de interviews blijkt dat de meeste respondenten hebben gekozen om in Eiland8 te wonen wegens de financiële voordelen; de betaalbare woon- en/of werkruimten, of juist de combinatie hiervan. Een mannelijke bewoner voegt hier de langere opzegtermijn aan toe: *“Voor een student is het vaak een logische tweede stap. Omdat je financieel niet alles kan aannemen. En als je op zoek bent naar plekken waar je goedkoop kan wonen, kom je al vaak bij antikraak uit. Dat is drie weken opzegtermijn en ben je vaak van plek naar plek aan het reizen. Deze is iets uitgerekerd. Hier heb je drie maanden opzegtermijn.”*

Andere redenen die werden aangegeven als reden om in Eiland te komen wonen, waren de aanwezigheid van het creatieve cluster, de mogelijkheid voor creativiteit en ruimte om te ontplooiën en vanwege de aanwezigheid van bekenden. Een vrouwelijke respondent die net is verhuisd uit de wijk geeft dit aan: *“De combinatie van wonen en werken en gewoon mensen die je ook kent van de academie en om onderdeel te zijn van die broedplaats. En het is gewoon goedkoop voor heel veel oppervlakte, je hebt heel veel ruimte. Dus dat speelde allemaal wel een beetje mee.” (...) het was wel een prima locatie. Het was dichtbij de stad. Je hoefde niet ver te fietsen.*

De goedkope woon- en werkplekken en de creatieve mogelijkheden trekken een netwerk van kunstenaars, studenten en jonge startende bedrijfjes naar zich toe. Uit de interviews met Eiland8 bewoners is gebleken dat de creatieve broedplaats een grote aantrekkingskracht heeft gehad op startende en kleine creatieve ondernemingen. In tabel 5.1 wordt een overzicht gegeven van een aantal initiatieven met omschrijving die zijn ontstaan in Eiland8 en waarbij tenminste één initiatiefnemer of betrokkene van is geïnterviewd:

Tabel 2: Ontstane initiatieven in Eiland8 waarbij tenminste één initiatiefnemer is geïnterviewd

<i>initiatiefnaam</i>	<i>Omschrijving</i>
Dit Moest	Gezamenlijke moes- en pluktuin tussen de Monet- en de Trumanlaan.
Knalland	Een platform voor community art en een productiehuis.
Balkon TV	Film-initiatief op zoek naar wat buurtbewoners bezig houdt. Met een 17 meter lang statief worden creatieve buurtbewoners van Eiland8 geïnterviewd.
De Brommerbios	Mobiele buitenbioscoop gebouwd op een bakbrommer uit de jaren '70
Wederdienst	Uitleenservice voor heel Eiland8. Alle bewoners kunnen gratis praktische spullen lenen die je vaak maar eventjes nodig hebt.
The Bakery	Een recordlabel 2.0 bestaande uit 7 afdelingen waarmee artiesten en bands op elke mogelijke manier verder kunnen worden geholpen in hun carrière.
Kids Art Park	Een initiatief van Sophie's kunstprojecten, waarbij workshops worden gegeven door kunstenaars

Deze initiatieven, op Kids Art Park na, zijn allemaal begonnen, ontwikkeld en uitgewerkt door creatieve ondernemers uit Eiland8. De initiatieven zijn gesteund met een financiële bijdrage vanuit het projectbureau door middel van formats (zie paragraaf 6.3). Dit Moest is een uitzondering. De moestuin is ontstaan nadat de initiatiefneemster een oproep op Facebook plaatste om de moestuin te starten. Hierna zijn een aantal bewoners actief bezig geweest om de tuin die vol stond met onkruid om te vormen tot moestuin, waarin nu onder andere een boomhut, een kas en een kippenhok te vinden zijn. Dit is echter zonder samenwerking met het projectbureau gegaan, maar door middel van subsidie vanuit het wijkbureau. Voor een ander project met een rozenactie hebben zij wel een budget ontvangen van het projectbureau.

7.2 ONDERLINGE SAMENWERKING EN BETEKENIS PROJECTBUREAU

In deze paragraaf wordt geanalyseerd wat de waardering is van de respondenten ten aanzien van het projectbureau Eiland8. Daarbij wordt ook gekeken wat het projectbureau en de initiatieven hebben opgeleverd. De meeste respondenten zijn erg enthousiast over de projecten die zijn opgeleverd en ontstaan. Zo geeft een respondent aan dat de kracht van Eiland8 is dat het bijdraagt aan de levendigheid in de wijk, doordat kleine projectjes kunnen worden gestimuleerd en gecoördineerd. Ook geven twee respondenten aan dat het projectbureau sinds de oprichting steeds professioneler is geworden in de aanpak. Voornamelijk de vele mogelijkheden worden door de respondenten gewaardeerd; Veel kunstenaars hebben fysieke veranderingen kunnen en mogen aanbrengen in de openbare ruimte of binnen of rondom de flats. Voor twee respondenten voelde Eiland8 zelfs als een 'speeltuin waarin zij zich konden uitleven'.

Het Eilandhart is gevestigd op de Marshallaan 279 en is een multifunctionele ruimte die gebruikt wordt voor allerlei activiteiten van Eiland8. Het blijkt een belangrijke ontmoetingsplek te zijn voor ondernemers. Zo biedt het een werkplek voor creatieve ondernemers, zoals de initiatiefnemers van The Bakery. *"Wij zitten hier nu gratis, dat is heel relaxed. Voor ons was dat de kickstart die wij nodig hadden als bedrijf om meteen op één ding te kunnen focussen, dat écht is wat we leuk vinden. En daar een stevige basis in te creëren om dan nu vervolgens er wat commerciëler over na te denken."*

De Jong (2015) stelt dat voor jonge ondernemers behoefte is om deel uit te maken van een netwerk van creatieve bedrijvigheid. Het Eilandhart, dat een ontmoetingsplek én een werkplek biedt voor beginnende ondernemers, vormt volgens één van de initiatiefnemers van The Bakery ook een nieuwe mogelijkheid voor het ontstaan van projecten. Deze ontmoetingsplek in combinatie met de aanwezigheid van creatievelingen creëert een plek waarin ideeën kunnen worden uitgewisseld en daarmee kan innovatie tot stand komen. Een initiatiefnemer van The Bakery vertelt verder: *"Je hebt gewoon hele rare toffe projecten die alleen maar mogelijk zijn als je alleen maar creatieve mensen met elkaar in een pand zet. Dat is de enige manier. En als je kijkt, Missis and Mississippi, en dat soort mensen, die wonen hier ook allemaal. Die wonen op de Monetlaan. En vanuit HBA, komen ook steeds meer mensen hierheen. In deze flats wonen best wel wat opkomende muzikanten. Wat krijg je die allemaal in een pand zet, weetje, die gaan ook allemaal weer dingen doen. De stimulatie is enorm. Er komen heel veel toffe projecten vandaan. (...) deze plek, is dat je en*

flats hebt om te wonen en een werkplek hebt, en vervolgens ook nog de uitvoerende bedrijven, dan krijg je en soort mix van awesomness."

In de creatieve industrie zijn processen sterk afhankelijk van sociale netwerken (Potts e.a., 2009). Veel respondenten geven aan dat zij via hun pitch toegang gekregen tot nieuwe netwerken binnen Eiland8. Hieruit blijkt dat Eiland8 een belangrijke ontmoetingsplek is geweest voor ondernemers uit verschillende netwerken en sectoren. De toegang tot een breed netwerk en de combinatie van wonen en werken blijkt stimulerend te zijn bij het ontstaan van nieuwe, spontane initiatieven. De initiatiefneemster van Dit Moest vertelt: *"We hebben een pizzaoven gebouwd, en we zitten wel vaak samen met onze groep pizza's samen te eten en het is heel makkelijk, zeker met zulk mooi weer. Maar we hebben nu ook al bedacht om met de pizzaoven van de maand pizzakoerier te spelen. Dan kunnen mensen uit Eiland8 pizza's bestellen, dan gaan we die bakken en brengen we die rond met fietsen. (...) we hebben wel vaak van die megalomane plannen. Dat is wel heel leuk. Er zit heel veel energie in die groep, waardoor dat gewoon allemaal gaat."*

Naast samenwerking met overige bewoners, is er ook samenwerking ontstaan tussen de verschillende initiatieven die binnen Eiland8 tot stand zijn gekomen. Zo vertelt een initiatiefneemster van de Brommerbios: *"(...) Vooral doordat je zelf zo'n initiatief kan beginnen, zoals de Brommerbios, kom je automatisch in aanmerking met andere initiatieven. Dat werkt eigenlijk heel grappig. Want in het begin was ik zelf nog vrij teruggetrokken in mijn houding. Na daar een kleine opening in gevonden te hebben, dan kom je heel snel tot een volgende stap. We werken best wel veel samen met het Dit Moest initiatief, de moestuin, Eilandhart en Wederdienst, die heb je ook nog."*

Figuur 20: de Brommerbios wordt gebruikt in de moestuin van Dit Moest



Bron: Facebook, 2015.

Voor enkele respondenten heeft het opzetten en uitwerken van initiatieven ook effecten opgeleverd op de persoonlijke ontwikkeling. Veel initiatiefnemers geven aan dat het oprichten van een initiatief een grote leerervaring is geweest. Zo geeft een projectcoördinator van Eiland8 en de initiator van Knalland aan: *"Ik heb mezelf enorm ontwikkeld aan de hand van projecten die ik hier heb opgezet en die leerervaringen zijn natuurlijk onbetaalbaar. Het bijzondere is wel dat dit een plek is, waar én heel veel mogelijk is én er is ook geld. Of dat nou enorm veel geld is, maar toch, het is een budgetje waar je wat mee kan opzetten. Ja heel*

veel in de culturele, creatieve sector is toch, ja houwtje touwtje. Hier heb je wel de mogelijkheid om het net iets grootschaliger op te zetten. Dat is goed, heel leerzaam, denk ik."

Meerdere respondenten geven aan dat zij door Eiland8 hebben geleerd om een initiatief op te zetten, te beheren en om een idee uit te werken naar de uitvoering. Daarnaast heeft de initiatiefnemer van BalkonTV meer ervaring met video te hebben ontwikkeld en voor een kunstenaar heeft het ook grote opdrachten opgeleverd. Naast deze nieuwe opdrachten geeft de vrouw aan in contact te zijn gekomen met andere culturen: *"In dit geval heb ik heel erg kennis leren maken met de Islamitische cultuur. En vond ik dat ook wel een interessante wisselwerking met kunst."*

Dankzij de inzet van veel kunstenaars en ondernemers uit de wijk zijn verschillende initiatieven opgezet. De creatieve broedplaats heeft een grote aantrekkingskracht op startende en kleine jonge, creatieve ondernemingen gehad. Een voordeel van een creatieve broedplaats is dat het ontmoetingsplekken biedt, waarbij kennis en vaardigheden worden gedeeld en *bridging capital* ontstaat. Dit zijn overbruggende netwerken en samenwerkingen die kennis en informatie opleveren. De combinatie van wonen en werken, de aanwezige ontmoetingsplekken, het inspirerende klimaat én de financiële mogelijkheden vanuit het projectbureau hebben de synergie en samenwerking tussen verschillende culturele en creatieve ondernemers kunnen versterken. Dit komt overeen met de visie van Törnqvist (1983), waarin wordt gesteld dat om tot synergie en samenwerking te komen binnen een creatief milieu verschillende factoren nodig zijn, zoals competenties, communicatie en ontmoetingsplekken.

Törnqvist (1983) stelt echter dat creatieve milieus spontaan zouden moeten ontstaan onder invloeden van activiteiten van mensen. Eiland8 is echter een geplande vorm van een creatieve broedplaats, tot stand gekomen door woningcorporaties. Op basis van de analyse van de interviews is gebleken dat Eiland8 heeft ondanks de top-down constructie heeft gezorgd voor de samenkomst van creatievelingen die samen tot nieuwe ideeën en ontwikkelingen zijn gekomen. De financiële mogelijkheden, zoals de goedkope woonruimte en de bedragen van het projectbureau, die door de woningcorporaties mogelijk zijn gemaakt, hebben veel kansen geboden voor creatieve ondernemers om hun bedrijfje op te starten en te continueren. Hierdoor kan worden geconcludeerd dat de top-downconstructie van de creatieve broedplaats de ontwikkeling van creativiteit niet heeft tegengewerkt.

Kritiek op het projectbureau

Naast al deze positieve effecten, wordt er ook kritiek gegeven op het projectbureau. Iedere inwoner van Eiland8 betaalt maandelijks een vast bedrag van 25 euro voor de gezamenlijke pot voor Eiland8. Deze constructie is ontstaan doordat Mitros en Portaal met dit geld initiatieven wil financieren in samenwerking met het projectbureau die ten goede moeten komen aan de wijk. Over de uitgave en effectiviteit van dit bedrag is uiteindelijk onder een paar bewoners commotie ontstaan. Niet iedereen is het eens met de besteding van het bedrag. De initiatiefnemer van De Wederdienst vertelt: *"Er werd gezegd van dat bedrag dat wij in de gezamenlijke pot stopten, dat daar ook gezamenlijke projecten van geïnitieerd zouden worden. Dat de buurt beter zou worden. En ik vond zelf dat er niet heel veel verbetering in zat voor iedereen. (...) Ik wilde eigenlijk dat de hele wijk ergens beter van kon worden. (...) Van dat bedrag dat zij elke maand hebben betaald, dacht ik daar moet gewoon iets voor terugkomen en hier kan iedereen gebruik van maken. Want het idee is dat de community al heeft betaald voor de dienst en die bedraagt iets van 20 euro en alleen de mensen die in deze acht flats, deze zes flats wonen, betalen contributie. Dus voor hen is het betaald."*

Aan de ene kant wordt door een aantal respondenten als verklaring voor de commotie gegeven dat het projectbureau teveel nadruk heeft gelegd op gesubsidieerde projecten waar slechts een selecte groep uit de wijk van profiteerden. Volgens sommige respondenten zou het projectbureau Eiland8 in het begin zich teveel gericht zijn op de muzikmakers uit de buurt. De andere disciplines, zoals grafische ontwerpers of dansers, zouden hierdoor minder aandacht krijgen. Naast deze kritiek vinden sommige respondenten dat er beperkt wordt omgegaan met de doelstelling van het projectbureau om juist de verbinding aan te gaan met de rest van de wijk. Deze doelstelling wordt volgens sommigen over het hoofd gezien. Zo geeft een kunstenaar aan: *"Ik merkte op een gegeven moment dat de projecten die werden gesubsidieerd, dat die daar helemaal niet meer over gingen. Dat werd helemaal niet meer gestimuleerd. Het ging gewoon om*

kunst maken, en dat is ook heel goed, dat is ook heel leuk, maar dat had niks meer te maken met die mix. En ik miste dat op een gegeven moment heel erg. Daar heb ik ook wel op gehamerd.”

