

Van wijk met krot naar creatieve hotspot

Een onderzoek naar de motieven, uitvoering en effecten van creatief clusterbeleid in Klarendal, Arnhem en Q4, Venlo



Bachelorthesis Geografie, Planologie en Milieu(GPM)
Faculteit der Managementwetenschappen
Radboud Universiteit Nijmegen

Auteur Rowan Voermans

Juni, 2016

Van wijk met krot naar creatieve hotspot

Een onderzoek naar de motieven, uitvoering en effecten van creatief clusterbeleid in Klarendal, Arnhem en Q4, Venlo

**Geografie, Planologie en Milieu (GPM)
Faculteit der Managementwetenschappen
Radboud Universiteit Nijmegen**

Rowan Voermans (s4353277)

Begeleider: Freek de Haan

Juni 2016

Aantal woorden: 32.647

Voorwoord

Het afgelopen halfjaar heb ik me bezig gehouden met het onderwerp gentrificatie in vergelijkend perspectief ter afronding van de bacheloropleiding Geografie, Planologie en Milieu aan de Radboud Universiteit van Nijmegen. De titel van dit onderzoek heet: 'Van wijk met krot naar creatieve hotspot: *Een onderzoek naar de motieven, uitvoering en effecten van creatief clusterbeleid in Klarendal, Arnhem en Q4, Venlo.*' In beide casussen in Nederland zijn dus creatief clusterbeleid onderzocht en vervolgens met elkaar vergeleken. Tijdens het gehele onderzoeksproces heb ik daar waar nodig voldoende hulp gekregen van mijn begeleider Freek de Haan en heeft hij mij steeds voorzien van waardevolle feedback en heeft hij mij nieuwe inzichten gegeven betreffende het onderwerp gentrificatie toegepast op mijn thesis. Hier wil ik hem dan ook graag voor bedanken. Verder wil ik de respondenten die hebben deelgenomen aan dit onderzoek ook bedanken voor hun tijd en medewerking aan interviews. De informatie die zij hebben aangereikt was van cruciaal belang voor dit onderzoek.

Rowan Voermans

Nijmegen, juni 2016

Samenvatting

Daar waar in het verleden nog meer mensen op het platteland woonden, ziet men op basis van cijfers van de Verenigde Naties, dat in het heden al meer dan de helft van de inwoners van de wereld in stedelijk gebied woont. Verwacht wordt dat deze trend zich in de toekomst verder zal ontwikkelen naar een verwachte urbanisatiegraad van 66 procent van de wereldbevolking. Steden worden onlosmakelijk verbonden met productiviteit en worden gezien als de motor van economische groei en triomf. Meer dan 80% van het mondiale BBP wordt dan ook gegenereerd in en door steden en dit percentage zal in de komende jaren nog verder oplopen. Echter neemt economische groei ook een keerzijde met zich mee. Dit worden zogenaamde agglomeratienadelen genoemd. Hierbij moet men denken aan hogere woonlasten, filedruk en leefbaarheidsproblemen. De economische voordelen kunnen daarnaast niet evenredig verspreid worden over de stad, waardoor er enkele plekken in de stad zijn met relatief meer armoede, criminaliteit en andere nadelen. Hier ontstaan zogenaamde achterstandswijken.

Veel en voornamelijk grote steden over de hele wereld hebben met deze problematiek te maken, en zullen mogelijkheden zoeken om hiervoor oplossingen te vinden. Een veel besproken begrip om deze achterstandswijken nieuw leven in te brengen, is de term gentrificatie. Gentrificatie is een verschijnsel waarbij een buurt of wijk wordt opgewaardeerd op economisch, sociaal en cultureel niveau. Gelinkt aan de term gentrificatie is creatief clusterbeleid. Creatief clusterbeleid is namelijk een strategie die vaak door grote steden wordt toegepast om achterstandswijken van nieuw elan te voorzien dat moet leiden tot positieve effecten. Een creatief cluster is een aan elkaar verbonden groep van creatieve industrieën, bedrijven en/of culturele activiteiten die ruimtelijk geconcentreerd zijn. Dit onderzoek zal antwoord bieden op de volgende hoofdvraag:

Waarom, hoe en met welke effecten is er creatief clusterbeleid uitgevoerd in Klarendal, Arnhem en Q4, Venlo?

De theorie van Richard Florida betreffende het aantrekken van een creatieve klasse door steden is in de academische literatuur een van de meest aangehaalde theorieën in het vormen van creatieve clusters. Volgens Florida zijn het namelijk de creatievelingen, *'the creative class'*, die een drijvende kracht zijn voor (economische) ontwikkeling. Deze theorie is echter toegepast en getoetst op wereldsteden en steden die hoog staan op de mondiale stedelijke hiërarchie. Kan deze theorie ook door steden van een kleiner formaat gebruikt worden?

Voor de beantwoording van deze vraag zijn twee casussen onderzocht namelijk Q4 (Venlo) en Klarendal (Arnhem). In beide wijken zijn interviews gehouden bij zowel de gemeente, woningcorporaties, bewoners en creatief ondernemers. Hieruit is data ontstaan waarom, hoe en met

welke effecten er creatief clusterbeleid in beide steden is uitgevoerd. Met behulp van deze data en de aanwezigheid van beleidsrapporten en beschikbare visies is een breed beeld geschetst en een analyse gemaakt over de herstructurering en haar effecten in beide wijken.

Uit de resultaten blijkt dat het clusterbeleid in Venlo is ontstaan vanuit sociale motieven in een beleidsvacuüm, puur als middel om de tijdelijke leegstand die was ontstaan te vullen. Het was een middel en geen doel. Er werd namelijk vastgehouden aan het masterplan om van Q4 een woonwijk te maken en er werd relatief weinig ruimte geboden voor creativiteit. Veel creatieve ondernemers zijn dan inmiddels ook uit de wijk vertrokken. De rol van woningcorporatie Woonwenz in het creëren van een creatief cluster was daarnaast nihil en de sociale effecten zoals een goede sociale mix waar sociale cohesie als hoog wordt ervaren zijn uitgebleven. Bewoners leven grotendeels individueel en naast elkaar. Dit wordt in de literatuur ook wel 'social tectonics' genoemd. De leefbaarheid is wel toegenomen in die mate dat drugcriminaliteit sterk is afgenomen. Echter ervaart men heden ten dage nieuwe overlast zoals geluids- en afvaloverlast. Het clusterbeleid in Arnhem was een veel organischer proces zonder een vast einddoel. Naast het sociale motief wilden bewoners de bedrijvigheid van weleer terug en wilde Arnhem zich verder ontwikkelen als modestad. Hier is echt een koppeling gemaakt tussen wijkontwikkeling en creatieve economie. Het doel was om een cluster te creëren waar wonen, werken en verkopen gecombineerd konden worden waarbij mode als middel fungeerde. Het Modekwartier in Klarendal is uitgegroeid tot een creatief cluster met een duurzaam karakter waar momenteel zo'n 50 creatieve ondernemingen gevestigd zijn. De woningcorporatie Volkshuisvesting heeft een cruciale rol gespeeld in de vorming van het creatieve cluster in Klarendal. Zij hebben de leiding genomen in dit project en hebben het initiatief genomen om leegstaande panden op de economische assen van de wijk op te kopen en te herontwikkelen voor het modecluster. Dit was speciaal aangezien investeren in commerciële doeleinden niet tot de kerntaken van de woningcorporatie hoorde. Ook in Klarendal is de leefbaarheid enorm verbeterd. De veiligheidssituatie zoals die nu is, is echt enorm verbeterd met hoe die was, hoewel men nog steeds het idee heeft dat er hier en daar nog af en toe gedeald wordt of dat er andere criminele activiteiten plaatsvinden. Dit is echter lang niet meer zo erg als vroeger. Er is daarnaast een goede 'social mix' ontstaan waarin de sociale cohesie en burgerparticipatie als hoog respectievelijk positief worden ervaren. Er worden diverse activiteiten ondernomen waar de buurt aan deelneemt en burgers proberen elkaar onderling te helpen daar waar dat kan.

Concluderend kan men stellen dat creatief clusterbeleid weldegelijk toegepast kan worden op kleinere steden in de stedelijke hiërarchie voor verbetering van de wijk op sociaal, economisch en cultureel vlak. Echter hebben de casussen in dit onderzoek creatief clusterbeleid uitgevoerd in een tijd dat woningcorporaties nog meer bevoegdheden hadden, in die zin dat zij meer mochten investeren buiten haar kerntaken om. In de huidige situatie is het dus de vraag of clusterbeleid op

zulke maat en schaal gerealiseerd zou kunnen worden zoals dat in Klarendal, Arnhem is gedaan en of deze een blijvend karakter zou hebben met de gewenste positieve sociale effecten.

Inhoudsopgave

Voorwoord	II
Samenvatting.....	III
1. Inleiding	1
1.1 Projectkader	1
1.2 Doelstelling.....	4
1.3 Vraagstelling	5
2. Theorie.....	6
2.1 Theoretisch kader.....	6
2.1.1 State-led gentrification.....	6
2.1.2 Policy transfer en Lesson-drawing	8
2.1.3 Creatieve clusters	10
2.1.4 The Creative Class.....	14
2.1.5 (Sociale) effecten.....	16
2.2 Conceptueel model	18
3. Methodologie	19
3.1 Onderzoeksstrategie	20
3.2 Onderzoeksmateriaal	22
3.3 Onderzoeksmodel	24
4. Resultaten.....	25
4.1 Case beschrijving	25
4.2 Totstandkoming en motieven creatief cluster	30
4.3 Uitvoering creatief clusterbeleid.....	35
4.4 Rol hogere overheden en woningcorporatie	47
4.5 (Sociale) effecten en ervaring originele ruimtegebruikers.....	54
4.6 Vergelijking resultaten	64
5. Conclusie	70
5.1 Beantwoording van de vraagstelling.....	70
5.2 Discussie, aanbevelingen & reflectie.....	73
Literatuur.....	76
Bijlagen	80
Bijlage 1: Respondentenlijst	81
Bijlage 2: Figurenlijst	82
Bijlage 3: Onderzoeksplanning	83
Bijlage 4: Interviewgide	86

1. Inleiding

1.1 Projectkader

“Globally, more people live in urban areas than in rural areas, with 54 per cent of the world’s population residing in urban areas in 2014. In 1950, 30 per cent of the world’s population was urban, and by 2050, 66 per cent of the world’s population is projected to be urban (VN, 2014, p.1).”

Daar waar in het verleden nog meer mensen op het platteland woonden, ziet men op basis van cijfers van de Verenigde Naties (2014), dat in het heden al meer dan de helft van de inwoners van de wereld in stedelijk gebied woont. Verwacht wordt dat deze trend zich in de toekomst verder zal ontwikkelen naar een verwachte urbanisatiegraad van 66 procent van de wereldbevolking.

Steden worden onlosmakelijk verbonden met productiviteit en worden gezien als de motor van economische groei en triomf. Meer dan 80% van het mondiale BBP wordt dan ook gegenereerd in en door steden en dit percentage zal in de komende jaren nog verder oplopen (NIC, 2012). Echter neemt economische groei ook een keerzijde met zich mee. Dit worden zogenoemde agglomeratienadelen genoemd (PBL, 2015). Hierbij moet men denken aan hogere woonlasten, filedruk en leefbaarheidsproblemen. De economische voordelen kunnen daarnaast niet evenredig verspreid worden over de stad, waardoor er enkele plekken in de stad zijn met relatief meer armoede, criminaliteit en andere nadelen. Hier ontstaan zogenaamde achterstandswijken.

Veel en voornamelijk grote steden over de hele wereld hebben met deze problematiek te maken, en zullen mogelijkheden zoeken om hiervoor oplossingen te vinden. Een veel besproken begrip om deze achterstandswijken nieuw leven in te brengen, is de term gentrificatie. Gentrificatie is een verschijnsel waarbij een buurt of wijk wordt opgewaardeerd op economisch, sociaal en cultureel niveau. Deze term is als eerste geïntroduceerd door Ruth Glass in 1964, die zag dat veel huizen in Londense arbeiderswijken werden opgekocht door de middle- en upperclasses en de originele ‘working class’ werd verdrongen (Smith, 2002, p.438). Als men spreekt van gentrificatie dan ziet men vaak dat welgestelden, zogenaamde ‘gents’ zich vestigen of terugkeren in bepaalde, vaak binnenstedelijke, buurten van de stad. Redfern (1970), stelt dat studies die zoeken naar de verklaringen van gentrificatie zijn opgedeeld in twee kampen. In de literatuur wordt dan ook een onderscheid gemaakt tussen enerzijds de productiezijde verklaringen en anderzijds de consumptiezijde verklaringen.

Neil Smith (1979), is met zijn artikel *“Toward a Theory of Gentrification”* een aantoonend wetenschapper aan de productiezijde kant omtrent verklaringen van gentrificatie. Hij verklaart gentrificatie door middel van zijn bekende ‘rent-gap theory’. Hiermee bedoelt hij dat er een gat ontstaat tussen de potentiële grondwaarde (door ontwikkeling) en de huidige grondwaarde (Ley, 1986). Wanneer dit gat groot genoeg is, zal het aantrekkelijk worden om terug te keren naar de stad

en in een bepaalde buurt te investeren. Smith (1979), zelf spreekt dan ook van: “*a back-to-the-city movement of capital not people*”. David Ley, vond daarentegen dat gentrificatie niet alleen een uitkomst was van economische verklaringen maar dat culturele factoren ook van belang waren (Redfern, 1997, p. 1278). De industriële samenleving werd naargelang steeds meer een dienstensamenleving, en woonvoorkeuren veranderden. Hij vond met andere woorden dat gentrificatie te verklaren was door de consumptiezijde.

Hoewel deze beide stromingen in de verklaringen van gentrificatie van belang zijn, zal dit onderzoek hier niet verder op in gaan. Dit onderzoek zal zich richten op de vraag waarom, hoe en met welke effecten er door enkele steden in Nederland creatief clusterbeleid wordt uitgevoerd, in relatie tot de herontwikkeling van achterstandswijken. Een creatief cluster is een aan elkaar verbonden groep van creatieve industrieën, bedrijven en/of culturele activiteiten die ruimtelijk geconcentreerd zijn (Foord, 2008, p.99).

In Nederland wordt er door overheden en woningcorporaties een zogenoemde state-led gentrification uitgevoerd om achterstandswijken/probleemwijken nieuw leven in te brengen. De overheden proberen woningcorporaties en private ondernemers er toe te brengen om te investeren in de bouw van koopwoningen voor de middenklasse in achterstandswijken met veel sociale huurwoningen (Uitermark, Duyvendak & Kleinhans, 2007, p.125). In tegenstelling tot sommige andere landen komt gentrificatie in zijn puurste vorm zonder overheidsbemoeienis in Nederland niet voor. Het is dan ook interessant om erachter te komen welke motieven erachter liggen om staatsgestuurde gentrificatie uit te voeren.

In deze thesis zal gentrificatie onderzocht worden vanuit een comparatieve benadering. In de wijken Klarendal in Arnhem en Q4 in Venlo is inmiddels al sprake geweest van herontwikkeling van het gebied. Beide wijken liggen in middelgrote steden van Nederland en waren voorheen arbeiderswijken waar inwoners van een lage inkomensklasse woonachtig waren. Beide buurten hebben ervoor gekozen om de buurt te herontwikkelen door middel van het aantrekken van een creatieve klasse, zoals Florida (2005) beschrijft in *Cities and the Creative Class*. Volgens Florida zijn het namelijk de creatievelingen, ‘*the creative class*’, die een drijvende kracht zijn voor (economische) ontwikkeling. Aan de hand van zijn gedachten is het interessant om te onderzoeken hoe zijn theorie in beide gebieden is geland en waarom, hoe en met welke effecten Q4, Venlo en Klarendal, Arnhem creatief cluster beleid hebben uitgevoerd.

Maatschappelijke relevantie

In Nederland werd er in 2007 door het Ministerie van Wonen, Wijken en Integratie vastgesteld dat er ongeveer 140 achterstands- /probleemwijken waren in Nederland. Van deze achterstandswijken die met veel problemen kampen rond wonen, werken, integratie en veiligheid (Rijksoverheid, z.d.), is

toentertijd een lijst gemaakt van 40 aandachtswijken verspreid over 18 steden waarin extra geïnvesteerd moest worden om de eerder genoemde problemen op te lossen of te reduceren, de zogenaamde Vogelaarwijken. Veel van deze achterstandswijken liggen in steden in de Randstad, maar ook in een aantal middelgrote steden erbuiten zijn achterstandswijken geen uitzondering. Beleid rondom gentrificatie in de vorm van het aantrekken van een creatieve klasse wordt vaak in grote steden toegepast om dit soort wijken nieuw leven in te brengen. Voor beleidsmakers in middelgrote steden is het de vraag of ook zij dit (grootstedelijke)beleid kunnen toepassen om een wijk succesvol te kunnen herstructureren, en welke impact dit heeft op onder andere de sociale cohesie, veiligheid en andere effecten in de betreffende wijken. Op deze manier kan dit onderzoek een maatschappelijke bijdrage leveren om meer inzicht te krijgen in het creëren van beleid betreffende de revitalisering van achterstandswijken.

Wetenschappelijke relevantie

Tot en met ongeveer 1990 werd er veel geschreven over gentrificatie. Er was een debat gaande tussen wetenschappers betreft de verklaringen van gentrificatie, waarbij aan de ene kant met een economisch en meer aanbodgerichte benadering in de literatuur over gentrificatie geschreven werd en aan de andere kant met een culturele meer vraaggerichte benadering (Lees, 2000). Vanaf ongeveer 1990 liep de interesse in het onderwerp gentrificatie echter af omdat men bleef zoeken naar een synthese van deze twee gedachten (Redfern, 1997). Over zaken als stedelijk beleid en stedelijke politiek, met thema's zoals leefbaarheid werd echter nauwelijks gesproken. Tegenwoordig heeft de gentrificatie discours en toepassing daarvan echter weer de stedelijke politiek doordrongen. Zo hebben zowel het Britse Urban Task Force als het Amerikaanse Department of Housing and Urban Development beide een rapport geschreven waarover een urban renaissance wordt gesproken en zaken als leefbaarheid en duurzaamheid aangekaart worden. Volgens Lees (2000, p.391) zijn de beleidsmaatregelen die hierin worden voorgeschreven '*One size fits all*', oftewel deze maatregelen kunnen op iedere stad worden toegepast. Deze beleidsmaatregelen houden geen rekening met eventuele verschillen in schaalgrote en contextuele verschillen, of zoals Ley (1996) dit noemt: "*Geography of gentrification*". De meeste studies die zijn uitgevoerd naar gentrification en ook het beleid dat daarop gemaakt is, zijn van Amerikaanse dan wel Britse afkomst en worden ook voornamelijk toegepast op globale steden zoals New York en Londen. Gentrificatie vindt echter niet alleen plaats in globale steden. Verder naar beneden op de stedelijke hiërarchie zijn binnenstedelijke buurten ook toe aan herontwikkeling (Lees, 2000, p.390). Gentrificatie is niet overal hetzelfde. Er zijn natuurlijk generaliseerbare kenmerken zowel internationaal als binnen steden, maar er zijn ook belangrijke verschillen die net zo belangrijk zijn om te onderzoeken, vooral in comparatief onderzoek (Carpenter en Lees, 1995). Op middelgrote steden in zowel Nederland als Internationaal is nauwelijks

onderzoek gedaan naar gentrificatie en beleid dat daar op wordt toegepast. Deze thesis kan dan ook een bijdrage leveren aan de theorievorming over het creëren van beleid rondom gentrificatie toegepast op steden die lager staan op de stedelijke hiërarchie. Wat betreft de motieven, de uitvoering en de effecten van beleid rondom gentrificatie is door Uitermark, Duyvendak en Kleinhans(2007) wel al onderzoek gedaan. Echter betrof dit wederom een wijk in een grootstedelijk gebied, namelijk Hoogvliet in Rotterdam. Daarnaast was het in Hoogvliet totaal anders, in die zin dat er geen sprake was van het creëren van een creatief cluster. Zij maakten geen onderscheid in het aantrekken van een bepaald type middenklassers, zoals kunstenaars of fashionista's die werkzaam zijn in de creatieve industrie.

1.2 Doelstelling

In deze bachelorthesis zal dus onderzoek gedaan worden naar een praktijkgericht probleem, namelijk de herstructurering van achterstandswijken. Er zal in dit onderzoek gekeken worden waarom middelgrote steden zoals Venlo en Arnhem er voor hebben gekozen om grootstedelijk beleid betreffende het aantrekken van creativiteit geconcentreerd in een cluster, dat al dan niet moet leiden tot gentrificatie, toe te passen op achterstandswijken in hun stad. Daarnaast moet uit het onderzoek blijken of dit beleid ook daadwerkelijk succes heeft gehad en welke impact dit heeft op onder andere de sociale cohesie en andere (sociale) effecten van de wijken. Er zal dus onderzocht worden hoe de theorie van Richard Florida over de 'Creative class' is geland en hoe deze wordt toegepast op steden die lager staan op de mondiale en nationale stedelijke hiërarchie. De resultaten hiervan zijn vooral handig voor beleidsmakers van kleinere gemeenten en steden die achterstandsbuurtten een nieuw leven willen inbrengen. Voor hen kan het inzicht bieden waarom dit beleid heeft gefaald of juist succes heeft gehad in steden van een vergelijkbare grote. Hier kunnen zij hun voordeel mee doen en een overweging maken om bepaald beleid ook toe te passen of juist niet, betreffende het verschijnsel gentrificatie. Het doel van dit onderzoek luidt: *Inzicht te krijgen in de motieven, uitvoering en effecten van creatief clusterbeleid in middelgrote steden van Nederland, door het uitvoeren van een multi-pele case study betreffende Q4, Venlo en Klarendal, Arnhem.*

1.3 Vraagstelling

Gebaseerd op de eerder geformuleerde doelstelling, is de volgende hoofdvraag ontstaan:

Hoofdvraag: Waarom, hoe en met welke effecten is er creatief clusterbeleid uitgevoerd in Klarendal, Arnhem en Q4, Venlo?

Deze hoofdvraag zal worden beantwoord aan de hand van de volgende 4 deelvragen.

Deelvraag 1:

Hoe zijn de ideeën van creatief clusterbeleid tot stand gekomen, en welke beleidsmotieven heeft men(gehad) om een creatieve klasse aan de wijk te binden?

Deelvraag 2:

Welke beleidsinterventies en fysieke maatregelen zijn al uitgevoerd of is men van plan uit te voeren om de creatieve klasse vast te houden/ aan te trekken aan de wijk?

Deelvraag 3:

Welke rol hebben hogere overheden en woningcorporaties in het uitgevoerde beleid gespeeld?

Deelvraag 4:

Hoe ervaren originele ruimtegebruikers(bewoners) de herstructurering van de wijk middels het aantrekken van een creatieve klasse, en welke (sociale) effecten heeft dit op de wijk?

2. Theorie

In dit hoofdstuk zullen de belangrijkste concepten en theorieën betreffende dit onderzoek nader uitgewerkt worden, die bijdragen aan de beantwoording van mijn hoofd- en deelvragen. Vervolgens zal middels een conceptueel model de relatie tussen deze concepten zichtbaar gemaakt worden.

2.1 Theoretisch kader

2.1.1 State-led gentrification

Amerikaanse(Globale) context

Gentrificatie is in de loop der tijd veranderd doordat aanverwante structuren in onder andere de economie of politiek ook zijn veranderd. Zoals Loretta Lees (2000, p.16) het beschreef, *'Gentrification today is quite different to gentrification in the early 1970s, late 1980s, even the early 1990s'*. Met name de rol die overheden in het proces van gentrificatie spelen is hierin verschillende keren veranderd. Hackworth & Smith (2001) hebben onderzoek gedaan naar deze veranderende rol van overheden in Amerikaanse steden. De grote vraag in dit onderzoek was, waarom de staat toch weer steeds vaker intervenueert in het proces van herontwikkeling in een tijd van verdergaande deregulering. Gentrificatie in Amerika, en vooral in New York, kende 3 golven met daarbij steeds een andere rol voor de overheid in dit proces. In de eerste golf tot de economische crisis in 1973 gebeurde gentrificatie maar sporadisch. Als dit toch gebeurde werden binnensteden opnieuw ontwikkeld door de overheid om de negatieve spiraal waarin de private markten zich verkeerden te doen keren (Hamnett, 1973; Smith, 1979, in Hackworth & Smith, 2001, p.466). Daarnaast was het voor private ondernemers nog te riskant om te investeren in binnenstedelijke gebieden en moesten overheden zelf investeren om stedelijk verval tegen te gaan. In de tweede golf, in de late jaren zeventig, namen staatsgestuurde interventies in gentrificatie af doordat de markt opnieuw opleefde na een crisis gekend te hebben. De meeste lokale overheden waren dan ook gefocust om private partijen te prikkelen om te gentrificeren in plaats van zelf direct te investeren. Dit wordt ook wel de 'laissez-faire' rol genoemd. In 1989 ontstond er een nieuwe crisis in de VS, en het gentrificatie proces werd in veel gebieden dan ook tot een halt geroepen. Deze crisis was terugkijkend een transitie periode naar de derde golf van gentrificatie die begin jaren negentig begon. Al in 1993 werd er weer enorm gegentrificeerd door verschillende economische krachten. De schaal werd veel groter en culturele factoren waren de drijvende kracht achter herontwikkeling. Ondanks dat private partijen de gentrificatie zelf oppakte was nu de staat er toch weer meer bij betrokken.

De verschuiving naar een open en ondersteunende rol in gentrificatie heeft er voor gezorgd dat er een snelle uitbreiding plaatsvond tijdens de derde golf. De vraag is welke redenen de overheid had om zich weer meer te bemoeien met gentrificatie. De voornaamste redenen hiervan zijn redelijk bekend, bedrijven hadden meer geld nodig en konden leningen aangaan bij de overheid, etc. Dit

deed de overheid dan ook graag want meer midden-inkomens aantrekken in de betreffende buurt betekende ook meer belastinginkomsten voor deze overheden (Varady & Raffael, 1995, in Hackworth & Smith, 2001, p.470), vandaar dat zij zich graag zakenvriendelijk opstelde tegenover private partijen. Echter waren er lokaal in verschillende buurten ook andere redenen om te interveniëren in het proces van gentrificatie als overheid. Zo was de reden in Clinton, New York om de lokale bevolking te beschermen tegen gecreëerde masterplannen die dreigde tot displacement van deze bevolkingsgroep. Ook waren zij een steun voor private ondernemers om de bestemming van de grond te veranderen (bijv. woningbouw naar kunstgalerie, etc.). Zonder deze steun wordt het moeilijk voor private ondernemers om überhaupt een plan erdoor te krijgen, en kan men dus ook niet ontwikkelen. Plannen sturen of hoe Hackworth & Smith (2001, p.469) beschrijven "*Non-Keynesian modes of local governance*" waren dus ook een reden om meer te interveniëren in het proces van gentrificatie.

Nederlandse context

De opkomst van gentrificatie als een globale stedelijke strategie is ook duidelijk zichtbaar in achtergestelde buurten in Nederland. Echter is volgens Uitermark & Duyvendak (2007) de reden voor gentrificatie door lokale overheden in Nederland niet het verkrijgen van belastinginkomsten of het streven naar winst voor ontwikkelaars. Gentrificatie is ook niet het antwoord op een verandering van eisen op de woningmarkt van een nieuwe middenklasse. In plaats daarvan wordt staats-gestuurde gentrificatie in Nederland gezien als een poging van overheidsactoren en woningcorporaties om sociale orde te ontwikkelen in achterstandswijken. Nationale en lokale overheden samen met woningcorporaties zijn verantwoordelijk voor stedelijke herontwikkeling, met als doel het verbeteren van de economische aantrekkelijkheid en de 'leefbaarheid' van aangewezen wijken (Tunstall, 2003). Er wordt gepoogd een leefbare wijk te creëren. Hiermee wordt bedoeld, een wijk met lage criminaliteitscijfers en een aanmerkelijk aandeel middenklasse huishoudens (Uitermark & Duyvendak, 2007). Het gaat dus om gentrificatie waarbij woningcorporaties en lokale overheden betrokken zijn, maar die niet uit zijn op winst of ondergeschikt zijn aan het markt handelen. In Nederland krijgen de gemeentes namelijk hun inkomsten van nationale overheden, en zijn niet afhankelijk van belastingopbrengsten in tegenstelling tot Amerika (Terhorst en van de Ven, 1998). Nederlandse overheden promoten dan ook juist gentrificatie in gebieden waar het minst vraag is naar huisvesting. Voor een beter begrip van staatsgestuurde gentrificatie in Nederland moet dus verder gekeken worden dan economische dimensies en zal vooral ook naar institutionele en bestuurlijke dimensies worden gekeken (Uitermark & Duyvendak, 2007). Om nieuw leven in te blazen in achterstandswijken in Nederland, proberen overheden vaak middenklassers de wijk in te lokken met als doel de wijk te controleren en te civiliseren tot een leefbare wijk.

2.1.2 Policy transfer en Lesson-drawing

Vanaf eind jaren '90 begin 2000 was er een enorme groei van literatuur in de politieke wetenschap en internationale studies, die ieder op zijn eigen manier de begrippen *lesson-drawing*, *policy diffusion* of *policy transfer* bediscussieerden. Hoewel dit verschillende begrippen zijn en de focus van deze internationale studies anders waren, hielden ze zich wel bezig met hetzelfde proces (Dolowitz and Marsh, 2000). Volgens hen was dit een proces, *"in which knowledge about policies, administrative arrangements, institutions and ideas in one political setting (past or present) is used in the development of policies, administrative arrangements, institutions and ideas in another political setting"* (Dolowitz and Marsh, 2000, p.5)). Dit betekent dat een vorm van beleid of een idee met succes in een bepaalde plaats is gevestigd, en dat andere landen, steden, etc., dit beleid overnemen en toepassen van de ene plaats op de andere. Deze 'cross-national experience' heeft een groeiende en krachtige impact op besluitvormers binnen de private, publieke en non-profit sectoren van een land en wordt steeds vaker toegepast (Stone, 2001).

Een van de bekendste denkers op het gebied van de verspreiding, of 'traveling' van ideeën is Edward Said. *"Theories, Said argued, journey both in space and in time - and they are marked by each place and by each historical constellation through which they travel. En route, they are continually shaped and reshaped according to the local conditions of production, reception, transmission, and - not least - resistance"* (Frank, 2009, p.61). Deze theorieën zijn met andere woorden aan verandering onderhevig, die bepaalt worden door de specifieke ruimtelijke en tijdelijke context van het nieuwe gebied waar de theorie wordt opgenomen. Niet alle aspecten van een 'travelling theory' overleven deze reis naar andere gebieden, delen worden vergeten, verplaatst of soms zelfs met opzet niet overgenomen. Dit betekent dus dat hoewel een theorie in de historie is gevormd zoals hij is, nooit een definitief karakter heeft. In ieder land, maar ook in ieder gebied kan een theorie, concept of idee dus op een andere manier landen en in de uitwerking daarvan verschillend worden toegepast.

Binnen het regionale clusterbeleid en het rationaliseren van pogingen om ook clusterbeleid uit te voeren, wordt er door overheden vaak verwezen naar succesverhalen van clustering in andere landen (Hospers en Beugelsdijk, 2002, p.387). In de loop der tijd zijn er veel clusters gevormd in de wereld, maar keer op keer zijn het overheden die refereren naar drie zogenaamde 'best practices' (Hospers en Beugelsdijk, 2002, p. 387). Het betreft hier Emilia-Romagna in Italië, Baden-Württemberg in Duitsland en Silicon Valley in Amerika. Deze laatstgenoemde wordt vaak gezien als het meest bekende regionale cluster ter wereld, gekenmerkt door High-tech industrie. Volgens Saxenian (1994, in Hospers en Beugelsdijk, 2002, p.387) is het de combinatie van competitie en samenwerking tussen haar bedrijven dat Silicon Valley economisch succesvol maakt. De vraag is echter wat er van deze succesverhalen door andere overheden kan en wordt overgenomen, wat men

van 'cross-border' ideeën en concepten kan leren.

Dit wordt binnen de literatuur ook wel 'Lesson-drawing' genoemd. In zijn boek *Lesson-drawing in Public Policy* zegt Rose (1993, in Hospers en Beugelsdijk, 2002, p.388) dat de mogelijkheid om te leren door naar anderen te kijken ('Learning-by-comparing') slechts gradueel is. Er zijn volgens hem zeven voorwaarden of 'contingents' die invloed hebben op de mate van overname van een bepaalde theorie of concept. Over het algemeen kan men zeggen des te minder er aan deze voorwaarde wordt voldaan, des te moeilijker het voor beleidsmakers wordt om beleid over te nemen van overheden of actoren uit een andere locatie. Rose kenmerkt in zijn theorie zeven zogenaamde contingencies, namelijk: *'the degree of uniqueness of a problem, the availability of resources, the interdependency between the areas compared, the complexity of a policy, the scale of change an initiative involves as well as the proximity of institutions* (Rose, 1993, in Hospers en Beugelsdijk, 2002, p.388).

Hospers en Beugelsdijk (2002) hebben deze contingencies opgedeeld in drie groepen van condities die samen bepalen in welke mate men als beleidsmaker eerder uitgevoerd beleid kunnen overnemen. Dit zijn de volgende categorieën:

- Contingencies necessary, but not sufficient: Deze condities moeten worden vervuld als beleidsmakers in het beginsel lessen willen nemen van eerder gevormd beleid. Daarom worden dit ook wel noodzakelijke contingencies genoemd. Deze bevatten Rose's eerder genoemde contingencies van uniqueness, resources en interdependency. De contingency of uniqueness houdt in dat het beleid dat men wil overnemen niet gericht moet zijn op een uniek probleem. Des te minder uniek het op te lossen probleem is, des te meer kans men heeft om beleid goed over te nemen. Ten tweede de contingency of resources. Overheden moeten over genoeg middelen beschikken in termen van geld, personeel en wet- en regelgeving om beleid over te nemen dat ergens anders goed heeft uitgepakt. Zijn deze middelen ongeveer gelijk tussen verschillende gebieden waar het beleid uitgevoerd wordt, dan zal het overnemen van beleid meer kans van slagen hebben. Ten derde de contingency of interdependency. Hoe groter de onderlinge afhankelijkheid van landen of regio's is, des te waarschijnlijker het is dat lessen van elkaar kunnen worden geleerd. Ook al voldoet men echter aan deze conditie dan nog kan succes van overname van beleid niet worden gegarandeerd.
- Structure-based contingencies of lesson-drawing: De condities behorende tot deze categorie zijn Rose's contingencies of complexity en scale of change. Het uitgevoerde beleid in kwestie moet niet te complex zijn. Des te duidelijker de causale verbanden van beleid, des te beter beleid overdraagbaar is. Verder moet de mate van verandering van het betreffende beleid

klein zijn wil het meer succes van slagen hebben om door anderen effectief geadopteerd te worden.

- Culture-based contingencies of lesson-drawing: Deze voorwaarden bevatten Rose's contingencies on values en institutions. Zij verwijzen naar de politieke en sociale kenmerken van een bepaalde regio zoals bepaalde normen, gewoonten, het politieke systeem, etcetera. Des te meer deze kenmerken overeenkomen tussen verschillende gebieden/regio's des te beter een bepaalde vorm van beleid overdraagbaar is.

Toegepast op dit onderzoek is het de vraag hoe de theorie van Richard Florida over het aantrekken van de creatieve klassen, die oorspronkelijk is toegepast op de Amerikaanse context, ook elders is geland. Hoe zijn zijn gedachte overgenomen in beleid van zowel Q4 in Venlo als Klarendal in Arnhem?

2.1.3 Creatieve clusters

Uitermark & Duyvendak (2007) beschrijven al waarom de Nederlandse overheid in bepaalde gebieden, met name achterstandwijken, een politiek van state-led gentrification uitvoeren.

Gemeenten in Nederland streven ernaar om sociale orde te creëren in gebieden waar ze in het verleden de grip zijn verloren wat betreft het sociale leven. Ze willen de betreffende gebieden weer leefbaar maken. De verloedering van bepaalde wijken heeft een negatief effect op de mogelijkheden van diverse actoren om hun voornaamste taken in vaak achterstandwijken uit te oefenen. Deze taken houden onder andere het verhuur, onderhoud en verkoop van bepaalde woningen in en het voorkomen van onrust onder bewoners. Gentrificatie is echter geen doel op zich. *"Serving the middle classes, we suggest, is not their ultimate goal. Instead, gentrification is a means through which governmental organisations and their partners lure the middle classes into disadvantaged areas with the purpose of civilizing and controlling the neighborhoods* (Uitermark & Duyvendak, 2007, p.127)."

Uitermark en Duyvendak (2007) geven dus verklaringen waarom de overheid middenklassers naar een stad of wijk wil trekken. Echter hebben zij het hier niet over het aantrekken van een bepaald type middenklassers, zoals de creative class van Florida, dat wel gebeurt in creatieve clusters.

In de laatste decennia hebben we kennis gemaakt met sterke economische groei en globalisering. De concurrentie tussen bedrijven werd groter en veel bedrijven kozen voor locaties elders in het buitenland. Tegen het licht van deze gedachten wordt ook wel gesproken over 'the distance of death' (Raspe, 2013, p.20). Arbeids- of productiekosten zijn namelijk ergens anders op de wereld lager dan hier. De veronderstelling was dan ook dat bedrijven en bevolking zich steeds meer zouden verspreiden, in plaats van te clusteren. Niets is minder waar, volgens Michael Porter (in Raspe, 2013, p.20) is er namelijk een toenemend belang van specifieke regio's of clusters in dit

internationale competitieve speelveld. Niet arbeids- of transportkosten maar juist andere factoren die aan sterke regionale kwaliteiten gebonden zijn, zijn van belang in de moderne economie.

Een begrip dat aangeeft dat bedrijven voordelen ontleen aan een specifieke locatie in een stad, zijn zogenaamde ‘agglomeratievoordelen’. *“Agglomeratievoordelen zijn voordelen die bedrijven hebben door te clusteren: bedrijven profiteren van elkaars nabijheid. Deze voordelen komen bijvoorbeeld voort uit een grotere en gespecialiseerdere arbeidsmarkt (labour market pooling), markt van toeleveranciers (input sharing) en de aanwezigheid van gespecialiseerde kennis; wat kan leiden tot kennis-spillovers (Raspe, 2013, p.20).”*

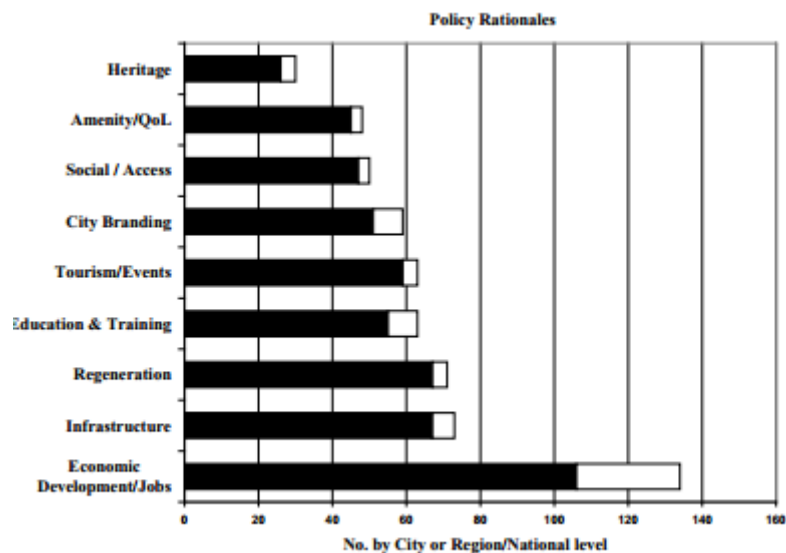
In de stedelijke economie is er een debat gaande of een gespecialiseerde economische structuur of cluster beter is, voor vooral economische prestaties, of juist een meer gevarieerde structuur? Dit worden in de literatuur respectievelijk de lokalisatievoordelen (Marshall externaliteiten) en urbanisatievoordelen (Jacobs externaliteiten) genoemd. Daar waar de lokalisatievoordelen neigen naar meer van hetzelfde soort bedrijven en de daarmee gepaard gaande specialisatievoordelen, neigen de urbanisatievoordelen naar een kruisbestuiving tussen bedrijven uit diverse sectoren (Raspe, 2013, p.21). De vraag is dan ook of de potentiële kennisoverdracht en arbeidsmobiliteit groter is tussen dezelfde bedrijven, of leert men juist van een ander type bedrijven? Recent is aangetoond dat diversiteit op zich niet zo interessant is. Er moet namelijk wel enigszins een connectie bestaan tussen bedrijven. Daarom wordt ook wel gesproken van ‘gerelateerde variëteit’. Te grote verschillen zullen het onmogelijk maken om van elkaar te leren, aangezien de kennis die wordt overgedragen niet wordt begrepen of op waarde kan worden geschat (Raspe, 2013, p.21).

Clusters kunnen vanuit economisch perspectief worden gezien als voorbeelden van wederzijdse samenwerking tussen zowel informele als formele economieën, door onder andere het risico te spreiden in R&D en het delen van informatie via sociaaleconomische netwerken (Evans, 2009, p.34). De economische factoren die bijdragen aan deze concentratie en dichtheid van bedrijven zijn daarnaast kostenbesparingen in de productie keten, joint ventures in bijvoorbeeld marketing of kapitaal investeringen en het gezamenlijk delen van werkplekken. Lifestyle en andere synergieën zijn ook opkomende pull-factoren in clusters van bedrijven (Evans, 2009, p.34). Creatieve clusters worden als volgt gedefinieerd: *“a ‘creative cluster’ was largely taken to mean a linked grouping of creative industries, firms and/or cultural activities that had a spatial concentration (Foord, 2008, p.99).”*

In de literatuur wordt middels twee benaderingen gekeken naar de ontwikkeling en meerwaarde van creatieve clusters: een bestuurlijk- strategische en een economische (Aalst, 2005, p.19). ‘De eerste gaat veelal uit van een top-down perspectief en legt de nadruk op de strategische potenties van de ontwikkeling van dergelijke clusters (Aalst, 2005, p.19).’ De auteurs binnen deze benadering vinden dat de overheid een belangrijke rol speelt bij het promoten van creatieve clusters

en bij het ontwikkelen van culturele netwerken. Deze benadering geeft tevens aan dat creatieve clusters een belangrijk onderdeel vormen in stedelijke herontwikkeling en citymarketing. ‘De tweede benadering van creatieve clustervorming hanteert een bottom-up model, waarbij voornamelijk gezocht wordt naar verklaringen voor sociaal-ruimtelijke gedragspatronen van bedrijven en instellingen (Aalst, 2005, p.19).’ De reductie van transactiekosten en een betere afstemming van activiteiten zijn voorwaarden die bedrijven willen bereiken. Door dit gevormde cluster zullen bedrijven enerzijds putten uit dezelfde gespecialiseerde lokale arbeidsmarkt en anderzijds bedienen zij een aantal potentiële kopers die door de clustering weten waar zij terecht kunnen voor hun wensen (Aalst, 2005, p.20).

De vraag is nu wat de beweegredenen van beleidsmakers zijn om te investeren in creatieve clusters. Een survey gehouden door Evans (2009) heeft aangetoond dat de dominante doelstelling achter de meeste interventies op zowel de schaal van de stad als diverse andere schaalgroottes (regio, provincie, nationaal) een van de volgende categorieën van beweegredenen bevat.



Figuur 1: Beweegredenen creatief clusterbeleid. Bron: Evans(2009).

Vaak gaven steden aan een combinatie van bovenstaande redenen te hebben voor het uitvoeren van creatief clusterbeleid. Hieruit blijkt dat Economische ontwikkeling/werk creëren de voornaamste reden is om creatief clusterbeleid te voeren. Daarnaast zijn er nog diverse andere rationales zoals investering in de infrastructuur en herstructurering van een stad of stadsdeel (Evans, 2009, p.43). Veel van deze beweegredenen hebben diverse en misschien wel tegenstrijdige strategische doelen: sociale integratie; het ontwikkelen van sociaal kapitaal; culturele plannen voor de gemeenschap realiseren; het creëren van toeristische locaties en consumptie economieën (Foord, 2008, p.92). Het investeren in erfgoed daarentegen is de minst genoemde reden voor het ontwikkelen van creatieve clusters.

Om te toetsen en te evalueren hoe sterk een cluster is kan men kijken naar welke fase een

cluster neemt in de ontwikkelings cyclus. In conventionele cluster analyse zijn deze fasen geïdentificeerd als: *Embryonic, Established, Mature, Declining*, gebaseerd op het niveau van werkgelegenheid, productie (output) en de bereikbaarheid van bedrijven en consumenten markten (Foord, 2008, p.99). Getoetst tegen traditionele bedrijfsclusters bleken creatieve clusters Embryonic ofwel onrijp. Uit de survey van Foord (2008) werd dan ook duidelijk dat creatieve clusters anders zijn dan traditionele bedrijfsclusters, en dat additionele factoren kritisch waren voor hun ontwikkeling en vorm (vooral de rol van publiek gefinancierde kunst en culturele instituties). Daarnaast verschilde de strategische doelen van creatieve clusters ook van die van traditionele bedrijfsclusters wat automatisch leidt tot verschillende uitkomsten in hun ontwikkeling. Zo hebben creatieve clusters naast bedrijfsdoeleinden zoals economische groei ook doelen als sociale integratie en culturele ontwikkeling (Foord, 2008, p.99).

‘Het Nederlandse beleid op het gebied van creatieve economie is samen te vatten met *hotspots*. Vroeger waren hotspots gevaarlijke plekken, brandhaarden of netelige situaties. Tegenwoordig zijn het in het jargon van de creatieve economie broedplaatsen waarin creatieven de gelegenheid krijgen hun economische waarde toe te voegen met waar zij goed in zijn en waartoe zij intrinsiek gemotiveerd zijn (Basten, 2009, p.77).’ Voornamelijk in steden betekent dit dat monumentale panden en andere complexen van gebouwen een kwalitatieve meerwaarde aan de ontwikkeling van steden en gebieden kunnen leveren (Basten, 2009, p.78). De panden blijven behouden maar krijgen een nieuwe bestemming in de culturele sfeer, waar artistieke vrijheid en economische ontwikkeling hand in hand gaan.

Een voorbeeld waar de culturele economie aan stedelijke vernieuwing is gekoppeld, is in Amsterdam. De gemeente Amsterdam is een samenwerking aangegaan met het projectbureau Broedplaatsen, die vervolgens een broedplaatsenbeleid voor Amsterdam hebben ontwikkeld. ‘Door bijvoorbeeld in oude panden broedplaatsen onder te brengen wil men creativiteit in Amsterdam stimuleren en daarmee de economische en sociaal-maatschappelijke toestand in deelgebieden verbeteren (Doedee, 2012, p.33).’ Broedplaatsen zijn er in alle soorten en maten, en kunnen naast oude monumentale gebouwen ook leegstaande kavels of containers zijn. Daarmee laat het broedplaatsenbeleid zien dat het voor gemeenten mogelijk is om via algemene uitgangspunten creativiteit in de stad te bevorderen, terwijl de aanpak steeds verschilt per locatie en situatie (Doedee, 2012, p.33). De voorzieningen die broedplaatsen creëren hebben veel betekenis voor de stad door ondermeer versterking van de sociale infrastructuur: ze vergroten de kwaliteit, diversiteit en het imago van een buurt. Daarnaast wordt door het opnemen van buurtfuncties en door onderlinge synergie tussen culturele ondernemers de leefbaarheid in de buurt vergroot. Naast sociale voordelen kent dit beleid ook economische voordelen, door het creëren van werkgelegenheid en het aantrekkelijk worden van de stad of buurt voor toeristen (Basten, 2009, p.78).

Er zijn echter ook nadelen aan dit beleid. Hotspots of broedplaatsen zijn vaak tijdelijk van aard. Na een tijd zal de regio aantrekkelijker worden en zullen de prijzen van onroerendgoed stijgen. Deze prijs is vaak onbetaalbaar voor de voorheen gevestigde creatieve personen. Het gevolg zal het wegtrekken van creatieve personen uit de buurt zijn. Het behouden van de creatievelingen in een buurt is dan ook niet duurzaam van aard, en hun bijdragen aan een gemeenschap; hun sociaal activisme en economische impulsen zijn slechts tijdelijk van aard. Hotspots of broedplaatsen worden dan ook vooral gezien als een instrument tegen verloedering (Basten, 2009, p.79).

2.1.4 The Creative Class

'*The Creative Class*' is een vrij recent begrip dat wordt gebruikt in de literatuur over gentrification. Peck (2005) geeft echter aan dat er al bij veel steden een opkomst te zien is om een creatieve klasse aan te trekken, als strategie voor gentrificatie. De interesse in deze strategie was ter aanleiding van Richard Florida's boek *The Rise of the Creative Class* uit 2002. Steden betaalden veel geld om meer te weten te komen over de nieuwste strategieën om een creatieve (midden)klasse aan te trekken en deze in hun behoefte te voorzien. Florida heeft beleidsmakers er in het afgelopen decennium wereldwijd van weten te overtuigen dat kunst, cultuur en creativiteit in een stad economische progressie teweeg kunnen brengen, aldus Doedee (2012, p.13).

Om effectief beleid te kunnen voeren, zullen beleidsmakers eerst moeten weten wat de creatieve klasse is. Hieronder volgt een indeling zoals Florida (2012) de creatieve klasse beschrijft op basis van professie. Volgens hem is de creatieve klasse opgedeeld in twee componenten. "*What I call the Super-Creative Core of the Creative Class includes scientists and engineers, university professors, poets and novelists, artists, entertainers, actors, designers, and architects, as well as the thought leadership of modern society: nonfiction writers, editors, cultural figures, think-tank researchers, analysts, and other opinion makers* (Florida, 2012, p.38)." Het werk waar zij zich mee bezig houden is vooral 'problem finding'. Het gaat ze er bijvoorbeeld niet om dat ze een betere muizenval maken, maar het opmerken dat een betere muizenval nodig is, daar gaat het om (Florida, 2012, p.39).

Naast deze kern van creatievelingen bestaat er volgens Florida nog een tweede groep creatievelingen namelijk 'creative professionals', *who work in a wide range of knowledge-intensive industries, such as high-tech, financial services, the legal and health care professions, and business management. These people engage in creative problem solving, drawing on complex bodies of knowledge to solve specific problems* (Florida, 2012, p.39). Zij zijn dus diegene die de betere muizenvallen ontwikkelen. Volgens Florida zijn deze groepen creatievelingen de drijvende kracht achter economische vooruitgang, dit wordt ook wel de Creative Capital theory genoemd (Florida, 2005, p.34).

Er ontstaat vervolgens een interstedelijke strijd om een klimaat te creëren voor dagelijkse

innovatie door spontane interactie, een plaats met verschillende culturen en waar buitenstaanders binnen mum van tijd insiders zijn (Peck, 2005, p.741). Er voor zorgen dat creatievelingen welkom zijn is de voornaamste opgave voor steden. 'De eisen die creatievelingen stellen aan hun omgeving zijn volgens Florida terug te leiden naar hun lifestyle en identiteit. Vrijtijdsbesteding draagt bij aan wie ze zijn. Om die reden is volgens Florida een breed en gevarieerd aanbod aan voorzieningen en vrijtijdsbesteding een belangrijke vestigingsfactor voor de creatieve klasse (Doedee, 2012, p.17).' De creatieve klasse houdt dus van een diverse omgeving. Dit geldt niet alleen voor aanwezige diensten. De creatieve klasse wordt ook getrokken door een diversiteit in de bevolking. Verschil in een stad of wijk qua etniciteit, leeftijd, seksuele geaardheid of uiterlijk worden door de creatieve klasse gewaardeerd (Doedee, 2012, p.18). Dit is namelijk een teken van openheid en tolerantie. Creatieve werkers leven steeds vaker als toeristen in hun eigen stad of wijk. Florida (2005, p.167) geeft dan ook aan dat het voor beleidsmakers verstandig is om in de 'Quality of place' te investeren.

Baris (2003), schrijft dat om te kunnen concurreren in de strijd naar creatief talent, steden herstructureert moeten worden voor de creatieve klasse zoals bedrijven dat al doen. Ze moeten stimuleren en uitnodigen tot innovatie. De sleutel voor steden in deze 'new geography of creativity' en haar effecten op economische uitkomsten ligt in wat Florida de 3 T's noemt: Technology, Talent en Tolerance. Creativiteit en de leden van de Creative Class zullen zich gaan settelen in plaatsen waar alle drie deze factoren aanwezig zijn. Alle zijn ze een noodzakelijke conditie die nodig zijn om deze Creative Class aan te trekken, opzichzelf staand zijn ze minder ontoereikend en zal beleid eerder falen (Florida, 2005, p.37). Om creatieve personen aan te trekken, innovatie te generen en economische ontwikkeling te stimuleren, is het gunstig dat een plaats al deze kenmerken bezit. Tolerantie wordt door Florida (2005) omschreven als openheid, inclusiviteit en diversiteit openstaand voor alle etniciteiten, rassen en manieren van leven. Talent is gedefinieerd als diegene met een bachelor diploma of hoger. De rol van de Universiteit of andere kennisinstellingen spelen hierin een belangrijke rol. *"The real key is that communities surrounding universities must have the capability to absorb and exploit the science, innovation and technologies that the university generates. In short, the university is a necessary, but not sufficient, condition for regional economic development* (Florida, 2005, p.150)." Technologie ten slotte is een functie van zowel innovatie en high-tech clusters in de nabijheid van de regio (Florida, 2005, p.37).

Het is echter lastig zomaar een identiteit in een stad te ontwikkelen die aantrekkelijk is voor de creatieve klasse. Wanneer een wijk het imago van een achterstandswijk heeft is het moeilijk om van dit imago af te komen, en zal de wijk in de meeste gevallen ook een achterstandswijk blijven. Dit zorgt voor een slechte ervaring en gevoel van onveiligheid bij mensen betreft de wijk. Mensen die het economisch kunnen veroorloven ergens anders te wonen zullen dit dan ook vaak doen. Gemeenten en woningcorporaties zullen ook minder geld investeren in duurdere koopwoningen in

de wijk aangezien dit economisch risicovol is. Voordat men in een wijk gaat investeren en herstructureren betreft de fysieke leefomgeving is het belang dat mensen een positieve associatie krijgen met een gebied, zodat een meer divers publiek wordt aangetrokken en het gebied een beter imago krijgt (Doedee, 2012, p.26). Daarnaast stelt Florida nog het volgende: *“Creative Class identity runs much deeper than a set of changing affections and affectations; it is rooted in our changed economic circumstances. What binds it together is not just its values and attitudes but the place it occupies in the economic structure* (Florida, 2012, p.37).” De sociale identiteiten net als de culturele voorkeuren, waarden, lifestyles en consumptie patronen vloeien voort uit de economische functie die ze binnen het stedelijke systeem hebben. In de creatieve centra worden namelijk veel nieuwe producten ontwikkeld dankzij de aanwezigheid van de creatieve klasse. Andersom worden nieuwe mensen uit de creatieve klasse echter weer getrokken door de perspectieven die creatieve centra voor hen hebben (Doedee, 2012, p.17).

2.1.5 (Sociale) effecten

Gentrificatie gelinkt met termen als sociale cohesie of sociaal kapitaal neemt vragen met zich mee wat voor een invloed gentrificatie heeft op de sociale relaties van ‘nieuwe’ bewoners met ‘oude’ bewoners. Zo beschrijft Kleinhans (2005), welke effecten herstructurering en herhuisvesting hebben op het sociale kapitaal van verschillende soorten bewoners (nieuwkomers, blijvers, doorstromers, etc.). Onder sociaal kapitaal wordt het onderhouden van sociale relaties verstaan. Door het leggen en instandhouden van contacten kunnen mensen samenwerken om iets te bereiken dat ze niet alleen kunnen bereiken (Kleinhans, 2005, p.6). Mensen maken deel uit van verschillende sociale netwerken en de mate waarin deze netwerken een hulpbron vormen, kan beschouwd worden als een vorm van kapitaal.

Herstructurering van een wijk staat voor fysieke ingrepen in de woningvoorraad, en zijn maatregelen gericht op een grotere differentiatie van woon- en werkmilieus, en op verbetering van de economische en sociale vitaliteit van deze wijken (Ministerie van VROM, 1997). Het gevolg is dat de fysieke ingrepen een verhuisdynamiek op gang brengen in de wijk. Sommige huishoudens worden ergens anders geherhuisvest (displacement), er komen nieuwe mensen in de wijk en andere blijven juist in de wijk wonen zonder te verhuizen. Al deze verhuisbewegingen hebben consequenties op het functioneren van de wijk (Kleinhans, 2005).

De afgelopen jaren is er veel empirisch onderzoek verricht naar de sociale effecten van herstructurering. De kern uit deze onderzoeken is dat de gewenste sociale effecten achterblijven bij de wensen van beleidsmakers. Vooral in Nederland en Groot-Brittannië is sprake van herdifferentiatie beleid en wordt er gesproken van woningdifferentiatie. De veronderstelde effecten

hiervan omvatten onder meer een betere woningmarktpositie, betere reputatie, lagere onderhoudskosten, minder sociale uitsluiting, meer sociale cohesie, toenemende bewonersparticipatie, de aanwezigheid van rolmodellen en een breder draagvlak voor allerlei wijkgebonden voorzieningen (Kleinhans, Veldboer & Duyvendak., 2000). Sociale menging ookwel social mix genoemd is hierbinnen een veelbesproken begrip, waarmee gepoogd wordt tot verbeterde sociale uitkomsten in de wijk door heterogeniteit in de wijk. Tunstall (2003), beschrijft dat veel beleidsmakers dan ook denken dat sociale menging en een verbeterde sociale uitkomst hand in hand gaan. Echter is dit vaak ook niet het geval en is deze veronderstelling uitsluitend aan specifieke locaties gebonden.

Lees (2008), is dan ook erg kritisch over het concept social mixing, in de literatuur is er een debat gaande dat het enerzijds een 'trickle down' effect heeft op de lagere inkomensklasse doordat zij profiteren van de instroom van middenklassers (Lowry, 1960). Er werd verondersteld en gepromoot in bestuurlijke kringen in zowel Europa als Noord-Amerika dat gentrificatie zou leiden tot minder gesegregeerde en meer sociaal duurzame wijken. Anderzijds wordt er veronderstelt dat social mixing juist leidt tot een grotere sociale polarisatie en segregatie.

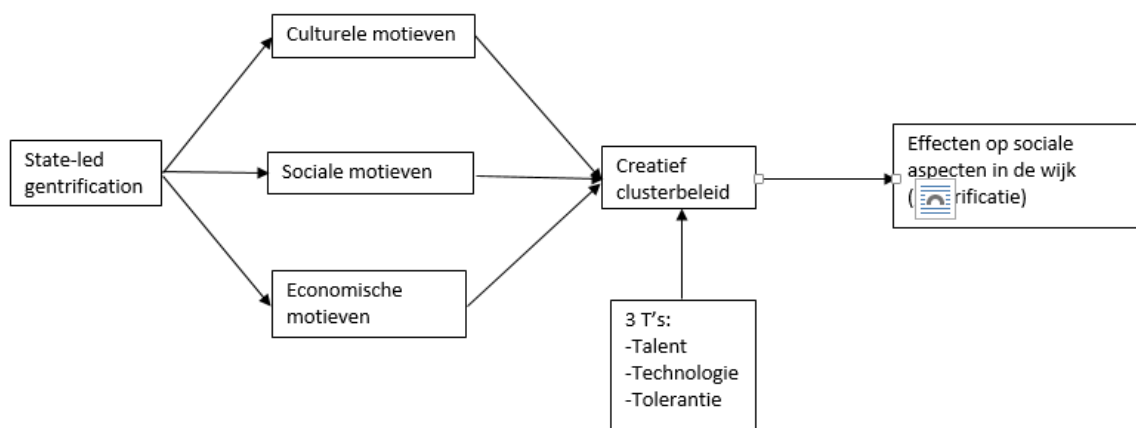
Dit laatste wordt in de theory ook wel 'social tectonics' genoemd. Robson and Butler(2001), stellen dan ook dat sociale relaties volgens dit principe gekarakteriseerd kunnen worden als tektonisch. Daarmee wordt bedoeld dat relaties binnen en tussen verschillende sociale en etnische groepen in het gebied parallel van aard zijn in plaats van integratief. Sociale groepen, of 'platen' zoals Robson and Butler(2001) ze noemen, zullen elkaar overlappen of parallel aan elkaar lopen zonder veel integratieve ervaringen en ontmoetingen in de sociale en culturele instituties van een gebied. Hierdoor ontstaat er geen gevoel van gemak en gezelligheid onder zowel oorspronkelijk en nieuwe bewoners en zijn er spanningen voelbaar. De levensstijlen en ervaringen in een stadsdeel of wijk tussen oorspronkelijke bewoners en nieuwkomers verschillen zo van elkaar dat deze sociale groepen onderling weinig met elkaar in contact komen en gescheiden van elkaar leven, op het fysieke contact op de straat na. Robson and Butler(2001) trekken over deze 'social tectonics' in hun onderzoek de volgende conclusie: *'A tectonic social structure celebrates diversity in principle but leads to separate lives in practice'* (Robson and Butler, 2001, p.2157).

Ondanks dat er in bestuurlijke kringen wordt gedragen dat social mix een positief iets is, waagt Lees (2008) dit om bovenstaande redenen te betwifelen. Het aanmoedigen van sociaal gemixte wijken heeft de laatste jaren steeds meer interesse gekregen voor overheden, stedelijke beleidsmakers en stedelijke wetenschappers. Hier is intussen ook veel beleid over gemaakt in Nederland, Scandinavië, Groot-Brittannië, VS, etcetera. Schoon(2001), heeft hier drie argumenten voor gevonden. Ten eerste het 'defending the neighborhood' argument, dat veronderstelt dat middenklassers sterker pleiten voor de nodige publieke voorzieningen in hun wijk en dat sociaal

gemixte wijken met middenklassers dan ook sterker af zijn dan een niet gemixte wijk. Het tweede argument betreft het 'money-go-round' argument dat verklaart dat sociaaleconomisch gemixte wijken voor een sterkere lokale economie kunnen zorgen dan gebieden met geconcentreerde armoede. Ten derde is daar het 'networks and contacts' argument dat doelt op het genereren van sociale cohesie en economische kansen. Met de term sociale cohesie wordt over het algemeen de min of meer 'traditionele' contacten tussen bewoners bedoeld, zonder een adequaat onderscheid te maken tussen verschillende groepen of typen bewoners (Kleinhans, 2005, p.4).

Een ander effect dat vaak in één adem wordt genoemd met gentrificatie is displacement. In algemene zin betekent displacement het volgende: Stedelijke regio's die in eerste instanties worden bewoond door sociale minderheden en die worden gekenmerkt als achterstandsbuurt met vervallen huizen en veelal werklozen. Daarna trekken er meer welvarende bevolkingsgroepen de betreffende regio in en verbeteren de ruimtelijke en visuele condities van de buurt, waarna de originele bewoners, die proberen in eerste instantie bij te blijven met de verhoogde belasting kosten, inzien dat de cultuur van hun oude buurt niet meer bestaat, en ergens anders naartoe zullen verhuizen (Vandergrift, 2006, p.1). In andere woorden, *"The original residents are, in a sense, replaced because of increase in property, tax and the destruction of a social community and then they move out of the neighborhood"* (Keating, 2000, p. 384)."

2.2 Conceptueel model



Figuur 2: Conceptueel model

3. Methodologie

Dit hoofdstuk zal de methodologie van dit onderzoek en keuzes daarvan verder toelichten. Er zijn verschillende typen onderzoeken waarmee een onderzoek benaderd kan worden. Daarvoor zullen deze eerst kort worden toegelicht om verdere methodologische keuzes beter te verantwoorden. Het doel van dit onderzoek luidt: *Inzicht te krijgen in de motieven, uitvoering en effecten van creatief clusterbeleid in middelgrote steden van Nederland, door het uitvoeren van een multi-pele case study betreffende Q4, Venlo en Klarendal, Arnhem.*

In de literatuur bestaat er over het algemeen consensus over drie soorten onderzoeksdoelen en daarmee ook drie typen van onderzoeken, namelijk: Beschrijvend, verklarend en verkennend (Kothari, 2004). Beschrijvend onderzoek levert een beschrijving van een bepaald verschijnsel op (Vennix, 2011, p.152). Het doel van beschrijvend onderzoek is het beschrijven van de status quo, zoals deze in de huidige tijd voordoet. De voornaamste eigenschap van deze methode is dat de onderzoeker geen controle heeft over de te onderzoeken variabelen, en alleen kan rapporteren wat er is gebeurd in het verleden of wat zich nu voltrekt (Kothari, 2004). Beschrijvend onderzoek ontleent zich goed voor kwantitatief onderzoek en informatie wordt verzameld aan de hand van allerlei methoden van survey onderzoek, zoals bijvoorbeeld het houden van enquêtes. Verklarend onderzoek levert een verklaring waarom een bepaald verschijnsel zich al dan niet voordoet. Causale verbanden of oorzaak-gevolg relaties staan hierin centraal (Vennix, 2011, p.152). Verkennend of exploratief onderzoek hebben als doel om een bepaald verschijnsel beter te leren begrijpen. Of zoals Kothari (2004, p.2) formuleert: *“To gain familiarity with a phenomenon or to achieve new insights into it.”*

De doelstelling van dit onderzoek is vooral verkennend of exploratief van aard. Het verschijnsel van het aantrekken van creatievelingen in de vorm van creatieve clusters is op zich niet nieuw en het beleid dat daarop wordt toegepast ook niet. Echter wordt er gestreefd in dit onderzoek om nieuwe inzichten te verkrijgen, hoe die ideeën rondom het aantrekken van creativiteit in gebieden van een lagere stedelijke hiërarchie zijn geland, uitgewerkt en met welke effecten.

In paragraaf 3.1 zal ten eerste een passende onderzoeksstrategie toegelicht worden. Paragraaf 3.2 zal vervolgens ingaan op het onderzoeksmateriaal. Tot slot zal in paragraaf 3.3 het onderzoeksmodel van dit onderzoek worden weergegeven.