7.3 SOCIALE COHESIE TUSSEN EILAND8 BEWONERS

In deze paragraaf wordt de mate van sociale cohesie tussen Eiland8 bewoners geanalyseerd. Uit de vorige paragrafen kwam naar voren dat er een sterke mate van bridging capital is ontstaan, maar in hoeverre is bonding capital versterkt? In hoeverre voelen de Eiland8 bewoners zich met elkaar verbonden? Eerst komt de rol van initiatieven in de wijk bij het ontstaan van sociale cohesie aan bod. Na deze analyse wordt geanalyseerd in hoeverre er sociale cohesie bestaat tussen Eiland8 bewoners.

Rol van initiatieven in de wijk

Putnam (2000) wijst op het belang van maatschappelijke betrokkenheid van participatie. Ook Trienekens (2012) en Verschoor (2009) wijzen op het belang van kunstprojecten bij het versterken van betrokkenheid en het vergroten van het thuisgevoel of de buurtbinding. Voor een aantal initiatiefnemers is het bijdragen aan de verbondenheid in de wijk een belangrijk motief geweest om een initiatief op te zetten. Zo geeft de initiatiefnemer van BalkonTV aan: *“Dus ik dacht ja, waarom mensen geen kennis met elkaar (...) Want daar ben ik ook heel nieuwsgierig naar; wat kunnen mijn burens, waar zijn ze goed in, of, wie zijn mijn burens (...) BalkonTV is voor de makers in de buurt, om hun ook een podium te bieden. Want er zijn zoveel creatievelingen, dat zie je gewoon niet.”* Ook een initiatiefnemer van de Brommerbios geeft aan meer betrokkenheid in de wijk te willen creëren met de Brommerbios: *“We wilden graag een concept ontwikkelen, waarin we mobiel van plek naar plek kunnen gaan, zodat je in de openbare ruimte of publieke ruimtes films kan vertonen, zodat je meer betrokkenheid krijgt met de wijk en de plek waar je staat. Maar ook om mensen een leuke avond te bieden.”*

Uit bovenstaande citaten blijkt dat een aantal initiatieven zijn ontstaan om de verbondenheid in de wijk te verhogen. Het doel van deze initiatieven is om activiteiten te organiseren waar mensen op een toegankelijke manier naar toe kunnen gaan. *Dit Moest* en *de Brommerbios* worden door respondenten gezien als belangrijke katrekkers voor het organiseren van activiteiten in de wijk, waardoor steeds meer betrokkenheid is ontstaan. Dit komt onder andere door de samenwerking tussen de projecten. *Dit Moest* heeft door middel van het creëren van een tussenruimte meer ruimte geboden om activiteiten te organiseren (zie figuur 20). Een mannelijke bewoner van Eiland8 vertelt dat de projecten die door het projectbureau zijn gesubsidieerd om de verbondenheid tussen bewoners willen verbeteren veel meerwaarde hebben gehad: *“Eigenlijk is die pitch een wonder geweest voor de wijk. Omdat ik denk dat de hele kring van mensen die iets willen betekenen in binnen zo’n gemeenschap, zo’n omgeving, buurt, is daarmee wel gegroeid.”*

Sense of community

In deze paragraaf wordt geanalyseerd in hoeverre er een mate van verbondenheid bestaat tussen de Eiland8 bewoners. De mate waarin men zich verbonden voelt met andere mensen in de fysieke omgeving is een belangrijke dimensie van sociale cohesie. In deze paragraaf wordt de mate waarin men zich meer verbonden met de wijk bedoeld geanalyseerd en wordt bekeken of buurtbewoners het gevoel hebben onderdeel te zijn van een buurtgemeenschap. Een gemeenschap wordt hierbij gezien als een lokale en hechte groep. Uit de interviews blijkt dat ondanks het feit dat niet iedereen contact met elkaar heeft, het gevoel van verbondenheid hoog is.

Het gevoel van verbondenheid wordt versterkt door een aantal factoren. Zoals eerder aan bod gekomen, zijn veel respondenten terecht gekomen in Eiland8 via bekenden. Hierdoor kenen veel bewoners elkaar al voordat zij in Eiland8 kwamen wonen. De sociale binding is vergroot door de contacten in de wijk, maar ook hangt deze verbondenheid voornamelijk samen met overeenkomstige normen en waarden en een gedeelde leefstijl en identiteit. Een vrouwelijke respondente die 5 jaar in de wijk woonde vertelt: *“Het voelde als een soort HKU 2.0 waar je dat voort kan zetten, dat creatieve en daar ook elkaar bij helpen en samenwerken. Het was gewoon heel toegankelijk om bezig te blijven.”* Hoewel de fysieke staat van de huizen erg slecht was, is de sociale inrichting van Eiland8 betekenisvol voor haar geweest. *“Het was gewoon*

zo vervallen. Het tochtte, het was koud, de douche liep niet door. (...). Aan de buitenkant is het niet per se heel prettig of mooi of gezellig. Maar binnen die muren gebeurde heel veel leuke dingen. Dus dat vond ik heel leuk om onderdeel van uit te maken en dat gedeelte mis ik nu wel. Dat ik nu ineens anoniem ben in de wijk. Dat je niet even naar je buurman kan lopen"

Volgens Bolt & Torrance (2005) wordt de identificatie met de buurt vaak ingegeven door de wens om een eigen individuele leefstijl tot uitdrukking te brengen. De identificatie met de buurt maakt deel uit van een *imagined community*. Bewoners voelen zich dan verbonden met de gemeenschap. Een dergelijke gemeenschap heeft vaak een homogeen karakter en bevestigt de identiteit van de bewoners (Bolt & Torrance, 2005). Individuen bouwen hun netwerk op basis van gedeelde interesses en waarden (Wellman e.a., 2000). Uit de interviews blijkt dat de verbondenheid bij de Eiland8 bewoners en het gevoel om bij elkaar te horen, op basis van gelijke ideeën, leefstijlen en leeftijd wordt versterkt. De meeste bewoners van Eiland8 zijn studenten, kunstenaars of werkzaam in de creatieve sector. De leeftijden van bewoners van Eiland8 liggen over het algemeen tussen de 18 en 30 jaar. De gemiddelde leeftijd van respondenten is 28. De oudste respondenten zijn 29 en de jongste is 25. Hieruit kan ook worden geconcludeerd dat de leeftijdsopbouw van Eiland8 vrij homogeen is. Daarnaast is in paragraaf 6.4 aan bod gekomen, dat Kanaleneiland een wijk is waar de meeste inwoners van Turkse en Marokkaanse komaf zijn, waarbij echter de acht flats bewoond worden door voornamelijk creatievelingen van Nederlandse komaf. Binnen Kanaleneiland vormt Eiland8 een afwijkende bevolkingsopbouw qua leeftijd en afkomst. Een vrouw van 29 die al 6 jaar in de wijk woont vertelt: *"(...) Nouja, het is ook wel heel makkelijk natuurlijk, want het is natuurlijk ook allemaal een beetje hoog opgeleid, blank Nederland wat hier dan zit, weet je wel, dus het is ook wel een beetje veilig, ja het is ook weinig uitdagend in die zin, maar aan de andere kant, ja het is ook heel leuk. (...) niemand heeft nog een kind en weet je wel, het is gewoon makkelijk om te zeggen, hee morgen, of nou ja zoals nu vanavond ik zeg: kom, laten we pizza's gaan bakken vanavond."* Uit de interviews kan worden opgemerkt dat men het prettig vindt om in een buurt te wonen met gelijkgestemden. Ondanks dat niet iedereen elkaar kent, is er wel sprake van publieke familiariteit: onderling vertrouwen, zonder dat personen deel uitmaken van het sociale netwerk.

Bolt & Ter Maat (2005, p. 61) stelden dat verschillende onderzoeken hebben aangetoond dat woonduur een belangrijke rol speelt bij het ontstaan van emotionele buurtbinding. Hoe langer iemand in een buurt woont, hoe groter de kans dat buren elkaar kennen en er een gemeenschapsgevoel bestaat. Vijf van de negen geïnterviewde respondenten wonen sinds het begin van het project, sinds 2009 in de wijk. Uit verschillende interviews blijkt dat de respondenten die lang in de wijk wonen, steeds meer mensen hebben leren kennen. Ondanks dat niet iedereen met elkaar contact heeft, heeft een langere woonduur veel invloed op de contacten en op de mate van verbondenheid. Een mannelijke respondent aan die 6 jaar in de wijk woont, geeft aan dat langere tijd in de wijk meer betrokkenheid geeft: *"De sociale cohesie binnen Eiland8 begint nu steeds meer op gang te komen. (...). Omdat het toch effe tijd nodig heeft voordat mensen uit hun huizen komen (...) Misschien heeft het wel een bepaalde periode nodig voordat mensen elkaar vinden. En voordat mensen doorhebben wat voor leuke dingen er in de buurt spelen."* Ook een vrouw die 6 jaar in de wijk woont bevestigt dit: *"Kijk er wonen hier zoveel mensen, je hebt niet met iedereen contact. Maar ik had nooit gedacht ik zoveel van m'n buren zou weten en zoveel met ze te maken zou hebben. En als ik zo kijken, dan weet ik wie waar woont. (...). En dat vind ik wel, dat heeft wel het anonieme van een flat gehaald. Dat vind ik wel leuk. Toen ik hier kwam was het heel erg anonieme flats, en dat is niet meer. Het is echt, als ik rondkijk, weet ik echt wel van 30 procent van de bewoners weet ik wel wie het zijn, waar ze wonen en wat de doen. Het zijn gewoon buren en intussen gewoon goeie vrienden geworden, maar we kenden elkaar hiervoor nog helemaal niet. Het was helemaal onbekend."*

Rol social media

Naast de voorgaande factoren heeft ook social media een belangrijke rol gespeeld bij het ontstaan van een *community-gevoel*. Zoals in de vorige paragraaf aan bod kwam, geven veel respondenten aan dat er sprake is van een community binnen de Eiland8 bewoners. Deze wordt ervaren doordat mensen elkaar kennen; er is sprake van een homogeen karakter waarbij veel vergelijkbare medebuurtbewoners zijn. Niet alleen wordt dit communitygevoel versterkt door deze factoren, ook versterkt de online Weiland8 Facebook pagina het community gevoel. *"We hebben hier in de wijk ook een community pagina, waar zelfs meer*

mensen op zitten dan er eigenlijk wonen. Er zitten 1300 man op en daar worden de meest uiteenlopende vragen gesteld. van bij wie kan ik een flesopener lenen, tot ik zoek nog iemand om productie te doen, samenwerkingspartner of ik ben m'n kat kwijt (...). Al dat soort dingen komen allemaal op die pagina samen. Dat is een van de meest sterke elementen van de wijk."

De online community pagina Weiland8 blijkt ook een belangrijk middel om initiatieven van de grond te krijgen. Mede door deze pagina is Dit Moest opgericht; een gezamenlijke moestuin tussen de flats aan de Monet- en de Trumanlaan. De initiatiefneemster geeft aan: *"Daar heb ik toen een oproep geplaatst van hey, zullen we hier anders eens moestuin gaan beginnen? Wie doet er mee? Daar kwamen denk ik 10 mensen op af. En uiteindelijk zijn we met z'n zessen overgebleven. En dat is nu twee jaar geleden en het is echt helemaal vanuit de buurt, met de burens georganiseerd."*

Door een aantal wetenschappers wordt gesteld dat mede door het gebruik van moderne communicatie technologieën vormen van gemeenschappen op buurtniveau lijken af te nemen. Echter blijkt juist voor Eiland8 deze technologie een bijdrage te leveren aan de vorming van een gemeenschap op buurtniveau en daarbij misschien zelfs de gemeenschap te versterken. De ontwikkeling van nieuwe communicatietechnieken hebben geleid tot een versterking van de verbondenheid en het vormen van nieuwe initiatieven. De keerzijde van deze online community is dat ook de toegankelijkheid van het netwerk hindert en daarmee bijdraagt aan vorm van exclusion, omdat niet iedereen lid kan worden.

Social media heeft naast de versterking van de gemeenschap van Eiland8 bewoners, ook bijgedragen aan het verspreiden van kennis over de initiatieven over verschillende online en fysieke locaties, die niet per se gebonden zijn aan Eiland8. Veel initiatiefnemers geven aan door middel van flyers en door social media promotie te hebben gemaakt. Dit heeft effectief bijgedragen aan de naamsbekendheid van een aantal initiatieven onder de Eiland8 bewoners. Daarnaast zijn een aantal initiatieven ook buiten de buurt of zelfs nationaal bekend geworden. Een voorbeeld is Knalland, een muzikantencollectief uit de buurt die een cd hebben uitgebracht en op verschillende plekken optredens hebben gehad.