3.1 Onderzoeksstrategie

Onder een onderzoeksstrategie wordt het geheel van met elkaar samenhangende beslissingen over de wijze waarop men een onderzoek wil gaan uitvoeren bedoeld. Er zijn diverse strategieën die toegepast kunnen worden om een wetenschappelijk onderzoek uit te voeren. Zo onderscheiden Verschuren & Doorewaard (2015) vijf strategieën: Survey, experiment, casestudy, gefundeerde theoriebenadering en bureauonderzoek. De keuze voor een bepaalde onderzoeksstrategie bestaat uit enkele kernbeslissingen waaruit vervolgens weer een aantal andere beslissingen voortvloeit (Verschuren & Doorewaard, 2015, p.160). Deze kernbeslissingen zijn de volgende drie: Gaat je onderzoek om het verkrijgen van een breed beeld, of zoekt men naar diepgang? Is je onderzoek kwalitatief of juist kwantitatief van aard? En ten slotte, de afweging of men liever empirisch of bureauonderzoek doet.

Uitgaande van deze kernbeslissingen toegepast op dit onderzoek naar de motieven, uitvoering en effecten van creatief clusterbeleid kan men stellen dat het een diepgaand onderzoek betreft. Over de breedte is er namelijk genoeg onderzoek gedaan naar het aantrekken van creativiteit en het vormen van clusters. Echter valt er specifiek voor steden die lager op de stedelijke hiërarchie staan, en ook dit soort ideeën en beleid over willen nemen nog veel kennis te winnen. Vandaar dat er in dit onderzoek voor diepgang wordt gekozen. Dit onderzoek zal daarnaast kwalitatief van aard zijn. De onderzoeksvragen vallen namelijk moeilijk te kwantificeren in cijfers, grafieken en berekeningen en resultaten dienen niet statistisch te worden onderbouwd. Bij de kwalitatieve werkwijze bestaat een voortdurende wisselwerking tussen theorie, waarneming en analyse (Wester, 1991, in Vennix, 2011, p.262). De onderzoeker exploreert een sociaal of menselijk probleem in haar natuurlijke setting en maakt hiervan een compleet beeld in de vorm van rapporten en analyses (Cresswell, 2012, p.300). Het nadeel van kwalitatief onderzoek is dat men niet de breedte in gaat met onderzoek en men de resultaten van dit onderzoek niet kunt generaliseren op alle middelgrootsteden van Nederland. Echter biedt het onderzoeken door middel van een meer kleinschaligere aanpak, zoals in dit onderzoek het geval is, door enkel creatief clusterbeleid in Klarendal en Q4 te vergelijken juist de mogelijkheid om te komen tot meer diepgang, detaillering, en een sterke onderbouwing, met een minimum aan onzekerheid aangaande de validiteit en bruikbaarheid van de resultaten (Verschuren & Doorewaard, 2015, p.156). Hierdoor is het mogelijk om de overeenkomsten van bepaalde processen goed en gedetailleerd duidelijk te krijgen, maar worden de contextuele verschillen ook juist belicht en verklaart. Ten derde zal het onderzoek deels empirisch worden uitgevoerd en bestaat het deels uit bureauonderzoek om de gewenste resultaten te verkrijgen. Er wordt in eerste instantie bureauonderzoek gedaan naar rapporten, beleidsrapporten en andere bestaande literatuur betreffende het onderwerp en de onderzochte gebieden om kennis te maken met de context en het te onderzoeken verschijnsel. Daarnaast zal er

ook veldwerk moeten worden uitgevoerd, om nieuwe gegevens te verzamelen. Dit zal gebeuren door middel van het houden van diepte-interviews.

De beste onderzoeksstrategie die zich hiervoor leent is de case study. De case study is een design, dat typisch verbonden wordt met kwalitatief onderzoek (Vennix, 2011, p.102). De casestudy kenmerkt zich door een arbeidsintensieve benadering waarbij selectief een klein aantal onderzoekseenheden (cases) worden geselecteerd en door middel van open waarneming op locatie en het verzamelen van kwalitatieve gegevens vooral in de diepte wordt gegaan betreffende onderzoek (Verschuren & Doorewaard, 2007, p. 179). Door middel van diverse waarnemingsmethoden en databronnen (triangulatie), wordt binnen deze cases informatie gewonnen, dat de kwaliteit en betrouwbaarheid van onderzoek vergroot. De onderzoeker verzamelt veel vormen van kwalitatieve data, variërend van interviews, observaties, documenten en audiovisueel materiaal (Cresswell, 2012, p.98). Aangezien er in dit onderzoek twee cases worden onderzocht en vergeleken spreken we ook wel van de 'vergelijkende case study'. Hierbinnen is in dit onderzoek gebruik gemaakt van de hiërarchische methode. Dit type case study bestaat uit twee fasen. In de eerste fase zullen de afzonderlijke cases zoveel mogelijk onafhankelijk van elkaar worden bestudeerd en gegevens uit de empirie worden verzameld. In de tweede fase worden de onafhankelijke resultaten van beide cases vervolgens als input genomen voor een vergelijkende analyse om verklaringen te vinden voor eventuele overeenkomsten en verschillen (Verschuren & Doorewaard, 2007, p.183).

Voordelen van een case study zijn ten eerste dat men een integraal beeld kan krijgen van het onderzoeksobject. Dit integrale beeld kan vooral een voordeel zijn in een onderzoek dat is gericht op verandering van de bestaande situatie. Daarnaast blijkt een case study wendbaar. Je kunt tijdens de uitvoering van het onderzoek nog zelfs van koers veranderen. Een laatste voordeel is dat de resultaten van de case study, gezien vanuit een praktijkgericht onderzoek, eerder door 'het veld' (beleidsmakers) worden geaccepteerd dan kwantitatief onderzoek (Verschuren & Doorewaard, 2015, p.186). Het potentiële nadeel van de case study is de externe geldigheid. Naarmate men minder cases bestudeert, is het moeilijker om de bevindingen van toepassing te verklaren op het geheel van alle cases (Verschuren & Doorewaard, 2015, p.186). Generaliseerbaarheid is voor kwalitatief onderzoek geen must. Over een kleine hoeveelheid onderzochte cases kan men moeilijk uitspraken doen voor een groter geheel (Cresswell, 2012). Yin (2013), geeft dan ook aan dat het bij case studies niet gaat om generaliseerbaarheid voor een gehele populatie of onderzoeksgroetheid zoals in statistisch onderzoek, maar om het generaliseren naar aanleiding van theoretische proposities.

3.2 Onderzoeksmateriaal

Er worden door Verschuren & Doorewaard (2015) vijf soorten objecten van onderzoek en bronnen onderscheiden, namelijk: personen, media, documenten, literatuur en werkelijkheid. Er is al aangegeven dat door middel van een casestudy als onderzoeksstrategie informatie verzameld gaat worden. Zoals eerder gesteld zullen er diverse documenten worden bestudeerd en worden er diepte-interviews gehouden als onderdeel van de dataverzameling. Deze verscheidenheid aan methoden van dataverzameling, ook wel methodentriangulatie genoemd, moet bijdragen aan een verhoogde validiteit van de resultaten. Er zijn in totaal 14 diepte-interviews gehouden met diverse actoren. Dit betreft verschillende gemeenten, woningcorporaties, bewoners, etc. Voor een compleet overzicht van respondenten, zie bijlage 1. Deze diversiteit aan bronnen waarvan informatie verzameld wordt, draagt daarnaast ook bij aan een verhoogde validiteit, dit wordt bronnentriangulatie genoemd. Zowel methoden- als bronnentriangulatie worden dus gewaarborgd.

Aan de hand van semi-structured interviews zal de data verzameld worden. Er is dus sprake van enige vorm van voorgestructureerdheid, maar de vragen die gesteld worden zijn wel open (Verschuren & Doorewaard, 2015, p. 223). Dit maakt dat je als onderzoeker enige vorm van sturing hebt in het interview om de essentiële informatie die men wil verkrijgen ook daadwerkelijk te kunnen bemachtigen. Aangezien de vragen open zijn is de respondent daarnaast ook vrij in het beantwoorden van vragen en is hij niet gebonden aan voorgestructureerde en geformuleerde antwoorden van de onderzoeker. Daarnaast is er de mogelijkheid om door te vragen en kan er nieuwe informatie naar boven komen (Verschuren & Doorewaard, 2015, p.234).

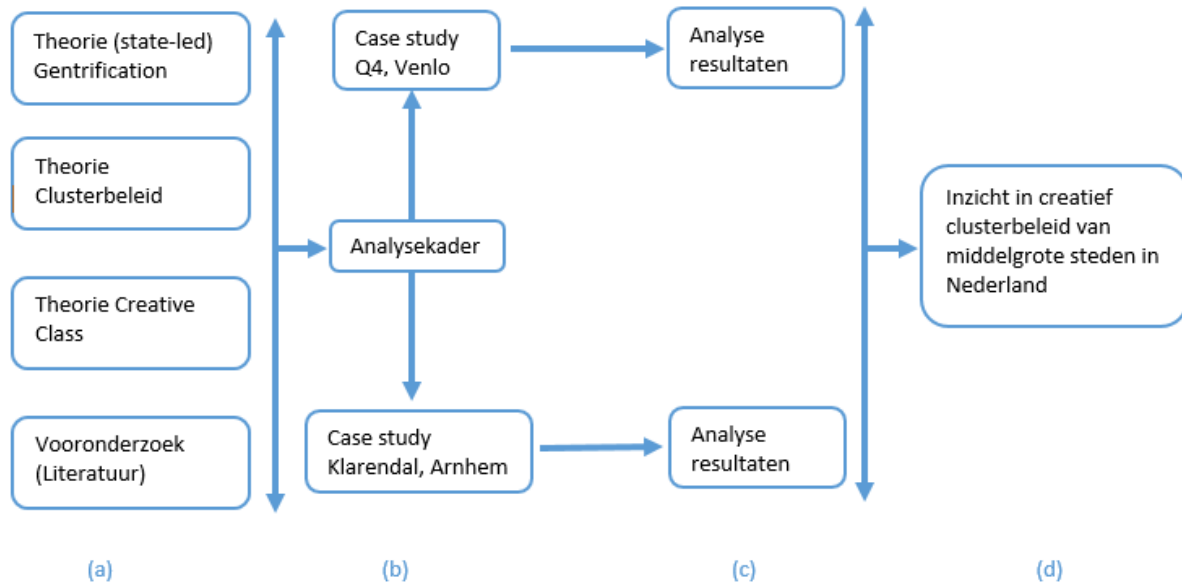
Een ongestructureerde of open interview heeft deze mogelijkheden niet. Deze vorm van interviewen wordt ook wel als flexibel beschreven en is niet gebonden aan een voorgestructureerde interviewgide. Dit kan leiden tot enkele problemen aangezien de interviewer bijvoorbeeld niet precies weet waar hij naar moet vragen of een richting kan geven aan het interview. Hierdoor loopt men het risico dat de onderzoeker niet de informatie vindt die noodzakelijk is voor de beantwoording van zijn onderzoeksvraag (Kajornboon, 2005, pp. 6-7). Gestructureerde interviews hebben het nadeel dat er niet doorgevraagd kan worden aangezien men te veel vasthoudt aan de interviewgide. Ook dit zorgt ervoor dat de onderzoeker niet genoeg relevante informatie verzameld. De vragen die gesteld worden zijn daarnaast gesloten en dit kan leiden tot een verschillende interpretatie van vragen van enerzijds de interviewer en anderzijds de respondent (Kajornboon, 2005, p.4). Om deze redenen is gekozen voor semi-structured interviews in dit onderzoek.

Al deze interviews zijn via een face-to-face benadering afgenomen, op een interview na. Dit interview is telefonisch afgenomen in verband met tijdgebrek van de respondent. Face-to-face interviews hebben het voordeel dat de interviewer inzicht heeft op gezichtsexpressies en andere

lichaamstaal (Verschuren & Doorewaard, p.224). Deze kunnen helpen bij de interpretatie van vragen en antwoorden en kunnen respondenten helpen als men een vraag niet begrijpt, of hij extra informatie nodig heeft. Telefonische interviews hebben dit voordeel niet. Hierbij is het bijvoorbeeld lastig in te schatten hoeveel tijd een respondent nog heeft voor het beantwoorden van vragen.

De interviews die zijn uitgevoerd zullen vervolgens volledig worden getranscribeerd. Aan de hand van deze transcripties worden de interviews vervolgens geanalyseerd. Dit zal ten eerste gebeuren door de transcripten te coderen aan de hand van het programma *Atlas.ti*. Dit programma maakt het mogelijk om data in de vorm van tekst, afbeeldingen en audio te analyseren. Door het coderen van tekstuele data, kan een groot stuk tekst verdeeld worden in kleinere tekstfragmenten die men van belang acht ter beantwoording van het onderzoek. In dit onderzoek zijn codes aangebracht om een overzichtelijke structuur in de tekst te krijgen. Er is dan ook enkel gebruik gemaakt van het coderen door middel van op zichzelf staande codes. Er is geen categorisering aangebracht of er zijn geen overkoepelende families gemaakt in de codering. Dit omdat er eerder nauwelijks met deze vorm van coderen is gewerkt en dit misschien de kwaliteit van de analyse kon aantasten. Van de gecodeerde interviews is later een samenvattend rapport/interviewverslag gemaakt. Hierdoor blijft de meest relevante informatie van de interviews over. Dit maakt het eenvoudiger om de informatie in het onderzoek op te nemen.

3.3 Onderzoeksmodel



Figuur 3: Onderzoeksmodel

(a) Door middel van vooronderzoek in de literatuur en het bestuderen van bovenstaande theorieën is er een helder beeld ontstaan over state-led gentrificatie in zowel de Nederlandse als de buitenlandse context. Dit was een vereiste om meer inzicht te krijgen in creatief clusterbeleid en het toepassen daarvan op middelgrote steden in Nederland, die lager in de stedelijke hiërarchie staan dan bijvoorbeeld Amsterdam, Londen, New York. Uit bestudering van relevante theorieën en concepten is hieruit vervolgens een analysekader ontwikkeld om meer inzicht te krijgen in creatief clusterbeleid van middelgrote steden in Nederland. (b) Op basis van dit analysekader worden er gegevens verzameld bij twee casussen aan de hand van diepte-interviews en bronnenonderzoek. Dit moet een beeld schetsen over hoe creatief clusterbeleid in deze steden wordt toegepast. (c) Vervolgens worden uit de verkregen gegevens, de resultaten kritisch geanalyseerd door middel van coderen en het vormen van interviewverslagen. Daarnaast worden de uitkomsten van deze analyse tussen de twee casussen vergeleken om verschillen en overeenkomsten duidelijk te krijgen. (d) Tot slot zullen deze resultaten inzicht bieden over creatief clusterbeleid van middelgrote steden in Nederland. Hieruit kunnen conclusies worden getrokken waarna eventueel aanbevelingen kunnen worden gedaan.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten besproken worden. Er zal besproken worden waarom, hoe en met welke effecten creatief clusterbeleid in zowel Q4, Venlo als Klarendal, Arnhem is uitgevoerd. Dit moet duidelijkheid geven over hoe de gedachten van Richard Florida over het aantrekken van een 'creative class' in beide gebieden zijn geland. De resultaten worden beschreven aan de hand van de eerder genoemde deelvragen. Men zal beginnen in paragraaf 4.1 met een casebeschrijving en waarom er juist voor deze cases is gekozen in dit onderzoek. In paragraaf 4.2 zullen de motieven en totstandkoming van creatief clusterbeleid besproken worden. Paragraaf 4.3 zal belichten hoe het betreffende clusterbeleid in beide gebieden is uitgevoerd. Paragraaf 4.4 gaat in op de rol van hogere overheden en woningcorporaties in het uitgevoerde beleid. In paragraaf 4.5 zal besproken worden hoe originele ruimte gebruikers(bewoners) de herstructurering van de wijk middels het aantrekken van een creatieve klasse hebben ervaren, en welke (sociale) effecten dit heeft op de wijk. Tot slot zal in paragraaf 4.6 een vergelijking van de resultaten worden gemaakt tussen beide cases om overzichtelijk te krijgen wat de grootste verschillen en overeenkomsten tussen Q4, Venlo en Klarendal, Arnhem zijn.

4.1 Case beschrijving

In dit onderzoek worden de cases Q4 in Venlo en Klarendal in Arnhem onderzocht, als wijken waar beleid is gevoerd rondom het creëren van creatieve clusters en het aantrekken van creatief talent. Er is voor deze casussen gekozen, omdat zij beide creatieve clusters hebben ingezet als strategie van state-led gentrification met als doel het creëren van een leefbare wijk. Daarnaast zijn het beide steden die lager op de stedelijke hiërarchie van Nederland staan uitgaande van het inwoneraantal, namelijk tussen 100.000 en 200.000 inwoners kijkend naar de gemeente grenzen. Hierdoor is gepoogd om een minimale variatie tussen de verschillende cases te verkrijgen, om enigszins valide en generaliseerbare uitspraken te kunnen doen. Deze cases worden verderop met elkaar vergeleken waarna conclusies worden getrokken. Hieronder volgt een beschrijving van beide cases en de context waarin zij zich indertijd bevonden voor herstructurering:

Q4, Venlo

Q4, tot de jaren 90 ook wel Schriksel genoemd, is een van de oudste stadsdelen van Venlo en heeft hierdoor al een rijke geschiedenis achter de rug. Venlo is een stad in het noorden van Limburg die sinds 1 januari 2016 100.370 inwoners telt, kijkend naar de gemeente grenzen (Gemeente Venlo, z.d.). Voorheen werd het stadscentrum van Venlo voornamelijk als één wijk gezien. In 2002 echter, kreeg het noordwestelijke deel van de binnenstad voor het eerst officieel zijn eigen naam: Q4. Dit geeft aan dat Q4 niet zomaar een binnenstadswijk is. Q4 is het gebied dat ingeklemd ligt tussen

Parkstraat, Lomstraat, Peperstraat en de Maas. Het is een centrumwijk die de schakel is tussen de Venlose binnenstad, de Maas en de groene omgeving van het Wilhelminapark (Gemeente Venlo, z.d.). In het rijke verleden van de stad heeft men niet altijd positieve herinneringen gehad aan de wijk. Zo kampte het jarenlang met uiteenlopende problemen zoals drugshandel en andere vormen van criminaliteit (Q4, z.d.).

Project Hektor

Een belangrijk project omtrent deze problemen was het project Hektor. In 2001 is de gemeente Venlo gestart met het drugsoverlast project Hektor. In dit programma wordt samengewerkt met de ministeries van van Justitie en Binnenlandse Zaken (Kennisbank Platform 31, z.d.). Sinds de jaren 50 heeft Venlo zich ontwikkeld tot een belangrijke trekpleister voor Duitse bezoekers en toeristen. Zij kwamen vooral op producten af zoals koffie, boter, sigaretten en diesel die in Nederland goedkoper waren dan in Duitsland (Snippe, Bieleman, Kruize & Naayer, 2005, p.1).

In de jaren 70 en 80 nam echter het drugsgebruik in Nederland toe en kwamen er naast winkelende Duitsers ook drugstoeristen op Venlo af. Eind jaren 80 ondervindt men in het centrum van Venlo overlast van zowel het gebruik als de handel van drugs (Snippe, et al., 2005, p.1). Slechte sociale controle, relatief veel leegstand en een matige veiligheid bezorgden die wijk een lange tijd een slecht imago (Kennisbank Platform 31, z.d.). Ook de afwezigheid van een goede fysieke leefomgeving speelde hierin een rol voor een negatieve ontwikkeling in de wijk. De openbare ruimte was slecht vormgegeven en verwaarloosd, de bebouwingsstructuur incoherent en een deel van de bebouwing in slechte staat (Kennisbank Platform 31, z.d.). Dit resulteerde dat eind jaren 90 veel leegstaande panden in handen kwamen van het criminele circuit.

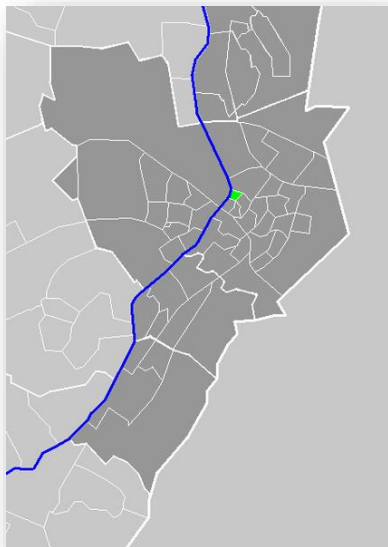
De doelstelling van het project Hektor was dan ook om de drugscriminaliteit en de daarbij behorende overlast terug te dringen en de veiligheid en leefbaarheid in de wijk te vergroten. Om dit te kunnen bereiken is een driesporenbeleid ontwikkeld:

1. Handhavingsspoor: Het beoogde effect van het handhavingsspoor is 'een veilig Venlo zonder overlast van drugshandel, drugscriminaliteit en aanverwante verschijnselen waarin het goed toeven is voor burgers en bezoekers waarin het (semi) openbare gebied voor iedereen op ieder moment van de dag bereikbaar en toegankelijk is' (Gemeente Venlo, 2001b, geciteerd in Snippe, et al., 2005, p.2). Om dit effect te bewerkstelligen zullen onder andere de Gemeente Venlo, politie, het Openbaar Ministerie en de belastingdienst onderling een sterke samenwerking aangaan om de handhaving van gemeentelijke regels en de orde in het openbare domein veilig te stellen.
2. Vastgoedspoor: 'Het vastgoedspoor is erop gericht om grip te krijgen op het vastgoed in Q4. Het vastgoed- en locatiebeleid dient vooral de (soft)drugsgelateerde overlastproblematiek

te reduceren. Zo worden overlastgevende panden gecontroleerd en beheerd. Verwaarloosd vastgoed wordt aangekocht om zo grip te krijgen op de slechtste delen van de wijk, met andere woorden zullen er strategische verwervingen in het aandachtsgebied Q4 gedaan worden. De ambitie van dit spoor is een diversiteit aan functies en een aangenaam leef-, verblijfs-, vestigings- en investeringsklimaat voor bewoners, bezoekers en ondernemers te realiseren (Snippe, et al., 2005, p.4)'.

3. Coffeeshopspoor: 'Het coffeeshopbeleid van Hektor is gericht op het reguleren van het bestaande aanbod van vijf gedoogde coffeeshops (voor de lokale en regionale gebruikers). Daarnaast zal bij wijze van experiment het aantal gedoogde coffeeshops worden uitgebreid met twee perifeer gelegen verkooppunten voor softdrugskopers die regelmatig Venlo bezoeken. Verder is het streven er op gericht – in samenwerking met het handhavingsspoor- alle niet gedoogde verkooppunten te sluiten (Snippe, et al. 2005, p.4)'.

Om de criminaliteit en drugsgerelateerde problemen verder terug te dringen is men in 2005 verder gegaan op het vastgoedspoor Vast & Goed. De gemeenteraad heeft in dit jaar ingestemd met de herontwikkeling van de wijk Q4. Q4 wordt in de eerste plaats een binnenstedelijke woonwijk. Daarnaast zetten de sfeer en bedrijvigheid de toon voor de herontwikkeling van de wijk. Een herontwikkeling waarin culturele ambities en creatief ondernemerschap volop gelegenheid krijgen (Q4, z.d.). Onder het motto 'van broeiest naar broedplaats' probeerde de gemeente Venlo in samenwerking met de Provincie Limburg en Woningstichting Venlo & Blerick het imago van de wijk te verbeteren waar een belangrijke rol voor cultuur en cultureel ondernemerschap is weggelegd. Cultuur kan dienen als de aanjager van stedelijke vernieuwing en de stadseconomie en in het bijzonder van de herontwikkeling van Q4. Het doel is om van Q4 weer een levendige, bruisende wijk te maken. Zoals de gemeente Venlo (2013, p.21) zegt, heeft Q4 alles in zich om een broedplaats te worden voor kunstenaars, kunstbemiddelaars en ondernemers in samenhang met een aantrekkelijk klimaat voor binnenstedelijk wonen.



*Figuur 4: Ligging Q4 in Venlo
Bron: Karnoefel(2010)*



*Figuur 5: Begrenzing Q4
Bron: Gemeente Venlo(z.d.)*

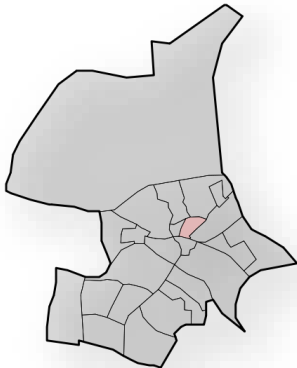
Klarendal, Arnhem

Klarendal is ontstaan aan het einde van de 19^e eeuw, begin 20^e eeuw en ligt tegen het historische centrum van Arnhem aan, net aan de noordkant van het spoor. Voor een duidelijke afbakening van Klarendal zie figuur 6 en 7. Arnhem is de hoofdstad van Gelderland en heeft sinds 1 januari 2016 153.817 in haar gemeente (Gemeente Arnhem, z.d.). Oorspronkelijk is Klarendal een echte volkswijk met een grote variatie van voornamelijk kleine woningen. Tot de jaren '60 was het een arbeiderswijk. De bewoners van de wijk werkte voornamelijk bij grote industrieën in Arnhem. Daarnaast is de wijk altijd al een gewilde vestigingsplaats geweest voor ondernemers met name in de detailhandel, maar ook cultureel ondernemers, voornamelijk geconcentreerd aan de hoofdassen (DTO, 2015, p.1).

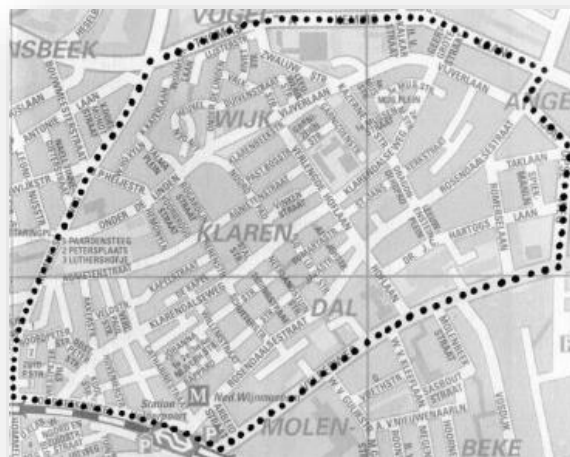
Sinds de stadsvernieuwing in de jaren 70 veranderde de samenstelling van de wijk sterk. Dit was voornamelijk te zien aan een instroom van nieuwe bevolkingsgroepen en een verdere achteruitgang van bedrijvigheid. In de daarop volgende decennia verviel de wijk dat resulteerde in een verdere achteruitgang en daarmee gepaard gaande verloedering en onveiligheid door drugsoverlast (Gemeente Arnhem, 2003). De gemeente Arnhem heeft hier echter wel op gereageerd door in verschillende periodes te investeren in de wijk en het roer in Klarendal om te gooien. Keer op keer ontbrak het echter aan een langdurige periode van rust en het opbloeien van de wijk. De drugsoverlast bleef terugkeren en men raakte in Klarendal het vertrouwen in de overheid en andere instanties kwijt. Omdat de overlast zo ernstig opliep, hebben wijkbewoners tot tweemaal toe het recht in eigen hand genomen en de drugsklanten zelfstandig uit de wijk gezet (DTO, 2015, p.2).

Eind jaren 90 was de maat vol voor veel bewoners. De gemeente wist dat er iets gedaan

moest worden en op initiatief van de lokale PVDA-fractie werd in 2000 *Klarendal Kom Op!* gestart. De ambitie van dit plan was “het bewerkstelligen van een mentaliteitsverandering die ertoe leidt dat de wijkbewoners de verantwoordelijkheid voor hun leefomgeving zelf weer durven, willen en kunnen dragen” (DTO, 2015, p.2). Deze aanpak resulteerde eind 2003 in het wijkperspectief “Klarendal kleur en karakter”, dit om meer greep te krijgen op de ruimtelijke en maatschappelijke ontwikkelingen voor de wijk en het gemeentelijke beleid dat hierop betrekking heeft. In dit wijkperspectief worden sociale, volkshuisvestelijke, ruimtelijke en economische ontwikkelingen beschreven en worden oplossingen voor knelpunten aangegeven, gezien vanuit het belang van de wijk. Belangrijk in dit perspectief was ook het voornemen van bewoners om de assen van de wijk(“de plinten”) te herstellen door de vestiging van nieuwe bedrijvigheid, de ontwikkeling van een sterke wijksschool en om een woonzorgzone in de wijk tot stand te brengen (Gemeente Arnhem, 2003). Het doel van dit wijk perspectief was dat het plan zou stimuleren tot nieuwe ontwikkelingen en dat toekomstige initiatieven tegen het licht van dit wijkperspectief gehouden zouden worden. Inmiddels is gebleken dat dit perspectief ook daadwerkelijk het startsein is geweest van toekomstige plannen en de ontwikkeling van de wijk, middels het creëren van een creatieve economie gebaseerd op mode.



Figuur 6: Ligging Klarendal in Arnhem
Bron: Centraal Bureau
voor de Statistiek / Topografische
Dienst Kadaster(2008)



Figuur 7: Begrenzing Klarendal
Bron: Gemeente Arnhem(2003)

4.2 Totstandkoming en motieven creatief cluster

Q4, Venlo

Q4 was voorheen (tot de jaren '70) altijd een gewone woonwijk in het stadscentrum van Venlo. Het was een woonwijk met daarin één winkelstraat, de Bolwaterstraat, waar traditionele winkels als de bakker, slager, koffieboer, groenteboer, etcetera gehuisvest waren. Zoals al eerder in de case beschrijving is verwoord was Venlo een belangrijke trekpleister voor met name Duitse bezoekers en toeristen geworden. In de jaren '70 en '80 nam het drugsgebruik in Nederland echter toe, en kwamen er ook drugstoeristen op Venlo en Q4 af. In de loop der tijd is de bovengenoemde bedrijvigheid in de wijk dan ook afgenomen en in de jaren '90 ondervond men veel overlast van het gebruik van drugs of drugsgerelateerde activiteiten. Op het toppunt zaten er maar liefst 70 illegale coffeeshops in de wijk. Door de Venlonaar werd Q4 dan ook beleefd en gezien als een 'no-go area' en het gebied aan de Maaskade werd geksterend ook wel de Gazastrook van Venlo genoemd (Janssen, persoonlijke communicatie, 2016). In kelders van panden was een heel netwerk opgezet waarmee tal van coffeeshops met elkaar verbonden waren. Er werd overal op straat gedeald en men voelde zich niet veilig in de buurt. Slechte sociale controle, relatief veel leegstand en een matige veiligheid bezorgden de wijk een lange tijd een slecht imago (Kennisbank Platform 31, z.d.). Ook de afwezigheid van een goede fysieke leefomgeving speelde hierin een rol voor een verdere negatieve ontwikkeling. De openbare ruimte was slecht vormgegeven en verwaarloosd, de bebouwingsstructuur incoherent en een deel van de bebouwing in slechte staat (Kennisbank Platform 31, z.d.).

Dit resulteerde dat eind jaren '90 veel leegstaande panden in handen kwamen van het criminele circuit. Voornamelijk de leefbaarheid die onder druk kwam te staan was dan ook een motief om de wijk te herstructureren. Daarnaast waren er een aantal ruimtelijke/fysieke barrières in de wijk die criminaliteit in de hand speelden en de leefbaarheid niet ten goede kwamen. Zo was het oude kantorencomplex van de gemeente dat in de wijk gevestigd was een voorbeeld van een groot complex waarin overdag veel activiteit was, maar dat in de avonden leegstond en waar malafide partijen rondhingen die zorgden voor drugsoverlast. Deze problematiek heeft er toe geleid dat de gemeente, politie, justitie en de belastingdienst hebben besloten dat er echt iets gedaan moest worden in de wijk (Janssen, persoonlijke communicatie, 2016). De gemeente heeft echter nooit een economisch motief gehad voor herstructurering van de wijk. Het is nooit het doel geweest om er een commercieel gebied van te maken net zoals de rest van de binnenstad. Het is altijd de intentie geweest om er een hoogwaardige binnenstedelijke woonwijk van te maken. Wel een woonwijk waar een aantal voorzieningen in zijn opgenomen, en ruimte wordt geboden aan culturele activiteiten.

In 2001 is het project Hektor van start gegaan. Dit was een samenwerking tussen bovenstaande partijen, met als doel om het vastgoed, wat in handen van malafide partijen was gekomen, te gaan verwerven. Eén voor één werden panden van malafide partijen gesloten en in

handen van de gemeente genomen. Onder het programma Vast&Goed zijn er toentertijd heel veel panden aangekocht. “In totaal zijn er iets van 120 panden verworven tot 2010 (Janssen, persoonlijke communicatie, 2016).”

De gemeente had in 2003-2004 inmiddels al veel panden in bezit, maar men wist nog niet echt goed wat men deze panden wilde gaan doen. Hierdoor ontstond er enorm veel leegstand in de wijk. In opdracht van de gemeente was AWG Architecten inmiddels al wel begonnen met het schrijven van een wijkontwikkelingsplan, waarin stond wat er met de wijk moest gebeuren, om het vervolgens weer door de Venlonaar te laten omarmen. Men zat echter in een soort tussenfase, beleidsvacuüm, over wat men precies met de wijk wilde gaan doen en de daadwerkelijke uitvoering van het wijkontwikkelingsplan. Die lege panden stonden allemaal op de nominatie om of gesloopt, of verbouwd te worden naar een nieuwe situatie. Dat was toen echter nog allemaal vrij onduidelijk, wat de toekomst van de wijk precies zou zijn.