Ondanks dat er over het algemeen kan worden gesteld dat er sprake is van een community, zijn er ook kanttekeningen te plaatsen. Niet iedere bewoner is namelijk betrokken bij de initiatieven, activiteiten en niet iedereen werkt samen. Zo geeft een mannelijke bewoner aan dat de cohesie groot is binnen een selecte groep van actieve bewoners, dat er nog niet heel veel cohesie is tussen de volledige inwoners van alle acht de flats. Het gevoel van verbondenheid is dus wel hoog, maar niet iedereen heeft dezelfde mate van participatie aan activiteiten en dezelfde mate van sociale contacten in de buurt. *"(...) Eigenlijk maar een selecte groep, dus er is nog niet zo heel veel cohesie tussen de volledige inwoners van alle acht flats. (...) maar na hier zelf anderhalf jaar gewoond te hebben, merk ik dat je wel een soort versterking kan opzoeken binnen bepaalde initiatieven. je moet zelf imput stoppen in de plek waar je woont. Dat is heel belangrijk (...) maar niet iedereen doet dat."*

7.4 SOCIALE COHESIE OP WIJKNIVEAU

Zoals uit de vorige paragrafen blijkt, is de sociale samenhang tussen de Eiland8 bewoners over het algemeen erg hoog. Een kanttekening hierbij is dat het ook kan leiden tot bepaalde vormen van uitsluiting. Zo kunnen vraagtekens worden gezet bij de toegankelijkheid van activiteiten voor alle doelgroepen. Volgens een mannelijke respondent komt dit doordat niet alle doelgroepen interesse hebben in de activiteiten van Eiland8. Hij vertelt: *"Nou de doelgroep was in principe gewoon de wijk. Lokale mensen die hier al langer woonden, was ook de target. Maar je merkt al snel dat er maar één doelgroep op af komt, en dat zijn wel echt de muzikanten en de hipsters."* Een andere mannelijke respondent vult aan de evenementen wel vrij toegankelijk zijn, maar dat voornamelijk mensen met dezelfde interesse (zowel binnen Eiland8 als daarbuiten) op de evenementen van Eiland8 afkomen: *"De reden waarom mensen niet komen, zijn toch vaak persoonlijke dingen. De meeste evenementen zijn gewoon vrij toegankelijk. Die zijn natuurlijk wel vanuit een bepaalde visie ontwikkeld en als je daar niet bij aansluit, kom je ook niet."* Door promotie buiten de wijk te maken, worden uiteindelijk doelgroepen bereikt met dezelfde leefstijl of interesse. Een volgende vraag is in hoeverre er ook een hoge mate van verbondenheid is geweest met de overige buurtbewoners van Kanaleneiland. De volgende paragrafen gaan in op de ervaringen die Eiland8 bewoners hebben gehad

met de oorspronkelijke bewoners en in de vraag in hoeverre er sociale cohesie is geweest tussen deze bewoners en de Eiland8 Bewoners.

Ervaringen met de 'oorspronkelijke bewoners'

De meeste geïnterviewde respondenten zijn in Eiland8 komen wonen toen het project van start ging in 2009. Gemiddeld wonen respondenten 5,1 jaar in de wijk. De respondent die het kortst in de wijk woont, woont er anderhalf jaar. De meeste respondenten wonen 5 of 6 jaar in de wijk, of zijn kort daarna terecht gekomen in de wijk. Één respondent woont al 7 jaar in Kanaleneiland, voordat hij 5 jaar geleden naar Eiland8 verhuisde. Vanwege deze relatieve lange woontuur van respondenten, hebben de meeste respondenten de uitstroom van oorspronkelijke gezinnen meegemaakt, maar ook de veranderingen die er sindsdien hebben plaatsgevonden. Deze paragraaf gaat in op deze ervaringen en de mate van contact met overige buurtbewoners.

Volgens Butler (2003) kunnen conflicten ontstaan door verschillen in leefstijlen. Mensen gaan het liefst om met personen die dezelfde levensstijl hebben. Het samenwonen van mensen met verschillende normen en waarden en etniciteit in een wijk zou bovendien de mate van sociale cohesie ondermijnen. Demeeste respondenten aan dat toen zij net in de wijk kwamen wonen, er een groot verschil in leefstijl, normen en waarden tussen de nieuwe bewoners en de oorspronkelijke bewoners bestond. Verschillen tussen de oorspronkelijke bewoners en de Eiland8 bewoners hebben in sommige gevallen daadwerkelijk tot conflicten geleid. Een aantal respondenten gaf aan dat het soms voelde om indringer te zijn in de wijk van de oorspronkelijke bewoners. De komst van nieuwe bewoners een invloed heeft gehad om de sociale structuur die al bestond in de wijk. Sommige respondenten hadden negatieve ervaringen gehad toen zij net in de wijk kwamen wonen. De oorspronkelijke bewoners lieten duidelijk merken dat ze in eerste instantie niet gediend waren van de nieuwe bewoners. Een vrouwelijke respondent die 5 jaar in de wijk woonde vertelt: *"In het begin is er bijvoorbeeld een keer bij me ingebroken. En in het begin ook dat ik op het balkon zat van; ga terug naar je eigen land. Dat ik dacht van oh ja we zijn wel een beetje indringers. In het heb ik dat wel zo ervaren ja. De oude bewoners gingen er uit. Die werden er ook uitgezet en daar kwamen wij dan weer voor in de plaats. Het voelde ook wel zo alsof wij hun aan het wegwerken waren voor hun. Terwijl wij daar niet echt iets aan konden doen ofzo."*

Contacten

Hoewel er in het begin conflicten plaatsvonden tussen de verschillende bewonersgroepen, is er altijd wel een hoge mate van tolerantie geweest naar overige buurtbewoners. De meeste respondenten geven aan open te staan voor contact met de Turkse en Marokkaanse gemeenschap en geven aan af en toe een praatje te maken met buurtbewoners buiten Eiland8. Ook vertelde een man die 6 jaar in de wijk woonde dat hij contact had met Marokkaanse gezinnen die hem uitnodigde om thee te drinken en te komen eten met Suikerfeest. Respondenten geven aan dat zij door de wijk kennis hebben leren maken met andere culturen en veel daarvan te hebben geleerd. Zo vertelt een man die 7 jaar in de wijk woont: *"Ik vind het fantastisch om vragen te kunnen stellen in de wijk en goeie gesprekken te hebben met mensen, waar het ook over gaat. Als ik door de wijk loopt, vind ik het grappig dat je geen moeite hoeft te doen om een groot maatschappelijk vraagstuk tegen te komen, waar dan ook."*

Wali e.a. (2012) stellen dat kunstprojecten de kloof tussen verschillende culturen het beste weten te overbruggen doordat mensen met verschillende culturen en leeftijden kunnen samenwerken aan een project. Dit kan de sociale cohesie in de wijk ook ten goede komen. Hoewel uit paragraaf 7.1 bleek dat de meeste initiatieven zich richten op de doelgroep 'Eiland8 bewoners', is er ook een initiatief die een bredere doelgroep willen bereiken. Kids Art park is bedoeld om de verbinding aan te gaan met de rest van Kanaleneiland. Een kunstenaar die daarbij betrokken is geeft aan: *"(...) Ik gaf die les of workshops aan de oude bewoners, of in ieder geval de bewoners buiten Eiland8. Dus ik heb veel met Marokkaanse vrouwen en jongeren gewerkt. En daar workshops mee gedaan om Eiland8 een beetje, ja te laten integreren ofzo in de wijk. Van wat betekent Kanaleneiland nou voor hun en wat vinden jullie ervan dat wij hier komen wonen als kunstenaars en mengt dat wel."*

Hoewel er pogingen zijn gedaan om ook andere wijkbewoners uit Kanaleneiland te betrekken bij activiteiten, blijkt dit vaak lastig. Zo vertelt de kunstenaar die betrokken was bij Kids Art park over een kunstproject in de wijk waarbij een dierentuin werd gemaakt: *“Volgens mij hebben ze gewoon op een gegeven moment gedacht van: oh ik vind het niet meer leuk. Bam we gaan er tegen aan trappen en het eraf halen. Dan dacht je oh we werken hier met z’n allen aan iets moois. En vervolgens vindt eentje het niet meer cool en dan krijg je iedereen tegen je en dan werkt het niet. Die doelgroep is wat lastiger mee te krijgen of te overtuigen.”*

Naast dat het lastig is om de wijkbewoners te verbinden aan de initiatieven en kunstprojecten in de buurt, geven de respondenten aan dat ondanks de mate van tolerantie en bereidheid om contact te maken, het contact met wijkbewoners van Marokkaanse of Turkse personen nog steeds vrij oppervlakkig is. Communicatie tussen verschillende bevolkingsgroepen blijkt vaak lastig, vanwege de taalverschillen en de verschillende culturele waarden en ideeën. Hierdoor blijkt het lastig om contact te maken, waardoor onderlinge sociale cohesie op buurtniveau niet is verbeterd. Een vrouwelijke respondent geeft aan: *“Maar in welke mate we nou echt zijn gemixt, dat vraag ik me af. Dus ik denk dat we allebei nog steeds op ons eigen eilandje leven en af en toe een uitstapje maakten en over de schutting kijken, wat doen jullie?”*

Een van de belangrijkste aannamen die zijn gemaakt over de sociale impact van broedplaatsen, is dat het bij zou dragen aan sociale cohesie op buurtniveau (Verschoor, 2009). Uit de interviews met betrokkenen vanuit Eiland8 kan worden afgeleid dat er nooit echt sociale cohesie, of saamhorigheid is ontstaan op wijkniveau. De verschillen tussen de Eiland8 bewoners en de overige bewoners in Kanaleneiland bleken erg groot. Een man geeft aan dat de contacten misschien wel hebben geleid tot bestrijding van vervreemding van de Turkse en Marokkaanse gemeenschap ten opzichte van de Nederlandse samenleving. Of dit echter het geval is, kan niet worden vastgesteld, omdat geen interviews zijn afgenomen met wijkbewoners buiten Eiland8.

7.5 VERANDERINGEN LEEFBAARHEID EN VEILIGHEID

De respondenten die langere tijd in de wijk wonen, hebben niet altijd positieve ervaringen gehad in de wijk toen zij er net kwamen wonen. Vier respondenten geven aan dat er is ingebroken bij hen of bij hun directe burens. Sommige respondenten hebben ook gemerkt dat er werd gedeald, er waren autobranden er was veel afval en vuil op straat. Naast deze vormen van criminaliteit en overlast, hebben ook de structuur van de gebouwde omgeving en de bouwstijl van de buurt een invloed gehad op de leefbaarheid. Meerdere respondenten vinden dat de flats anonieme ruimten uitstralen en daarmee ook onveilige situaties kunnen opleveren. Een aantal Eiland8 bewoners hebben geprobeerd om bij te dragen aan de veiligheid door verschillende aanpassingen in de openbare ruimte te doen. De tussenruimte tussen de flats aan de Monetlaan en de Trumanlaan zijn bijvoorbeeld omgebouwd tot een aaneengesloten gezamenlijke moestuin. Voorheen waren dit private tuinen die verbonden waren aan de onderste verdieping appartementen. Vanwege verloedering van deze tuinen en vanwege het feit dat de tuinen vaak werden gebruikt als een soort sluiproute voor inbrekers, heeft de initiatiefneemster van *Dit Moest* een oproep geplaatst om er moestuinen te maken. De realisatie van deze gemeenschappelijke tuin heeft veel opgeleverd; het heeft geleid tot een groter verantwoordelijkheidsgevoel voor de directe leefomgeving en tot verbetering van de openbare ruimte volgens een mannelijke respondent: *“Het interessante is dat die tussenruimtes ideaal zijn om te gebruiken voor de mensen die er aan wonen. Omdat je eigenlijk een gezamenlijk toezicht hebt. Want stiekem zit je bet wel veel uit het raam te kijken. Altijd als er iemand loopt in de tuin dan zeg je hallo, of dan zeg je niks en dan ben je aan het kijken. Als we hier een avondje hebben georganiseerd en er zijn mensen niet beneden, die hier wel wonen, die staan wel op het balkon te kijken van dit ziet er eigenlijk wel gezellig uit, toch maar even naar beneden.”*

Veel respondenten geven aan dat er veel is veranderd sinds het ontstaan van Eiland8 in de wijk en dat deze veranderingen over het algemeen positief worden gewaardeerd. De overlast en de inbraken zijn volgens de respondenten sinds 2 jaar verminderd. Een mannelijke respondent die 6 jaar in Eiland8 woont, geeft aan dat voornamelijk de sfeer erg veranderd: *“En het is heel erg veranderd nu. Er zijn heel veel mensen komen wonen, die weer een hele ander vibe en sfeer met zich meebrengen. Het is wel gezelliger, maar ook veel rumoeriger. Ik bedoel, in de zomer heb je elk weekend wel een feest. In het begin is dat leuk, maar op een*

gegeven moment wordt je daar zelf ook wat te oud voor. (...) maar het is gewoon een hele andere sfeer. Ook veel energieke, maar ook veel anoniemer. Jonge mensen zijn toch wel meer met zichzelf bezig.” (...)

Over het algemeen heerst het idee dat volgens de respondenten de overlast is afgenomen en de inbraken zijn verminderd. Dit heeft volgens een aantal respondenten voornamelijk te maken doordat steeds meer woningen bewoond werden door een steeds grotere groep jonge studenten of kunstenaars, waardoor de sociale controle werd verhoogd. De groep werd steeds alerter op inbraken en andere criminaliteit. Ook geeft een mannelijke respondent aan dat het plaatsen van een nieuwe bewoners in Eiland8 heeft geleid tot een gemengde samenstelling in de wijk. Deze gemengde samenstelling zou ook veel betekenen voor de wijk en de leefbaarheid ten goede komen. Hij vertelt: *“De wijk is wel aanzienlijk verbeterd. De populatie is meer gemêleerd, en je ziet dat het niet alleen sociale huur meer is, dat scheelt ook een deel. Daarnaast denk ik dat een heel deel van de jongeren ondertussen ook weer gewend is dat er weer Nederlanders wonen. Dat is wel gek, dat men dat een tijd niet gewend geweest is.”*

Naast het belang van het opknappen van tussenruimtes, waardoor de sociale controle is verhoogd en waardoor sluiproutes voor inbrekers zijn beperkt, zijn er ook andere fysieke veranderingen in de wijk. De openbare ruimte was slecht onderhouden en door middel van projecten is geprobeerd om het uiterlijk van de wijk te upgraden en hiermee de veiligheid te verbeteren. Volgens veel respondenten laat de fysieke staat van de woningen en openbare ruimte te wensen over en er wordt weinig onderhouden. Door zelf het initiatief te nemen zijn er bijvoorbeeld een aantal muurschilderingen geplaatst en hebben een aantal bewoners gezamenlijk de portieken en de balkons van de flats een opknopbeurt gegeven, en zijn er moestuinen onderhouden (zie figuur 21 en 22). Een man die heeft geholpen met het opknappen van de portieken vertelt: *“Het is ooit begonnen, het is intussen vier jaar geleden ofzo. Toen was deze portiek behoorlijk afgeraagd. En toen dachten we, laten we het mooi maken. Toen heb ik samen met een aantal burens georganiseerd dat we gewoon eens bij elkaar kwamen om de portiek op te knappen. Vandaar dat die geschilderd is. Verder is die grijs, grijs, grijs en echt lelijk. En hier hebben we er dus wat aan gedaan om het echt op te knappen.”*

Het verbeteren van de leefbaarheid en de veiligheid is een belangrijke doelstelling geweest voor Mitros en Portaal om met het Eiland8 project te starten. Over het algemeen zijn de respondenten licht positief over de verbetering van de leefbaarheid en veiligheid. De inbraken en de overlast is afgenomen, echter is er nooit sprake geweest van veel wederzijds vertrouwen en cohesie. Daarnaast heeft de verbetering volgens de respondenten voornamelijk betrekking op het Eiland8 gedeelte en heeft het weinig invloed gehad op Kanaleneiland in zijn geheel. Een man vertelt: *“Voor dit stukje zal de veiligheid en de leefbaarheid wel omhoog zijn gegaan denk ik ja. Maar voor heel Kanaleneiland denk ik dat het eigenlijk een betrekkelijk kleine invloed heeft gehad. Ik denk dat we een heel erg naar binnen gekeerd stukje Kanaleneiland zijn. De leefbaarheid is voor ons verbeterd, omdat wij natuurlijk met z'n allen een groep zijn die hetzelfde in het leven staat. Omdat we allemaal zeg maar tussen de twintig en de dertig zijn. En als je die allemaal bij elkaar zet om te leven, dan zal de leefbaarheid ook wel een stukje omhoog gaan. Veiligheid, wat ik net al noemde, er wordt meer opgelet. Ik denk dat dat het voornaamste is.”*

Figuur 21 en 22: Gekleurde balkons en muurschilderingen (links) en de moestuin aan Marshallaan (rechts)



7.6 LEEFBAROMETER

Hoewel de respondenten aangeven positieve veranderingen te hebben ervaren, zijn aanvullende cijfers nodig om te kunnen onderzoeken in hoeverre de leefbaarheid is verbeterd. De Leefbarometer geeft informatie over leefbaarheid in alle wijken in Nederland. Leefbaarheid is daarbij gedefinieerd als 'de mate waarin de leefomgeving aansluit bij de voorwaarden en behoeften die er door de mens aan worden gesteld. Deelscores geven aan of een gebied beter of slechter scoort dan het landelijk gemiddelde. Een deelscore kan een waarde tussen de -50 (een grote negatieve afwijking) en +50 (een grote positieve afwijking) aannemen. Op basis van de Leefbarometer worden vastgesteld dat Kanaleneiland-Noord in 2012 een licht positieve ontwikkeling heeft meegemaakt. De score op veiligheid (waar vernielingen, verstoring openbare orde, geweldsmisdrijven, diefstal uit de auto en overlast onder vallen) is echter nog steeds erg beneden het landelijk gemiddelde. Met een waarde van -46 kan worden vastgesteld dat er een zeer grote negatieve afwijking is ten opzichte van het landelijk gemiddelde. Een nadeel van de Leefbarometer is dat slechts veranderingen tot aan 2012 kunnen worden geanalyseerd. De Monitor Krachtwijken die door de gemeente Utrecht is opgesteld, biedt ook inzicht in leefbaarheidsindicatoren. Het nadeel hierbij is echter dat de ontwikkeling niet specifiek voor Kanaleneiland-Noord kan worden geanalyseerd, maar slechts voor Kanaleneiland in geheel (waarbij dus Noord en Zuid als één wijk worden gezien). Belangrijke factoren uit deze Monitor zijn het rapportcijfer voor sociale samenhang, het rapportcijfer voor netheid van de buurt en het rapportcijfer voor het veiligheidsgevoel. Het rapportcijfer voor sociale samenhang in 2013 is lager dan het gemiddelde cijfer met betrekking tot sociale samenhang in Utrecht (respect. 4.9 en 5.8). Echter is een beperkte verbetering ten opzichte van 2010. In dat jaar was het rapportcijfer een 4.7. Opvallend is dat het gevoel van onveiligheid in Kanaleneiland op basis van de Krachtwijkenmonitor in de periode 2010 tot 2013 is toegenomen (42% in 2010 v.s. 52% in 2013 van de bewoners voelt zich wel eens onveilig in de buurt. Dit percentage ligt ook een stuk hoger dan het gemiddelde in Utrecht (in 2013 slechts 31%). Het rapportcijfer met betrekking tot netheid wordt vastgesteld op basis van rommel en afval op straat, vernielingen, bakladden van muren en hondenpoep. Het rapportcijfer voor de netheid is in 2013 nog steeds meer dan een punt lager dan Utrecht in geheel. (5.1 vs. 6.7). Aan de hand van deze cijfers kan dus niet worden bevestigd dat de leefbaarheid en de veiligheid daadwerkelijk zijn verbeterd.

7.7 VERWACHTINGEN VOOR DE TOEKOMST

Een van de doelstellingen van de woningcorporaties Mitros en Portaal is om het imago van de wijk te verbeteren en om door middel van de creatieve imput een nieuwe doelgroep naar de wijk te trekken met een hogere sociaaleconomische status. Veel respondenten zijn echter sceptisch over de bijdrage van Eiland8 aan een verbetering van het imago van de wijk. Een man die 6 jaar in de wijk woont vertelt hierover: *“Van binnenuit vindt ik het lastig om te zeggen of het imago is veranderd. Maar er zijn wel een aantal projecten geweest, die naar de buitenwereld zijn gecommuniceerd om te laten zien dat het goed gaat met de wijk. Zoals Knalland. Wat natuurlijk heel erg laat zien dat er talent in de wijk zit. Dus in die zin zal het imago voor de buitenwereld wel een stukje zijn verbeterd. Maar of het echt Kanaleneiland heeft verbeterd, denk ik niet dat de wijk er per definitie beter op is geworden. Het is niet dat er opeens allemaal yuppen in de rij staan, van hee we gaan hier kopen, het is zo leuk hier.”* Hoewel Eiland8 positieve effecten heeft opgeleverd binnen het Eiland8-gebied, kan dit niet direct worden gezegd over een groter geheel. De vraag in hoeverre Eiland8 heeft bijgedragen aan een positiever imago van Kanaleneiland is echter aan de hand van de beschikbare data niet te toetsen. Een imago wordt namelijk door externe partijen bepaald. In verband met de beschikbare tijd en middelen is niet te toetsen in hoeverre het imago van de wijk is verbeterd.

Respondenten zijn ook kritisch op de nieuwe plannen voor het gebied. Omdat er geen duidelijkheid bestaat over de toekomstplannen voor de flats, brengt dit de huidige bewoners in onzekerheid. Bewoners zijn bij het tekenen van het contract op de hoogte gesteld van de sloop- en renovatieplannen. Zij hebben een schriftelijke toezegging gekregen dat zij tot aan de sloop van de flats daar zouden mogen blijven. Wat er daarna gaat gebeuren, is echter tot nu toe nog onzeker. Ondanks het feit dat de huurders weten dat Eiland8 een vorm van tijdelijk gebruik is, bestaat er dus veel onzekerheid. Naast deze onzekerheid over de woonsituatie zijn veel respondenten bang dat ondanks alles dat Eiland8 heeft opgeleverd uiteindelijk verdwijnt en dat Eiland8 niet wordt beschermd voor de toekomst. Een man vertelt: *“Ik ben een beetje bang dat het op een gegeven moment klaar is en dat iedereen z’n eigen weg gaat. Dat hier een soort kerkhof van mooie ideeën ontstaat en dat het een beetje een stille dood zal sterven.”* Een vrouwelijke respondent vult aan: *“Dit ga je niet meer zo snel vinden. Dan moet je echt in een ontwikkelingsgebied gaan zitten, waar de woningbouwvereniging zegt van; ga maar wat sfeer maken.”*

Stedelijke actoren als woningcorporaties, planners en beleidsmakers betrekken steeds vaker de culturele sector bij hun beleid. Het inzetten van kunst en cultuur wordt gebruikt als sociaalruimtelijke instrumenten voor stedelijke herstructureringsprocessen. Cultuur wordt vaak neergezet als tijdelijke oplossing, waarbij culturele kwaliteiten van de wijk aantrekkingskracht zou moeten uitoefenen op potentiële nieuwe bewoners. Deze nieuwe bewoners hebben profijt van de culturele impuls die de creatieve ondernemers achterlaten. De vraag is echter in hoeverre de culturele impuls behouden blijft wanneer de bewoners die nu in Eiland8 wonen, moeten wegtrekken. Volgens de respondenten oefenen de culturele kwaliteiten van de wijk geen aantrekkingskracht uit op potentiële nieuwe bewoners als de culturele sector tijdelijk aanwezig is en binnenkort verdwijnt. Een man vertelt: *“Ik weet niet wat ik kan verwachten, omdat het uiteindelijk gesloopt gaat worden, of gerenoveerd. En nu zijn ze begonnen aan een renovatie. De reden daarvoor is alleen maar om meer geld te verdienen aan de woningen. Wat eigenlijk een hele slechte insteek is, want ze zijn bezig met het creatieve behoud in de wijk, maar dat elimineer je door die mensen er weer uit te gooien.”* Zoals uit de analyse blijkt, hebben zowel fysieke als sociale veranderingen gezorgd voor een nieuwe impuls voor creatieve ideeën en veel vrijheid, maar het gebrek aan vastigheid zorgt voor veel respondenten een belemmering en angst voor de toekomst.

7.8 DEELCONCLUSIE EILAND8

In deze deelconclusie wordt geanalyseerd in hoeverre de doelstellingen van de woningcorporaties Mitros en Portaal en het projectbureau zijn gehaald en daarnaast wordt gekeken in hoeverre verschillende beweringen uit het theoretisch kader over de sociale effecten zijn gehaald.

De aanwezigheid van betaalbare woon- en werkruimten, blijkt naast de aanwezigheid van creatieve mogelijkheden belangrijke redenen waardoor Eiland8 een netwerk van kunstenaars, studenten en jonge

startende bedrijfjes heeft aangetrokken. Het Eilandhart, de combinatie van wonen en werken en de financiële mogelijkheden vanuit het projectbureau hebben de samenwerking en uitwisseling van ideeën tussen verschillende creatieve ondernemers versterkt. Hiermee wordt de stelling van De Jong (2015) dat het voor jonge ondernemers behoefte is om deel uit te maken van een netwerk van creativiteit bevestigd. Volgens Eckhardt (2007) zou top-down management een belemmerende factor zijn om tot samenwerking en synergie te komen. Volgens Törnqvist (1983) zouden creatieve milieus min of meer spontaan ontstaan zonder invloeden van buitenaf. Ondanks dat Eiland8 top-down tot stand is gekomen door externe partijen en geen spontaan proces is, heeft dit geen beperking gevormd in het creëren van nieuwe ideeën en initiatieven. De financiële mogelijkheden dankzij de top-down constructie hebben juist veel voordelen opgeleverd. Mede door deze constructie zijn veel nieuwe initiatieven tot stand gekomen.

Over de rol van het projectbureau bestaan echter verschillende meningen. Aan de ene kant heeft het projectbureau als ontmoetingsplek en vanwege de financiële bijdrage vanuit de formats een belangrijke rol gespeeld bij het ontstaan van nieuwe creatieve ondernemingen. Veel creatieve ondernemers hebben dankzij het projectbureau de mogelijkheid gekregen om hun project uit te kunnen werken met behulp van financiële mogelijkheden. De doelstelling van het projectbureau om creatieve initiatieven te ondersteunen is dus gehaald. De kritiek op het projectbureau heeft voornamelijk betrekking op de effectiviteit van het verplichte maandelijkse bedrag dat Eiland8 bewoners moeten betalen. Zo zouden in het begin voornamelijk de initiatieven zijn gesteund, waarvan niet alle inwoners zouden profiteren, maar slechts een kleine groep mensen, voornamelijk de muzikmakers uit de buurt. Naast deze kritiek vinden sommige respondenten dat er beperkt wordt omgegaan met de doelstelling van het projectbureau om juist de verbinding aan te gaan met de rest van de wijk.

In de afgelopen zes jaar is er een sterke mate van verbondenheid gevormd tussen de Eiland8 bewoners. Initiatieven als de Brommerbios en Dit Moest hebben een belangrijke bijdrage geleverd aan het ontstaan van nieuwe ontmoetingen en meer betrokkenheid tussen bewoners. Daarnaast is de sociale cohesie in het gebied is voornamelijk versterkt vanwege het homogene karakter van bewoners. De meeste huurders hebben vergelijkbare achtergronden of kenden elkaar al voordat ze in Eiland8 terecht kwamen. Gedeelde interesses, overeenkomstige normen en waarden, leeftijden en leefstijlen bleken de *sense of community* te versterken. Ondanks dat niet iedereen elkaar kent is er een sterke mate van publieke familiariteit; onderling vertrouwen, zonder dat elke bewoner deel uitmaakt van het persoonlijke sociale netwerk. Ook een langere woonduur heeft een belangrijke rol gespeeld bij het ontstaan van buurtbinding. Naast deze factoren bleek het online sociale netwerk Weiland8 op Facebook een belangrijke bijdrage geleverd aan het vormen van een hechte gemeenschap. Ook bleek dit netwerk een belangrijk middel om initiatieven van de grond te krijgen. Daarnaast heeft Facebook een belangrijke rol gespeeld bij de promotie en het ontstaan van initiatieven, waardoor kennis netwerken zijn verspreid over verschillende locaties en niet binnen Eiland8 zijn gebleven. Door social media heeft een breder publiek kennis gemaakt met het bestaan van Eiland8. Deze ontstane netwerken zijn echter voornamelijk gebaseerd en gevormd door personen met gedeelde interesses en overeenkomstige leefstijlen.