In die periode ontmoette de gemeente heel toevallig Tienieke Verstegen. Verstegen is een hele lange tijd werkzaam geweest bij de bibliotheek van Venlo. Op een gegeven moment vond ze echter dat ze er al lang genoeg zat en besloot ze om iets anders te doen. Verstegen stond in Venlo altijd al een beetje bekend als artistiek persoon die veel projecten deed dat tegen kunst en cultuur aanhangt. In haar werk maakt Verstegen graag gebruik van serendipiteit. Dat men ergens mee in aanraking komt wat men van te voren nooit had bedacht. Ergens in 2003-2004 had ze een toevallige ontmoeting met een communicatiemedewerker van de gemeente Venlo. Hij verzorgde de communicatie van de wijk. Deze communicatiemedewerker kon nooit een positief woord schrijven over Q4. De gemeente wilde de wijk wel gaan ontwikkelen tot woonwijk, maar er was een tussenruimte, een vacuüm van een paar jaar dat er eigenlijk niets gebeurde. Eerst moesten alle malafide partijen uit de wijk vertrokken zijn. Die communicatiemedewerker vroeg toen of Verstegen een project zou willen doen in die wijk, wat een hele positieve uitstraling heeft en waardoor de mensen van Venlo zeggen, hé in Q4 daar gebeurt wat leuks, daar moeten we bij zijn. “En bovendien zegt hij: *‘Kan ik vervolgens binnen mijn functie ook toffe verhalen vertellen over Q4. En als je dat kan doen zegt hij, dan heb je hier 5000 euro. En daar mag je meedoen wat je wil.’* (Verstegen, persoonlijke communicatie, 2016).” Dat is het feitelijke startpunt geweest dat men voor het eerst dacht aan cultuur en creativiteit als mogelijkheid om de wijk Q4 te gentrificeren. Deze ontmoeting was volgens Verstegen ook zo’n vorm van serendipiteit.

Vervolgens is Verstegen eerst eens half jaar gaan wonen in Q4. Voelen wat er allemaal in de wijk gebeurt en kijken wat er zich allemaal afspeelde. “*Er gebeurde daar natuurlijk ook hele vreemde dingen. Ik kwam daar eigenlijk ook nooit dus ik kon ook niet zomaar daar iets gaan doen* (Verstegen, persoonlijke communicatie, 2016).” Na dat halve jaar is ze destijds begonnen met enkele ‘community art’ projecten, allemaal met een maatschappelijke ondertoon. Dat was eigenlijk het startpunt van de

creatieve ontwikkelingen in de wijk. De media was lovend dat daar culturele activiteiten georganiseerd werden en schreef veel lovende berichten over Q4. Binnen de kortste keren werd de drugswijk Q4 een cultuurwijk genoemd.

Klarendal, Arnhem

In de negentiende eeuw is Klarendal gestart als een arbeiderswijk. De arbeiders die hier kwamen werken, waren voornamelijk vanuit de Achterhoek afkomstig. Zij waren vanuit hun regio katholiek opgevoed en namen hun religie met zich mee. Zo bouwden zij hier bijvoorbeeld hun eigen kerken. Velen van hen vestigden zich in Klarendal, terwijl Arnhem voornamelijk Protestants was. In Klarendal werden kleine en goedkope woningen gebouwd voor deze arbeiders, die veelal werkten aan het spoor of in de kunststoffabriek, het huidige AkzoNobel. Deze huizen kenmerkten zich door een slechte kwaliteit: geen toiletten, geen douche, weinig licht, etc. Klarendal was toentertijd echt een arbeiderswijk met hele kleine huisjes waarin gezinnen van 8/9 personen woonden. Dit maakte dat men veel buiten was, contact opzocht met buurtbewoners en samen activiteiten ondernam, zoals kaarten, etc. Daarnaast waren er vroeger heel veel kroegen in de wijk waar menig bewoner in verbleef. Men telde er maar liefst 25 in hoogtijdagen. Gerrit Dassen (persoonlijke communicatie, 2014), vergelijkt het Klarendal van vroeger dan ook vaak met de Jordaan. *“Er heerste een volks sfeertje en bij wijkfeesten werd ook muziek van Jonny Jordaan en Tante Leen opgezet. De sfeer vroeger was heel volks.”*

Op een gegeven moment begonnen veel fabrieksarbeiders te werken voor overheidsbedrijven, maar zij werden vaak niet toegelaten omdat katholieken niet mochten werken voor de overheid. Toen zijn zij begonnen met hun eigen werk, en hebben als ondernemers kleine winkeltjes gestart in Klarendal. In de straten van de Klarendalseweg, Sonsbeeksingel en Hommelstraat ontstond een winkelgebied met veel kleine winkels zoals slaggers, bakkers, groenteboer, etcetera waar mensen boven hun winkel woonden. Hieruit is de ondernemingsmentaliteit ontstaan die in het heden nog steeds in Klarendal voelbaar is.

In de jaren '60 gingen bewoners van Klarendal meer verdienen en gingen zij vrij snel naar een andere wijk, met grotere huizen in dorpen net buiten Arnhem of in nieuwe wijken in het zuiden van Arnhem. Diegenen die wel bleven in Klarendal waren meestal of te arm, studenten, immigranten of verslaafden en zorgden voor veel overlast. Klarendal wordt een grote leverancier voor politieberichten in de media en er treedt verval in bij huizen of er ontstaat leegstand.

“De economie in Klarendal, met al die kleine bedrijvigheid tierde echt vroeger (Dassen, persoonlijke communicatie, 2014).” Inmiddels was in de jaren '70 toch ook het verval in de middenstand van Klarendal ingetreden. De supermarkt was in opkomst en de tand destijds was veranderd. Heel veel mensen gingen buiten hun wijk winkelen en de tijd van de melkboer en de

kaasboer was er niet meer. Dit heeft er voor gezorgd dat haast al die ondernemingen weer zijn vertrokken. Daarnaast werden de ondernemingen die er nog wel zaten vaak ook niet meer opgevolgd, in die zin dat zoon het bedrijf overnam van vader. De zonen hadden daar geen trek meer in.

In de loop der jaren blijft de verloederingsaanhouding bestaan en ontstaat er een situatie van een groei aan drugspanden en prostitutie in Klarendal. Er wordt wel geprobeerd om het tij te keren, maar keer op keer ontbreekt het aan een lange adem of overtuigende aanpak. Klarendal leverde steeds meer leegstaande panden en daar kropen krakers of junks in. De problemen die dit met zich meenam waren vooral drugsgerelateerd en konden volgens Dassen (persoonlijke communicatie, 2014) echt niet door de beugel. *“We krijgen zoveel drugstoerisme uit Duitsland, die auto’s die werden gewoon op de kop gelegd he...kwamen er een paar van die bouwvakkers en die flikkerden zo die Duitse auto’s op de kop. Prostitutie en ach man de slag op het Noordpad...moet je maar eens op het internet kijken.”* De hele wijk veranderde en verloederde naar een wijk met veel drugsincidenten en rellen. Er is indertijd weleens geprobeerd om die criminaliteit en de wijk te verbeteren door bijvoorbeeld meer politie of sociale werkers in te zetten. Maar als geld op was en zij weer weg waren, kwamen de problemen weer terug. Op een gegeven moment in 1989 was de maat vol en nam het volk zelf actie tegen deze problematiek. Dichtgetimmerde panden werden in brand gestoken en bewoners raakte slaags met de politie.

In 2001 is men dan ook gestart met de herstructurering van Klarendal, omdat in 2000 de bewoners uit Klarendal naar het bestuur van de stad zijn gegaan om een statement te maken dat het niet meer veilig was. Dit was het motief voor de gemeente dat er iets gedaan moest worden aan de problemen in de wijk en op initiatief van de lokale PVDA-fractie werd in 2000 *Klarendal Kom Op!* gestart onder leiding van de stuurgroep Klarendal. Daarin waren Chris Zeevenhoven (Gemeente), Rob Klingen (Opbouwmedewerker) en Peter Koelewijn (Architectenbureau K3) de leidende figuren die plannen ontwikkelden omtrent de verbetering van de wijk. De ambitie van deze plannen was “het bewerkstelligen van een mentaliteitsverandering die ertoe leidt dat de wijkbewoners de verantwoordelijkheid voor hun leefomgeving zelf weer durven, willen en kunnen dragen (DTO, 2015, p.2).” Dit initiatief heeft in 2003 in opdracht van de gemeente geresulteerd in het wijkperspectief ‘Klarendal kleur en karakter’, geschreven door extern adviseur Peter Koelewijn. Hij is de discussie aangegaan met bewoners en professionals uit Klarendal, maar ook met politie, enzovoorts. In dit wijkperspectief worden sociale, volkshuisvestelijke, ruimtelijke en economische ontwikkelingen beschreven en worden oplossingen voor knelpunten aangegeven, gezien vanuit het belang van de wijk. Problemen over diverse onderwerpen als afval, criminaliteit en de kwaliteit van scholen werden hier allemaal in besproken. Belangrijk in dit perspectief was ook al het voornemen van bewoners om de assen van de wijk (“de plinten”) te herstellen door de vestiging van nieuwe bedrijvigheid.

Het plan beschreef dus dat er iets met de lokale economie gedaan moest worden, er moest weer economische activiteit komen, zodat er gedurende de hele dag genoeg activiteit en leven in de wijk was. Wat die bedrijvigheid moest zijn wist men echter nog niet. Mathieu Vaessen van het adviesbureau Seinpost was inmiddels aangeschoven in de advisering van de economische structuur in Klarendal. Seinpost is een onderzoeksbureau dat wijkgericht te werk gaat, en binnen deze wijkgerichte benadering een aantal speerpunten heeft. Deze speerpunten omvatten alles rondom de economie, zoals de wijkeconomie en ook detailhandel. Seinpost werkt daarnaast altijd via een bottom-up benadering. In samenwerking met ondernemers, bewoners, eigenaren en de gemeente worden adviezen gegeven over de economische structuur in de wijk.

De stuurgroep is vervolgens met alle ondernemers van Klarendal die nog in de wijk gevestigd waren wel zo'n 2 tot 3 keer bij elkaar gekomen om over de bedrijvigheid in de wijk te spreken. Zij wilden net als de rest van de bewoners die kleine bedrijfjes van vroeger weer terug. Het was echter onmogelijk om nieuwe bakkers, etcetera in de wijk te vestigen. Daar was geen markt meer voor door de komst van onder andere de supermarkten. Deze ondernemers gaven toen alleen de gemeente de schuld dat de bedrijvigheid uit de wijk is getrokken, en er viel op een gegeven moment niet meer met ze in gesprek te gaan naar het zoeken van oplossingen. Men heeft toen besloten om als gemeente zelfstandig te zoeken naar mogelijke oplossingen voor bedrijvigheid in de wijk.

In die tijd begon net Richard Florida met zijn theorie over de 'creative class' op te komen. Mathieu Vaessen heeft toen als adviseur gezegd, *"laten we de winkelstraat opknappen door creatief ondernemerschap, het concept van de creative city"* (Kessels, persoonlijke communicatie, 2014). Men had in Arnhem namelijk veel afgestudeerden van Artez en mode heeft altijd een belangrijke factor gespeeld in Arnhem. Die afgestudeerden van Artez verlieten echter vaak de stad en de vraag was hoe men mode hier in Arnhem/Klarendal zichtbaar kon maken. Toevallig was men binnen de gemeente al bezig met creatief ondernemerschap en heeft men dit plan voorgelegd aan Pieter Jongelie, geestelijk vader van het Modekwartier in Arnhem. Vaessen is toen in gesprek geweest met Jongelie in het Hoofdkwartier. Dat was de eerste broedplaats in Nederland die gebaseerd was op creatieve economie. Dit is het startpunt geweest voor creatieve economie in Klarendal en Jongelie is toen begonnen dit verder te ontwikkelen tot een strategie.

Deelconclusie:

In de literatuur worden enkele redenen/motieven genoemd waarom state-led gentrification wordt toegepast, namelijk: culturele, sociale en economische motieven (zie conceptueel model). In de Nederlandse context is staats-gestuurde gentrificatie een strategie om sociale orde te ontwikkelen in achterstandswijken en zijn het sociale motieven die leidend zijn voor de herstructurering van een wijk. Deze strategie heeft als doel om de leefbaarheid in zo'n achterstandswijk te verbeteren en

economisch aantrekkelijk te maken (Tunstall, 2003). Er wordt gepoogd een leefbare wijk te creëren. Hiermee wordt bedoeld, een wijk met lage criminaliteitscijfers en een aanmerkelijk aandeel middenklasse huishoudens (Uitermark & Duyvendak, 2007). Dit is ook het geval in zowel Q4, Venlo als Klarendal, Arnhem. Zoals men kan zien is in beide cases het creatieve clusterbeleid ontstaan uit voornamelijk sociale motieven. Drugsproblematiek voerde in beide cases de boventoon, de situatie was onveilig en men vond dus dat er echt iets moest gebeuren om deze problematiek de kop in te drukken. Het creatief clusterbeleid in Q4 is voornamelijk vanuit serendipiteit (toeval) ontstaan, in een beleidvacuüm waar men niet precies wist wat men ging doen met aangekochte leegstaande panden van voorheen malafide partijen. Klarendal had daarentegen nog economische redenen voor de uitvoering van haar beleid. Bewoners wilden de economische activiteit en bedrijvigheid, die vroeger altijd in de wijk aanwezig was, weer herstellen. Arnhem wilde zich daarnaast profileren als Modestad en mode prominenter in de stad zichtbaar maken. Het belang van kunstacademie Artez en haar studenten die van oorsprong veelal in Klarendal woonden werd steeds duidelijker. Hieruit is het idee ontstaan om van Klarendal een modecluster te maken.

4.3 Uitvoering creatief clusterbeleid

Q4, Venlo

In 2004 stond Helene Schlooz, voormalig projectleider van Q4, aan het begin van het 'project Q4' en leerde in die tijd ook Tienieke Verstegen kennen. Tienieke Verstegen is indertijd bij Helene Schlooz naar de gemeente gegaan en vroeg of zij iets met de tijdelijk leegstaande gebouwen kon en mocht doen. In een plan heeft zij voorgelegd of er tijdelijk creatieve ondernemers gevestigd konden worden. Daarnaast werd er gevraagd om een ontmoetingsplek, een zichtlocatie, waarvan iedereen kon zien dat er iets gebeurde in de wijk zoals kleine projecten rondom kunst en cultuur. De gemeente gaf hier goedkeuring aan, aangezien de panden dichtttimmeren en wachten tot sloop en nieuwbouw ook geen goede optie was.

Hieruit is in 2004 het werkstation Exota Q4-culture ontstaan. Exota was indertijd de nieuwe naam van het voormalig pand Nelemans (hoek Bolwaterstraat / Bergstraat). Het werkstation was een bottom-up initiatief en fungeerde als ontmoetingsplaats voor kunstenaars, bewoners, ondernemers, bezoekers en als broedplaats voor creatieve ideeën. Het verbond de twee speerpunten veiligheid en burgerparticipatie met kunst en cultuur. Maatschappelijk geëngageerde kunstprojecten werden hierbij als middel ingezet (Wijkkrant Venlo-Binnenstad, 2004, p17). Al deze projecten werden geïnitieerd en georganiseerd vanuit het werkstation Exota. Op deze strategische locatie in de wijk vonden overdag en ook 's avonds activiteiten plaats, konden mensen inlopen, en meewerken aan projecten. Hier waren mogelijkheden om gebruik te maken van computers, internet en werkruimten. Artistiek ondernemers konden daarnaast ook gebruik maken van een gastenverblijf. De gemeente

Venlo heeft indertijd aanvraag gedaan om dit pand tijdelijk "om niet" ter beschikking te stellen aan Verstegen, waarbij de afdeling Vast&Goed positief heeft geadviseerd. Exota is echt een startpunt geweest, en vanuit daar heeft de creatieve industrie zich steeds verder ontwikkeld. Het is een voorloper geweest die het voortouw nam om cultuur en stedelijke ontwikkeling hand in hand te laten gaan.

Deze culturele en maatschappelijke projecten werden door de media en mensen uit Venlo als positief ervaren en inmiddels kreeg de wijk het stempel 'cultuurwijk'. Echter, Q4 was helemaal geen cultuurwijk. *"Eerst zeggen ze, nee dat is een drugswijk ik kom daar niet. En binnen een half jaar liepen de mensen daar gewoon naartoe en zeiden hé dat is een cultuurwijk. Maar er was eigenlijk helemaal niets veranderd* (Verstegen, persoonlijke communicatie, 2016).*"* Er werden enkel een paar kleine projecten rondom cultuur georganiseerd. Mensen kregen wel door dat er iets gaande was in Q4 en veel creatieve ondernemers hebben zich vervolgens aangemeld om zich daar tijdelijk in een pandje te vestigen tegen relatief lage huren.

Eén van de eerste creatief ondernemers die daar tijdelijk in een leegstand pand is getrokken is Daan de Haan. De Haan was zichzelf er behoorlijk van bewust dat het maar een tijdelijke situatie was toen hij naar de wijk trok. Hij was als pas afgestudeerd creatief ondernemer ook niet perse opzoek naar een vaste plek, en vond het fijn dat hij in een soort anti-kraak constructie zijn eigen onderneming kon opstarten. Zelf heeft hij ook in een selectie commissie gezeten om deze creativiteit verder te ontwikkelen en om te beoordelen wie er in aanmerking zou komen voor een tijdelijke woon-werkplek in de creatieve sector. Dit bestond uit autonoom kunst en daarnaast meer creatieve industrie, dus ontwerpers, fotografen, grafisch designers, etcetera. Samen met nog twee partners heeft hij beoordeeld of de kwaliteit die zich aandienende ook daadwerkelijk iets was en potentie had om ook op eigen benen te kunnen staan.

Op een gegeven moment deed er zich iets voor bij de gemeente dat ze ook iets met cultuur/creativiteit moesten doen in Q4, terwijl dit eigenlijk niet in hun plannen was opgenomen. Richard Florida was toen in die tijd met zijn theorie over creatieve economie in opkomst en het idee was dan ook om in Q4 deze creatieve industrie te ontwikkelen. Toen is er een idee gekomen vanuit de gemeente en is subsidie aangevraagd bij de Provincie. Die hebben ze geconcentreerd rondom cultuur en economie. Economie in een wijk vonden zij belangrijk, en hier hebben ze cultuur aan gekoppeld. Hier heeft de gemeente van de Provincie 5 miljoen euro subsidie gekregen. Dat is in een plan naar voren gebracht, en daar is uiteindelijk ontwikkelbedrijf Koekoek uit naar voren gekomen ter ontwikkeling en het promoten van de creatieve industrie in Q4 en Venlo.

Dit is het moment geweest dat Verstegen en Exota binnen de wijkontwikkeling zijn gestopt. *"In tijde van een kentering zoals in Q4 ontstaan er processen. Er is een onstuimende groei van het aantal betrokkenen in allerlei soorten en op allerlei niveaus. Met uiteenlopende en soms*

tegenstrijdige belangen. Exota is een bottom-up project en ontstaan in een beleidsvacuüm. Zo'n tussenruimte levert onverwachte speelruimte en resultaten op, maar ook valkuilen. Tijdelijkheid is een voedingsbodem voor onzekerheid. Kortzichtigheid en opportunisme liggen op de loer. In de loop van 2006 komt er in het slipstream van het instant succes, van het snelle succes, overheidsbeleid waarbij top-down het zwaartepunt extreem komt te liggen op het voorrecht van een specifieke groep belanghebbenden. Dat betekent exit Exota (Verstegen, persoonlijke communicatie, 2016)."

Om de culturele bedrijvigheid in Q4 verder te stimuleren heeft de gemeente Venlo Koekoek BV aangetrokken als opvolger van Exota. Het belangrijkste van Koekoek was vervolgens dat zij zich wilden richten op echt de creatieve industrie, de bedrijvigheid. Dus minder gericht op kunstenaars die financieel geen rendement hadden. Het doel was het stimuleren van de economische kant van de creatieve industrie. Binnen het netwerk van Koekoek is er gekeken of er genoeg mensen waren die interesse hadden om zich in Q4 te vestigen. Koekoek heeft reclame gemaakt voor dit initiatief en is ook bij diverse academies gaan kijken of er mensen uit de regio Venlo zich bij hen wilden aansluiten. Het doel was om rond de 20 ondernemers aan te trekken die in Q4 elk hun eigen bedrijvigheid gingen opbouwen. Diverse ondernemers, niet gebaseerd op een type van cultuur of creativiteit, heeft men vervolgens een fysieke plek gegeven in Q4, met het gegeven dat dit tijdelijk van aard zou zijn. Hierbij moet men denken aan fotografen, modeontwerpers, grafisch ontwerpers, architecten, enzovoorts. Op het hoogtepunt zaten er rond de 40-50 ondernemers in de wijk.

Vervolgens zag Koekoek de taak voor zich weggelegd om te zorgen voor opdrachten voor deze ondernemers. *"Je kunt wel een bedrijfje hebben, maar daar heb je niks aan als je niets kan doen (Tabbers, persoonlijke communicatie, 2016)."* Het verwerven van klanten en zoeken naar opdrachten was dan ook een taak van Koekoek, dit om in dienst te staan van bedrijfjes en de creatieve industrie aan te jagen. Een ander doel van Koekoek was ook dat die bedrijven vervolgens een soort collectief werden, en ze samen een netwerk gingen vormen. Zodat ze daarna samen projecten konden gaan organiseren. Zo hebben zij steeds samen met ondernemers activiteiten georganiseerd, zoals het houden van presentaties en trips naar andere steden, dit om een saamhorigheidsgevoel te creëren. Al deze bedrijven werden vervolgens ook ondersteund in het professionaliseren van hun ondernemerschap door middel van een spreekuur met de Kamer van Koophandel.

De gemeente was financieel de belangrijkste partner in de uitwerking van Koekoek. Zodra zij het geld konden krijgen van de Provincie, kwamen de plannen snel tot ontwikkeling. Toch is de relatie met de gemeente niet altijd even soepel geweest, aldus Marcel Tabbers, directeur Koekoek BV. *"Heel veel dingen moest men zelf doen aangezien de gemeente niet wist wat men met die creatieve industrie aanmoest. Over de inhoud daarvan hebben ze onderling niet veel kunnen sparren. De gemeente hield zich namelijk meer bezig met de fysieke ontwikkeling van Q4 en niet het inhoudelijke (Tabbers, persoonlijke communicatie, 2016)."* Koekoek kreeg dan ook veel vrijheid. Dit

vonden ze aan de ene kant wel fijn, maar aan de andere kant hadden zij wel graag meer betrokkenheid willen zien.

Mede door Koekoek zijn er ook diverse activiteiten en evenementen georganiseerd. Zo werd er bijvoorbeeld ieder jaar een festival georganiseerd, de Nachtwacht, waar veel mensen op af kwamen. Er gebeurde allerlei activiteiten en de ondernemers werden ook betrokken bij de organisatie van zo'n evenementen. Het was een groep die van nature veel organiseerde. Dit zorgde voor veel leven in de wijk.

Qua fysieke maatregelen in de herstructurering van Q4 en het bevorderen van de creatieve industrie heeft de gemeente zelf voornamelijk geïnvesteerd in het aanleggen van de straten, het bouw en woonrijp maken van kavels en archeologisch onderzoek. De gemeente staat voornamelijk aan de lat van de openbare ruimte, dus infrastructurele aanpassingen waarvan de kwaliteit zo hoog mogelijk dient te zijn. Zo zijn ze op het moment bezig met plannen voor het ontwikkelen van een recreatieve zone op de plek van een oud parkeerterrein aan de Maaskade en wil men een fijnmazig stratenpatroon creëren met allerlei smalle wegen en steegjes, waarmee naar het verleden wordt verwezen. Het geen dat uit archeologisch onderzoek is gevonden, probeert men dan ook terug te brengen in de openbare ruimte zoals bijvoorbeeld de oude stadsmuur van Venlo. Daarnaast is er natuurlijk nieuwbouw uitgevoerd van woningen en commerciële ruimtes, dat is uitbesteed aan de woningcorporatie en private ondernemers. Het grootste succes is het Poppodium Grenswerk dat door de gemeente is gerealiseerd, dat als de Pop-tempel van Venlo wordt gezien en veel culturele aantrekkingskracht heeft.

Wat betreft de betrokkenheid van de bewoners met de gemeente heeft de gemeente informatieavonden georganiseerd en is er via een Klankbordgroep gecommuniceerd. Deze is opgericht in 2005 en daar zitten van alle belangrijke belanghebbenden, één vertegenwoordiger. Dat zijn bewoners, ondernemers, de politie, de partners van projecten, de ontwikkelaar en de corporatie. Eigenlijk iedereen die op de hoogte moet zijn van de planontwikkeling en daar over mee wil praten. Op een gegeven moment is de Klankbordgroep opgeheven omdat mensen uit de wijk eigenlijk zelf zijn opgestaan en een eigen overleg hebben opgericht. Het Wij-Q4 overleg. Zij hebben zelf een visie ontwikkeld hoe zij zien hoe Q4 zich zou moeten ontwikkelen. Daar proberen zij ook samen met de overige wijkbewoners en ondernemers het over te hebben om daar ook draagvlak vanuit de hele wijk voor te krijgen. Hiermee is de gemeente voortdurend in contact om verbeterpunten tot zich te nemen en plannen te hereiken.

Q4 werd in de periode van Koekoek echt gezien als startpunt voor veel ondernemers. *“Zij kwamen net van de opleiding af, en dan was Q4 een hele mooie omgeving om met elkaar te stoeien van wat wil je nou precies (Tabbers, persoonlijke communicatie, 2016).”* Er waren opdrachten, er was

ruimte om dingen voor jezelf te ontdekken en uit te werken, en er waren lage huren. Dit bood deze ondernemers veel kansen om zichzelf te ontwikkelen, zowel als bedrijf als persoon.

Op een gegeven moment komt er een periode dat er veel creatief ondernemers de wijk verlaten naar een plek elders in Venlo. De reden dat zij er voor hebben gekozen om uit Q4 te vertrekken was voornamelijk de onzekerheid over de toekomst van hun pand. Daar kon men als ondernemer niet opwachten. Als bedrijf zijnde wilde men doorgroeien. Zoals Tabbers (Persoonlijke communicatie, 2016) aangeeft: *“De fysieke ontwikkeling is achtergebleven bij de inhoudelijke ontwikkelingen.”* Het komt er op neer dat de gemeente die tijdelijk ingevulde panden van creatief ondernemers, of willen slopen, of wel in blokken willen verkopen aan een externe partij voor ontwikkeling van nieuwbouw. De gemeente hield heel erg vast aan het wijkontwikkelingsplan dat ze van te voren hebben ontwikkeld. Op de lange termijn heeft men geen verdere ruimte geboden om creativiteit te ontwikkelen en bleef men bij het plan om Q4 tot woonwijk te ontwikkelen. Op een gegeven moment kregen de creatieve ondernemers het idee dat zij gedoogd werden. *“We mochten blij zijn dat we in die panden mochten zitten. Maar ze dachten niet van hoe kunnen we nou de creatieve industrie inzetten om deze wijk echt te veranderen. Uiteindelijk komt het er toch op neer dat ze die panden gewoon, of al willen afbreken, of wel aan een grote partij willen verkopen* (Tabbers, persoonlijke communicatie, 2016).”

De gemeente ervaarde deze uitstroom van creativiteit uit Q4 naar andere delen van Venlo niet als negatief. Het maakte volgens hen niet uit waar in Venlo de creativiteit gevestigd was, als het maar in Venlo werd behouden. Het is ook nooit de bedoeling geweest om een culturele wijk van Q4 te maken. Wat er achter blijft zijn mensen die het nu nog steeds niet kunnen redden, die niet succesvol zijn. Daarnaast heeft men nu het idee dat er veel minder te doen is. Puur omdat het nu een woonwijk is en er minder creatievelingen wonen. Er wordt minder georganiseerd.

Over het algemeen bestaat er onder de respondenten de consensus dat de eerste fase van de herontwikkeling van Q4 tot een creatieve wijk wordt gezien als een succes. Dat men als ondernemer op een laagdrempelige manier in een tijdelijke situatie een eigen bedrijfje kon beginnen en er op cultureel gebied veel gebeurde. Over de tweede fase en de doorontwikkeling van dit succes waren de creatief ondernemers over het algemeen minder tevreden. De gemeente hield hier volgens hen te veel vast aan haar plannen om een gewone woonwijk van Q4 te maken en wilden de panden in blokken opleveren. De ondernemers hadden zelf liever gezien dat ze individueel hun eigen pand konden renoveren en hun bedrijf in Q4 konden voortzetten. Dan was het geld dat de gemeente aan de creatieve industrie had besteed ook goed geïnvesteerd geweest. Want de ondernemers hebben daar nu een eigen bedrijf opgebouwd en gaan vervolgens weg. De gemeente dacht meer in maakbaarheid en planologisch, terwijl de creatief ondernemers meer dachten in die zin dat de stad zichzelf kan ontwikkelen.

Tot slot stelt de gemeente Venlo dat het een nadeel is dat zij geen creatieve opleiding hebben. *“Venlo is daar wat dat betreft te klein voor, ze hebben geen kritische massa om daar draagvlak voor te creëren (Verstegen, persoonlijke communicatie, 2016).”* Eindhoven heeft bijvoorbeeld een Design Academy waarbij ieder jaar een nieuwe lading studenten komt om een eigen onderneming op te zetten. *“In Venlo heb je dat niet en ik denk dat Venlo daar wel last van heeft”,* aldus Janssen (persoonlijke communicatie, 2016).

Klarendal, Arnhem

Destijds in 2004 wilde Arnhem zich verder profileren als Modestad. Men wist dat er relatief veel modeontwerpers in Arnhem aanwezig waren, maar deze waren vaak verstopt en verspreid over de stad gevestigd. Arnhemmers, maar ook de buitenwereld, wisten niet dat mode zo prominent aanwezig was in Arnhem. Het doel was om uiteindelijk de gehele modecirkel, van idee tot product in de schappen, in Arnhem te krijgen. Naast het verkopen van mode in een winkel, moesten er ook monsterateliers en andere faciliterende diensten, zoals bijvoorbeeld opleidingen binnen een academie, voor modeontwerpers in Arnhem aanwezig zijn. De mode keten is in zijn geheel op een rij gezet, en vervolgens is gekeken welke onderdelen en beroepen al dan niet in Arnhem aanwezig waren, of welke er vooral nog een rol konden gaan spelen in het compleet maken van het geheel.

Daaruit zijn 4 belangrijke peilers voor Arnhem gefilterd om mode meer zichtbaar te maken en te stimuleren. Dit hield in: promotie, faciliteiten voor sampling aanbieden, het trainen van assistent beroepen en het creëren van clusters om te wonen, werken en verkopen. Een faciliteit voor sampling is een plek waar men monsters en prototypes kan testen. Dit is in feite de plek waar de eerste collecties van creatieve ondernemers worden gemaakt naar aanleiding van hun ideeën. Men kwam er tevens achter dat er ook veel assisterende beroepen in de modeketen aanwezig waren, maar die niet zichtbaar waren in Arnhem. Dit zijn mensen en beroepen die niet zo zichtbaar zijn, maar net zo belangrijk zijn voor het vormen van een eindproduct. Ze realiseerden zich dat als ze daar meer focus zouden hebben, in het trainen van die beroepen en profielen, dat dit ook de gehele modeketen in Arnhem zou helpen.

De eerste pijler om mode meer zichtbaar te maken was promotie. Binnen deze pijler is Pieter het Hoen heel erg belangrijk geweest. Hij werd de curator van de Modebiënnale. Dat is een kunstmanifestatie waar mode tentoongesteld werd en daarnaast allerlei andere activiteiten rondom mode werden georganiseerd. Dit initiatief is gestart in 2005 en heeft veel gedaan voor de promotie van Arnhem als Modestad. Mede daardoor zijn er diverse plekken ontstaan waar mode op een bijzondere manier verkocht werd. Naast de reguliere winkelcentra, waar de reguliere merken te koop zijn, is er bijvoorbeeld een winkel gekomen, Coming Soon, die als een soort frontstore van de modeacademie Artez is. Veel inmiddels afgestudeerde ontwerpers konden hier hun werk tonen en

verkopen. Tegen die tijd begonnen er ook een paar al wat bekendere mode merken, zoals Trix & Rees, in te haken op het promoten van mode door bijvoorbeeld meer zichtbaardere panden in de stad in gebruik te nemen. Zij kochten bijvoorbeeld een mooi monumentaal pand vlak bij de markt, waarmee vooral ook voelbaar werd voor steeds meer mensen dat de mode wereld steeds meer bereid was ook om mee te werken aan dat imago.

Een andere pijler was het creëren van een cluster waarbij wonen, werken en verkopen gecombineerd konden worden. Er werd gevraagd of creatieve economie een rol zou kunnen spelen in de verbetering van Klarendal. Naar aanleiding daarvan is Jongelie rond gaan kijken in de wijk, en wat men vooral kon zien was dat daar de oude wereld nog een heel klein beetje vertegenwoordigd was. Het was vroeger een wijk geweest, waar veel kleine handel zat. In feite was er echter op dat moment al veel dicht. Vervolgens is men gaan kijken naar de maat en schaal van die leegstaande panden. Deze bleken zich perfect te lenen voor modeondernemers. Zij hadden volgens Jongelie (Persoonlijke communicatie, 2016) behoefte aan een kleine afstand tussen wonen en werken. Vroeger woonde de kruidenier boven zijn winkel en werkte hij achter zijn winkel in een werkplaats. Modeondernemers hadden dus de kans om wonen en werken in deze panden te combineren. Daarnaast konden ze hun geproduceerde werk in een winkelruimte onder hun woning verkopen.