De sociale samenhang tussen de Eiland8 bewoners is dus erg sterk. Ook is onderzocht wat de rol Eiland8 heeft gehad binnen Kanaleneiland. Één van de belangrijkste aannamen die gemaakt zijn over de sociale impact van creatieve broedplaatsen, is namelijk dat het zou bijdragen aan de sociale cohesie op wijkniveau. Ondanks dat respondenten aangeven een hoge mate van tolerantie te hebben voor hun mede wijkbewoners, is het contact met de wijkbewoners van Turkse of Marokkaanse afkomst vrij oppervlakkig gebleven. De omgang met de buurtbewoners bleek bovendien lastig vanwege taalverschillen en verschillen in culturele waarden en ideeën. Door het projectbureau Eiland8 zijn weinig projecten opgezet met het doel om verbindingen aan te gaan met buurtbewoners in Kanaleneiland. Slechts één project; Kids Art park heeft gepoogd om Turkse en Marokkaanse wijkbewoners te betrekken bij activiteiten en programma's. Het bleek echter lastig om de Turkse en Marokkaanse doelgroep te bereiken. Deze factoren hebben volgens respondenten ertoe geleid dat er geen onderlinge sociale cohesie is geweest op buurtniveau. Ondanks dat de sociale cohesie op buurtniveau niet is verbeterd, geven veel respondenten aan dat zij het gevoel hebben dat de veiligheid is toegenomen; de overlast en de inbraken zijn verminderd en een aantal aanpassingen, zoals de gezamenlijke moestuin hebben geleid tot een groter verantwoordelijkheidsgevoel en een

verbetering van de openbare ruimte. Op basis van de Krachtwijkenmonitor en de Leefbarometer kan een verbetering van de leefbaarheid echter niet worden bevestigd. De doelstelling van Mitros en Portaal om de leefbaarheid positief te beïnvloeden door de realisatie van een creatieve broedplaats is dus niet gehaald.

Ook was één van de doelstellingen van de woningcorporaties Mitros en Portaal om door middel van Eiland8 een positieve bijdrage te leveren aan het imago van de wijk. Door fysieke en sociale wisselwerkingen zou volgens hen het proces van gentrification in gang kunnen worden gezet. Uit de analyse in dit onderzoek kan niet worden vastgesteld in hoeverre het imago van de wijk is verbeterd door Eiland8. Respondenten zijn echter heel kritisch op de toekomstplannen en op het gebrek aan transparantie vanuit de woningcorporaties. Gentrification is steeds meer uitgegroeid tot een proces dat onderdeel is geworden in de stedelijke herstructureringsbeleid. Met het stedelijke vernieuwingsbeleid wordt geprobeerd wijken en openbare ruimtes leefbaarder en aantrekkelijker te maken (Kloosterman & van der Leun, 1999). Overheden en beleidsmakers blijven het aantrekken van hogere inkomensgroepen daarbij zien als de oplossing voor het opwaarderen van wijken. Kunstenaars en creatievelingen zouden een belangrijke rol als 'gentrifiers' hebben gekregen. Echter stellen de respondenten dat de wijk niet snel een nieuwe bewonersgroep aantrekt als de creatievelingen uit de wijk verdwijnen. De kunstenaars, creatieve ondernemers en kunstenaars hebben door middel van initiatieven, programma's, activiteiten, en door fysieke aanpassingen bijgedragen aan een verandering in de wijk en een creatieve '*vibe*' gecreëerd. Wanneer zij de wijk moeten verlaten in de komende jaren, zal dit mogelijk allemaal verdwijnen. De creatieve *vibe* vormt dan geen aantrekking meer op nieuwe bewoners.

Uit de analyse kan worden geconcludeerd dat communities op buurtniveau nog steeds kunnen bestaan. Ondanks dat niet iedereen contact heeft met elkaar, is er sprake van een sterke mate van verbondenheid. De netwerken binnen en buiten de wijk zijn voornamelijk gevormd op basis van gelijke interesses en leefstijlen. De verbinding met de rest van Kanaleneiland blijft echter beperkt. Dit sluit aan bij de theorie van Wellman (2000) die stelt dat gedeelde interesses belangrijker zijn geworden dan nabijheid van contacten (Wellman e.a., 2000). Eiland8 is een eiland gebleven waarbinnen positieve sociale en fysieke veranderingen hebben plaatsgevonden, de uitstraling naar de hele wijk is echter beperkt.

8. CONCLUSIE

Steden besteden steeds meer aandacht aan het aantrekken van de creatieve economie. In de afgelopen jaren zijn verschillende leegstaande gebouwen getransformeerd naar een woonruimte of bedrijfsruimte voor creatieve ondernemers; dit worden ook wel ‘creatieve broedplaatsen’ genoemd. Deze broedplaatsen zijn plekken waar groepen kunstenaars en culturele ondernemers een werk- en of woonruimte vinden tegen betaalbare huur en waar een mix van creatieve disciplines en functies te vinden zijn. In beleidsplannen en in wetenschappelijke literatuur wordt de rol van creatieve broedplaatsen steeds meer erkent en bestaat de veronderstelling dat creatieve broedplaatsen een belangrijke rol kunnen spelen als katalysator bij stedelijke herontwikkelingsprocessen. Verschoor (2009) heeft onderzoek gedaan naar creatieve broedplaatsen en heeft drie onderscheidende typen uitgesplitst; *Expose*, *Attract* en *Interact*. In dit onderzoek staat het broedplaatstype *Interact* centraal. *Interact* richt zich op de interactie tussen broedplaatsgebruikers en buurtbewoners in wijken met een relatief lage economische status door gebruik te maken van verschillende projecten om buurtbewoners te betrekken. Dit broedplaatstype heeft dus een duidelijke maatschappelijke functie. De specifieke maatschappelijke doelstellingen kunnen echter per broedplaats verschillen. Dit broedplaatstype wordt ingezet als instrument in ‘achterstandswijken’ om daarbij maatschappelijke doelen na te streven. Zo bestaan verschillende positieve beweringen over de maatschappelijke bijdrage van creatieve broedplaatsen aan wijken met een lage sociaaleconomische status; ze zouden een belangrijke bijdrage leveren aan sociale cohesie op wijkniveau en de leefbaarheid positief beïnvloeden. Echter zijn deze beweringen nog niet in de praktijk getoetst. Het doel van dit onderzoek is daarom om inzicht te verkrijgen in de sociale effecten van creatieve broedplaatsen in wijken met een relatief lage sociaaleconomische status. De hoofdvraag luidt:

In hoeverre worden de doelstellingen en veronderstelde sociale effecten van creatieve broedplaatsen met een maatschappelijke functie in wijken met een lage sociaaleconomische status gehaald?

Het onderzoek is gedaan aan de hand van kwalitatief onderzoek. Kwalitatief onderzoek is een geschikte methode omdat het onderzoek zich richt op ervaringen en percepties van bewoners en betrokkenen van twee creatieve broedplaatsen. De twee casestudies zijn HW10 in de wijk Slotervaart, Amsterdam en Eiland8 in Kanaleneiland, Utrecht. In dit hoofdstuk zullen de belangrijkste bevindingen en conclusies op een rij worden gezet. Hierbij wordt een koppeling gemaakt tussen de theorie, beleidsplannen en empirische resultaten.

Verschillen en overeenkomsten tussen de creatieve broedplaatsen

In de eerste deelvraag is onderzocht hoe creatieve broedplaatsen tot stand zijn gekomen en wat de doelstellingen zijn geweest met betrekking tot de sociale effecten van de organisaties en actoren die betrokken zijn bij de creatieve broedplaatsen. De keuze voor HW10 en Eiland8 is gebaseerd op het feit dat beide broedplaatsen maatschappelijke doelstellingen geformuleerd hebben en beiden tot stand zijn gekomen in een wijk met een lage sociaaleconomische status. Uit deze analyse is gebleken dat er grote verschillen bestaan met betrekking tot het ontstaan, de functies en de doelstellingen van beide broedplaatsen. Er is daarom gekozen om beide broedplaatsen apart te analyseren.

HW10

HW10 bestaat uit één gebouw dat is gevestigd in een voormalig leegstaande school en tot stand is gekomen in 2012 door middel van een samenwerking tussen de vereniging van huiseigenaren Slotervaart, Urban Resort en het stadsdeel Nieuw-West. Voormalige klaslokalen worden onderverhuurd aan kunstenaars en creatieve ondernemers. Hoewel gemeenten burgerinitiatieven met betrekking tot het hergebruiken of transformeren van gebouwen steeds meer stimuleren, blijkt een transformatie vanuit bewonersinitiatief een lastige opgave. De bestaande wet- en regelgeving, zoals de bestemmingsplannen en de lange procedure voordat de daadwerkelijke transformatie plaatsvond, gaf veel tegenwerking.

Doelstellingen HW10

De doelstelling van HW10 is buurtgericht. Het doel is om een levendig functionerend centrum te bieden dat dient als inspirerende ontmoetingsplek met een open uitstraling voor omwonenden. Daarnaast is het doel

om initiatieven uit de buurt een plek te geven binnen HW10. De doelstelling van Stichting Urban Resort, de beheerder van HW10, is om betaalbare werkruimte te ontwikkelen voor jonge kunstenaars en startende creatieve ondernemers.

Uit de analyse blijkt dat veel creatieve ondernemers die ruimte huren in HW10 uit de wijk Slotervaart komen. De interne binding met de buurt is daardoor relatief groot. Daarnaast is HW10 volgens respondenten vanwege het laagdrempelige karakter een aantrekkelijke ontmoetingsplek voor buurtbewoners. De buurtbewoners die HW10 bezoeken zijn echter voornamelijk Nederlandse jonge gezinnen. Hierdoor kunnen kanttekeningen worden geplaatst bij de toegankelijkheid voor alle buurtbewoners uit de buurt; Slotervaart is echter een wijk met een gemengde bevolkingssamenstelling met betrekking tot etniciteit en sociaal economische klasse. Deze diversiteit ontbreekt echter nog in HW10. De verklaring hiervoor ligt voornamelijk bij het gebrek aan extra inkomsten van externe partijen. De broedplaats is bijvoorbeeld minder toegankelijk voor doelgroepen die de lessen niet kunnen betalen, daarnaast is er weinig geld om promotiemateriaal te maken om de naamsbekendheid te vergroten.

De hoge huurprijs volgens de huurders een beperking om de doelstelling van Urban Resort om jonge, startende creatieve ondernemers aan te trekken te halen; een gemiddelde jonge kunstenaar zou te weinig verdienen om een atelier te kunnen huren.

Eiland8

Eiland8 is ontstaan als initiatief van woningcorporaties Mitros en Portaal. Eiland8 bestaat uit een projectbureau en daarnaast vormt Eiland8 een cluster van acht flats, die tijdelijk gebruikt worden als ruimte voor kleine bedrijven, starters en doorstarters in de creatieve sector. Deze flats staan gepland om uiteindelijk gesloopt te worden. Door Mitros en Portaal is gekozen om de woningen aan creatieve ondernemers aan te bieden, om zodoende grotere maatschappelijke ambities te realiseren en de achteruitgang van de wijk niet verder te laten gaan. Het project is in 2009 van start gegaan.

Doelstellingen Eiland8

De doelstellingen van betrokken actoren van de creatieve broedplaatsen zijn in kaart gebracht en daarbij is onderzocht in hoeverre deze doelstellingen zijn gehaald. Projectbureau Eiland8 heeft als doelstelling om creatieve initiatieven uit de wijk te ondersteunen. Uit de analyse blijkt dat de woningcorporaties financiële mogelijkheden hebben gecreëerd waardoor het projectbureau Eiland8 een belangrijke bijdrage heeft geleverd aan het ondersteunen van nieuwe creatieve ondernemingen. Daarnaast hebben de Eiland8 bewoners de mogelijkheid om deel uit te maken van een creatief netwerk; de combinatie van wonen en werken en de aanwezigheid van een creatief netwerk met veel jonge kunstenaars en creatievelingen hebben deze mogelijkheden vergroot. Deze factoren hebben bovendien bijgedragen aan het ontstaan van veel innovatieve creatieve ondernemingen. De doelstelling van het projectbureau is dus gehaald.

Mitros en Portaal, de beheerders van Eiland8, hebben voor het tijdelijk gebruik van de acht flats twee doelstellingen gesteld; het eerste doel heeft betrekking op het behouden en verbeteren van de leefbaarheid en de veiligheid in de wijk. Het tweede doel heeft betrekking op het verbeteren van het wijkimago. De achterliggende doelstelling van de woningcorporaties is om uiteindelijk een proces van gentrification op gang te brengen. Eiland8 bewoners hebben zelf het heft in handen genomen om fysieke aanpassingen in de wijk te doen. Deze veranderingen in de openbare ruimte en de gebouwde omgeving hebben volgens respondenten een positieve invloed hebben op de leefbaarheid. Bijvoorbeeld het veranderen van de russenruimte tussen de flats aan de Monetlaan en de Trumanlaan naar een gezamenlijke moestuin heeft geleid tot een groter verantwoordelijkheidsgevoel voor de directe leefomgeving en tot verbetering van de openbare ruimte. Ook door andere fysieke veranderingen in de wijk is geprobeerd het uiterlijk van de wijk te upgraden. Zo zijn er een aantal muurschilderingen geplaatst en hebben een aantal bewoners gezamenlijk de portieken en balkons van de flats geschilderd in felle kleuren. Ook hebben sociale veranderingen, zoals de komst van meer buurtbewoners met vergelijkbare achtergronden bijgedragen aan een verbetering van de veiligheid en de leefbaarheid. Echter kan op basis van de Krachtenwijkenmonitor en de Leefbarometer niet worden bevestigd dat de leefbaarheid en de veiligheid op wijkniveau is verbeterd.

De mate waarin Eiland8 daadwerkelijk heeft bijgedragen aan een verandering van het imago van de wijk is aan de hand van beschikbare informatie en data niet vast te stellen. Respondenten zijn wel heel kritisch op

de toekomstplannen. Gentrification is steeds meer uitgegroeid tot een proces dat onderdeel is geworden in de stedelijke herstructureringsbeleid. Met het stedelijke vernieuwingsbeleid wordt geprobeerd wijken en openbare ruimtes leefbaarder en aantrekkelijker te maken. Overheden en beleidsmakers zien het aantrekken van hogere inkomensgroepen daarbij als de oplossing voor het opwaarderen van wijken. Kunstenaars en creatievelingen zouden een belangrijke rol als 'gentrifiers' in Kanaleneiland hebben gekregen en door de woningcorporaties wordt verwacht dat zij een proces van gentrification op gang kunnen brengen. De kunstenaars, creatieve ondernemers en kunstenaars hebben door middel van initiatieven, programma's, activiteiten, en door fysieke aanpassingen bijgedragen aan een positieve verandering in de wijk en een creatieve 'vibe' gecreëerd. Wanneer zij de wijk moeten verlaten in de komende jaren, zal dit mogelijk allemaal verdwijnen en zal dit bovendien geen aantrekkingskracht uitoefenen op potentiële nieuwe bewoners.