Dit is het begin geweest van het ontwikkelen van een Modekwartier, en vanuit hier heeft Jongelie een strategie/visie ontwikkeld, “De Poort naar Klarendal”. Deze verwoordt aan de ene kant een fysieke poort, waarbij de toegangswegen naar de wijk aantrekkelijker gemaakt moeten worden en beter moeten worden ontsloten. De Hommelsepoort is aangewezen als A-locatie en was het belangrijkste stuk dat fysiek aantrekkelijk gemaakt moest worden. Daarnaast hield “De Poort naar Klarendal” een mentale poort in. Daarvoor heeft men in samenwerking met modeondernemers een label bedacht, ‘100%Mode’. Dit om het beeld van Klarendal als probleem wijk te veranderen en erkenning te geven aan het creatieve cluster gespecificeerd op de modeketen, zonder dat er daadwerkelijk al iets in de wijk was veranderd. Ook werden er met foto’s en andere vormen van media beelden geschetst over Klarendal wat de toekomst zou kunnen brengen.

In 2006 is het concept “100% Mode” gelanceerd door woningcorporatie Volkshuisvesting en wordt Klarendal omgedoopt tot Modekwartier. Hierin komen een aantal doelen bij elkaar. Volkshuisvesting zocht een impuls om het imago van de wijk te verbeteren, bewoners wilden de levendigheid van weleer terug, de wijk huisvestte veel startende kustenaars en de gemeente had ontdekt hoe belangrijk de modeacademie Artez eigenlijk was en zocht naar manieren om pas afgestudeerde modestudenten aan de stad te binden (DTO, 2015).

Voor het aantrekken van die ondernemers is Seinpost heel belangrijk gebleken. Seinpost is een adviesbureau dat wijkgericht via een bottom-up benadering te werk gaat. Binnen deze wijkgerichte benadering hebben zij een aantal speerpunten. Deze speerpunten zijn voornamelijk

gericht rondom economie, zoals de wijkeconomie en ook detailhandel. Seinpost houdt zich bezig met het ontwikkelen van straten en wijken, vanuit winkeliersperspectief. Zij hebben in eerste instantie geprobeerd draagvlak te creëren voor een modecluster. Hieruit bleken 35 personen te komen die achter dit concept stonden en hier ook in wilden participeren. In eerste instantie wilde men alleen maar mode- of modegerelateerde ondernemers aantrekken in Klarendal. Ondernemingen zoals horeca waren ook belangrijk, maar voor het vormen van een modecluster waren zij secundair. Inmiddels waren andere partijen zoals het projectmanagement, Volkshuisvesting, de gemeente, de Kamer van Koophandel, verschillende incubators en verschillende andere commerciële partijen ook aangeschoven om te beoordelen wat wel en niet zou werken in het Modekwartier. Hieruit is destijds een selectiecommissie ontstaan.

De criteria van deze selectiecommissie waren een vorm van kwaliteit en ondernemerschap waar men als ondernemer aan moest voldoen. *“Die modeketen, daar zitten we aan vast en we gaan al die ondernemers die we willen gaan huisvesten keihard beoordelen op kwaliteit en op ondernemerschap en als één van de twee niet aanwezig is dan krijgen ze geen plek* (Vaessen, persoonlijke communicatie, 2015).” Sommige geïnteresseerden scoorden bijvoorbeeld onvoldoende op ondernemerschap en moesten eerst nog een opleiding volgen alvorens ze werden toegelaten in het Modekwartier. Daarnaast was ‘categorie’ ook een criterium. Men wilde niet 30 tassenmakers in Klarendal hebben maar zich ten eerste focussen op kleding, daar denkt men namelijk het eerste aan bij mode (Jongelie, persoonlijke communicatie, 2016). Daarna kwamen accessoires, en andere modegerelateerde ondernemingen. Hierin moest een goede balans ontstaan in de wijk.

In eerste instantie was Artez en haar studenten helemaal niet in beeld. Men wilde eerst ondernemers aantrekken, met het idee later studenten aan te trekken. Artez was daarnaast op het begin helemaal geen voorstander van het Modekwartier. *“Die wilde een vinger in de pap als het ging om kwaliteit* (Jongelie, persoonlijke communicatie, 2016).” Zij verwachtte dat grote namen zoals Viktor & Rolf zich zouden gaan vestigen in de wijk, dit was echter niet haalbaar. De kwaliteit ondernemers die nu naar Klarendal trokken, waren niet van hun voorkeur. Het werd door Artez afgedaan als mindere kwaliteit. Dit vonden ze schadelijk voor hun opleiding.

Volgens Jongelie (Persoonlijke communicatie, 2016) was het heel belangrijk om in het beginstadium de ideeën van het Modekwartier zo veel mogelijk onder de radar te houden. Dit had met de aankoop van panden door woningcorporatie Volkshuisvesting te maken. Zodra er namelijk te veel bekend zou zijn geweest had men het risico dat er in de wijk gespeculeerd zou worden, en zou men strategisch niet meer al het bezit kunnen verwerven dat men nodig had voor het Modekwartier. Pas als deze kern op orde was kon men van de daken gaan schreeuwen dat er iets gaande was in Klarendal.

Toen in 2006 eenmaal de eerste 4 panden waren opgeknapt en geopend kon men dan ook niet meer onder de radar blijven. Er is indertijd een officiële opening voor deze winkels georganiseerd en men trad naar buiten om het Modekwartier te promoten. Men is toen gaan zoeken naar het creëren van een ontmoetingsplek, een iconische plek op de A-locatie om het Modekwartier aan te jagen. Een centrale plek, waar iedereen zich toe kan verhouden. Het gebouw waarin dat gebeurde, kent een bijzondere geschiedenis. Het is het voormalige postdistributiecentrum dat eerder bij het station stond. Het moest daar wijken voor de uitbreiding van het spoor. Het gebouw is in 125 stukken gezaagd en weer opgebouwd op de kruising van de Klarendalseweg en Sonsbeeksingel. Op de begane grond is restaurant Goed Proeven gevestigd en op de eerste verdieping is ruimte voor het organiseren van allerlei groeps activiteiten, en heeft voorheen een Monsteratelier van de Arnhem Fashion Factory onderdak gehad.

In 2008 was men inmiddels zover dat er ongeveer 30 ondernemers uit de modeketen in Klarendal zaten met winkeltjes en hier ook woonden. Toen heeft Seinpost opnieuw een onderzoek uitgevoerd naar de wijk economie van Klarendal en daar bleek uit dat op deze maat en schaal van de wijk er ongeveer rond de 50 ondernemers nodig waren om een blijvend verschil te kunnen maken. Maar het feit dat ze indertijd al 30 ondernemers hadden aangetrokken was wel een rede om dit te vieren. Er werd een wijkfeest georganiseerd in samenwerking met ondernemers en bewoners. Klarendal werd positief ontvangen en men ondervond de eerste effecten van succes. Het werd aangeprezen in advertenties als de leuke wijk Klarendal, of modewijk Klarendal. Het Modekwartier was geland.

100%Mode wordt in 2009 uitgebreid tot Mode XL. Hierbij worden de toegangsroutes naar het Modekwartier verder aantrekkelijk gemaakt. Het aantal winkels aan de Sonsbeeksingel en de Klarendalseweg wordt uitgebreid om aan de benodigde 50 ondernemingen te komen, waarbij er nu nadrukkelijk ook ruimte komt voor andere winkels dan modezaken (DTO, 2015). Hierdoor zijn later een hotel, en meerdere horeca ondernemingen Klarendal en het Modekwartier komen versterken.

Dit is het punt geweest dat het speerpunt om een Modecluster te ontwikkelen waar wonen, werken en verkopen gecombineerd konden worden als klaar beschouwd werd. Echter twee speerpunten om mode verder te stimuleren waren nog onderbelicht, namelijk het faciliteren van sampling en trainen van assistent beroepen. Jongelie is destijds samenwerkingsverbanden aangegaan met bijvoorbeeld Rijn IJssel een ROC waar assistent beroepen vandaan moesten komen. Van daaruit is een monsteratelier opgebouwd in Klarendal waar samples gemaakt konden worden voor andere ontwerpers. De denkers en de makers konden zo bij elkaar gebracht worden. De hele modeproductiecirkel van idee tot aan product in de winkel kon men lokaal gaan uitvoeren met meerdere partijen. Dit bood ook de gelegenheid dat assistent beroepen hiermee meteen getraind konden worden. Daarnaast heeft men een modeincubator opgestart waar modeondernemers

werden geholpen om zichzelf verder te professionaliseren. *“Het had een enorm leereffect, heeft een goed netwerk opgeleverd voor de creatief ondernemers en de kwaliteit van handboeken in het onderwijs is ook sterk verbeterd (Jongelie, persoonlijke communicatie, 2016).”*

Het hele fysieke deel van het project is door Volkshuisvesting gefinancierd, voor de aankoop van gebouwen en om panden op te knappen. De gemeente heeft de openbare ruimte een belangrijke impuls gegeven onder het uitgebreide beheer- en inrichtingsproject Buiten Gewoon Beter. Het gaat hierbij onder meer over nieuwe klinkerbestrating, klassieke straatverlichting en vernieuwing van de riolering. Samen hebben ze dit weten te bundelen en goed op elkaar afgestemd, zodat bijvoorbeeld straatmeubilair direct pastte bij de woningen in de wijk. Elkaars budgetten werden goed op elkaar aangepast.

De rol die de gemeente daarnaast op zich nam was het financieel faciliteren van alle vergaderingen rondom het Modekwartier. Ook hadden zij een wijkwinkel in Klarendal om inwoners te helpen en activiteiten in de wijk stimuleren. Voor het aanleggen van speeltuintjes, andere sociale projecten en het opknappen van de openbare ruimte hebben zij zelf 4 miljoen euro geïnvesteerd. Daarnaast heeft de gemeente ook nog een subsidie van 3 miljoen euro van Europa gekregen om de openbare ruimte verder te vernieuwen.

Communicatie is een heel belangrijk onderdeel geweest in de uitgevoerde strategie en beleid rondom het creëren van het Modekwartier. Er heerste een sfeer van goede onderlinge samenwerking tussen verschillende personen. *“Als men in één zin wil beschrijven wat het succes is geweest hier, of wat het succes is, dan is het dat het gedragen werd door geïnspireerde mensen. Succes kent velen vaders en dit project heeft extreem veel vaders” (De Wilde, z.d.).* Men wist van elkaar dat dit project alleen goed uitgevoerd kon worden door goed met elkaar samen te werken en elkaar in hun waarde te laten. Om iedereen te horen en inspraak te geven in het project, zijn destijds door de gemeente ronde tafels opgericht. In de wijk bestond er destijds in eerste instantie maar één overlegorgaan waarin iedereen aanschoof. Het Modekwartier ging voornamelijk om creatieve economie, en men kwam erachter dat het verstandiger zou zijn om niet met iedereen in discussie te gaan aan één tafel, maar om deze discussies tussen diverse actoren over drie schijven te verdelen. Dit waren de zogenaamde ‘ronde tafels’. Een daarvan was de economische tafel, die ging echt over het Modekwartier en aantrekken van ondernemers. Een was de fysieke tafel, waar plannen werden gemaakt om de openbare ruimte te verbeteren. En dan was er nog de sociale tafel, waar men in contact stond met de Klarendaller.

De economische tafel werd toen, in ieder geval voor het ontwikkelen van het Modekwartier de leidende tafel. Maar uiteindelijk waren alle drie de tafels even belangrijk.

Dit project is altijd via een bottom-up perspectief benaderd. In de tijd dat men bezig was met economische verbetering in de wijk, was het volgens de gemeente ook altijd belangrijk om aandacht

te besteden aan sociale aspecten. Je moet in contact blijven staan met de lokale bewoner. Zij leven in die wijk. Doe je dit niet dan heeft men geen draagvlak en zal het niet slagen. Een belangrijk instrument om in contact te staan met de bewoners was de wijkkrant. Hier is veel geld in geïnvesteerd. Als er belangrijk nieuws te vertellen was over wat er gaande was in de wijk, kreeg men een plaats in de wijkkrant. Iedereen was hierdoor goed geïnformeerd. Daarnaast is er een speciale raad van bewoners die het gemeentebestuur adviseren. Zij komen zeven keer per jaar bijeen en adviseren de gemeente wat er in Klarendal onder de bewoners speelt. Zij houden heel erg van hun wijk, dus men moet daar ook voorzichtig mee omgaan. Men wilde daarnaast als gemeente weten wat er achter de deuren afspeelde, wat de sociale status van bewoners in de wijk was. Door middel van een deur tot deur campagne probeerde de gemeente in contact te komen met bewoners en ze te helpen een duwtje in de rug te geven om hun leven te verbeteren.

Uiteindelijk is Artez van enorm belang geweest in dit project. Op een gegeven moment zagen zij in dat het Modekwartier een succes was en werden er contacten gelegd tussen Artez en het Modekwartier. *“De academie is cruciaal voor de aanwezigheid van zoveel creatief talent, of liever gezegd, van dit specifieke mode talent. (Jongelie, persoonlijke communicatie, 2016).”* Opleiding is heel belangrijk. Zonder de academie zou men de aanwas van creatief talent niet gehad hebben en twijfelt men of het Modekwartier op deze schaal zou kunnen blijven bestaan.

Het Modekwartier in Klarendal wordt gezien als een succes. Van te voren wist men niet waar men zou uitkomen, er was geen blueprint of masterplan voor het ontwikkelen van deze wijk. De theorie van Richard Florida over de creatieve klasse als motor van economische ontwikkeling is in Klarendal naar de praktijk vertaald. Op een organische manier is systematisch gewerkt aan vernieuwing van de wijk via toevoeging van economische functies van creatieve herkomst. Het organische en dynamische karakter komt tot uiting in het voortdurende alert blijven op kansen (NRP Guldenfeniks, z.d.). De uitdaging is om dit in de toekomst ook te blijven doen.

Deelconclusie:

Echt beleid voor het aantrekken voor het vormen van een creatief cluster is er in Venlo voor Q4 nooit geweest. Wel is er een wijkontwikkelingsplan gevormd waarin de algemene herstructurering van Q4 werd beschreven. Hierin stond dat Q4 een hoogwaardige binnenstedelijke woonwijk moest worden, waar eventueel wel enige ruimte voor cultuur werd geboden. Daarom heeft men leegstaande panden in de wijk tijdelijk uitgegeven aan creatieve ondernemers die in die panden zelf een onderneming konden starten tot men daadwerkelijk over ging met het uitvoeren van het wijkontwikkelingsplan. In andere woorden is er hotspot beleid gevoerd zoals in de academische literatuur wordt beschreven. Dit zijn het in het jargon van de creatieve economie broedplaatsen waarin creatieven de gelegenheid krijgen hun economische waarde toe te voegen met waar zij goed

in zijn en waartoe zij intrinsiek gemotiveerd zijn (Basten, 2009, p.77). Broedplaatsen vergroten de kwaliteit, diversiteit en imago van een buurt. Er worden buurtfuncties in panden opgenomen en door onderlinge synergie tussen culturele ondernemers wordt de leefbaarheid in de wijk vergroot. Naast sociale voordelen kent dit beleid ook economische voordelen zoals het creëren van werkgelegenheid en het aantrekkelijker worden van de wijk voor toeristen (Basten, 2009, p.78). Het nadeel is echter dat broedplaatsen slechts tijdelijk van aard zijn. Economische impulsen en sociaal activisme zullen weer wegtrekken en creativiteit zal niet op een duurzame manier behouden blijven. Hotspots of broedplaatsen worden dan ook vooral gezien als een instrument tegen verloedering (Basten, 2009, p.79). Verder heeft men als gemeente zijnde Koekoek BV aangesteld om de creative industrie in de wijk verder aan te jagen. Dit hield het aantrekken van bedrijven in die zij vervolgens van opdrachten en klanten moesten voorzien. Deze bedrijven hadden een grote diversiteit van architect tot grafisch vormgever maar hielden zich wel allemaal bezig in de creatieve of culturele sector. Recent is aangetoond dat diversiteit op zich niet zo interessant is. Er moet namelijk wel enigszins een connectie bestaan tussen bedrijven. Daarom wordt ook wel gesproken van 'gerelateerde variëteit'. Te grote verschillen zullen het onmogelijk maken om van elkaar te leren, aangezien de kennis die wordt overgedragen niet wordt begrepen of op waarde kan worden geschat (Raspe, 2013, p.21). Urbanisatievoordelen zouden dan uitblijven. In de fysieke ruimte heeft men vooral geïnvesteerd in het opwaarderen van de openbare ruimte, waarin naar vondsten uit archeologisch onderzoek zoals de stadsmuur van Venlo en verhalen uit het verleden wordt verwezen. Als succesvolle culturele voorziening in de wijk is Poppodium Grenswerk ontwikkeld die veel culturele aantrekkingskracht heeft in en buiten Venlo. Ook zijn er voor de lange termijn commerciële ruimtes, zogenaamde atelierwoningen nieuw gebouwd waar wonen en werken gecombineerd kunnen worden en het creatieve ondernemerschap uit de tijdelijke fase kunnen worden behouden. Gedurende het project zijn bewoners relatief weinig betrokken geweest.

In Klarendal is er wel beleid gevormd voor het vormen van een creatief cluster in de vorm van een strategie. Deze strategie gold voor Arnhem in het algemeen om mode meer zichtbaar te maken. Daarin stonden diverse speerpunten en één daarvan was het speerpunt om een modecluster te vormen waar wonen, werken en verkopen gecombineerd konden worden. Het doel was om de gehele modeketen van idee tot product in Klarendal te vestigen. Dit heeft men vervolgens gedaan door de economische assen van Klarendal, 'de plinten' te herontwikkelen. Dit is volgens een organisch proces verlopen. Het vormen van een modecluster, het Modekwartier, was het doel maar daarbinnen heeft men ook steeds gekeken naar kansen. Bedrijven gerelateerd aan mode maar daarbinnen veel variëteit was dan ook het doel om de gehele modeketen in Klarendal te vestigen. Door deze gerelateerde variëteit en de aanwezigheid van gespecialiseerde kennis is er een kruisbestuiving ontstaan tussen diverse bedrijven wat kan leiden tot kennis-spillovers (Raspe, 2013,

p.20).” Uiteindelijk heeft men ook meer ruimte gegeven aan niet-mode ondernemingen zoals horeca gelegenheden of een art hotel om het creatieve cluster te versterken. Er is om in de woorden van Florida(2005, p.167) te spreken geïnvesteerd in de ‘Quality of place’ om een aantrekkelijke en diverse omgeving voor de creatieve ondernemers te creëren. Middels het investeringsproject Buitengewoon Beter heeft de gemeente dan ook de openbare ruimte een flinke impuls gegeven met als doel die aantrekkelijkheid van de omgeving verder te stimuleren. Gedurende het project zijn bewoners en andere actoren altijd veel betrokken geweest.

4.4 Rol hogere overheden en woningcorporatie

Q4, Venlo

De rol die de hogere overheden hebben gespeeld in het uitgevoerde beleid van de herstructurering van de wijk en het ontwikkelen van het creatieve cluster, is voornamelijk een bijdrage leveren in de financiering. Op dit gebied waren de Provincie en het Rijk heel belangrijke partners in en tijdens de herstructurering. Het hele project kostte in eerste instantie namelijk 80 miljoen euro, maar na enkele planaanpassingen door het intreden van de financiële crisis, is het plan ingekort en bedraagt de investering in de wijk nu nog 70 miljoen euro. Beide partijen investeren financieel veel in de wijk.

De ontwikkelingen en plannen rondom Q4 speelden zich af in de tijd dat de Provincie Limburg veel geld investeerde in de creatieve industrie. Vanuit de Provincie zijn er dan ook twee tranches subsidie verstrekt (Janssen, persoonlijke communicatie, 2016). Twee keer 2,5 miljoen euro. De eerste 2,5 miljoen euro subsidie zat met name op het stimuleren van de creatieve industrie waar in de tijdelijke situatie van de wijkontwikkeling ruimte aan is geboden. Dit hield in het beheer en uitgeven van tijdelijk leegstaande panden aan creatieve ondernemers, de oprichting van het bedrijf Koekoek, en het organiseren van kunstprojecten en evenementen puur en alleen om levendigheid in de wijk te krijgen. De tweede tranche van 2,5 miljoen euro subsidie die loopt nu nog. Die loopt nog tot het einde van het jaar en die zit met name in het verder zichtbaar maken en stimuleren van cultuur in de wijk. Deze subsidie is gericht op beleid voor verdere investeringen en het opknappen van de Bolwaterstraat, voor het stimuleren van ondernemers, voor het Poppodium, het zichtbaar maken van cultuurhistorie in de openbare ruimte, en in eerste instantie het ontwikkelen van een bedrijfsverzamelgebouw. Echter het bedrijfsverzamelgebouw komt er niet meer door grote planaanpassingen en doordat het financieel niet meer haalbaar was om diverse projecten uit te voeren.

Over het bedrag dat het Rijk in de wijk heeft geïnvesteerd zijn geen uitspraken gedaan. Wel hebben zij subsidie verstrekt onder de noemer ruimtelijke kwaliteit. In principe is dat de verbetering van het hele gebied wat betreft bestrating, openbare voorzieningen en het onderhouden van de openbare ruimte. *“Eigenlijk alle kosten die je hebt om die kwaliteit van het gebied te verbeteren, daar stond de Rijksoverheid financieel voor garant* (Janssen, persoonlijke communicatie, 2016).” Daarnaast

moest de gemeente hun investeringen in de wijk verantwoorden aan de hogere overheden, dus in die zin waren zij regelgevend of kaderstellend. Inhoudelijk hebben zij echter nooit een rol gespeeld in de uitvoering van beleid.

Een andere partner van de gemeente in de wijkontwikkeling was de woningcorporatie Woonwenz. Het bezit dat Woonwenz in de wijk had was voornamelijk sociaal, kleinschalig en kamerbewoning. Q4 was een 'no-go area' en veel panden in de wijk verloederden. Mede door deze verloederde panden die om het eigen bezit van Woonwenz heen stonden, en panden waarin zich de verkeerde doelgroep vestigden stapelden de problemen zich op. Dit was voor de woningcorporatie en de gemeente het signaal om de wijk helemaal opnieuw in te richten.

De motivaties van de woningcorporatie om mee te doen in de herstructurering van Q4 waren dan ook enerzijds dat zij zelf veel bezit hadden in de wijk in een potentieel goede locatie. Door hoogwaardig te investeren in de wijk, om een bestendige duurzame goede oplossing te creëren wordt daarnaast de stad versterkt. Een goed functionerend centrum is namelijk goed voor de stad en uiteindelijk ook goed voor haar bewoners, waaronder de sociale huurders van Woonwenz die hiervan profiteren. *"Dat de buurt een no-go area is, is voor niemand goed"*, aldus Peter Renkens (Persoonlijke communicatie, 2016). Het verbeteren van Q4 tot een vitale wijk was dan ook een hoger doel.

De gemeente heeft op een gegeven moment veel panden van malafide partijen aangekocht om positie in de wijk te krijgen. Zelf heeft de woningcorporatie geen panden aangekocht. Wel zijn er afspraken gemaakt met de gemeente over het aankopen van eventuele gronden van de gemeente tegen vooraf gestelde prijzen. Daarnaast heeft Woonwenz in eerste instantie een belangrijke rol gespeeld in het tijdelijk in beheer houden van deze panden en op basis van de Leegstandswet ook verhuren van deze panden aan voornamelijk creatieve ondernemers. Ook had Woonwenz zelf twee projecten in het hart van de wijk die men ging realiseren, en die als vliegwiel moesten dienen voor de rest van het gebied. Deze had als doel om private ondernemers te triggeren ook in de wijk te investeren.

Er was afgesproken dat Woonwenz zou investeren in een hoogwaardig binnenstedelijke kwaliteit. Dit betrof allemaal sociale woningbouw, zowel grondgebonden als appartementen. Daarnaast had men nog enkele koopwoningen in het bezit die verkocht werden onder de 200.000 euro, de grens van sociale koop. Dit tweetal projecten in het plan betrof enerzijds het blok Bergstraat. Dit bestond uit 12 grondgebonden woningen, 14 appartementen en enkele commerciële ruimtes. Het bijzondere van deze commerciële ruimtes was dat wonen en werken gecombineerd kon worden in zogenaamde atelierwoningen. Dit om de creatieve ondernemers in de wijk te behouden die in de tijdelijke situatie hier gevestigd waren. Het idee was echter om toch een woonwijk van Q4 te maken, wel met ruimte voor enkele atelierwoningen, maar waar culturele activiteiten niet te veel

de boventoon voeren. Anderzijds is men als Woonwenz bezig met het project blok Schrikkel. Dit betreft 19 grondgebonden woningen, ook weer met enkele atelierwoningen.

Zelf heeft de woningcorporatie geen visie geschreven, en het opstellen van het bouwkundig plan is door de gemeente gedaan en vervolgens uitbesteed aan een architectenbureau voor de uitvoering daarvan. Wel is aan de voorkant in hoofdlijnen nagedacht over het doel en de visie in samenspraak met de gemeente. Zij hebben meegedacht met het opstellen van het wijkontwikkelingsplan. Dus hoe moet dat plan eruit zien, wat voor programma moet daar in landen, sociaal of juist dure woningen? Dit was echter wel op een moment dat corporaties nog redelijk veel mochten. Inmiddels mogen zij nog alleen sociaal realiseren. In die zin hebben zij zeker een actieve rol gehad. Op basis daarvan hebben heeft de gemeente ook met de woningcorporatie een afsprakenkader opgesteld waarin afspraken zijn gemaakt over wat Woonwenz precies in dit gebied zou gaan doen. Dat afsprakenkader ligt er nog steeds alleen daar staan afspraken in die niet meer kunnen worden uitgevoerd omdat de wet- en regelgeving voor woningcorporaties is veranderd.

Op een gegeven moment hebben woningcorporaties zich moeten houden aan hun kerntaken. De taak van Woonwenz is het huisvesten van mensen die niet goed in staat zijn om zelf in een woning te voorzien. Zij zijn verantwoordelijk voor de sociale woningbouw. Echter is de hoge kwaliteit die indertijd voor hen gebouwd is financieel zo onrendabel om dat nog te verantwoorden bij de overheid. De panden zijn te duur voor de doelgroep. De woningcorporatie vond echter dat een hogere investering nodig was om het uiteindelijke doel van een vitale wijk te bereiken. Anders had men het risico weer terug in verval te treden. Verbijzondering is nodig om het doel te bereiken. Maar wat ooit in een visie, het stedenbouwkundigplan, is geschreven is nu gewoon niet meer haalbaar. Het grootste verschil was dat men moest inkorten op het volume van investeringen. De woningen waren in de oude situatie gewoon te groot, ze hadden een te grote inhoud voor de betreffende (huur)prijs. Men kon niet meer met droge ogen zeggen dat het sociale huur betrof.

De relatie die Woonwenz met de gemeente had leverde enkele spanningen op, aldus Peter Renkens (Persoonlijke communicatie, 2016). *“De gemeente is vooral een politiek orgaan dat op korte termijn wil scoren. De woningcorporatie is langer aanwezig in de wijken en koerst veel meer op de lange termijn.”* De gemeente had in korte tijd heel veel panden aangekocht. De crisis sloeg toe en de grondexploitatie liep enorm toe. Het was niet meer mogelijk om dit grote plan uit te voeren en de gemeente moest dit plan gaan saneren naar een kleiner plan. Het afsprakenkader dat was gemaakt met de gemeente van wat er gerealiseerd zou worden, daar kan de gemeente zich nu zelf niet meer aan houden om financiële redenen. Dit grote plan dat ooit bedacht was, wordt dus niet uitgevoerd. Hier zijn tot op de dag van vandaag nog steeds discussies over. Woonwenz zou namelijk 160 kavels aankopen van de gemeente. Hiervoor moest de gemeente nog te veel panden aankopen, dat zij niet

meer konden veroorloven. De woningcorporatie had dus meer willen realiseren dan dat er nu simpelweg mogelijk is.

Klarendal, Arnhem

Een heel belangrijke factor in de ontwikkeling van het Modekwartier was woningcorporatie Volkshuisvesting. Zij waren een hele grote partner van de gemeente en hebben maar liefst 2200 woningen in bezit in Klarendal. De wijk werd gekenmerkt door criminaliteit en veel leegstand. Daarnaast was de bedrijvigheid van weleer vergane glorie. De ene winkel functioneerde niet meer, en in andere zaten krakers of waren complete winkels zelfs leeg. Bewoners wilden graag de bedrijvigheid, ‘het oude DNA’ van vroeger weer terug.

“We as a social housing company said – that was pretty revolutionary – we said we will join in this work, which is not our primary responsibility But we will try to rejuvenate the shopping street (Kessels, persoonlijke communicatie, 2014).” In 2004 hebben zij als woningcorporatie het initiatief genomen tot het opkopen van winkelpanden om greep te krijgen op de verloedering en leegstand in de wijk. Dit was bijzonder aangezien het investeren in commerciële doeleinden niet tot de kerntaken van Volkshuisvesting behoorde. Echter zij voelde zich genoodzaakt: *“Pas als men bezit heeft kan men dingen gaan doen en aan knoppen gaan draaien (Vaessen, persoonlijke communicatie, 2016).”* Als die panden andere eigenaars zouden hebben dan was het moeilijk om daadwerkelijk iets te gaan ontwikkelen. Dan was het niet mogelijk om in de toekomst het vastgoed en functies van dit vastgoed te herverkavelen en om een aaneensluiting van winkels in de economische as veilig te stellen.

Zoals eerder aangegeven begon indertijd Richard Florida met zijn theorie over de ‘creative class’ op te komen. Het werd duidelijk dat men de winkelstraat nieuw leven ging inbrengen door het aantrekken van een creatieve klasse. Men had in Arnhem namelijk veel afgestudeerden van Artez en mode heeft altijd een belangrijke factor gespeeld in Arnhem. Het doel van Volkshuisvesting was niet zozeer het creëren van een Modekwartier, maar van een plezierige buurt. Het creëren van een gebied waar veel verschillende groepen mensen kunnen leven op een authentieke manier. Een authentiek gebied waar mensen werken op een ambachtelijke manier en waar men producten bij de producenten zelf kunt kopen. *“Ik zou naar je winkel kunnen gaan en ik weet dat jij het zelf hebt gemaakt. Klarendal moet een buurt zijn die mooi is voor het oog, en waar men tevens voelt dat het er ook echt leeft (Kessels, persoonlijke communicatie, 2014).”* Toevallig was mode was daar het vehicel voor. Volkshuisvesting wil een plezierige wijk creëren waar veel activiteiten plaatsvinden, dan is er namelijk geen ruimte voor slechte dingen. De ruimte die was ingenomen door criminele activiteit moest weer geclaimd worden. De manier om dat te doen was volgens Volkshuisvesting om meer winkels te kopen, op te knappen en vervolgens te verhuren tegen relatief lage huren, zodat meer creatievelingen zich zouden vestigen in Klarendal.

In 2008 waren er inmiddels zo'n 25 winkels betreffende mode in Klarendal gevestigd. Dit was goed, maar volgens Volkshuisvesting nog niet voldoende. Daarom is het plan 100%Mode in 2009 herschreven naar 100%ModeXL. Het aantal winkels in Klarendal moest uitgebreid worden tot 50 winkels om van het Modekwartier een duurzame investering te maken. Naast mode is er vooral ook ruimte voor andere faciliteiten en voorzieningen zoals horeca en worden de aanlooproutes naar Klarendal attractiever gemaakt. Om in termen van Florida te spreken heeft Volkshuisvesting in deze periode veel in de 'Quality of place' geïnvesteerd om aantrekkelijker te worden voor de creatieve klasse. Al deze plannen zijn volgens een organisch proces verlopen, en niet met een blueprint of masterplan zoals dat in veel andere wijken wel gebeurt. Kessels (persoonlijke communicatie, 2016) verwoordt dit als volgt: *"Here was not a blueprint. We changed the plans as we went, but we always were keeping the vision intact. Was always the same, the outcome was the same: a pleasant area. But of course you got to create something that is able to sustain itself, because if we had walked away in 2008 I think it would have collapsed because it was too small."* In totaal heeft Volkshuisvesting ongeveer 30 miljoen euro geïnvesteerd in fysieke projecten in de wijk.

Men had als Volkshuisvesting zijnde meerdere doelen voor deze enorme investering. Men dacht door meer te investeren in de wijk en als Klarendal een betere naam zou krijgen, dat dan de waarde van het vastgoed zou stijgen. Als vervolgens de waarde van het vastgoed stijgt en men verkoopt of verhuurt dit vastgoed tegen een hogere verkoop- of verhuurwaarde, dan is dat een goede businesskeuze. Daarnaast was deze investering goed voor de emancipatie van de Klarendaller. Het is voor de emancipatie van de Klarendaller goed aangezien zij zelfvertrouwen ontleent aan dit project. Men ontleent zelfvertrouwen en trots aan het feit dat zij in Klarendal wonen. Er komt een gemengder publiek naar Klarendal, de koopkracht neemt toe en men wil weer naar buiten gaan. Dit was een zachter doel van Volkshuisvesting (De Wilde, persoonlijke communicatie, z.d).