Naast het toetsen in hoeverre de specifieke maatschappelijke doelstellingen van beide broedplaatsen zijn gehaald, is getoetst in hoeverre de beweringen uit het theoretisch kader over de positieve bijdrage van creatieve broedplaatsen overeenkomen met de bevindingen van dit onderzoek. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen interne effecten en effecten op wijkniveau.

Interne samenwerking

Door verschillende onderzoekers wordt gesteld dat samenwerking en uitwisseling van creatieve ideeën en kennis en om deel uit te maken van een creatief netwerk belangrijk is voor creatieve ondernemingen. Uit de analyse dat in beide creatieve broedplaatsen veel onderling wordt samengewerkt en dat er door deel uit te maken van een creatief netwerk nieuwe ideeën en initiatieven kunnen ontstaan. Voor Eiland8 hebben het Eilandhart, de combinatie van wonen en werken en de financiële mogelijkheden vanuit het projectbureau hebben de samenwerking en uitwisseling van ideeën tussen verschillende creatieve ondernemers versterkt. Hiermee wordt ook bevestigd dat er voor jonge ondernemers behoefte is om deel uit te maken van een netwerk. In HW10 blijkt de diversiteit tussen disciplines en kennis en de kleinschaligheid de samenwerking en uitwisseling van kennis te hebben versterkt. Hieruit is gebleken dat creatieve broedplaatsen belangrijke ontmoetingsplekken zijn voor creatieve ondernemers vanuit verschillende netwerken en sectoren.

Interne sociale cohesie

Voordat is onderzocht in hoeverre de creatieve broedplaatsen hebben bijgedragen aan de sociale cohesie op wijkniveau, is onderzocht in hoeverre er sprake is van sociale cohesie tussen de huurders van HW10 in het gebouw en tussen de Eiland8 bewoners. Hoewel er in HW10 veel wordt samengewerkt en het bridging capital is toegenomen, blijkt de samenwerking en onderlinge sociale contacten niet te leiden tot onderlinge sociale cohesie tussen de huurders. Dit wordt voornamelijk verklaard door de mate waarin huurders open staan voor interactie. In Eiland8 is er daarentegen een sterke mate van verbondenheid tussen de Eiland8 bewoners. Initiatieven als Dit Moest en de Brommerbios hebben een belangrijke bijdrage geleverd aan het ontstaan van nieuwe ontmoetingen en meer betrokkenheid tussen bewoners. De sociale cohesie tussen Eiland8 bewoners is versterkt vanwege het homogene karakter van de bewoners. De meeste bewoners hebben vergelijkbare achtergronden; gedeelde interesses, overeenkomstige normen en waarden, leeftijden en leefstijlen bleken bij te hebben gedragen aan het versterken van een *sense of community*. Ook bleek een langere woonduur, de mate van participatie aan activiteiten en het online social netwerk weiland8 een belangrijke rol te hebben gespeeld voor het vormen van een hechte gemeenschap. Ondanks de hoge mate van interne cohesie, is Eiland8 geen gesloten gemeenschap; veel ondernemers maken gebruik van netwerken buiten de wijk en promoten hun evenementen via social media. Deze netwerken zijn voornamelijk gebaseerd op basis van gelijke interesses en leefstijlen.

Sociale cohesie op buurtniveau

Een van de belangrijkste aannamen die gemaakt zijn over de sociale impact van creatieve broedplaatsen, is dat ze zouden bijdragen aan de sociale cohesie op wijkniveau. Het samenbrengen van verschillende doelgroepen en de interactie met buurtbewoners is ook een belangrijke doelstelling van HW10. Uit de interviews blijkt dat HW10 een belangrijke functie heeft als ontmoetingsplek. Het laagdrempelige karakter en de niet-commerciële constructie hebben volgens buurtbewoners de ontmoetingen tussen

buurtbewoners versterkt. Deze ontmoetingsplek heeft ook geleid tot versterkende banden tussen bezoekers van HW10. Hoewel HW10 wordt gezien als unieke ontmoetingsplek voor de buurt, kunnen vraagtekens worden gezet bij het bijdragen van HW10 aan de sociale cohesie op buurtniveau. Slotervaart is een gemende buurt qua etniciteit, sociaaleconomische status en leeftijd. Sociale cohesie kan worden bereikt door te voorzien in een laagdrempelige toegang die tegemoet komt aan brede voorkeuren van verschillende groepen. Een creatieve broedplaats zou toegankelijk moeten zijn voor alle doelgroepen in een wijk. Door middel van workshops, dans- en yogalessen, activiteiten voor ouderen en kinderen en door elke woensdagochtend een koffieochtend te organiseren wordt geprobeerd een divers publiek aan te trekken. Echter wordt er nog geen brede doelgroep bereikt. De doelgroepen die lessen, workshops en activiteiten bezoeken in HW10 zijn tot nu toe de Nederlandse gezinnen met een hogere sociaaleconomische status. Het ontbreken van een bredere doelgroep wordt volgens de huurders verklaard door de hoge prijs die zij moeten rekenen voor lessen en een gebrek aan extra inkomsten en publiciteit van externe organisaties. Er is weinig geld om promotiemateriaal te maken om de naamsbekendheid te vergroten. Daarnaast is er sprake van concurrentie met andere buurthuizen in de buurt die lagere prijzen voor hun lessen kunnen bieden. De hoge prijs voor lessen en het ontbreken van activiteiten en programma's voor jongeren leiden ertoe dat de broedplaats minder toegankelijk is voor bepaalde doelgroepen. Ook kunnen andere factoren een rol spelen bij het ontbreken van diversiteit, zoals de mate waarin buitenstaanders zich welkom voelen. Dit kan echter niet worden vastgesteld, omdat deze doelgroep niet is geïnterviewd.

Ook kan worden vastgesteld dat Eiland8 niet heeft bijgedragen aan sociale cohesie op wijkniveau. Ondanks dat er een hoge mate van tolerantie is voor de overige buurtbewoners, is het contact met wijkbewoners van Turkse of Marokkaanse afkomst vrij oppervlakkig gebleven. De omgang met buurtbewoners bleef oppervlakkig vanwege taalverschillen en verschillen in culturele waarden en ideeën. Ook heeft het projectbureau Eiland8 weinig projecten opgezet om de verbinding met overige buurtbewoners te versterken. De gefinancierde projecten en initiatieven zijn voornamelijk gericht op Eiland8 bewoners.

De belangrijkste conclusie is dat creatieve broedplaatsen HW10 en Eiland8 veel interne mogelijkheden bieden; kunstenaars en creatieve ondernemers hebben de mogelijkheid om zich te ontwikkelen en om deel uit te maken van creatieve netwerken. Echter is de uitstraling van beide broedplaatsen naar de buurt beperkt.

Reflectie

Het doel van dit onderzoek was om inzicht te verkrijgen in de sociale impact van creatieve broedplaatsen in wijken met een relatief lage sociaaleconomische status. Hierbij is gekozen om dit onderzoek uit te voeren met behulp van kwalitatief onderzoek in de vorm van interviews en observaties. Deze keuze is gebaseerd op het feit dat dit onderzoek een exploratief karakter heeft en omdat ervaringen beter uit te drukken zijn in woorden dan in cijfers. De interviews die gehouden zijn met een initiatiefnemer HW10, een projectleider van het projectbureau Eiland8 en anderen betrokkenen leverde veel nuttige informatie op die veel inzicht heeft gegeven in de sociale impact van de twee creatieve broedplaatsen. De gekozen werkwijze heeft echter ook beperkingen gehad, waardoor sommige aspecten minder goed zijn onderzocht. Een kritische blik op dit onderzoek is daarom gepast, omdat de resultaten in dit onderzoek beïnvloed zijn door de manier waarop dit onderzoek is uitgevoerd.

Ten eerste zijn in dit onderzoek door de beschikbare tijd slechts twee creatieve broedplaatsen aan bod gekomen. Het onderzoek heeft veel inzichten opgeleverd voor deze twee creatieve broedplaatsen, echter kunnen er geen algemene conclusies over de sociale impact van alle creatieve broedplaatsen gemaakt worden, waardoor de externe validiteit laag is.

Ook zijn er een aantal kritiekpunten over de interne validiteit van dit onderzoek. Het oorspronkelijke doel van dit onderzoek was het bereiken van een gevarieerd publiek, waarbij naast betrokkenen ook buurtbewoners zouden worden geïnterviewd die de creatieve broedplaats niet bezoeken. Dit zou namelijk relevante informatie opleveren over het beeld dat zij hebben over de creatieve broedplaatsen. Met deze informatie zouden uitspraken kunnen worden gedaan over de bijdrage van creatieve broedplaatsen aan de verandering van het imago van de wijk. Hoewel deze doelgroep geprobeerd is te bereiken, bleek dit echter vanwege een te hoge non-respons niet haalbaar in de beschikbare tijd. De hoge non-respons werd voornamelijk verklaard door het gebrek aan interesse van respondenten om mee

te werken aan een interview. Ook zijn er geen vertegenwoordigers van Mitros en Portaal geïnterviewd vanwege een gebrek aan tijd bij beide woningcorporaties. Hierdoor ontbreekt informatie over de vraag in hoeverre de woningcorporaties vinden dat de specifieke doelstellingen van Eiland8 zijn gehaald.

Tot slot is een kritische blik ten aanzien van de wervingsmethode van respondenten belangrijk. Doordat een aantal respondenten via de sneeuwbal methode zijn benaderd, zijn als resultaat hiervan bepaalde doelgroepen oververtegenwoordigd en kunnen vraagtekens worden gesteld bij de representativiteit.

Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Aan de hand van dit onderzoek kunnen een aantal aanbevelingen worden gedaan voor vervolgonderzoek. Ten eerste was vanwege de beperkte beschikbare tijd niet mogelijk om dit onderzoek uit te voeren aan de hand van longitudinaal onderzoek. Nulmetingen en longitudinale data zijn van groot belang wanneer men de effecten op een buurt en de beeldvorming daarvan goed wil meten. Dit haakt aan op de volgende aanbeveling. Een van de doelstellingen van Eiland8 is namelijk door de komst van de creatieve broedplaats een bijdrage te leveren aan een positief imago van de wijk. Bij een mogelijk vervolgonderzoek is het relevant om ook externe partijen te betrekken zodat kan worden vastgesteld in hoeverre het imago van de buurt is veranderd en om het beeld van externe partijen over creatieve broedplaatsen vast te stellen. Ook is het relevant om onderzoek te doen naar andere creatieve broedplaatsen van het type *Interact* om te zien of er bij andere creatieve broedplaatsen dezelfde effecten worden ervaren, om algemene conclusies over creatieve broedplaatsen te kunnen trekken.

Aanbevelingen voor beleid

Uit dit onderzoek is gebleken dat er veel positieve verwachtingen bestaan over creatieve broedplaatsen; zo zouden ze kunnen fungeren als katalysator voor de herontwikkeling van delen van de stad. Hoewel de creatieve broedplaatsen veel positieve effecten hebben opgeleverd, blijken beide broedplaatsen niet altijd de gewenste doelgroepen te bereiken. In het geval van HW10 heeft dit volgens de huurders te maken met een gebrek aan ondersteunende financiële- en promotiemiddelen. Verschillende onderzoekers hebben gewezen op belang van toegankelijke activiteiten voor alle doelgroepen (Amin, 2002 & Wali e.a., 2002). Wanneer meer steun wordt ontvangen van externe partijen, zouden meer programma's en activiteiten kunnen ontstaan om bredere doelgroepen aan te trekken. De financiële mogelijkheden van het projectbureau Eiland8 blijkt namelijk de mogelijkheden om initiatieven te starten te hebben gestimuleerd. Een financiële bijdrage voor HW10 in de vorm van subsidie voor projecten die als doel hebben om buurtbewoners te betrekken, zou bij kunnen dragen aan de toegankelijkheid van de broedplaats voor een breder publiek en daarbij de sociale cohesie in de buurt te kunnen versterken.

Gemeenten willen meer aandacht besteden aan burgerinitiatieven. Echter blijkt het voor een onderneming als HW10 moeilijk ondernemend te zijn en winst te behalen. Daarnaast blijken initiatiefnemers van een transformatieproject tegen obstakels aan te lopen, zoals lange gemeentelijke procedures en bestemmingsplannen. Gemeenten zouden de gestelde voorwaarden, zoals bestemmingsplannen die vaak een obstakel vormen voor transformatieprojecten, kunnen reduceren. Een andere aanbeveling is het aannemen van een meer uitnodigende en flexibele houding aan te nemen naar initiatieven uit de samenleving. Gemeenten zouden meer waardering kunnen tonen voor kleine initiatieven als HW10.

Een aanbeveling met betrekking tot Eiland8 is het transparanter maken van de toekomstplannen en de doelstellingen. Het is belangrijk is dat de broedplaatsgebruikers daadwerkelijk achter de doelstellingen staan en duidelijk beeld hebben over de toekomstplannen. Ten slotte is gebleken dat de tijdelijkheid van het project in het geval van Eiland8 beperkingen oplevert, waardoor de duurzaamheid van het project niet is gegarandeerd. De inzet van creatieve broedplaatsen als permanent onderdeel van stedelijke ontwikkelingen zal mogelijk meerwaarde opleveren. Vanuit het projectbureau zijn veel initiatieven ontwikkeld en gestimuleerd die veel hebben opgeleverd voor Eiland8 bewoners. Ondanks het feit dat de toekomst voor Eiland8 onzeker is, zouden projecten en activiteiten gestimuleerd en gefinancierd kunnen worden die de verbinding met de hele wijk aangaan. Dit zou de kloof tussen verschillende culturen kunnen overbruggen en bij kunnen dragen aan sociale cohesie op buurtniveau.

9. LITERATUURLIJST

- Aalst, I. van (2005), De creatieve staat van de creatieve stad. Handboek voor cultuurbeleid 70, pp. 151-186.
- Amin, A. (2002), Ethnicity and the multicultural city: living with diversity. *Environment and Planning A* 34(6), pp. 959-980.
- Amsterdam Nieuw West (2015), Broedplaatsen en ateliers. http://www.nieuwwest.amsterdam.nl/vrije_tijd_en_sport/kunst_en_cultuur/broedplaatsen. [online].
- Baarda, B., E. Bakker, M. Julsing, T. Fischer, V. Peters & T. van der Velden (2013), Basisboek kwalitatief onderzoek. Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Beckhoven E. van, & R. van Kempen (2003), Social effects of urban restructuring: a case study in Amsterdam and Utrecht, the Netherlands. *Housing Studies* 18(6), pp. 853-875.
- Bell, P, T. Greene, J. Fisher & A. Baum (2001), *Environmental Psychology*. Orlando: Harcourt College Publishers.
- Bergeijk, E. van, A. Kokx, G. Bolt & R. van Kempen (2008), Helpt herstructurering? Effecten van stedelijke herstructurering op wijken en bewoners. Delft: Eburon.
- Bighelaar, S. van den & M. Akkermans (2013), gebruik en gebruikers van sociale media. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Billig, M. (2005), Sense of place in the neighborhood, in locations of urban revitalization. *GeoJournal* 64, pp. 117-130.
- Blauw, M. (2005), De stad is nooit af: ontstaan en ontwikkeling van het stadsdeel Slotervaart, van Algemeen Uitbreidingsplan tot stedelijke vernieuwing. Hilversum: Uitgeverij Verloren.
- Blokland-Potters, T. (1998), Wat stadsbewoners bindt – sociale relaties in een achterstandswijk. Kok Agora, Kampen.
- Blokland, T. (2008), *Ontmoeten doet er toe*. Rotterdam: Vestia.
- Blokland, T. (2009), *Oog voor elkaar. Veiligheidsbeleving en sociale controle in de grote stad*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Boeije H. (2012), *Analyseren in kwalitatief onderzoek. Denken en doen*. Den Haag: Boom Lemma uitgevers.
- Boeije, H. 't Hart, H. & J. Hox (2009, onderzoeksmethoden. 8^e druk. Utrecht: Boom onderwijs, 2009.
- Bolt, G. & M. Torrance (2005), *Stedelijke herstructurering en sociale cohesie*. Utrecht: DGVH/NETHUR Partnership.
- Bolt G. & R. ter Maat (2005), Participatie in de buurt, *Tijdschrift voor de Volkshuisvesting* (6), pp. 56-62.
- Boonstra B., & L. Boelens (2011), Self-organization in urban development. *Towards a new perspective on spatial planning. Urban Research & Practice* 4:2, pp. 99-122. London: Routledge.
- *Bouwstenen voor Sociaal* (2014), Maatschappelijk vastgoed in de etalage. Amersfoort: De Globe.
- Brouwer, J. & M. Thomsen (2007), *Cultuurimpuls Stedelijke Vernieuwing*. Delft: ABF Cultuur.
- Bryman, A. (2004), *Social Research Methods*. New York: Oxford University Press.
- Buitelaar, E., A. Segeren & P. Kronberger (2008). *Stedelijke transformatie en grondeigendom*. Rotterdam: NAI Uitevers.
- Bureau Broedplaatsen (2012), *Beleidskader Atelier- en broedplaatsen metropoolregio Amsterdam 2012-2016*.
- Butler, T. (2003). Living in a bubble: Gentrification and its 'Others' in North London. *Urban Studies*, 40 (12), pp. 2469–2486.
- Buurtmonitor Utrecht (2015), Wistudata Utrecht. <http://utrecht.buurtmonitor.nl/> [online].
- Caves, R. (2000), *Creative industries: contracts between art and commerce*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Cleveringa, S. (2012), *Cultuur Nieuwe Stijl, Praktijkboek community arts en nieuwe cultuurfuncties*. Utrecht: CAL-XL.
- Cnossen, B. (2013), in: *In Broedplaatsen gebeurt het*. Folia Magazine 26, pp. 22 & 23.

- Conceptional (2013), Creatieve broedplaatsen als antwoord tegen leegstand? <http://conceptional.nl/en/2013/02/nl-creatieve-broedplaatsen-als-antwoord-tegen-leegstand/?lang=en>. [online].
- Dalen, T. van, A. Hemker (2010), Méér dan atelierbeleid: ruimte voor kunstenaars in de stad. Boekman. Beroep: kunstenaar 22(84), pp. 28-32.
- De Alliantie (2015), Broedplaats als oplossing voor de wijk. <http://www.de-alliantie.nl/nieuws/aktueel/Broedplaats-als-oplossing-voor-de-wijk/>. [online]
- Eckhardt, M. (2007), Kruisbestuiving in broedplaatsen. Utrecht: Hogeschool voor de Kunsten Utrecht.
- Eiland8 (2015), Creatief hart Utrecht. <http://www.eiland8.com/> [online].
- Fikse, R., T. van der Voordt & S. Bijleveld (2008), Transformatie als oplossing voor leegstand. Boss Magazine 33, pp. 44-49.
- Fischer, C. (1982), To Dwell among Friends: Personal Networks in Town and City. Chicago: University of Chicago Press.
- Flap, H. & B. Völker (2005), Gemeenschap, informele controle en colectieve kwaden in de buurt. In: B. Völker. Burgers in de buurt: Nederlands onderzoek op het snijvlak van sociologie en sociale geografie, pp. 41-67. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Florida, R. (2003). Cities and the creative class. City & Community, Vol. 2, 1, pp.3-19.
- Florida, R. (2004). The rise of the creative class. New York: Basic Books.
- Forrest, R. & A. Kearns (2001), Social cohesion, social capital and the neighbourhood. Urban Studies 38(12), pp. 2125-2143.
- Gemeente Amsterdam (2015), Gebiedsplan Slotervaart 2015.
- Gemeente Amsterdam (2015), Gebiedsanalyse 2015 Slotervaart; Stadsdeel Nieuw West.
- Gent, W. van (2009), De noodzaak van ontrafeling van problemen in stedelijk beleid: het 40-wijkenprogramma. In: S. Musterd en W. Ostendorf red., Problemen in wijken of probleemwijken? Assen: Koninklijke van Gorcum, pp. 85-96.
- Gertler, M. (2004), Creative cities: what are they for, how do they work, and how do we build them? Ontario: Canadian Policy Research Networks.
- Giezen, T. van (2013), De transformatie van leegstaand vastgoed naar woonruimte voor studenten en jongeren. Den Haag: Platform 31.
- Gijsberts, M. Vervoort, M., E. Havekes & J. Dagevos (2010), Maakt de buurt verschil? – de relatie tussen de etnische samenstelling van de buurt, interetnisch contact en wederzijdse beeldvorming. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.
- Glass, D. (1963), Social mobility in Britain. London: Taylor & Francis.
- Google maps (2015), <https://www.google.nl/maps> [online].
- Harris, L. & Rea, A. (2009), Social networks: the future of marketing for small business. Journal of Business Strategy 30(5), pp. 24-31.
- Hart, J. (2002), Zekere banden. Sociale cohesie, leefbaarheid en veiligheid. Den Haag: SCP.
- Heijnen, M. (2011). Onderzoek naar het Community Art project 'de Kunstketel'. LS Integratie.
- Heurneman, M., B. van Santen & F. Vogelzang (2004). De Utrechtse wijken: Dichterswijk, Rivierenwijk, Transwijk, Kanaleneiland. Utrecht: PlantijnCasparie.
- Huygen, A. (2014), Buurthuizen in zelfbeheer: benodigde kwaliteiten voor succesvol zelfinitiatief. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut.
- HW10 (2015), Over HW10. http://www.hw10.nl/over_ons [online].
- Janssen, J. & R. Beunen (2012), De burger als erfgenaam. Over de vermaatschappelijking van stedelijk erfgoed. Toekomst van de stad, pp. 26-30.
- Jenson, J. (1998), Mapping social cohesion: the state of Canadian research. Ottawa: Department of Canadian Heritage.
- Jong, V. (2015), Creatief Broeden? Complexer dan gedacht! De ontwikkeling van creatieve ondernemingen in broedplaatsen. Dutch Creative Council.
- Kompier, V. (2009), Tijdelijkheid als nieuw stadsontwikkelingsconcept. Rooilijn 42(6), pp. 434-441.
- Krachtwijkenmonitor
- Landry, C. (2008), The creative city: a toolkit for urban innovators. London: Earthscan.

- Ledelmeijer, K., Marlet, G., J. van Iersel, C. van Woerkens en H. van der Reijden (2008), De Leefbaarometer - leefbaarheid in Nederlandse wijken en buurten gemeten en vergeleken, rapportage instrumentontwikkeling. RIGO en Atlas voor de gemeenten. In opdracht van ministerie VROM.
- Ledelmeijer, K. en I. van Kamp (2008), Kwaliteit van de leefomgeving en leefbaarheid - Naar een begrippenkader en conceptuele inkadering. RIVM rapport.
- Ledelmeijer, K. (2012), Buurtparticipatie en leefbaarheid. Ministerie van BZK/WBI. RIGO research en Advies BV.
- Lees, L., T. Slater & E. Wyly (2008). Gentrification, New York: Routledge.
- Madanipour, A. (2006), Roles and challenges of urban design. *Journal of urban design* 11(2), pp. 173-193.
- Marlet, G. (2010), Bedrijf in de buurt. *TPEdigitaal* 4(2), pp. 93-105.
- Marissing, E. van, G. Bolt & R. van Kempen (2004), Stedelijk beleid en sociale cohesie in twee Nederlandse herstructureringswijken. URU, Utrecht.
- Matarasso, F. (1997), Towards a local culture index. Measuring the cultural vitality of communities. Stroud: Comedia.
- McPherson, M., L. Smith-Lovin & J. Cook (2001). Birds of Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology* 27, pp. 415-444.
- Mitros (2011). Mitros Pakt aan [online]. Komt uit: Sterre & Stad (2013), Transitieproject Eiland8: 'Wat is de kracht van Eiland8?'. In opdracht van: Sophies Kunstprojecten, door Sterre Hijlkema.
- Mollenhorst, G., B. Volker & V. Schutjens (2009), Neighbour relations in the Netherlands – a decade of evidence. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie* 100(4), pp. 549-558.
- Newman, O. (1972), *Defensible space. Crime prevention through urban design*. New York: Macmillan.
- Newman, K. & E. Wyly (2006), the right to stay put, revisited: gentrification and resistance to displacement in New York City. *Urban Studies* 43(1), pp. 23-57.
- Nieuw West Express (2013), HW10: culturele broedplaats. <http://www.nieuwwestexpress.nl/7027/nl/hw10-culturele-broedplaats> [online].
- Platform31 (2012), Utrecht, Kanaleneiland. <http://kennisbank.platform31.nl/pages/27618/Utrecht-Kanaleneiland.html> [online].
- Potts, J., S. Cunningham, J. Hartley & P. Ormerod (2008), Social network markets: a new definition of the creative industries. *Journal of Cultural Economics* 32(3), pp. 166-185.
- Purdue, D. (2001), Neighbourhood governance: leadership, trust, and social capital. *Urban Studies* 38(12), pp. 2211-2224.
- Putnam, R. (2000), *Bowling Alone: the collapse and revival of American community*. New York: Simon and Shuster.
- Raspe, O., A. Weterings, M. van den Berge en F. van Oort (2010), *Bedrijvigheid en leefbaarheid in stedelijke woonwijken*. PBL, Den Haag.
- Rutten, P. O. Koops & M. Roso (2010), *Creatieve industrie in de SBI 2008 bedrijfsindeling*. TNO Leiden/Delft.
- Sargentini, M. (2002), *Inspiratie op locatie, een planologisch onderzoek naar culturele broedplaatsen in Amsterdam en Berlijn*, Universiteit van Amsterdam, Amsterdam.
- Saris J., J. Brouwer, S. Ketelaars, T. Metz, S. van Dommelen, A. van Bommel, J. van der Lans (2011), *Cultuurimpuls: de kracht van cultuur. Effectieve cultuurimpuls in de wijk*. Nicis Instituut/Stichting cultuurimpuls.
- Saris, J., S. van Dommelen & T. Metz (2012), *Nieuwe ideeën voor oude gebouwen*. Rotterdam: Nai Uitgevers.
- Saunders, M., P. Lewis, A. Thornhill (2004), *Methoden en technieken van onderzoek*. Amsterdam: Pearson Education.
- Sheller, M. & J. Urry (2006), The New Mobilities Paradigm. *Environment and Planning A*, 38(2), pp. 207-226.
- Smith, N. (1987). Gentrification and the rent-gap. *Annals of the Association of American Geographers*, 77 (3), pp. 462-465.