Al het geld dat door Volkshuisvesting in de wijk is geïnvesteerd is ook daadwerkelijk uit budget van Volkshuisvesting zelf. Wel heeft het 4 miljoen euro aan Vogelaargelden gekregen van de gemeente. Hier was men blij mee vanuit Volkshuisvesting maar toentertijd was men zelf al lang bezig met ontwikkelen. Financieel gezien hoefde men indertijd niet zoveel te verantwoorden aan de overheid aangezien het geld uit eigen kas kwam. Echter zijn er in de loop der jaren strengere regels gekomen voor woningcorporaties. Wat Volkshuisvesting in Klarendal gedaan heeft met het opkopen van commercieel vastgoed en investeren in commerciële activiteiten als winkels, restaurant Goed Proeven en het art hotel, zou in de huidige tijd niet meer denkbaar zijn. Sociale woningcorporaties mogen dit soort activiteiten nu niet meer doen en moeten zich houden aan haar kerntaak, namelijk sociale woningbouw. Men moet tegenwoordig commerciële investeringen zoveel mogelijk overlaten aan de markt. Geen enkele private ondernemer had hier geïnvesteerd in Klarendal op de manier zoals Volkshuisvesting dat gedaan heeft. Het was namelijk een achterstandswijk met veel problemen

en niet aantrekkelijk om in te investeren. Als men puur kijkt naar het rendement van Volkshuisvesting in dit hele project dan heeft Volkshuisvesting daar dan ook zijn twijfels over. Er is volgens hen meer geld in gegaan dan dat er uitkomt. Men heeft namelijk veel panden moeten kopen, renoveren en vervolgens tegen zeer lage huren verhuurt. Op zich is dat geen probleem aangezien woningcorporaties niet zozeer het doel van economisch gewin trachten maar juist van het creëren van een leefbare samenleving in een wijk, en hierbinnen het aanbieden van sociale woningbouw (De Wilde, persoonlijke communicatie, z.d.). Tegenwoordig zou niemand daar meer op zo'n schaal en dergelijke bedragen investeren in zo'n wijk. Vooral geen private ondernemers aangezien zij binnen 7 jaar hun investeringen terugverdiend willen hebben. Voor Volkshuisvesting was dit geen voorwaarde aangezien zij veel langer in de wijk gevestigd zijn. Wel is altijd het principe geweest, als iemand privaat iets wilde ondernemen, dat Volkshuisvesting dan een stapje terug deed. Nu ziet men ook dat veel private ondernemers in de wijk investeren. Alleen met gemeente geld was dit project in deze schaal ook nooit gebeurd, aldus Vaessen (persoonlijke communicatie, 2015). Het onrendabele rendement van Volkshuisvesting loopt in de miljoenen, en zij verdienen hier alleen op terug met huren, maar die zijn betrekkelijk laag. De herhaalbaarheid van zo'n project is dan ook vrij laag verwacht De Wilde (persoonlijke communicatie, z.d.), voormalig manager wonen van Volkshuisvesting.

Naast deze fysieke ingrepen heeft Volkshuisvesting tevens veel aandacht besteed aan de sociale zijde van dit project. Zo is men altijd veel in contact geweest met de bewoners en ondernemers uit Klarendal. Middels een stuurgroep die in de wijk aanwezig was, waar alle instituties maar ook bewoners in vertegenwoordigt waren, werd regelmatig met deze bewoners gesproken. In deze stuurgroep werd in het algemeen over Klarendal gesproken, dus ook over thema's buiten het Modekwartier om. Hieruit ontstonden diverse spontane ideeën zoals de invulling van een pleintje en het gebouw van het huidige Goed Proeven op de A-locatie van dit project. Dit netwerk zorgde voor nieuwe ideeën en ook goede participatie van bewoners. Ideeën moeten in de kern kloppen, en als deze gedragen worden door de bewoners dan heb je garantie tot succes (De Wilde, persoonlijke communicatie, z.d.).

Hogere overheden zijn in Arnhem en Klarendal voornamelijk belangrijk geweest in de promotie van de creatieve industrie in het algemeen. Nog voordat men het idee had om van Klarendal een Modekwartier te maken, zijn in 2004 de eerste zaakjes gelegd. Zo is toentertijd het Hoofdkwartier zich in Arnhem gaan vestigen. Dat was de eerste broedplaats in Nederland die echt gebaseerd was op creatieve economie in plaats van cultuur. Dit was tevens het eerste project in Nederland dat werd gesubsidieerd door de Gemeente, Provincie en Europa betreffende het aanjagen van een creatieve economie, aldus Jongelie (Persoonlijke communicatie, 2016). Er werden diverse activiteiten en workshops gehouden over creatieve industrie in Arnhem. Eén van deze workshops

ging over mode, en is de basis geweest voor de verdere ontwikkeling van Klarendal als een creatief cluster gespecialiseerd op mode.

In 2007 werd Klarendal daarnaast door voormalig minister Vogelaar tot één van de veertig aandachtswijken benoemd. Dit zijn wijken waarvoor extra investeringen zijn vrijgemaakt aangezien de aanwezige sociale, fysieke en economische problemen. Zo heeft Volkshuisvesting namelijk als woningcorporatie 4 miljoen euro ter beschikking gesteld gekregen aan Vogelaargelden om verder in de herstructurering en het opknappen van panden te investeren. Mede hierop inspelend en met de kennis dat men meer financiële middelen ter beschikking kreeg vanuit de overheid, is de gemeente in 2008 verder gegaan een belangrijke impuls te geven aan de openbare ruimte. Onder het programma Buiten Gewoon Beter was het doel de openbare ruimte in Klarendal minstens op basisniveau terug te brengen. Vooral de Klarendalseweg en Sonsbeeksingel, de hoofdwegen van de wijk, waar de nieuwe bedrijvigheid zich vooral zou moeten vestigen, onderging een ware transformatie. Terugkijkend heeft dit daadwerkelijk een grote impuls gegeven voor de economische bedrijvigheid.

Verder heeft Klarendal door het beleid van voormalig minister Vogelaar indertijd enorm veel publiciteit gehad vanuit de overheid en landelijke media. Op een gegeven moment werd Klarendal en de ontwikkelingen die zich in de wijk voordeden gezien als een succes. Dit pastte perfect in het beleid van de minister en zij is dan ook bij Klarendal op bezoek geweest. Dit had zowel positieve als negatieve effecten. Er werd door de media overwegend positief geschreven over de transformatie van Klarendal als een probleemwijk naar de modewijk Klarendal. Echter was men nog niet volledig klaar met het creëren van het creatieve cluster en alles wat men nog aan weerstand had werd door deze publiciteit extra vergroot. Ramen van leegstaande panden werden beklad met woorden als 'bedrog', door enkele mensen uit de buurt die het niet met het Modekwartier eens waren of dit niet als oplossing zagen voor de structurele problemen die indertijd in de wijk aanwezig waren (Jongelie, persoonlijke communicatie, 2016).

Deelconclusie:

De rol die hogere overheden hebben gespeeld in de vorming van een creatief cluster in Q4 is voornamelijk financierend. Zowel het Rijk en de Provincie hebben in de wijk geïnvesteerd. Vooral de Provincie Limburg investeerde indertijd veel aan creatieve industrie en hebben dan ook twee tranches subsidie aan Q4 verleend. Het Rijk investeerde voornamelijk in de wijk onder de noemer ruimtelijke kwaliteit. Alle kosten rondom het verbeteren van de openbare ruimte in Q4, zoals bestrating, openbare voorzieningen, etcetera werden door het Rijk vergoed. Woningcorporatie Woonwenz was een andere partner in de herstructurering van Q4. Zij hebben in samenwerking met de gemeente een afsprakenkader opgesteld over de taken die zij zouden uitvoeren in de herontwikkeling van de wijk. Zelf heeft de woningcorporatie dan ook geen visie geschreven over hoe

Q4 er in de toekomst uit moest komen te zien, maar heeft men wel meegedacht over de invulling van het wijkontwikkelingsplan dat door de gemeente werd opgesteld. De woningcorporatie stelde zich voornamelijk faciliterend op tegenover de gemeente. Zelf hebben zij een korte periode de tijdelijke leegstand van panden in beheer gehad die vervolgens aan creatieve ondernemers werden verhuurd aan de hand van de leegstandswet, en hebben ze nieuwbouw gerealiseerd in de vorm van commerciële ruimtes/atelierwoningen waar wonen en werken gecombineerd konden worden.

Ook in Klarendal hebben hogere overheden voornamelijk een financierende rol gespeeld in de vorming van het Modekwartier. Vanuit Europa, het Rijk en de Provincie heeft men geld ontvangen voor het ontwikkelen van creatieve industrie. In 2007 is Klarendal daarnaast benoemd tot een Vogelaarwijk en heeft het Rijk extra geld voor de wijk gereserveerd om op sociaal, economisch en fysieke aspecten Klarendal een zet in de rug te geven. Daarnaast heeft met name het Rijk gezorgd voor veel publiciteit omtrent Klarendal. Klarendal gedroeg zich als voorbeeld wijk die in het beleid paste van het beleid van Minister Vogelaar. Het Rijk is op bezoek geweest in Klarendal en er werd veel over de wijk geschreven zowel positief als negatief. De woningcorporatie Volkshuisvesting heeft een cruciale rol gespeeld in de vorming van het creatieve cluster in Klarendal. Zij hebben hierin echt de leiding genomen. Volkshuisvesting voelde zich genooddaakt om iets aan de verpaupering van de wijk te doen heeft het initiatief genomen om leegstaande panden op de economische assen van de wijk op te kopen en te herontwikkelen voor de modeketen. Dit was speciaal aangezien het investeren in commerciële doeleinden niet tot de kerntaken van de woningcorporatie hoorde. Volkshuisvesting wilde een plezierige wijk voor haar huurders creëren waar veel activiteiten plaatsvinden, dan is er namelijk geen ruimte voor slechte dingen. De manier om dat te doen was volgens Volkshuisvesting om meer winkels te kopen, op te knappen en vervolgens te verhuren tegen relatief lage huren, zodat meer creatievelingen zich zouden vestigen in Klarendal. Naast fysieke ingrepen heeft Volkshuisvesting ook altijd oog gehad voor sociale aspecten in de wijk en zijn bewoners en ondernemers altijd door hun betrokken geweest in de herstructurering van Klarendal.

4.5 (Sociale) effecten en ervaring originele ruimtegebruikers

Q4, Venlo

Het project Q4 is door de oorspronkelijke bewoners niet altijd als positief ervaren. Zij bekijken het project vooral met argus ogen. Originele bewoners en winkeliers waren cynisch geworden over Q4 en over de herstructurering van de wijk. Voorheen in de jaren '80 en '90 hebben zij de wijk zien verloederen en daar op volgend waren zij redelijk sceptisch ten aanzien van de nieuwe ideeën waarbij creatieve ondernemers in een pand werden neergezet zonder enige verplichting betreffende het kopen of opknappen van panden. Naar aanleiding van enkele cultureel benaderde projecten en het tijdelijk huisvesten van creatief ondernemers werd Q4 al vrij snel bestempeld als een cultuurwijk, terwijl het dat in feite helemaal niet was. Q4 was volgens Fransz Rombouts (persoonlijke

communicatie, 2016) gewoon een woonwijk en bewoners hadden geen behoefte aan een creatieve wijk, zij wilden voornamelijk betere huisvesting.

Tegenwoordig ervaren de oorspronkelijke bewoners Q4 ook niet als een creatief cluster. Wat is er nou eigenlijk zichtbaar van dat stempel cultuurwijk? Dat is in feite alleen het Poppodium Grenswerk, als cultuurtempel van de popcultuur. Verder zie je in de architectuur, dat er op enkele plekken atelierwoningen zijn gerealiseerd of nog in aanbouw zijn. Daar kun je niet alleen wonen, maar zijn er ook mogelijkheden om kleine ambachten op de beneden ruimte uit te oefenen. *“Als je daar echter in de wijk gaat kijken dan zie je dat lang niet iedereen dat op die manier invult. Je ziet ook aan atelierwoningen, dat sommige mensen niet willen dat er naar binnen gekeken wordt. Die hebben bijvoorbeeld de gordijnen dicht of er een sticker voor geplakt* (Verstegen; Rombouts, persoonlijke communicatie, 2016).” Atelierwoningen worden niet gebruikt waarvoor ze bedoeld worden. Er wordt enerzijds op de beneden verdieping gewoond, of anderzijds zit er wel een onderneming maar wil men niet gezien worden. Daarnaast zijn er op het moment nog heel veel leegstaande panden in Q4 aanwezig of is men bezig met werkzaamheden. Het creatieve ondernemerschap dat nog wel in de wijk is gebleven, is vervolgens ook niet meer van de kwantiteit en kwaliteit zoals het voorheen een tijd geweest is (Rombouts, persoonlijke communicatie, 2016). *“Ik zou niemand, maar dan ook niemand aan kunnen raden van, je moet eens in Q4 gaan kijken, want er valt niks te zien* (Rombouts, persoonlijke communicatie, 2016).” Dit zijn volgens de bewoners redenen dat Q4 helemaal geen creativiteit uitstraalt en ook niet als creatief cluster of cultuurwijk bestempeld kan worden.

De bewoners stellen dat zij relatief weinig inspraak hebben gehad tijdens de herstructurering van Q4. Op de vraag of bewoners veel betrokken werden door de gemeente tijdens de gehele structurering beantwoordt De Haan (persoonlijke communicatie, 2016) dat voornamelijk op het begin veel betrokkenheid is getoond door de gemeente. Dit werd gedaan door middel van de Klankbordgroep waarin werd gevraagd wat direct geïnteresseerden van de wijk verwachtten. Deze is opgericht in 2005 en daar zitten van alle belangrijke belanghebbenden, één vertegenwoordiger. Dat zijn bewoners, ondernemers, de politie, de partners van projecten, de ontwikkelaar en de corporatie. Iedereen die op de hoogte moet zijn van de planontwikkeling en daar over mee wil praten. Over de renovatie van de wijk is door originele bewoners in eerste instantie meegedacht in de zin van nieuwe verlichting, straatmeubilair, etcetera. Op een gegeven moment komt echter het idee van creatief ondernemerschap in Q4, en valt de inspraak van de oude groep bewoners grotendeels weg. Cultureel en creatief ondernemers werden in grotere mate gecontacteerd terwijl originele bewoners en ondernemers veel minder ruggespraak kregen met de gemeente. Wel zijn bewoners altijd goed geïnformeerd. Via informatieavonden en stapels rapporten werd met hen over de toekomst van Q4 gesproken. Op een gegeven moment is de Klankbordgroep opgeheven omdat mensen uit de wijk zelf zijn opgestaan en een eigen overleg hebben opgericht. Het Wij-Q4 overleg. Zij hebben zelf een visie

ontwikkeld hoe zij zien hoe die wijk zich zou moeten ontwikkelen. Hiermee is de gemeente voortdurend in contact om verbeterpunten tot zich te nemen en plannen te hereiken. Rombouts meld echter dat dit overleg is ontstaan vanuit een kleine groep creatief ondernemers en dat er met andere inwoners niet goed wordt gecommuniceerd. Er is kortom dus wel enige inspraak geweest van bewoners, maar in de praktijk is dat door bewoners als beperkt ervaren.

Wat betreft de effecten van de herstructurering op de wijk Q4 kan het volgende gezegd worden. Q4 is inmiddels een gewone woonwijk geworden met een heel diverse bevolking qua leeftijd, etniciteit, etc. De leefbaarheid is in de loop der jaren enorm verbeterd in die zin dat de drugsoverlast enorm is verminderd. Mede door de komst van het politiebureau ten tijde van de fase van project Hector is het aantal coffeeshops en drugsgerelateerde activiteiten sterk teruggedrongen. Er is nog één legale coffeeshop aan de rand van Q4 en er wordt nog steeds wel in een paar panden gedeald, maar het is niet meer in die mate dat het project Hector wordt doorgezet in de wijk. Inmiddels bestaat het politiebureau in Q4 dan ook niet meer. Als politie zijnde moest men bezuinigen en Q4 kreeg niet meer de hoogste prioriteit in Venlo aangezien de veiligheidssituatie enorm verbeterd was en drugsgerelateerde activiteiten enorm zijn gereduceerd. Tegenwoordig is er wel veel camerabewaking in Q4 gevestigd, desondanks stelt de gemeente dat zij in het heden toch meer politie op straat willen zien om de veiligheidssituatie zoals deze nu is, in de toekomst te kunnen waarborgen (Janssen, persoonlijke communicatie, 2016). De gemeente stelt dat de leefbaarheid niet minder of groter, maar vergelijkbaar is met andere wijken van Venlo. Alleen blijft Q4 enkele bronpunten houden waar dingen gebeuren waar de politie en justitie nog steeds niet de vinger op kan leggen.

“Inmiddels is de wijk van drugswijk, met een behoorlijke omzet verworpen tot een kippenhok van allerlei mensen, met name uit Griekenland op dit moment (Rombouts, persoonlijke communicatie, 2016).” Bewoners merken inderdaad op dat de drugsoverlast voor een groot deel is opgelost maar men merkt ook dat er veel andere overlast voor terugkomt. Nadat de creatieve ondernemers vertrokken, is er namelijk een soort van sociale controle weggefallen en zijn de problemen weer versterkt. Veel panden, met name aan de Ginkelstraat in Q4, zijn in bezit van huisjesmelkers waarin mensen enigszins uitgebuit worden. Die zijn ingericht voor arbeidsmigranten die voor uitzendbureaus werken. In sommige panden wonen op een heel klein oppervlak wel tien arbeidsmigranten met hun familie, voornamelijk uit Griekenland. Zij zorgen voor veel overlast, en voor Venlose begrippen is de Ginkelstraat een straat waarbij men zich niet heel veilig voelt (De Haan, persoonlijke communicatie, 2016). De overlast die zij met zich meenemen is vooral gerelateerd aan geluidsoverlast en het dumpen van zwerfvuil in de openbare ruimte. Aangezien zij met te veel personen in een kleine ruimte leven, zijn zij vaak tot s’avonds in de late uren op straat te vinden. Dit wordt door de bewoners als onprettig ervaren.

Bewoners stellen dat er in de tijdelijke situatie van het creatieve cluster veel meer leven in de wijk was dan nu. Er werden diverse evenementen georganiseerd waar veel mensen op af kwamen. Dat zorgde voor een goede dynamiek in de wijk en de tolerantie tussen bewoners onderling groeide hierdoor. Wat men echter zag betreffende de sociale cohesie, is dat oorspronkelijke bewoners en creatievelingen vooral naast elkaar leefden. Tijdens het organiseren van activiteiten was er altijd een harde kern van dezelfde mensen aanwezig en hoewel er een sfeer was waarin iedereen welkom is, waren het vaak de creatieve ondernemers die elkaar opzochten. Veel bewoners hadden daarnaast geen behoefte aan deze evenementen en activiteiten en bleven vooral thuis.

In Q4 wordt er vooral achter de deuren geleefd. *“Mensen komen thuis van hun werk, doen de deur dicht en verder zie je ze niet (Rombouts, persoonlijke communicatie, 2016).”* Er werd, en er wordt nog steeds heel individueel door mensen geleefd. De burgerparticipatie en het organiseren van activiteiten is op een gegeven moment weer doodgebloed aangezien Q4 een woonwijk is geworden en de meeste creatieve ondernemers weer uit de wijk zijn vertrokken. Wat overblijft is een social mix van diverse bewoners die elkaar nauwelijks kennen en zoals gezegd gesegregeerd van elkaar leven. Buren kennen elkaar alleen van gezicht aangezien er in de loop der jaren enorm veel in de wijk is verhuisd en de nieuwe groep arbeidsmigranten spreekt vaak alleen hun eigen taal. Oorspronkelijke bewoners ervaren deze taalbarrière als lastig voor het creëren van een band met nieuwe bewoners. Dit verwijst naar de theorie van Robson and Butler (2011) over ‘social tectonics’. De relaties binnen en tussen verschillende sociale en etnische groepen zijn vooral parallel van aard en niet integratief. De bewoners van Q4 hebben weinig integratieve ervaringen en ontmoetingen binnen de sociale en culturele instituties van de wijk. De levensstijlen en ervaringen van oorspronkelijke bewoners en nieuwkomers verschillen zo van elkaar dat deze sociale groepen onderling weinig met elkaar in contact komen en gescheiden van elkaar leven, op het fysieke contact op de straat na.

Gentrificatie in die zin dat er mensen uit de wijk verdrongen zijn heeft door de komst van het creatieve cluster niet in directe aanwezigheid plaatsgevonden. Displacement is in de wijk wel denkbaar stelt de gemeente, maar het is nooit het doel geweest om mensen uit de wijk te verplaatsen, alleen de malafide partijen. Deze malafide partijen waren echter ook verplaatst geweest als de creatieve ondernemers zich niet in de wijk hadden gevestigd, dus dat kan niet als gevolg van creatief clusterbeleid worden gezien. Als er dan toch displacement is geweest dan moet dit indirect zijn geweest stelt de gemeente, omdat mensen zich niet meer thuisvoelen in de wijk, de wijkcultuur is veranderd en het creatief ondernemerschap intimiderend overkomt.

Klarendal, Arnhem

In Klarendal is het initiatief vanuit de bewoners zelf gekomen om iets met de wijk te doen, aangezien de situatie waarin het verkeerde niet meer langer kon. In 2000 is hier de visie Klarendal Kom Op! uit ontstaan. Er zijn allerlei activiteiten zoals theaterstukken en ronde tafel gesprekken met de buurt georganiseerd, met als doel de wijk weer op de rit te krijgen. Vanuit daaruit zijn ook wijkfeesten weer georganiseerd, die financieel ondersteund werden door de gemeente of Volkshuisvesting. Er is vanuit de gemeente Arnhem en Volkshuisvesting altijd veel contact geweest met de bewoners via een sociale tafel, dat een goed netwerk heeft opgeleverd als ingang voor het verbeteren van Klarendal.

Men is dus begonnen met allerlei kleine leuke activiteiten in de wijk te organiseren. *“De Klarendaller moet je namelijk niet verplichten iets te gaan doen, van je moet dit doen of je moet dat doen want dat werkt niet. Je moet zorgen dat je mensen om je heen krijgt die dingen willen gaan doen, gaan ondernemen (Dassen, persoonlijke communicatie, 2014).”* Je hebt altijd mensen nodig die je steunen, je kunt dit niet alleen. Volgens bewoners is dit goed gelukt en is er vanuit de bevolking altijd voldoende draagvlak geweest voor de komst van het Modekwartier als creatief cluster in Klarendal. Hierdoor is de burgerparticipatie in de loop der jaren ook steeds verder toegenomen. In de wijk ontstond een goed functionerende stuurgroep, en in die stuurgroep zaten alle instituties maar ook alle bewoners. Die bewoners waren echte Klarendallers die namens Klarendal konden spreken. Dat waren bijvoorbeeld moeders die op het schoolplein stonden en mannen die elke dag zichtbaar waren in de wijk (De Wilde, persoonlijke communicatie, z.d.). Zij gingen netwerken en hielden zich actief bezig met de toekomst van de wijk.

Uiteindelijk is het Modekwartier dan ook gekomen. Dit heeft zich heel langzaam door middel van een organisch proces opgebouwd. De economische as van de wijk moest weer nieuw leven krijgen en dat werd gedaan door middel van mode. Volkshuisvesting vond dat er iets aan de verpaupering van de wijk moest gebeuren, heeft panden gekocht en opgeknapt maar vroeg zich in eerste instantie af wat er vervolgens in de gerenoveerde panden moest komen. Voorheen zaten er slagers, bakkers, etcetera en als bewoners zijnde wilden zij die bedrijvigheid terug. Deze traditionele ondernemingen waren financieel echter niet meer haalbaar zich hier te vestigen. De kunst academie in Arnhem is altijd belangrijk geweest voor Arnhem en is landelijk bekend. *“Die academie die brengt vaak geweldige kunstenaars voort en couturiers en weet ik wat allemaal dus de link naar de mode was niet zo gek (Dassen, persoonlijke communicatie, 2014).”* Op een gegeven moment kwamen er steeds meer creatieve ondernemers in de wijk en langzaam is dat steeds verder gegroeid tot een cluster van mode. Bewoners wilden echter dat er variatie in de wijk kwam en vonden dat er naast mode ook andere faciliteiten moesten komen.

Het overgrote deel van de bewoners van Klarendal maakte het niet uit wat er in de panden kwam. Zoals het er voorheen uitzag met al die junks en krakers kon volgens hen gewoon niet langer. *“Kijk en je hoeft het niet eens te zijn met de modewinkels die er zitten maar je mag wel hartstikke blij zijn met hoe mooi het geworden is* (Dassen, persoonlijke communicatie, 2014).” Dat het tot zo’n groot succes zou worden had niemand gedacht. De veiligheidssituatie zoals die nu is, is echt enorm verbeterd met hoe die was. Men heeft nog steeds wel het idee dat er hier en daar nog af en toe gedeald wordt of dat er andere criminele activiteiten plaatsvinden, maar het is lang niet meer zo erg als vroeger. De situatie verbeterde eigenlijk al aan het begin van het project met ‘Klarendal Kom Op!’ waarin de pijlers schoon en veilig waren opgenomen. Vanaf toen werd er ook meer door politie en justitie opgepakt.

Dassen (persoonlijke communicatie, 2014) moet als vertegenwoordiger en aanspreekpunt van de bewoners wel bekennen dat hij toch enigszins moeite heeft gehad om het Modekwartier aan zijn achterban te verkopen. Dit was in de periode toen het Modekwartier net een beetje begon op te bloeien. Originele autochtone Klarendallers zeiden al snel, “Wat moeten wij er mee?” Ze hadden liever de kruidenier of een bakker waar zij zelf iets aan hadden. Mode is ook niet iets voor een deel van de inwoners in de wijk, dat is echter onvermijdelijk volgens Dassen (persoonlijke communicatie, 2014). Klarendal is een heel diverse wijk qua bevolking en je kunt niet iedereen tevreden stellen. Echter houdt men ook vast aan het feit dat het er verschrikkelijk uit zag in Klarendal. Vooral de entree van en naar Klarendal. Wat er nu door Volkshuisvesting is gerealiseerd wordt als prettig en van goede kwaliteit ervaren. *“Het is hartstikke goed uitgepakt en de mensen willen er weer komen. Klarendal is weer goed op de kaart gezet, en daar gaat het hem om. Mensen zijn ook weer trotser geworden op Klarendal, de reputatie is de laatste jaren echt flink verbeterd* (Dassen, persoonlijke communicatie, 2014).”

Deze positieve ervaringen zijn ook duidelijk geworden uit cijfers. Kwantitatief uit statistieken bleek dat Klarendal het inmiddels heel goed deed. Een jaarlijks onderzoek van onderzoeksbureau USP, gefaciliteerd door de gemeente Arnhem en Volkshuisvesting naar de huurder’s/bewoner’s mening over de kwaliteit van hun huis en service in de wijk lieten positieve ontwikkelingen zien. Voorheen scoorde Klarendal altijd ondermaats, namelijk een 6,5 terwijl een 7 voldoende was en een 7,4 het landelijke gemiddelde. Dit bleef heel lang hetzelfde in Klarendal totdat het in 2009 ineens naar een 7,2 sprong. Kessels (persoonlijke communicatie, 2014) denkt dat mensen eerst sceptisch waren over het project. Dat men weer terug zou vallen naar vroegere tijden van criminaliteit. Een zelfde trend gold voor het meten van de leefbaarheid. Ook hier zag men een plotselinge stijging in de beoordeling.

Zelf denkt Dassen (persoonlijke communicatie, 2014) ook dat de wijkbewoner profijt heeft van het Modekwartier. *“Je leeft in een prachtige omgeving en je hebt ook als je dingen wil*

organiseren, daar kun je met die modeondernemers goed over praten." Wat dat betreft is er een goede sociale mix ontstaan waarin de sociale cohesie als hoog ervaren wordt. Dit was ook de bedoeling van de gemeente Arnhem: *"We from the beginning talked about the biggest chance for.. the opportunities to make this a success is that the special mix of the population 1/3 creative student and newcomers, 1/3 Turkish mainly Turkish here, and 1/3 old Klarendallers. If we can mix them together then it could be a success. And one group should help the other a little* (Zeevenhoven, persoonlijke communicatie, 2014)." Er wordt elk jaar een groot evenement gehouden, de Nacht Van De Mode, en daar zijn ook altijd wijkbewoners bij betrokken. Ook zijn er diverse modeondernemers geweest die mee hebben geholpen om allochtone vrouwen in de wijk aan een naaiatelier te helpen. Ze hielden dus rekening met medebewoners en probeerden elkaar onderling te helpen. Over het algemeen is de omgang tussen de verschillende bevolkingsgroepen in Klarendal, 1/3 Allochtoon, 1/3 Oude-Klarendallers, 1/3 Nieuwe Klarendallers(student/ondernemer) goed te noemen. Het acceptatievermogen is vrij redelijk, hoewel er af en toe nog afgunst naar elkaar kan zijn of er enkele incidenten plaatsvinden. Daarnaast heeft het Modekwartier ook voor een aantal banen gezorgd voor 'Oude-Klarendallers', bijvoorbeeld in de horeca. Dus daarin heeft men toentertijd ook van het Modekwartier geprofiteerd.

Inmiddels ziet Jongelie (persoonlijke communicatie, 2016) dat in Klarendal het aantal activiteiten dat wordt georganiseerd wel weer iets aan het afnemen is. Dit komt mede omdat Volkshuisvesting zijn handen daar vanaf heeft moeten trekken en het heeft overgelaten aan de ondernemers zelf. Maar enkele activiteiten zoals de Nacht Van De Mode worden nog financieel ondersteund maar veel ook niet. Jongelie (persoonlijke communicatie, 2016) vindt dan ook dat de gemeente in samenspraak met Volkshuisvesting langer had door moeten gaan met het promoten van activiteiten in het straatbeeld om het Modekwartier sterk te houden. Daarnaast zijn de huren inmiddels gestegen tot een hoogte waarbij enkele ondernemers het toch moeilijk hebben. Zij zijn niet meer iedere dag geopend, en moeten er vaak een baan naast nemen om te kunnen blijven bestaan. Jongelie (persoonlijke communicatie, 2016) prefereert dat de huur/opstarttarief van ondernemers opzettelijk langer laag gehouden had moeten worden.

De gemeente geeft aan dat er in Klarendal sprake is van gentrificatie, maar dat men uit moet kijken dat dit proces niet te snel gaat. De definitie die door de gemeente aan gentrificatie wordt gegeven is de volgende: *"Gentrification is the rising of the pressure of the market on an area. The price pressure so that the original inhabitants or the inhabitants with the lower incomes are not capable anymore paying the rent and leaving the area* (Zeevenhoven, persoonlijke communicatie, 2014)." Zij benaderen gentrificatie dus voornamelijk als een fenomeen vanuit ontwikkelingen in de vastgoed markt. Een belangrijke rol om dit proces niet te snel te laten verlopen is die van de woningcorporatie Volkshuisvesting. Zij zijn met hun 2200 sociale woningen een barrière voor een te

snelle gentrificatie. Volkshuisvesting heeft namelijk de kracht en de mogelijkheid om huizen aan te bieden voor mensen met een relatief laag inkomen. Het percentage lage inkomens is in de loop der jaren constant gebleven, wat aangeeft dat het proces van gentrificatie niet al te snel is ingezet (Zeevenhoven, persoonlijke communicatie, 2014). Wanneer zij deze woningen echter allemaal gelijktijdig zouden verkopen aan private ondernemers, met de gedachte dat Klarendal een heel aantrekkelijk gebied is om in te wonen, dan zullen de huizenprijzen enorm stijgen en is het niet meer voor iedereen mogelijk om in Klarendal te wonen.

Een ander aspect van gentrificatie is de term 'social rising', aldus Zeevenhoven (persoonlijke communicatie, 2014). Enkele ondernemers starten hier een onderneming en worden succesvol met hun winkel, ze krijgen een hoger inkomen, zij gaan trouwen en krijgen kinderen, waarna ze vervolgens de wijk verlaten naar gebieden met grotere woningen. Zeevenhoven (persoonlijke communicatie, 2014) beschrijft Klarendal dan ook als een 'elevator of society', een tijdelijk tussenstation voor mensen om zich te ontwikkelen. Men moet waken dat dit proces niet te snel verloopt. Als doorstroom van bewoners in Klarendal te vlug gaat, als zij te kort in de wijk blijven, dan is er geen kans voor de sociale cohesie in Klarendal om zich te kunnen stabiliseren.

Tot slot zal er enige vorm van indirecte displacement plaats zijn gevonden in Klarendal. Voornamelijk de autochtone Klarendaller was het niet altijd eens met de ontwikkelingen in de wijk. Zij begrepen niet goed wat ze met mode moesten. Zij hadden er naar eigen zeggen niets aan. De veronderstelling was dan ook dat de 'Klarendaller' niets met mode had. Klarendal is echter altijd al een heel diverse wijk geweest waar naast autochtone Klarendallers(1/3), ook allochtone Klarendallers(1/3) en studenten/ondernemers(1/3) woonden. Deze andere inwonersgroepen stonden wel positief tegenover het Modekwartier als creatief cluster om de wijk van nieuw elan te voorzien. Vanuit hen was er wel voldoende draagvlak. Een deel van de autochtone Klarendallers heeft het gevoel gehad dat zij zich niet meer thuisvoelden in de wijk en zijn dan ook uit de wijk vertrokken.

Deelconclusie:

Het project Q4 is door de oorspronkelijke bewoners niet altijd als positief ervaren. Q4 werd al vrij snel als cultuurwijk bestempeld, maar volgens de bewoners was dit helemaal niet het geval. Men had ook geen behoefte aan een creatieve wijk, men wilde voornamelijk betere huisvesting.

Tegenwoordig wordt de wijk ook helemaal niet als creatief cluster ervaren. Er zijn wel atelierwoningen gebouwd om een levendige sfeer in de wijk te creëren maar deze commerciële ruimtes worden niet op de juiste manier gebruikt. De wijk straalt daarnaast geen openheid en gezelligheid uit maar is heel gesloten en iedereen leeft individueel. In de theorie wordt dit ook wel aangeduid met 'social tectonics' (Butler and Robson, 2001). De levensstijlen en ervaringen in Q4

tussen oorspronkelijke bewoners en nieuwkomers verschillen zo van elkaar dat deze sociale groepen onderling weinig met elkaar in contact komen en gescheiden van elkaar leven, op het fysieke contact op de straat na. De sociale cohesie in de wijk wordt dan ook als laag ervaren. Mensen, zowel creatievelingen als andere bewoners, leven hun eigen leven door weinig met andere bewoners in contact te staan en activiteiten zijn in de loop der jaren ook weer afgenomen na het vertrek van de meeste creatievelingen. De leefbaarheid is desondanks in de wijk wel enorm verbeterd in vergelijking met de periode waarin drugscriminaliteit de boventoon voerde. Incidenten rondom drugsgerelateerde activiteiten zijn enorm afgenomen terwijl de veiligheid juist is toegenomen. Toch ervaren vooral originele bewoners nieuwe overlast van een nieuwe groep arbeidsmigranten, die na het vertrek van creatieve ondernemers zijn intrek in de wijk hebben genomen. Zij bezorgen overlast gerelateerd aan het dumpen van vuil of het produceren van geluidsoverlast. Van directe displacement als gevolg van gentrificatie kan men niet spreken in Q4. Er zijn nooit opzettelijk mensen uit de wijk verdrongen aldus de gemeente, enkel de malafide partijen die in panden zaten die door het drugsproject Hector verworven zijn. Dit heeft echter niets met het creatieve cluster van doen. Wel bestaat er de mogelijkheid dat er sprake is geweest van indirecte displacement, aangezien niet alle bewoners positief stonden tegen over het stempel cultuurwijk, de wijkcultuur is veranderd en het creatief ondernemerschap intimiderend overkomt op enkele bewoners. Dit zal echter in beperkte mate zijn voorgekomen aangezien er indertijd weinig in Q4 werd gewoond.

In Klarendal is het initiatief vanuit de bewoners zelf gekomen om iets met de wijk te doen, aangezien de situatie waarin het verkeerde volgens hen niet meer langer kon. Het overgrote deel van de bewoners van Klarendal maakte het niet uit wat er in de panden kwam. Zoals het er voorheen uitzag met al die junks en krakers kon volgens hen gewoon niet langer. *“Kijk en je hoeft het niet eens te zijn met de modewinkels die er zitten maar je mag wel hartstikke blij zijn met hoe mooi het geworden is (Dassen, persoonlijke communicatie, 2014).”* Het proces waarin dit Modekwartier tot stand is gekomen is heel langzaam verlopen middels een organisch proces waarbij bewoners en andere actoren altijd betrokken zijn geweest door zowel Volkshuisvesting als de gemeente. Er is een sociale tafel opgericht waarin issues die in de wijk speelden konden worden besproken. Dit is door de bewoners altijd als prettig ervaren. Je hebt altijd mensen nodig die je steunen, je kunt dit niet alleen. Volgens bewoners is dit goed gelukt en is er vanuit de bevolking altijd voldoende draagvlak geweest voor de komst van het Modekwartier als creatief cluster in Klarendal. Dit heeft geleid tot een toenemende burgerparticipatie en diverse personen die iets wilden gaan ondernemen of ideeën hadden over het Modekwartier. Of zoals De Wilde (z.d.) het verwoord: *“Succes kent velen vaders en dit project heeft extreem veel vaders.”* Een deel van de bewoners stond echter negatief tegenover het Modekwartier aangezien zij niets met mode hebben en liever traditionele bedrijvigheid in de wijk terug willen zien waar zij zelf iets aan hadden, zoals een bakker of een slager. Echter naargelang men

inzag dat het creatieve cluster zorgde voor een positieve spiraal in de wijk, werden ook deze bewoners wel weer trots op Klarendal. Ook in Klarendal is de leefbaarheid enorm verbeterd. De veiligheidssituatie zoals die nu is, is echt enorm verbeterd met hoe die was, hoewel men nog steeds wel het idee heeft dat er hier en daar nog af en toe gedeald wordt of dat er andere criminele activiteiten plaatsvinden, maar dit is lang niet meer zo erg als vroeger. Kwantitatief uit statistieken bleek dat Klarendal het inmiddels heel goed deed. Voorheen scoorde Klarendal altijd ondermaats op de kwaliteit van woningen, service en leefomgeving in de wijk, namelijk een 6,5 terwijl een 7 voldoende was en een 7,4 het landelijke gemiddelde. Dit bleef heel lang hetzelfde in Klarendal totdat het in 2009 ineens naar een 7,2 sprong. Er is volgens bewoners een goede sociale mix van bevolkingsgroepen in de wijk ontstaan waarin de sociale cohesie als hoog ervaren wordt. Sociale menging ookwel social mix genoemd is in de literatuur een begrip, waarmee gepoogd wordt tot verbeterde sociale uitkomsten in de wijk door heterogeniteit te creëren in de sociaaleconomische factoren in een wijk (Tunstall, 2003). Er werd verondersteld en gepromoot in bestuurlijke kringen in zowel Europa als Noord-Amerika dat gentrificatie zou leiden tot minder gesegregeerde en meer sociaal duurzame wijken. In Klarendal wordt dit heden ten dage werkelijk zo ervaren. Displacement heeft in Klarendal zowel direct als indirect in beperkte mate plaatsgevonden. Op sommige plekken in de wijk is de vastgoedwaarde dermate gestegen dat het voor enkele inkomensgroepen niet meer financieel mogelijk is om zich daar te vestigen. De gemeente denkt echter dat dit proces vertraagd wordt door Volkshuisvesting. Zij hebben veel bezit in de wijk en de mogelijkheid om deze inkomensgroepen toch in de wijk te huisvesten. Zouden zij al hun bezit verkopen daarentegen dan zullen lagere inkomensgroepen door prijsstijging uit de wijk worden verdreven. Indirecte displacement zal net als in Q4 bij een deel van de bevolking plaatsvinden aangezien zij zelf niets met mode hebben en zich daardoor niet meer in de wijk thuisvoelen.

4.6 Vergelijking resultaten

Aangezien dit een comparatief onderzoek betreft, zullen de resultaten van beide cases met elkaar vergeleken worden en verschillen en overeenkomsten van creatief clusterbeleid zichtbaar worden gemaakt. Hieronder volgt een overzicht van de resultaten in de vorm van een schema. Op basis hiervan kunnen in het volgende hoofdstuk conclusies betreffende de beantwoording van de onderzoeksvragen worden getrokken.

Onderwerp:	Criteria:	Q4, Venlo:	Klarendal, Arnhem:
Totstandkoming en motieven creatief cluster	<i>Motieven creatief clusterbeleid</i>	Sociaal: Onrust, Matige leefbaarheid; Drugsproblematiek	Sociaal: Drugsproblematiek/onveiligheid Economisch: Economische assen wijk herstellen
	<i>Totstandkoming ideeën creatief cluster</i>	Serendipiteit; Beleidsvacuüm	Arnhem wilde zich als Modestad profileren; Van oorsprong veel studenten vanuit Artez in Klarendal
Uitvoering creatief clusterbeleid	<i>Fysieke maatregelen</i>	Investeren in openbare ruimte; Cultuurtempel poppodium Grenswerk; Atelierwoningen	Herontwikkeling van economische 'plinten' door middel van mode; Investeringsproject openbare ruimte Buitengewoon Beter;
	<i>Beleidsinterventies</i>	Zelf geen beleid gevormd; tijdelijk uitgeven leegstaande panden; Aantrekken Koekoek BV voor aanjagen creatieve industrie	Strategie voor zichtbaar maken mode in Arnhem; Vormen van modecluster in Klarendal één speerpunt in deze strategie; Modeketen lokaal uitvoeren
	<i>Beleidsvormingsproces</i>	Vasthouden aan wijkontwikkelingsplan (masterplan)	Organisch
	<i>Betrokkenheid bewoners</i>	Relatief laag	Hoog
Rol hogere overheden en woningcorporatie in creatief clusterbeleid	<i>Rol hogere overheden</i>	Verstrekken van subsidie(financierend)	Financierend en zorgen voor publiciteit
	<i>Rol woningcorporatie</i>	Volgen van plannen gemeente; realiseren sociale nieuwbouw en commerciële ruimtes; Beheer tijdelijke leegstand	Leidende rol in herstructurering; veel investeren in commerciële activiteiten; Investeren in wijk buiten kerntaken; rekening houden met sociale aspecten
(Sociale) effecten en ervaring originele ruimtegebruikers van het creatieve cluster	<i>Ervaring originele ruimtegebruikers</i>	Straalt geen creativiteit uit. Q4 geen cultuurwijk	Draagvlak van overgrote deel bewoners; Deel bewoners heeft niets met mode
	<i>Leefbaarheid(inclusief veiligheid).</i>	Drugscriminaliteit enorm vermindert, veiligheid toegenomen; nieuwe overlast voor	Veiligheidssituatie enorm verbeterd; Af en toe incidenten of ongeregelde heden; positief over woonomgeving

		terug gekomen	
	<i>Sociale cohesie</i>	Laag	Relatief hoog
	<i>Gentrificatie(displacement).</i>	Indirect(in beperkte mate)	Zowel direct als indirect(in beperkte mate)
Overig	<i>Belang creatieve opleiding</i>	Creatieve opleiding ontbreekt, geen aanwas van creatief talent	Belangrijk voor aanwas creatieve ondernemers + vervolmaken modeketen
	<i>Duurzaam karakter van het creatieve cluster</i>	Nee, creativiteit is uit de wijk vertrokken	Ja, inmiddels heeft het Modekwartier zo'n 50 creatieve ondernemingen

Figuur 8: Overzichtstabel creatief clusterbeleid Q4, Venlo en Klarendal, Arnhem.

Zoals men kan zien is in beide cases het creatieve clusterbeleid ontstaan uit voornamelijk sociale motieven. Drugsproblematiek voerde in beide cases de boventoon, de situatie was onveilig en men vond dus dat er echt iets moest gebeuren om deze problematiek de kop in te drukken. Het creatief clusterbeleid in Q4 is voornamelijk vanuit serendipiteit (toeval) ontstaan, in een beleidvacuüm waar men niet precies wist wat men ging doen met aangekochte leegstaande panden van voorheen malafide partijen. Klarendal had daarentegen nog economische redenen voor de uitvoering van haar beleid. Bewoners wilden de economische activiteit en bedrijvigheid, die vroeger altijd in de wijk aanwezig was, weer herstellen. Arnhem wilde zich daarnaast profileren als Modestad en mode prominenter in de stad zichtbaar maken. Het belang van kunstacademie Artez en haar studenten die van oorsprong veelal in Klarendal woonden werd steeds duidelijker. Hieruit is het idee ontstaan om van Klarendal een modecluster te maken.

Echt beleid voor het aantrekken van de creatieve industrie of het vormen van een creatief cluster is er in Venlo voor Q4 nooit geweest. Wel is er een wijkontwikkelingsplan gevormd waarin de algemene herstructurering van Q4 werd beschreven. Hierin stond dat Q4 een hoogwaardige binnenstedelijke woonwijk moest worden, waar eventueel wel enige ruimte voor cultuur werd geboden. Daarom heeft men leegstaande panden in de wijk tijdelijk uitgegeven aan creatieve ondernemers die in die panden zelf een onderneming konden starten tot men daadwerkelijk overging met het uitvoeren van het wijkontwikkelingsplan. Verder heeft men als gemeente zijnde Koekoek BV aangesteld om de creatieve industrie in de wijk verder aan te jagen. Dit hield het aantrekken van bedrijven in die zij vervolgens van opdrachten en klanten moesten voorzien. In de fysieke ruimte heeft men vooral geïnvesteerd in het opwaarderen van de openbare ruimte, waarin naar vonden uit archeologisch onderzoek zoals de stadsmuur van Venlo en verhalen uit het verleden wordt verwezen. Als succesvolle culturele voorziening in de wijk is Poppodium Grenswerk ontwikkeld die veel culturele aantrekkingskracht heeft in en buiten Venlo. Ook zijn er voor de lange

termijn commerciële ruimtes, zogenaamde atelierwoningen nieuw gebouwd waar wonen en werken gecombineerd kunnen worden en het creatieve ondernemerschap uit de tijdelijke fase kunnen worden behouden. Gedurende het project zijn bewoners relatief weinig betrokken geweest. In Klarendal is er wel beleid gevormd voor het vormen van een creatief cluster in de vorm van een strategie. Deze strategie gold voor Arnhem in het algemeen om mode meer zichtbaar te maken. Daarin stonden diverse speerpunten, en één daarvan was het speerpunt om een modecluster te vormen waar wonen, werken en verkopen gecombineerd konden worden. Het doel was om de gehele modeketen van idee tot product in Klarendal te vestigen. Dit heeft men vervolgens gedaan door de economische assen van Klarendal, 'de plinten' te herontwikkelen. Dit is volgens een organisch proces verlopen. Het vormen van een modecluster, het Modekwartier, was het doel maar daarbinnen heeft men ook steeds gekeken naar kansen. Uiteindelijk heeft men dan ook meer ruimte gegeven aan niet-mode ondernemingen zoals horeca gelegenheden of een art hotel om het creatieve cluster te versterken. Er is om in de woorden van Florida te spreken geïnvesteerd in de 'Quality of place' om een aantrekkelijke en diverse omgeving voor de creatieve ondernemers te creëren. Middels het investeringsproject Buitengewoon Beter heeft de gemeente dan ook de openbare ruimte een flinke impuls gegeven met als doel die aantrekkelijkheid van de omgeving verder te stimuleren. Gedurende het project zijn bewoners en andere actoren altijd veel betrokken geweest.

De rol die hogere overheden hebben gespeeld in de vorming van een creatief cluster in Q4 is voornamelijk financierend. Zowel het Rijk en de Provincie hebben in de wijk geïnvesteerd. Vooral de Provincie Limburg investeerde indertijd veel aan creatieve industrie en hebben dan ook twee tranches subsidie aan Q4 verleend. Het Rijk investeerde voornamelijk in de wijk onder de noemer ruimtelijke kwaliteit. Alle kosten rondom het verbeteren van de openbare ruimte in Q4, zoals bestrating, openbare voorzieningen, etcetera werden door het Rijk vergoed. Woningcorporatie Woonwenz was een andere partner in de herstructurering van Q4. Zij hebben in samenwerking met de gemeente een afsprakenkader opgesteld over de taken die zij zouden uitvoeren in de herontwikkeling van de wijk. Zelf heeft de woningcorporatie dan ook geen visie geschreven over hoe Q4 er in de toekomst uit moest komen te zien, maar heeft men wel meegedacht over de invulling van het wijkontwikkelingsplan dat door de gemeente werd opgesteld. De woningcorporatie stelde zich voornamelijk faciliterend op tegenover de gemeente. Zelf hebben zij een korte periode de tijdelijke leegstand van panden in beheer gehad die vervolgens aan creatieve ondernemers werden verhuurd aan de hand van de leegstandswet en hebben ze nieuwbouw gerealiseerd in de vorm van commerciële ruimtes/atelierwoningen waar wonen en werken gecombineerd konden worden. Ook in Klarendal hebben hogere overheden voornamelijk een financierende rol gespeeld in de vorming van het Modekwartier. Vanuit Europa, het Rijk en de Provincie heeft men geld ontvangen voor het ontwikkelen van creatieve industrie. In 2007 is Klarendal daarnaast benoemd tot een Vogelaarwijk en

heeft het Rijk extra geld voor de wijk gereserveerd om op sociaal, economisch en fysieke aspecten Klarendal een zet in de rug te geven. Daarnaast heeft met name het Rijk gezorgd voor veel publiciteit omtrent Klarendal. Klarendal gedroeg zich als voorbeeld wijk die in het beleid paste van het beleid van Minister Vogelaar. Het Rijk is op bezoek geweest in Klarendal en er werd veel over de wijk geschreven zowel positief als negatief. De woningcorporatie Volkshuisvesting heeft een cruciale rol gespeeld in de vorming van het creatieve cluster in Klarendal. Zij hebben hierin echt de leiding genomen. Volkshuisvesting voelde zich genooddaakt om iets aan de verpaupering van de wijk te doen heeft het initiatief genomen om leegstaande panden op de economische assen van de wijk op te kopen en te herontwikkelen voor de modeketen. Dit was speciaal aangezien het investeren in commerciële doeleinden niet tot de kerntaken van de woningcorporatie hoorde. Volkshuisvesting wilde een plezierige wijk voor haar huurders creëren waar veel activiteiten plaatsvinden, dan is er namelijk geen ruimte voor slechte dingen. De manier om dat te doen was volgens Volkshuisvesting om meer winkels te kopen, op te knappen en vervolgens te verhuren tegen relatief lage huren, zodat meer creatievelingen zich zouden vestigen in Klarendal. Naast fysieke ingrepen heeft Volkshuisvesting ook altijd oog gehad voor sociale aspecten in de wijk en zijn bewoners en ondernemers altijd door hun betrokken geweest in de herstructurering van Klarendal.

Het project Q4 is door de oorspronkelijke bewoners niet altijd als positief ervaren. Q4 werd al vrij snel als cultuurwijk bestempeld, maar volgens de bewoners was dit helemaal niet het geval. Men had ook geen behoefte aan een creatieve wijk, men wilde voornamelijk betere huisvesting. Tegenwoordig wordt de wijk ook helemaal niet als creatief cluster ervaren. Er zijn wel atelierwoningen gebouwd om een levendige sfeer in de wijk te creëren maar deze commerciële ruimtes worden niet op de juiste manier gebruikt. Ramen zijn dichtgeplakt en men wil niet gezien worden. De wijk straalt geen openheid en gezelligheid uit maar is heel gesloten en iedereen leeft individueel. De sociale cohesie in de wijk wordt dan ook als laag ervaren. Mensen, zowel creatievelingen als andere bewoners, leven hun eigen leven langs elkaar en activiteiten zijn in de loop der jaren ook weer afgenomen na het vertrek van de meeste creatievelingen. De leefbaarheid is desondanks in de wijk wel enorm verbeterd in vergelijking met de periode waarin drugscriminaliteit de boventoon voerde. Incidenten rondom drugsgerelateerde activiteiten zijn enorm afgenomen terwijl de veiligheid juist is toegenomen. Toch ervaren vooral originele bewoners nieuwe overlast van een nieuwe groep arbeidsmigranten die na het vertrek van creatieve ondernemers zijn intrek in de wijk hebben genomen. Zij bezorgen overlast gerelateerd aan het dumpen van vuil of het produceren van geluidsoverlast tot in de late uren. Van directe displacement als gevolg van gentrificatie kan men niet spreken in Q4. Er zijn nooit opzettelijk mensen uit de wijk verdrongen aldus de gemeente, enkel de malafide partijen die in panden zaten die door het drugsproject Hector verworven zijn. Dit heeft echter niets met het creatieve cluster van doen. Wel bestaat er de mogelijkheid dat er sprake is

geweest van indirecte displacement, aangezien niet alle bewoners positief stonden tegenover het stempel cultuurtijk, de wijkcultuur is veranderd en het creatief ondernemerschap intimiderend overkomt op enkele bewoners. Dit zal echter in beperkte mate zijn voorgekomen aangezien er indertijd weinig in Q4 werd gewoond. In Klarendal is het initiatief vanuit de bewoners zelf gekomen om iets met de wijk te doen, aangezien de situatie waarin het verkeerde volgens hen niet meer langer kon. Het overgrote deel van de bewoners van Klarendal maakte het niet uit wat er in de panden kwam. Zoals het er voorheen uitzag met al die junks en krakers kon volgens hen gewoon niet langer. *“Kijk en je hoeft het niet eens te zijn met de modewinkels die er zitten maar je mag wel hartstikke blij zijn met hoe mooi het geworden is (Dassen, persoonlijke communicatie, 2014).”* Het proces waarin dit Modekwartier tot stand is gekomen is heel langzaam verlopen middels een organisch proces waarbij bewoners en andere actoren altijd betrokken zijn geweest door zowel Volkshuisvesting als de gemeente. Er is een sociale tafel opgericht waarin issues die in de wijk speelden konden worden besproken. Dit is door de bewoners altijd als prettig ervaren. Je hebt altijd mensen nodig die je steunen, je kunt dit niet alleen. Volgens bewoners is dit goed gelukt en is er vanuit de bevolking altijd voldoende draagvlak geweest voor de komst van het Modekwartier als creatief cluster in Klarendal. Dit heeft geleid tot een toenemende burgerparticipatie en diverse personen die iets wilden gaan ondernemen of ideeën hadden over het Modekwartier. Of zoals De Wilde (z.d.) het verwoord: *“Succes kent velen vaders en dit project heeft extreem veel vaders.”* Een deel van de bewoners stond echter negatief tegenover het Modekwartier aangezien zij niets met mode hebben en liever traditionele bedrijvigheid in de wijk terug willen zien waar zij zelf iets aan hadden, zoals een bakker of een slager. Ook in Klarendal is de leefbaarheid enorm verbeterd. De veiligheidssituatie zoals die nu is, is echt enorm verbeterd met hoe die was, hoewel men nog steeds wel het idee heeft dat er hier en daar nog af en toe gedeald wordt of dat er andere criminele activiteiten plaatsvinden, maar dit is lang niet meer zo erg als vroeger. Kwantitatief uit statistieken bleek dat Klarendal het inmiddels heel goed deed. Voorheen scoorde Klarendal altijd ondermaats op de kwaliteit van woningen, service en leefomgeving in de wijk, namelijk een 6,5 terwijl een 7 voldoende was en een 7,4 het landelijke gemiddelde. Dit bleef heel lang hetzelfde in Klarendal totdat het in 2009 ineens naar een 7,2 sprong. Er is volgens bewoners een goede sociale mix van bevolkingsgroepen in de wijk ontstaan waarin de sociale cohesie als hoog ervaren wordt. Er wordt elk jaar een groot evenement gehouden, de Nacht Van De Mode, en daar zijn ook altijd wijkbewoners bij betrokken. Daarnaast zijn er diverse modeondernemers geweest die mee hebben geholpen om allochtone vrouwen in de wijk aan een naaiatelier te helpen. Men probeert elkaar onderling te helpen. Displacement heeft in Klarendal zowel direct als indirect in beperkte mate plaatsgevonden. Op sommige plekken in de wijk is de vastgoedwaarde dermate gestegen dat het voor enkele inkomensgroepen niet meer financieel mogelijk is om zich daar te vestigen. De

gemeente denkt echter dat dit proces vertraagd wordt door Volkshuisvesting. Zij hebben veel bezit in de wijk en de mogelijkheid om deze inkomensgroepen toch in de wijk te huisvesten. Zouden zij al hun bezit verkopen daarentegen dan zullen lagere inkomensgroepen door prijsstijging uit de wijk worden verdreven. Indirecte displacement zal net als in Q4 bij een deel van de bevolking plaatsvinden aangezien zij zelf niets met mode hebben en zich daardoor niet meer in de wijk thuisvoelen.

Het ontbreken van een creatieve opleiding in Venlo ervaart de gemeente als een nadeel. Venlo heeft wat dat betreft een te kleine kritische massa om daar draagvlak voor te creëren. Hierdoor missen zij de aanwas van creatief talent en de kennis om met creatieve industrie om te gaan, waar steden zoals Eindhoven met een Design Academy dit wel hebben. Het creatieve cluster in Q4 heeft geen duurzaam karakter in die zin dat het op de lange termijn nog steeds bestaat. De gemeente heeft vastgehouden aan haar masterplan om van Q4 een woonwijk te maken, en heeft relatief weinig ruimte geboden voor creatieve/culturele activiteit op de lange termijn. Mede hierdoor en het gebrek aan kennis en financiële middelen betreffende creatieve industrie heeft het creatieve cluster haar aantrekkelijkheid verloren. Het gevolg is dat veel creatieve ondernemers inmiddels de wijk weer hebben verlaten.

Het belang van Artez als creatieve opleiding in Arnhem is van enorme waarde geweest in dit project. *“De academie is cruciaal voor de aanwezigheid van zoveel creatief talent, of liever gezegd, van dit specifieke mode talent.”* (Jongelie, persoonlijke communicatie, 2016). Opleiding is heel belangrijk in het concept van het Modekwartier. Zonder de academie zou men de aanwas van creatief talent niet gehad hebben en twijfelt men of het Modekwartier op deze schaal zou kunnen blijven bestaan. Zij hadden namelijk ook een belangrijke rol in het vervolmaken van de modeketen die lokaal in Klarendal gevestigd moest worden. Er werden contacten gelegd tussen Artez en het Modekwartier, en Artez speelde een belangrijke rol in het vormen van faciliteiten voor sampling, waar assisterende beroepen en studenten van Artez tevens getraind konden worden. Het Modekwartier in Klarendal heeft wel een duurzaam karakter. Inmiddels zijn er zo’n 50 creatieve ondernemingen in het Modekwartier gevestigd. Zij hadden wel de financiële middelen en de kennis om op dergelijke maat en schaal een creatief cluster op te zetten.

5. Conclusie

5.1 Beantwoording van de vraagstelling

In deze conclusie zal antwoord worden gegeven op de eerder geformuleerde hoofdvraag. De hoofdvraag van dit onderzoek zag er als volgt uit: *Waarom, hoe en met welke effecten is er creatief clusterbeleid uitgevoerd in Klarendal, Arnhem en Q4, Venlo?* Deze hoofdvraag zal beantwoord worden aan de hand van vier deelvragen.

In de eerste deelvraag was het de vraag hoe de ideeën van creatief clusterbeleid tot stand waren gekomen en welke beleidsmotieven men heeft gehad om een creatieve klasse aan de wijk te binden. In zowel Q4 als Klarendal waren het voornamelijk sociale motieven zoals een onderdrukte leefbaarheid en een slechte veiligheidssituatie om de wijk te herstructureren. In Q4 zijn de ideeën om de wijk te herstructureren door middel van het aantrekken van een creatieve klassen en het vormen van een creatief cluster toevallig tot stand gekomen in een beleidsvacuüm, waar men nog niet precies wist wat men met de wijk van plan was. Klarendal had daarentegen nog economische redenen voor de uitvoering van haar beleid. Bewoners wilden de economische activiteit en bedrijvigheid, die vroeger altijd in de wijk aanwezig was, weer herstellen. Arnhem wilde zich daarnaast profileren als Modestad en mode prominenter in de stad zichtbaar maken. Het belang van kunstacademie Artez en haar studenten die van oorsprong veelal in Klarendal woonden werd steeds duidelijker. Hieruit is het idee ontstaan om van Klarendal een modecluster te maken.

De tweede deelvraag luidt: *Welke beleidsinterventies en fysieke maatregelen zijn al uitgevoerd of is men van plan uit te voeren om de creatieve klasse vast te houden/ aan te trekken aan de wijk?* In Q4 is er geen beleid ontwikkeld voor het creëren van een creatief cluster. Er is enkel een wijkontwikkelingsplan opgesteld hoe de wijk er in de toekomst uit moest komen te zien, een binnenstedelijke woonwijk. De gemeente heeft zich voornamelijk beperkt tot het tijdelijk aanbieden van leegstaande panden voor creatief ondernemers, het verwerken van cultuur in de openbare ruimte en het creëren van enkele atelierwoningen op de lange termijn waarin wonen en werken gecombineerd kunnen worden. De gemeente heeft zich voornamelijk vastgehouden aan het masterplan (wijkontwikkelingsplan), en relatief weinig ruimte geboden voor creativiteit op de lange termijn. Het betrekken van bewoners in dit proces is nihil geweest. In Klarendal is er wel beleid gevormd voor het vormen van een creatief cluster in de vorm van een strategie. Deze strategie gold voor Arnhem in het algemeen om mode meer zichtbaar te maken. Daarin stonden diverse speerpunten en één daarvan was het speerpunt om een modecluster te vormen waar wonen, werken en verkopen gecombineerd konden worden. Het doel was om de gehele modeketen van idee tot product in Klarendal te vestigen. Dit heeft men vervolgens gedaan door de economische assen van Klarendal, 'de plinten' te herontwikkelen. Dit is volgens een organisch proces verlopen waar het

vormen van een modecluster het doel was maar daarbinnen ruimte was voor nieuwe ideeën zoals horeca en dergelijke faciliteiten, waardoor de *‘Quality of place’*, aantrekkelijker zou worden voor de creatieve klasse. Bewoners werden in Klarendal altijd veel betrokken in het proces.

De derde deelvraag was: *Welke rol hebben hogere overheden en woningcorporaties in het uitgevoerde beleid gespeeld?* In beide cases hebben hogere overheden voornamelijk een financierende rol gespeeld. Zij verstrekten subsidies om cultuur en creativiteit aan te jagen of creatieve industrie verder te ontwikkelen. Klarendal is daarnaast in 2007 benoemd als Vogelaarwijk waardoor er extra geld is gereserveerd door het Rijk om in Klarendal te investeren op sociaal, economische en fysieke aspecten. Klarendal was tevens een voorbeeldwijk waar Vogelaarbeleid perfect werd uitgevoerd dat heeft geleid tot extra publiciteit. De woningcorporatie in Q4 stelde zich voornamelijk faciliterend op tegenover de gemeente. Zelf hebben zij een korte periode de tijdelijke leegstand van panden in beheer gehad die vervolgens aan creatieve ondernemers werden verhuurd aan de hand van de leegstandswet en hebben ze voornamelijk nieuwbouw gerealiseerd in de vorm van sociale huur in de wijk en commerciële ruimtes/atelierwoningen waar wonen en werken gecombineerd konden worden. De woningcorporatie Volkshuisvesting heeft een cruciale rol gespeeld in de vorming van het creatieve cluster in Klarendal. Zij hebben hierin echt de leiding genomen. Volkshuisvesting voelde zich genooddaakt om iets aan de verpaupering van de wijk te doen heeft het initiatief genomen om leegstaande panden op de economische assen van de wijk op te kopen en te herontwikkelen voor de modeketen. Dit was speciaal aangezien het investeren in commerciële doeleinden niet tot de kerntaken van de woningcorporatie hoorde. Volkshuisvesting wilde een plezierige wijk voor haar huurders creëren waar veel activiteiten plaatsvinden, dan is er namelijk geen ruimte voor slechte dingen. De manier om dat te doen was volgens Volkshuisvesting om meer winkels te kopen, op te knappen en vervolgens te verhuren tegen relatief lage huren, zodat meer creatievelingen zich zouden vestigen in Klarendal. Naast fysieke ingrepen hebben zij ook altijd oog gehad voor sociale aspecten die zich in de wijk afspeelden.

Ten slotte was de vierde deelvraag: *Hoe ervaren originele ruimtegebruikers(bewoners) de herstructurering van de wijk middels het aantrekken van een creatieve klasse, en welke (sociale) effecten heeft dit op de wijk?* Het project Q4 is door de oorspronkelijke bewoners niet altijd als positief ervaren. Q4 werd al vrij snel als cultuurwijk bestempeld, maar volgens de bewoners was dit helemaal niet het geval. Men had ook geen behoefte aan een creatieve wijk, men wilde voornamelijk betere huisvesting. Tegenwoordig wordt de wijk ook helemaal niet als creatief cluster ervaren. Er zijn wel atelierwoningen gebouwd om een levendige sfeer in de wijk te creëren maar deze commerciële ruimtes worden niet op de juiste manier gebruikt. Ramen zijn dichtgeplakt en men wil niet gezien worden. De wijk straalt geen openheid en gezelligheid uit maar is heel gesloten en iedereen leeft individueel achter hun eigen deur. De sociale cohesie in de wijk wordt dan ook als laag ervaren. De

leefbaarheid in de wijk is wel enorm toegenomen aangezien drugsgerelateerde activiteiten nauwelijks meer voorkomen. Hier zijn echter andere vormen van overlast voor teruggekomen. Gentrificatie in de vorm van displacement is alleen indirect in beperkte mate voorgekomen. In Klarendal is het initiatief vanuit de bewoners zelf gekomen om iets met de wijk te doen, aangezien de situatie waarin de wijk verkeerde volgens hen niet meer langer kon. Het overgrote deel van de bewoners van Klarendal maakte het niet uit wat er in de panden kwam. Het proces waarin dit Modekwartier tot stand is gekomen is heel langzaam verlopen middels een organisch proces waarbij bewoners en andere actoren altijd betrokken zijn geweest door zowel Volkshuisvesting als de gemeente. De sociale cohesie in de wijk en de burgerparticipatie zijn als hoog en positief ervaren. Er werden diverse activiteiten georganiseerd en bewoners proberen elkaar onderling te helpen waar dat kan. Ook in Klarendal is de drugsproblematiek enorm gereduceerd, hoewel men Gentrificatie en displacement heeft zowel indirect als direct door prijsopdrijving plaatsgevonden, maar net als in Q4, Venlo ook in beperkte mate.