- Smulders, L. & M. Zebracki (2012), Kunst, woningcorporaties en de stad. *Agora* 28(3), pp. 40-43.
- Stern M. & S. Seifert (2007), *Culture and Urban revitalization: a harvest document*. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Stern, M. & S. Seifert (2009), *Civic engagement and the arts: Issues of Conceptualization and Measurement*. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Schutjens, V. & W. Steenbeek (2010), *Buurtbinding van ondernemers. Over de lokale betrokkenheid en inzet voor leefbaarheid. Bedrijvigheid en leefbaarheid in stedelijke woonwijken*. PBL, Den Haag.
- Schuyt, K. (1997), *Sociale cohesie en sociaal beleid. Drie publiekscolleges in De Balie*. Amsterdam: De Balie.
- Sophies Kunstprojecten (2015), *Over Sophies Kunstprojecten*. <http://www.sophieskunstprojecten.nl/over-sophies-kunstprojecten/>. [online].
- Sterre & Stad (2013), *Transitieproject Eiland8: 'Wat is de kracht van Eiland8?'*. In opdracht van: Sophies Kunstprojecten, door Sterre Hijlkema.
- Sterre & Stad (2015), *Nieuwe financiële impuls voor creatieve broedplaatsen in Utrecht*. <http://sterrehijkema.nl/nieuwe-financiele-impuls-voor-creatieve-broedplaatsen-in-utrecht/> [online].
- Storey, D. (1994), *Understanding the small business sector*. Andover: Cengage learning.
- Tonkens, E. (2013), *Als meedoen pijn doet. Affectief burgerschap in de wijk*. Uitgeverij van Gennep.
- Törnqvist, G. (1983). *Creativity and the renewal of regional life*. In: Buttimer, A. (red), *Creativity and context, A seminar report edited*, pp91-112. The Royal University of Lund Department of Geography, GWK Gleerup.
- Trienekens, S. (2009), *Kunst in het hart van de samenleving: over burgerschap en culturele dynamiek*. Amsterdam: HVA publicaties.
- Trienekens, S. (2012), *Culturele interventies in ontwikkeling stad en platteland*. In: *Handboek Cultuurbeleid III*.
- Turner, C. (2006), *Social comparison and social identity: some prospects for intergroup behavior*. *European Journal of Social Psychology* 5(1), pp. 5-34.
- Uitermark, J. (2012), *De zelforganiserende stad. Toekomst van de stad*, pp. 5-9.
- Uitermark, J., J. Duyvendak, R. Kleinhans (2007), *Gentrification as a governmental strategy: social control and social cohesion in Hoogvliet, Rotterdam*. *Environment and Planning* 39, pp. 125-141.
- Urban Resort (2015), *Projecten van Urban Resort: HW10*. <http://www.urbanresort.nl/project/detail/HW10/15> [online].
- Verschoor, M. (2009), *Conceptontwikkeling voor creatieve broedplaatsen*. Eindhoven: Faculteit Bouwkunde, Leerstoel Real Estate Management & Development, Technische Universiteit Eindhoven.
- VHSlotervaart (2012), *Infobulletin 35(121)*. <http://www.vhslotervaart.nl/sites/vhslotervaart.nl/files/docs/Informatie-bulletins/IB-juli12.pdf> [online].
- Völker, B., H. Flap & S. Linderberg (2007), *When are neighbourhoods communities? Community in Dutch neighbourhoods*. In: *European Sociological Review* 23(1), pp. 99-114.
- VROM (2004), *Leefbaarheid van wijken, Den Haag/Amsterdam: Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer. RIGO research en Advies BV*.
- Wali A., R. Severson, & M. Longoni (2002), *Informal arts: finding cohesion, capacity and other cultural benefits in unexpected places*. Chicago: Center for Arts Policy, Columbia College Chicago.
- Wellman, B. (1979), *The community question. The intimate networks of East Yorkers*. *American Journal of Sociology*, 85(5), pp. 1201-1231.
- Wellman, B. (2001), *Physical space and cyberspace: the rise of personalized networking*, In: *International Journal of Urban and Regional Research*, 25 (2), pp. 227-251.
- Wellman, B., J. Boase & W. Chen (2002), *The networked nature of community: online and offline*. IT&Society, pp.
- Wessel, T. (2009), *Does diversity in urban space enhance intergroup contact and tolerance?* *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography* 91(1), pp. 5-17.

-
- Westerkamp, L. E. Hijmans & H. Doan (2004), De broedplaats als instrument in de stedelijke vernieuwing. Rijswijk: Stichting Web.
 - Wittebrood, K., M. Permentier & F. Pinkster (2011), Wonen, wijken en interventies. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
 - Yin, R. (2009), Case Study research: design and methods. California: SAGE publications Inc.
 - Zukin, S. (1987), Gentrification: culture and capital in the urban core. *Annual Review Sociology* 13, pp. 129-147.
 - Zwieten, M. van, & D. Willems (2004), Waardering van kwalitatief onderzoek. *Huisarts van wetenschap* 47(13), pp. 631-635.
-

10. BIJLAGEN

BIJLAGE 1. TOPICLIJSTEN

Voor dit onderzoek zijn er twee topiclijsten opgesteld. Topiclijst 1 is gehanteerd voor de initiatiefnemers. De andere is gehanteerd voor betrokkenen en bezoekers. Betrokkenen zijn de mensen die werkzaam zijn in de broedplaats, een woon- of werkruimte huren, een initiatief hebben opgestart of gewerkt hebben aan een initiatief. Bezoekers zijn buurtbewoners of niet-buurtbewoners die minstens één bezoek hebben gebracht aan de creatieve broedplaats.

Topiclijst 1 Eiland8 Projectcoördinator projectbureau Eiland8 en initiatiefnemer HW10

Inleiding

- Mijn naam is Julia de Jong en ben masterstudent Stadsgeografie aan de Universiteit Utrecht. Ik ben bezig met mijn afstudeeronderzoek.
- Ik doe onderzoeken naar de betekenis van een creatieve broedplaats voor de wijk. Hierbij heb ik twee casestudies gekozen, waaronder Eiland8 en HW10
- Het interview zal ongeveer een half uur tot een uur duren. Met uw goedkeuring zal het interview opgenomen worden, zodat het later beter geanalyseerd kan worden. Uw gegevens worden anoniem verwerkt.
- Start interview; recorder aan.

Persoonsgegevens

- Naam
- Wat is uw functie?
- Hoe lang bent u betrokken bij de creatieve broedplaats?
- Opleiding
- Geboorteplek/afkomst
- Hoe lang woonachtig in de buurt?
- Werkzaamheden met betrekking tot het initiatief

Het initiatief (open topic)

Op welke manier is Eiland8/HW10 tot stand gekomen?

Wat is de belangrijkste motivatie geweest om Eiland8 te ontwikkelen?

Wie of wat heeft bij het ontwikkelen geholpen?

- Initiatiefgroep? (kleine ondernemers, maatschappelijk)
- Betrokken partijen (vrijwilligers/organisaties/gemeente)
- Hoeveelheid regelgeving van gemeente
- Waarom voor deze buurt/locatie gekozen?
- Is er een bepaald imago dat naar buiten wordt gedragen?

Initiatieven en programma's in de broedplaats

- Hoe worden deze projecten ontwikkeld?/ontstaan?
 - Rol van gemeente/andere partijen?
 - Bewonersinitiatieven?
- Door wie worden de programma's ontwikkeld en wie zijn betrokken? (commercieel of maatschappelijk)
- Wijkbudgetten/financiering/kosten?
- Op wie zijn deze programma's gericht?
- Op welke manier worden deze doelgroepen bereikt?
- Op welke manier worden projecten gepromoot? (Via social media of via andere manieren?)
- Rol van social media?

-
- Belangrijkste doelstellingen van de broedplaats?
 - Welke zijn volgens u bereikt
 - Welke zijn volgens u niet bereikt en waarom?
 - Fysieke invloed van de broedplaats in de wijk?

Doelgroep

- Wie zijn er doorgaans aanwezig in de broedplaats?
- Is de creatieve broedplaats toegankelijk voor iedereen?
- Komen er wel eens klachten van bewoners?

Uw mening over het initiatief

- Past het initiatief in de wijk?
- Vindt u het initiatief geslaagd tot nu toe?
- Zouden er meer van dit soort initiatieven moeten ontstaan?
- Wat heeft het voor uzelf opgeleverd?
 - Contacten met burens/wijkbewoners?
 - Nieuwe contacten ontwikkeld?
 - Zijn er zaken die beter zouden kunnen?
 - Heeft u aanbevelingen?

Afsluiting

- Zijn er zaken niet aan bod gekomen die ik moet weten?
 - Heeft u andere vragen?
 - Wilt u nog iets aanvullen of op iets terugkomen?
 - Bedankt voor het interview.
-

Topiclijst 2

Deze topiclijst is gebruikt voor de tweede doelgroep, namelijk de betrokkenen en bezoekers. Betrokkenen zijn de mensen die werkzaam zijn in de broedplaats, een woon- of werkruimte huren, een initiatief hebben opgestart of gewerkt hebben aan een initiatief. Bezoekers zijn buurtbewoners of niet-buurtbewoners die minstens één bezoek hebben gebracht aan de creatieve broedplaats.

Introductie:

- Mijn naam is Julia de Jong en ben masterstudent Stadsgeografie aan de Universiteit Utrecht. Ik ben bezig met mijn afstudeeronderzoek.
- Ik doe onderzoeken naar de betekenis van een creatieve broedplaats voor de wijk. Hierbij heb ik twee casestudies gekozen, waaronder Eiland8 en HW10
- Het interview zal ongeveer een half uur tot een uur duren. Met uw goedkeuring zal het interview opgenomen worden, zodat het later beter geanalyseerd kan worden. Uw gegevens worden anoniem verwerkt.
- Start interview; recorder aan.

Project/initiatief

- (indien iemand een project of initiatief is gestart) Kunt u wat over uw project vertellen?
- Hoe lang doet u dit al?/ hoe lang bent u betrokken bij de creatieve broedplaats?
- Hoe bent u terecht gekomen bij de creatieve broedplaats?/via wie of wat?
- Wat is voor u de belangrijkste motivatie om dit te doen?
- Hoe wordt het project gefinancierd?
- Hoe wordt promotie gemaakt?

Doelgroep

- Op welke doelgroep is de broedplaats/het project gericht?
- Is het toegankelijk voor iedereen?
- Zijn er ook doelgroepen die niet aanwezig zijn/die er niet komen?
- Welke doelgroepen worden daadwerkelijk aangetrokken door de creatieve broedplaats?/met het project?
- Is er sprake van een gemeenschap in de broedplaats/in de wijk?

Doelstellingen

- Wat zijn uw doelen, wat wilt u met het project bereiken?
- Worden de doelstellingen van de creatieve broedplaats gehaald? (dit verschilt per broedplaats – HW10 heeft andere doelstellingen dan Eiland8).

Waardering Broedplaats

- Wat vindt u van de broedplaats over het algemeen?
- Wat heeft het voor u opgeleverd?
- Vindt u het project/de broedplaats een succes tot nu toe?/ waarom wel/waarom niet?
- Wat is de kracht van de broedplaats?
- Zijn er ook nadelen aan de broedplaats?

Waardering wijk

- Wat vindt u van de wijk?
- Hoe lang woont u in de wijk?
- Wat is de betekenis van de broedplaats voor de wijk?

Toekomst

- Zijn er verbeterpunten?
- Wat verwacht u voor de toekomst? (met betrekking tot tijdelijkheid)

Persoonskenmerken

- Leeftijd

-
- Nationaliteit
 - Woonduur in de wijk/aanwezigheid in de broedplaats

Afsluiting

Heeft u nog andere vragen/ zijn er zaken misschien niet aan bod gekomen die u nog wilt vertellen.

BIJLAGE 2: OVERZICHT RESPONDENTEN

Tabel 1: respondenten HW10 (eerste 7 respondenten zijn huurders, respondent 8 t/m 12 zijn bezoekers)

Persoonskenmerken					
Respondent	leeftijd	Woonachtig in de wijk	Woonduur	Huurder sinds	Nationaliteit
1 V	48	Ja	Ongeveer 15 jaar	Vanaf 2012	Nederlands
2 V	29	Ja	Twee jaar	Anderhalf jaar	Nederlands
3 V	36	Nee	-	Vanaf 2013	Nederlands
4 V	47	Ja	Ongeveer 10 jaar	Vanaf 2012	Nederlands
5 M	28	Ja	Ruim 5 jaar	Vanaf 2014	Nederlands
6 M	33	Ja	3 jaar	Vanaf 2012	Nederlands
7 V	31	Nee	-	Vanaf 2013	Nederlands
8 M	55	Ja	25 jaar	-	Nederlands
9 V	34	Ja	3 jaar	-	Nederlands
10 V	56	Nee	-	-	Nederlands
11 M	64	Ja	10 jaar	-	Nederlands
12 M	82	Ja	30 jaar	-	Nederlands

Tabel 2: respondenten Eiland8

Persoonskenmerken				
Respondent en geslacht	Leeftijd	Woonachtig in wijk	Woonduur	Nationaliteit
1 M	29	Ja	6 jaar	Nederlands
2 V	29	Ja	6 jaar	Nederlands
3 M	28	Niet meer	Heeft er 3 jaar gewoond	Nederlands-Turks
4 M	27	Ja	Anderhalf jaar	Nederlands
5 M	29	Ja	6 jaar	Nederlands
6 M	25	Ja	onbekend	Nederlands
7 M	28	Ja	6 jaar	Nederlands
8 M	29	Ja	7 jaar in Kanaleneiland 4,5 jaar in de wijk	Nederlands
9 V	28	Niet meer	Heeft er 5 jaar gewoond	Nederlands

BIJLAGE 3: CODEBOOM EILAND8 EN HW10

De codering van de interviews is gedaan aan de hand van kleuren. Fragmenten uit de interviews die bij een bepaald thema horen hebben dezelfde kleur gekregen. Fragmenten die niet relevant zijn, hebben geen kleur gekregen.

Codeboom Eiland8

Project/initiatief

Ontstaan initiatief/project
 Motivatie voor project
 Doelgroep
 Promotie
 Persoonlijke ontwikkeling
 Leerervaring
 Samenwerking

Motivatie wonen Broedplaats

Waardering broedplaats

Waardering projectbureau
 Waardering wonen
 Kritiek/nadelen
 Ontstaan netwerken/sociale contacten
 Interne sociale cohesie

Leefbaarheid en imago

Waardering wijk
 Ervaringen met oorspronkelijke bewoners
 Sociale cohesie
 Negatieve ervaringen
 Positieve ervaringen
 Ervaringen met overlast/criminaliteit
 Verbetering leefbaarheid
 Verbetering imago
 Toekomst

Persoonskenmerken

Woonduur
 Leeftijd
 geboorteland

Codeboom HW10

Motivatie huren atelier

Via wie/wat
 Financiële redenen
 Werkruimte nodig

Activiteiten

Workshops
 Lessen
 Promotie

Doelgroepen

Aanwezige doelgroepen
 Openheid voor diversiteit
 Verklaringen

Sociale cohesie intern

Samenwerking
 Nieuwe contacten
 Beperkt contact

Waardering wijk

Sociale cohesie

Waardering broedplaats

Betekenis voor de wijk
 Kritiek/nadelen
 Verbeterpunten
 Ontmoetingsplek

Persoonskenmerken

Woonduur
 Leeftijd
 Geboorteland