Concluderend kan men stellen dat het clusterbeleid in Venlo is ontstaan vanuit sociale motieven in een beleidsvacuüm, puur als middel om de tijdelijke leegstand die was ontstaan te vullen. Het was een middel en geen doel. Er werd namelijk vastgehouden aan het masterplan om van Q4 een woonwijk te maken en er werd relatief weinig ruimte geboden voor creativiteit. Veel creatieve ondernemers zijn dan inmiddels ook uit de wijk vertrokken. De rol van woningcorporatie Woonwenz in het creëren van een creatief cluster was daarnaast nihil en de sociale effecten zoals een goede sociale mix waar sociale cohesie als hoog wordt ervaren zijn uitgebleven. Bewoners leven grotendeels individueel en naast elkaar. Dit wordt in de literatuur ook wel 'social tectonics' genoemd (Robson and Butler, 2001). De leefbaarheid is wel toegenomen in die mate dat drugcriminaliteit sterk is afgenomen. Echter ervaart men heden ten dage nieuwe overlast zoals geluids- en afvaloverlast. Het clusterbeleid in Arnhem was een veel organischer proces zonder een vast einddoel. Naast het sociale motief wilden bewoners de bedrijvigheid van weleer terug en wilde Arnhem zich verder ontwikkelen als modestad. Hier is echt een koppeling gemaakt tussen wijkontwikkeling en creatieve economie. Het doel was om een cluster te creëren waar wonen, werken en verkopen gecombineerd konden worden waarbij mode als middel fungeerde. Het Modekwartier in Klarendal is uitgegroeid tot een creatief cluster met een duurzaam karakter waar momenteel zo'n 50 creatieve ondernemingen gevestigd zijn. De woningcorporatie Volkshuisvesting heeft een cruciale rol gespeeld in de vorming van het creatieve cluster in Klarendal. Zij hebben de leiding genomen in dit project en hebben het initiatief genomen om leegstaande panden op de economische assen op te kopen en te herontwikkelen voor het modecluster. Dit was speciaal aangezien investeren in commerciële doeleinden niet tot de kerntaken van de woningcorporatie hoorde. Ook in Klarendal is de leefbaarheid enorm verbeterd. De veiligheidssituatie zoals die nu is, is echt enorm verbeterd met hoe

die was, hoewel men nog steeds wel het idee heeft dat er hier en daar nog af en toe gedeald wordt of dat er andere criminele activiteiten plaatsvinden, maar dit is lang niet meer zo erg als vroeger. Er is daarnaast een goede 'social mix' ontstaan waarin de sociale cohesie en burgerparticipatie als hoog respectievelijk positief worden ervaren. Er worden diverse activiteiten ondernomen waar de buurt aan deelneemt en burgers proberen elkaar onderling te helpen daar waar dat kan.

5.2 Discussie, aanbevelingen & reflectie

Discussie

Lees (2000), stelt dat beleidsmaatregelen betreffende gentrificatie 'One size fits all' zijn, en op iedere stad toegepast kunnen worden. Deze beleidsmaatregelen houden geen rekening met eventuele verschillen in schaalgrote en contextuele verschillen. De theorie van Richard Florida om een creatieve klasse aan te trekken als strategie voor gentrificatie zal dus volgens deze bewering overal succesvol toegepast kunnen worden. Wat men in dit onderzoek echter ziet is dat het in Q4, Venlo echter ontbreekt aan de benodigde kennis en financiële middelen om de creatieve klasse op de lange termijn aan zich te binden. De creatieve industrie was namelijk totaal nieuw voor hen. Het ontbreekt hen aan de door Hospers en Beugelsdijk (2012) geformuleerde 'Contingencies necessary, but not sufficient'. Deze zijn essentieel in het overnemen van beleid dat elders met succes is uitgevoerd. Het ontbreekt in Q4 daarnaast aan Talent, één van de 3T's die Florida (2005) als noodzakelijke conditie om de creatieve klasse aan te trekken. De gemeente Venlo geeft zelf ook aan dat zij het als nadeel zien dat zij geen creatieve opleiding hebben die de aanwas van dit creatieve talent zou moeten waarborgen. Het creëren van zo'n creatieve opleiding is niet mogelijk in veel kleine steden aangezien de kritische massa, het draagvlak daar te klein voor is. Het vormen van een creatief cluster als strategie voor gentrificatie is hier dan ook niet geheel geslaagd. In Klarendal is het aantrekken van een creatieve klasse en het vormen van een creatief cluster wel een succes geworden. Arnhem heeft met kunstacademie Artez wel een kennisinstelling die zorgde voor genoeg aanwas van creatief talent. Daarnaast speelde Artez een belangrijke rol in het vervolmaken van de modeketen en kennis over de creatieve industrie. In Klarendal beschikte men ook over genoeg financiële middelen voor het vormen van zo'n creatief cluster. De rol van woningcorporatie Volkshuisvesting is hier echter wel van cruciaal belang geweest. Zij hebben veel geld geïnvesteerd in het opkopen, opknappen en verhuren van commerciële ruimtes. Daarbij hebben ze nog in veel andere commerciële projecten zoals de komst van horecaondernemingen geïnvesteerd. Dit is gebeurd in een tijd dat woningcorporaties nog veel vrijheid hadden om haar eigen vermogen aan te wenden. In de huidige tijd van verminderde bevoegdheden voor woningcorporaties had Volkshuisvesting nooit in deze

schaal in commerciële activiteiten mogen investeren en is het de vraag of een creatief cluster ook in Klarendal Arnhem wel haalbaar zou zijn.

Reflectie & aanbevelingen

Beide cases die in dit onderzoek zijn beschreven zijn begonnen met clusterbeleid in een tijd waarin woningcorporaties nog meer vrijheid hadden in haar investeringen. Aangezien in dit onderzoek maar twee cases beschreven zijn, zou ik dan ook aanbevelen om in de toekomst nog meer onderzoek te doen naar gentrificatie en clusterbeleid in middelgrote of kleine steden in zowel Nederland als het buitenland aangezien er op het moment in de literatuur vaak grote wereldsteden en 'best practices' als case worden genomen. Verder zou ik aanbevelen om in de Nederlandse context onderzoek te doen naar middelgrote of kleinere steden betreffende clusterbeleid, die recenter zijn uitgevoerd en waar de nieuwe regelgeving van woningcorporaties wel al van toepassing is. Daarmee kunnen meer valide uitspraken worden gedaan of steden die lager staan op de stedelijke hiërarchie ook daadwerkelijk creatief clusterbeleid kunnen toepassen als strategie voor gentrificatie. Naast deze aanbevelingen voor vervolgonderzoek in de theorie zijn er ook twee aanbevelingen voor creatief clusterbeleid in de praktijk. Op basis van dit onderzoek en deze cases doen steden er ten eerste goed aan om middels een organische benadering te werken. Sta open voor nieuwe ideeën tijdens het ontwikkelingsproces en houdt niet (te lang) vast aan een masterplan. Daarnaast is het verstandig om tijdens de realisering van een creatief cluster veel in contact te staan met bewoners en vanuit een bottom-up benadering een project te starten. Hierdoor krijgt men meer kans op voldoende draagvlak van een dergelijk project bij bewoners en zal de kans van slagen groter worden.

Voor de beantwoording van deelvraag 4 naar de effecten en ervaringen van bewoners in dit onderzoek is per case slechts met enkele bewoners gesproken. Hierdoor is het lastig om generaliserende uitspraken te doen en kan het zijn dat uitspraken die deze selectieve groep hebben gedaan niet overeenkomen met de situatie in de werkelijkheid. Ik vertrouw er echter erop dat zij tijdens hun interview betrouwbare informatie hebben geleverd. Terugkijkend zou kwantitatief onderzoek zich meer lenen voor de beantwoording van deze deelvraag.

Door diepte-interviews te houden met een diverse groep respondenten heb ik een breed beeld kunnen krijgen van clusterbeleid in beide cases. Tijdens de interviews zelf had ik soms echter moeite om de structuur aan te houden die ik van te voren had opgesteld. Ik liet de respondenten vaak iets te vaak zelf hun verhaal vertellen waardoor de interviews vaak omvangrijk werden qua tijd en ik niet altijd alle antwoorden op mijn vragen heb kunnen krijgen. Dit verliep na enkele interviews echter wel steeds beter. Verder heb ik een telefonisch interview gehad aangezien de desbetreffende respondent aangaf niet veel tijd te hebben. Face-to-face interviews hebben het voordeel dat de interviewer inzicht heeft op gezichtsexpressies en andere lichaamstaal. Deze kunnen helpen bij de

interpretatie van vragen en antwoorden en kan men respondenten helpen als men een vraag niet begrijpt, of hij extra informatie nodig heeft. Telefonische interviews hebben dit voordeel niet, en is het bijvoorbeeld lastig in te schatten hoeveel tijd een respondent nog heeft voor het beantwoorden van vragen. Uit dit interview is desondanks wel relevante informatie naar boven gekomen maar in de toekomst zou ik toch proberen om nog een afspraak te maken voor een face-to-face interview.

Literatuur

Baris, M. (2003). Review of Richard Florida: *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community, and everyday life*. *The Next American City* 1, 42–5.

Basten, F. (2009). Het Nederlandse beleid voor de creatieve economie: te veel vliegen in één klap?. *Journal of Social Intervention: Theory and Practice*, 18(1), 72-85.

Butler, T., & Robson, G. (2001). Social capital, gentrification and neighbourhood change in London: a comparison of three south London neighbourhoods. *Urban Studies*, 38(12), 2145-2162.

Carpenter, J., & Lees, L. (1995). Gentrification in New York, London and Paris: An International Comparison*. *International Journal of Urban and Regional Research*, 19(2), 286-303.

Centraal Bureau voor de Statistiek / Topografische Dienst Kadaster. (2008). *Ligging Klarendal in Arnhem*. Overgenomen op 15 mei 2016, van:
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Map_-_NL_-_Arnhem_-_Wijk_07_Klarendal.svg

Creswell, J. W. (2012). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage.

DTO. (2015). *Modekwartier Klarendal – Onstaansgeschiedenis*. Geraadpleegd op 20 maart 2015, van:
http://dto.nu/downloads/DTO-College-2015_Modekwartier_Klarendal_Ontstaan.pdf

Evans, G. (2009). From cultural quarters to creative clusters—creative spaces in the new city economy. *The sustainability and development of cultural quarters: International perspectives*. *Institute of Urban History, Stockholm*, 3259.

Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. Routledge.

Florida, R. (2012). *The rise of the creative class, revisited*. New York: Basic Books.

Frank, M. C. (2009). Imaginative Geography as a Travelling Concept: Foucault, Said and the spatial turn. *European journal of English studies*, 13(1), 61-77.

Foord, J. (2009). Strategies for creative industries: an international review. *Creative Industries Journal*, 1(2), 91-113.

Gemeente Arnhem. (z.d.). *Arnhem in cijfers: Bevolkingsontwikkeling-Arnhem*. Geraadpleegd op 23 maart 2016, van:
https://arnhem.buurtmonitor.nl/jive?presel_code=thema1_1&cat_open_code=c

Gemeente Arnhem. (2003). *Wijkperspectief Klarendal Kleur en Karakter*. Geraadpleegd op 20 maart 2015, van:
<http://www.klarendal.nl/wp-content/uploads/klarendal/wijkperspectiefklarendal.pdf>

Gemeente Venlo. (2013). *Bestemmingsplan t' Schriksel (Q4 fase 2)*.

Gemeente Venlo. (z.d.). *Gemeente Venlo in cijfers*. Geraadpleegd op 23 maart 2016, van:
https://venlo.incijfers.nl/jive/?cat_open_code=c_6147&presel_code=ps_kengetal_1

Gemeente Venlo. (z.d.). *Wijkontwikkelingsplan Q4 in vogelvlucht*. Geraadpleegd op 23 maart 2016, van: http://www.q4.nl/klanten/q4/media/documenten/Folder%20WOP_vogelvlucht.pdf

- Hackworth, J., & Smith, N. (2001). The changing state of gentrification. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 92(4), 464-477.
- Hospers, G. J., & Beugelsdijk, S. (2002). Regional cluster policies: learning by comparing?. *Kyklos*, 55, 381-402.
- Kajornboon, A. B. (2005). Using interviews as research instruments. *E-journal for Research Teachers*, 2(1).
- Karnoefel, H. (2010). *Ligging Q4 in Venlo*. Overgenomen op 15 mei 2016, van: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Map_VenloNL_Kwadrant4.PNG
- Keating, L. (2000). Redeveloping Public Housing: Relearning Urban Renewal's Lessons. *Journal of the American Planning Association*, 66(4), 384-397.
- Kennisbank Platform 31. (z.d.). *Q4, Venlo*. Geraadpleegd op 25 maart 2016, van: <http://kennisbank.platform31.nl/pages/27642/Venlo-Q4.html>
- Kleinhans, R.J., L. Veldboer en J.W. Duyvendak. (2000). *Integratie door differentiatie? Een onderzoek naar de sociale effecten van gemengd bouwen*, Den Haag/Rotterdam (Ministerie VROM/Erasmus Universiteit).
- Kleinhans, R. J. (2005). *Sociale implicaties van herstructurering en herhuisvesting*. TU Delft, Delft University of Technology.
- Kothari, C. R. (2004). *Research methodology: Methods and techniques*. New Age International.
- Lees, L. (2000). A reappraisal of gentrification: towards a 'geography of gentrification'. *Progress in human geography*, 24(3), 389-408.
- Lees, L. (2008). Gentrification and social mixing: towards an inclusive urban renaissance?. *Urban Studies*, 45(12), 2449-2470.
- Ley, D. (1986). Alternative explanations for inner-city gentrification: a Canadian assessment. *Annals of the association of american geographers*, 76(4), 521-535.
- Ley, D. (1996). *The new middle class and the remaking of the central city*. Oxford University Press.
- Lowry, I. (1960). Filtering and housing standards, *Land Economics*, 36, pp. 362-370.
- Ministerie van VROM. (1997). *Nota Stedelijke Vernieuwing*, Den Haag (Ministerie van VROM).
- National Intelligence Council. (2012). *Global Trends 2030: Alternative Worlds*. NIC: Washington.
- NRP Guldenfeniks. (z.d.). *Modekwartier Klarendal Gebiedstransformatie*. Geraadpleegd op 28 maart 2016, van <http://www.nrpguldenfeniks.nl/hall-of-fame/jaargangen/2011/gebiedstransformatie/modekwartier-klarendal-1/>
- Planbureau voor de Leefomgeving. (2015). *De economie van de stad*. Geraadpleegd op 15 april 2016, van

http://www.pbl.nl/sites/default/files/cms/publicaties/PBL_2015_De%20economie%20van%20de%20stad_1723.pdf

Peck, J. (2005). Struggling with the creative class. *International journal of urban and regional research*, 29(4), 740-770.

Q4. (z.d.). *Historie*. Geraadpleegd op 25 maart 2016, van: <http://www.q4.nl/het-verhaal/historie/>

Raspe, O., & voor de Leefomgeving, P. (2013). De economie van de stad in de mondiale concurrentie. *Raad voor de Leefomgeving, Toekomst van de Stad, Den Haag: Raad voor de Leefomgeving*.

Redfern, P. A. (1997). A new look at gentrification: 1. Gentrification and domestic technologies. *Environment and Planning A*, 29(7), 1275-1296.

Rijksoverheid. (z.d.). *Leefbaarheid*. Geraadpleegd op 6 februari 2016, van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/leefbaarheid>

Robson, G., & Butler, T. (2001). Coming to terms with London: middle-class communities in a global city. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(1), 70-86.

Schoon, N. (2001). *The Chosen City*. London: Spon Press.

Smith, N. (1979). Toward a theory of gentrification a back to the city movement by capital, not people. *Journal of the American Planning Association*, 45(4), 538-548.

Smith, N. (2002). New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy. *Antipode*, 34(3), 427-450.

Snippe, J., Bieleman, B., Kruize, A., & Naayer, H. (2005). *Hektor in Venlo: Eindevaluatie: inspanningen, proces en resultaten 2001-2004*. Intraval.

Snippe, J., Bieleman, B., & Kruize, A. (2004). *Hektor in Venlo: Monitoren drugsoverlast Venlo tussenmeting*. Intraval.

Stone, D. (2001). Learning lessons, policy transfer and the international diffusion of policy ideas.

Terhorst, P., & van de Ven, J. (1998). "Urban policies and the polder model: two sides of the same coin" *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 89 467-473

Tunstall R. (2003). "'Mixed tenure' policy in the UK: privatisation, pluralism or euphemism?" *Housing Theory and Society* 20 153-159

Van Aalst, I., & Stadsgeografie, U. R. U. (2005). De creatieve staat van de creatieve stad. *Handboek voor cultuurbeleid*, 70, 151-186.

Vandergrift, J. (2006). Gentrification and Displacement. *Urban Altruism*, 1-10.

Vennix, J. A. M. (2011). *Theorie en praktijk van empirisch onderzoek*. Pearson/Custom Publishing.

Verschuren, P. J., & Doorewaard, H. (2015). *Het ontwerpen van een onderzoek*. (5e druk ed.). Den Haag: Boom Lemma.

Uitermark, J., Duyvendak, J. W., & Kleinhans, R. (2007). Gentrification as a governmental strategy: social control and social cohesion in Hoogvliet, Rotterdam. *Environment and Planning A*, 39(1), 125-141.

United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2014). *World Urbanization Prospects: The 2014 Revision, Highlights (ST/ESA/SER.A/352)*.

Yin, R. K. (2013). *Case study research: Design and methods*. Sage publications.

Bijlagen

Overzicht

Bijlage 1: Respondentenlijst

Bijlage 2: Figurenlijst

Bijlage 3: Onderzoeksplanning

Bijlage 4: Interviewguide

Bijlage 1: Respondentenlijst

Q4, Venlo

- Daan de Haan, (13-04-2016). Creatief ondernemer en oud bewoner Q4 Venlo.
- Fransz Rombouts, (04-05-2016). Origineel bewoner Q4 Venlo.
- Marcel Tabbers, (28-04-2016). Directeur Koekoek BV. & oud bewoner Q4 Venlo.
- Peter Renkens, (25-04-2016). Manager gebiedsontwikkeling woningcorporatie Stichting Woonwenz.
- Stella Janssen, (12-04-2016). Projectleider Q4 Gemeente Venlo.
- Tienieke Verstegen, (20-04-2016). Initiatiefneemster creativiteit/cultuur in Q4 Venlo.

Klarendal, Arnhem

- Berry Kessels, (13-03-2014). Manager Wonen woningcorporatie Volkshuisvesting.
- Berry Kessels, (23-01-2015). Manager Wonen woningcorporatie Volkshuisvesting.
- Chris Zeevenhoven, (20-03-2014). Wijkmanager Gemeente Arnhem.
- Esther van Groeningen, (04-12-2015). Ondernemer in het Modekwartier Klarendal.
- Gerrit Dassen, (02-10-2014). Origineel bewoner Klarendal, Arnhem.
- Marco de Wilde, (z.d.). Ex-manager Wonen woningcorporatie Volkshuisvesting.
- Mathieu Vaessen, (30-08-2015). Adviseur Seinpost Adviesbureau BV.
- Pieter Jongelie, (18-04-2016). Geestelijk vader van het Modekwartier in Klarendal.

Bijlage 2: Figurenlijst

Figuur 1: Beweegredenen creatief clusterbeleid. Bron: Evans(2009).....	-12-
Figuur 2: Conceptueel model.....	-18-
Figuur 3: Onderzoeksmodel.....	-24-
Figuur 4: Ligging Q4 in Venlo. Bron: Karnoefel(2010).....	-28-
Figuur 5: Begrenzing Q4. Bron: Gemeente Venlo(z.d.).....	-28-
Figuur 6: Ligging Klarenal in Arnhem. Bron: Centraal Bureau voor de statistiek/Topgrafische Dienst Kadaster(2008).....	-29-
Figuur 7: Begrenzing Klarendal. Bron: Gemeente Arnhem(2003).....	-29-
Figuur 8: Overzichtstabel creatief clusterbeleid Q4, Venlo en Klarendal, Arnhem.....	-65-

Bijlage 3: Onderzoeksplanning

Onderzoeksplanning

Om het onderzoek tot een goed einde te brengen is een activiteitenplan met een duidelijke planning nodig die tevens een goede leidraad is waaraan men houvast kan hebben tijdens het onderzoek. Een eerste belangrijke punt waar in de planning rekening mee gehouden moet worden zijn de belangrijke deadlines waarin de bachelorthesis ook daadwerkelijk zijn vorm moet krijgen. Hieronder volgt een overzicht van de belangrijkste deadlines:

Belangrijke deadlines:

- **Onderzoeksvoorstel**
 - **Vrijdag 19 februari:** 1^e gelegenheid
 - **Vrijdag 18 maart:** 2^e gelegenheid
- **Bachelorthesis**
 - **Conceptversie:**
 - **Donderdag 9 juni:** eerste gelegenheid voor het inleveren van de conceptversie van de hele bachelorthesis. Bedenk dat je begeleider tijd moet hebben om je conceptthesis te lezen en dat jij vervolgens nog tijd moet hebben om verbeteringen aan te brengen, allemaal vóór de deadline van de definitieve versie. Als je bij deze gelegenheid een voldragen conceptversie inlevert, moet de deadline voor de 1e gelegenheid haalbaar zijn.
 - **Donderdag 23 juni:** tweede gelegenheid voor het inleveren van de conceptversie van de hele bachelorthesis. Als je bij de tweede gelegenheid een conceptversie inlevert, moet je ervan uitgaan dat je – zonder begeleiding, maar met feedback op de conceptversie – in de zomervakantie aan je scriptie moet werken en deze bij de tweede gelegenheid kunt inleveren.
 - **Definitieve versie:**
 - **Donderdag 23 juni:** 1e gelegenheid tot inleveren van de definitieve versie; uiterlijk op 8 juli beoordeeld door 1e en 2e beoordelaar.
 - **Vrijdag 12 augustus:** 2e gelegenheid tot inleveren van de definitieve versie; uiterlijk op 26 augustus beoordeeld door 1e en 2e beoordelaar.

Activiteiten die gedaan moeten worden:

- **Week 12**(20 t/m 26 maart): Observatie van de wijken + verder zoeken naar theorieën over creatieve clusters.
- **Week 12/13**(20 maart t/m 2 april): Benaderen respondenten voor interview + inplannen interviews + maken interviewguides.
- **Week 14-17**(3 t/m 30 april): Interviews afnemen en waar mogelijk al beginnen met analyseren voltooide interviews.
- **Week 18-20**(1 t/m 21 mei): Analyseren van de verzamelde gegevens.
- **Week 21-23**(22 mei t/m 9 juni): Uitschrijven conceptversie bachelorthesis.
- **Week 24/25**(12 juni t/m 23 juni): Verbeteren conceptversie naar definitieve versie bachelorthesis.

Dagen waarin moeilijk aan bachelorscriptie gewerkt kan worden

- Week 14: van 04-04 tot 08-04 2016, Examenperiode 3
- Week 25: van 20-06 tot 24-06 2016, Examenperiode 4

PS: Verder zijn er tot nu toe nog geen vakanties, etc. gepland waardoor ik verhinderd ben maar dit zou eventueel nog kunnen veranderen. Daarnaast zou ik graag willen weten wanneer u als begeleider niet in staat bent om te kunnen begeleiden zodat ik hiermee rekening kan houden in de planning.

Activiteiten

Voor de uitvoering van activiteiten maak ik gebruik van enkele stappen die in het stappenplan van Verschuren & Doorewaard(2015) worden toegelicht.

- a. Ontwerpen onderzoek: Deze activiteit in het onderzoek is bij het maken van deze planning al voor een groot deel afgerond en wordt voor de daarvoor bestemde deadlines uitgevoerd(19 februari of 18 maart).
- b. Voorbereiding uitvoering: Dit houdt vooral in om kennis te maken met de context waarbinnen het onderzoek gaat plaatsvinden, en/of om vertrouwd te raken met het theoretische materiaal dat bestudeerd moet worden. Ook dit is al deels in het ontwerpen van het onderzoek gedaan maar zal na inlevering hiervan ook nog enkele weken doorgaan. Vooral berichten uit de lokale media en beleidsdocumenten worden hierin ingelezen. De precieze tijd die hiervoor nodig is heb ik niet voor ogen. In een casestudy is hier volgens Verschuren & Doorewaard(2015, p.252) niet veel tijd voor nodig.
- c. Uitwerking onderzoeksoptiek: De vervolgstap is de uitwerking van de onderzoeksoptiek. Dit zijn in dit onderzoek de vorm waarin onderzoek gedaan wordt. Aangezien er gesprekken met deskundigen en een observatie worden gedaan zullen in deze periode vragenlijsten en een observatieschema worden opgesteld.
- d. Verzameling onderzoeksmateriaal: Een belangrijk stap in de casestudy is de verzameling van onderzoeksmateriaal. Het houden van interviews middels een mondelinge ondervraging kost echter veel tijd. Meestal rekent men per interview circa acht uur werktijd, vanaf de voorbereiding tot en met de vastlegging en ordening van interviewgegevens. Ongeveer de helft hiervan is nodig voor vastlegging maar dat valt onder activiteit (e) hierna. Daarom rekenen we voor het afnemen van interviews ongeveer 4 uur. Er zullen waarschijnlijk 6-10 interviews gehouden worden, dit zal waarschijnlijk ongeveer 3 weken in beslag nemen, afhankelijk van de beschikbaarheid van respondenten. Observatie neemt niet zoveel tijd in beslag en zal maar enkele dagen in beslag nemen.
- e. Verslaglegging en eerste analyse: Zodra het onderzoeksmateriaal is verzameld, zal dit direct worden vastgelegd en worden er notities gemaakt van dingen die bij de verzameling en eerste verwerking zijn opgevallen. Dit is een eerste analyse van het materiaal. Men blijft nog heel dicht bij het onderzoeksmateriaal en probeert nog niet expliciet de onderzoeksvragen te beantwoorden. Hieronder valt het transcriberen en coderen van interviews en het analyseren van de observatie.
- f. Werkmateriaal: Na stap (e) wordt het materiaal zoveel mogelijk geïnterpreteerd vanuit de onderzoeksvragen. Het resulterende werkmateriaal vormt de input voor hoofdstukken in het eindrapport. Hier is ook al gauw enkele weken voor nodig.
- g. Aanvullend materiaal: Als het materiaal dat men nodig heeft voor het onderzoek nog onvolledig is, kan men in deze periode bijvoorbeeld meer interviews plannen of nieuwe literatuur etc. bestuderen.
- h. Conceptversie(s): Als men genoeg informatie heeft kan nu begonnen worden aan het schrijven van de conceptversie. Dit zal zeker wat tijd kosten aangezien er

conceptversies van de conceptversie geschreven zullen worden om tot een goed samenhangend geheel te komen. Hier wordt ongeveer 4 weken voor gerekend.

- i. Onderzoeksrapport: Hier wordt na feedback op de conceptversie de uiteindelijke versie van de bachelorthesis geschreven en worden de hoofd- en deelvragen beantwoord en worden aanbevelingen of voorstellen gedaan voor verder onderzoek. Nu wordt ook de lay-out van het verslag netjes op orde gemaakt en alle andere dingen als literatuurlijst en figuren goed in het verslag verwerkt.

Deze activiteiten zullen ongeveer in deze volgorde doorlopen worden. Meerdere activiteiten kunnen op het zelfde tijdstip door elkaar uitgevoerd worden. Hoe lang men ongeveer per activiteit nodig heeft kan verschillen en hangt af van allerlei factoren. Hier zal pas tijdens het onderzoeksproces meer duidelijkheid over komen.

Bijlage 4: Interviewguide

De interviewguide hieronder is een voorbeeld van hoe mij interviews zijn gestructureerd. Per respondent heb ik de onderwerpen en vragen gepast om de juiste informatie te kunnen verkrijgen maar is gewerkt in een vergelijkbare structuur.

Interviewguide Stella Janssen – Projectleider Q4, Venlo

1. Introductie

1. Introductie over mijzelf
 - a. Ik ben Rowan Voermans en ben 3^e jaars bachelorstudent Geografie, Planologie en Milieu aan de Radboud Universiteit van Nijmegen. Ik ben nu bezig met het schrijven van mijn bachelorthesis. Ik heb er voor gekozen om onderzoek te doen naar gentrificatie in vergelijkend perspectief waarbij ik me focus op het waarom, hoe en de effecten van creatief clusterbeleid in Q4, Venlo en Klarendal, Arnhem. Het interview zal ongeveer een uur in beslag nemen en wordt opgenomen.
2. Uitleg waar interview over zal gaan.
 - a. Uitleg van structuur van het interview.
3. Vragen naar introductie van de respondent.
 - a. Welke rol heeft u gespeeld of speelt u nog in de herstructurering van de wijk Q4 tot een creatieve wijk?
4. Zou u de wijk Q4 kunnen beschrijven, voor het werd geherstructureerd?

2. Ontstaan en ontwikkeling idee culturele/creatieve wijk Q4

5. Wat waren de motieven vanuit de gemeente Venlo om de wijk Q4 te herstructureren/ op te knappen?
6. Hoezo is ervoor gekozen om dit te doen middels het creëren van een creatief klimaat? Hoe zijn de ideeën om van Q4 een creatieve wijk te maken ontstaan?
7. Ik heb gehoord dat Tienieke Verstegen de initiatiefneemster was van dit creatieve concept, wat waren haar plannen/ideeën?
8. Hebben jullie Tienieke Verstegen benaderd of is zij uit eigen initiatief naar jullie gekomen?

9. Bij wie zijn deze ideeën vervolgens binnengekomen en wat hebben zij vervolgens met deze ideeën gedaan? In andere woorden hoe hebben de ideeën van Tienke zich in de loop der tijd ontwikkelt?
10. Was er direct voldoende draagvlak bij de gemeente Venlo om van Q4 een culturele/creatieve wijk te maken? En wat vonden de originele bewoners van de wijk ervan?
11. Wie waren naast de gemeente Venlo, andere belangrijke actoren in het planproces?
12. Is er bij de ontwikkeling van het plan een voorbeeld genomen aan een theorie of ander project ergens anders in Nederland of het buitenland waar een wijk is geherstructureerd door middel van het aantrekken van een creatieve klasse?
13. Is er vanuit de bevolking veel weerstand op uw ideeën gekomen of juistte zij deze juist toe?

3. Beleid en uitvoering van culturele/creatieve wijk Q4

14. Wat voor beleid is er gecreëerd voor de herstructurering van Q4 tot een creatieve wijk? Zijn jullie nog van plan om nieuw beleid te creëren (om onder andere) de creativiteit in de wijk te stimuleren?
15. Welke fysieke maatregelen/ingrepen hebben er in de loop der jaren in de wijk plaatsgevonden en wat is men nog van plan te gaan doen?
 - a. Heeft men bijvoorbeeld veel geïnvesteerd in de kwaliteit van de ruimte en het creëren van nieuwe voorzieningen?
16. Heeft u de oorspronkelijke bewoners in de wijk betrokken bij de herstructurering van Q4? Hoe?
17. Rol hogere overheden:
 - Welke rol hebben hogere overheden gespeeld in de vorming van het beleid, omtrent de herstructurering van Q4?
 - Welke rol hebben hogere overheden gespeeld in de uitvoering van het beleid, omtrent herstructurering van Q4?
18. Rol woningcorporatie(s):

- Welke rol hebben woningcorporaties gespeeld in de vorming van het beleid, omtrent de herstructurering van Q4?
- Welke rol hebben woningcorporaties gespeeld in de uitvoering van het beleid, omtrent de herstructurering van Q4?

4. Effecten van de herstructurering

19. Is de bevolkingssamenstelling van de wijk veranderd (diverser geworden) door de herstructurering?
20. Welke effecten heeft de herstructurering gehad op de leefbaarheid van de wijk?
21. Is de wijk veiliger geworden door de herstructurering? Op welke aspecten?
22. Welke invloed heeft de herstructurering gehad op de sociale cohesie van de wijk?
23. Weet u hoe de herstructurering onder de bewoners van Q4 is ervaren?
24. Wat verstaat u onder gentrificatie?
25. Het effect van gentrificatie kan zijn dat mensen, vaak originele bewoners, uit de wijk worden verdrongen, was dit bij Q4 ook het geval?

5. Reflectie

26. Vinden jullie als gemeente dat de herstructurering van de wijk geslaagd is? In welk opzicht?
27. Waar zijn jullie als gemeente niet tevreden over omtrent de herstructurering van Q4? Waarom niet?
28. Ik heb gelezen dat veel creatievelingen in de loop der tijd de wijk hebben verlaten en dat de plannen nu voornamelijk zijn om van Q4 een hoogwaardige woonwijk te maken. Kunt u dit verder toelichten, en is men helemaal van het creatieve concept afgestapt?