

BAVO

PLEIDOOI VOOR  
EEN ONCREATIEVE STAD

Vijf punten voorafgaand aan elke discussie over het lanceren van een cultureel tegenwicht op de huidige doorstart van Rotterdam als creatieve hoofdstad van Nederland

*Eerste aanzet van een nog te voltooien manuscript*

*Rotterdam, 31 augustus 2006*

## 1. ENKEL DE CREATIEVE KLASSE KAN ONS NOG REDDEN?

Gemeten naar traditionele maatstaven, verkeert Rotterdam anno 2006 in een wonderlijke fase. We herinneren ons allemaal de tijd waarin een progressief beleid bestond in het opvoeden, organiseren en emanciperen van de - in Rotterdam overvloedig aanwezige - arbeidersklasse. Het op peil brengen van de bestaansvoorwaarden van deze misdeelde en misnoegde massa - door bijvoorbeeld te voorzien in volkshuisvesting, gezondheidszorg, onderwijs en ontspanningsvoorzieningen - werd gezien als *conditio sine qua non* voor een hechte sociale cohesie alsook een stabiele economie. De koers die Rotterdam vandaag vaart zet deze situatie op zijn kop. Een progressief beleid streeft niet langer naar het stabiliseren van de economie, maar het dynamiseren en innoveren ervan met het oog op haar internationale concurrentievermogen. Zij ijvert niet langer voor het creëren van hele, hechte gemeenschappen, maar stimuleert individuatie en variatie. Hiertoe zet zij niet langer in op de grote meerderheid van de populatie - de middenmoot - maar op kleinere, meer specifieke groepen die - zo beweert men dan - kleur en leven schenken aan de Rotterdamse gemeenschap, zoals kunstenaars, ontwerpers, ICT-nerds, maar ook managers, yups en CEO's.<sup>1</sup> De gevolgen van deze mentaliteitswijziging zijn vandaag overal in Rotterdam zichtbaar. We denken dan bijvoorbeeld aan het nieuwe Lloydkwartier, een megaontwikkeling die door de gemeente Rotterdam en haar geprivilegieerde partners expliciet uitgedacht is als een woonwerkoase voor de creatieve klasse. Een kleiner doch even symptomatisch project is het project 'De dichterblijvende vrijheid' in het Wallisblok te Spangen, waar woningen letterlijk weggeschonken zijn aan jongeren actief in de creatieve sector.

De algemene beleidslijn achter deze twee voorbeelden is duidelijk: eerder dan het optimaliseren van het welvaartspeil van de grootst mogelijke groep, wordt het 'creatieve kapitaal' - dat men lokaliseert in specifieke groepen - afgetapt in het geloof dat het algemene goed hier het meest bij gebaat is. Men is er heilig van overtuigd dat enkel creativiteit het culturele,

sociale én economische leven van Rotterdam uit haar winterslaap kan wekken. Een drietal redenen worden hier doorgaans in stelling gebracht. De creatieve klasse wordt in de eerste plaats gelanceerd als de meest essentiële randvoorwaarde voor een bruisende 'stedelijke cultuur'. Vaak genoemd in dit verband zijn haar onconventionele gedrag, haar excentrieke dagelijkse bezigheden en haar gevarieerde - vaak onnavolgbare - woonwensen. Ten tweede zou dergelijk creatief stedelijk klimaat een sfeer van permanente innovatie en vernieuwing bewerkstelligen die de ideale voedingsbodem vormt voor bestaande en nieuwe economische bedrijvigheid. Tenslotte, gelooft men dat de creatieve sector een aanzuigende werking uitoefenen op andere meerverdieners, waardoor een natuurlijke variatie ontstaat in de bevolkingssamenstelling van een stad. Vooral voor gemeenten als Rotterdam is dit van belang, omdat zij hierdoor de noodzakelijke inkomsten kan genereren, die sociale activiteiten voor de grote massa financieel mogelijk maken - en dit zonder kunstmatige negatieve ingrepen, zoals het plaatsen van een hek rond Rotterdam. Kortom, het pampieren van de creatieve klasse met voordelige vestigingsvoorwaarden, goedkope woonwerkplekken of aantrekkelijke uitgaansgelegenheden wordt vandaag niet gezien als een eenzijdig sociaal beleid gericht op een enkele bevolgingsklasse en dus het herstel van een klassenmaatschappij die loopt op twee snelheden. Het wordt integendeel gepropageerd als het sluitstuk van een progressief beleid waarin iedereen - doch sommigen, van nature, meer dan anderen - zijn of haar creatief potentieel maximaal kan uitbuiten.<sup>2</sup>

## 2. EEN BOHÉMIEN KLIMAAT MAAK JE TOCH GEWOON!

De creatieve klasse is niet alleen interessant als producent van een dynamisch stedelijk klimaat, zij is ook interessant vanwege haar onverzadigbare consumptiedrang. Niet toevallig typeert Richard Florida de hedendaagse creatieveling als een bohémien: een levensgenieter die voor het onderhouden van zijn levenskwaliteit graag in zijn portemonnee tast. Deze karaktertrek is vandaag fel begeerd door steden. Zo stelt Ron Boschma dat "waar de creatieve klasse woont, vestigen bedrijven zich, worden veel nieuwe bedrijven gestart en neemt de werkgelegenheid toe. Want de creatieve klasse is niet alleen creatief en innovatief, ze besteedden ook veel geld aan verschillende vormen van uitgaan zoals horeca en theater, wat leidt tot extra werkgelegenheid en een bijdrage aan de lokale economie."<sup>3</sup> Het inzetten op de bohémiens onder haar inwoners is voor Rotterdam dan ook een investering met een verzekerde 'return'. Dit in tegenstelling tot de oude strategie van het bouwen van sportstadia bijvoorbeeld, die vaak een lage of onzekere 'returnvalue' bood.<sup>4</sup> Om nog maar te zwijgen over de jarenlange investeringen die verdwenen in de bodemloze put van de sociale woningbouw. Vandaag luidt het dat enkel door in te zetten op sectoren met een hoge returnvalue - zoals de bohémiens - Rotterdam de nodige inkomsten kan genereren voor posten die zorgvragend zijn, zoals sociale huisvesting. Kortom, ook als consument is de creatieve klasse vandaag van overlevingsbelang. Zij draagt immers bij aan de constructie van een sterke regionale economie die Rotterdam voorziet van een eigen economisch draagvlak en haar zo niet langer afhankelijk maakt van krachten van 'buitenaf'. Deze overtuiging wordt nog aangewakkerd door het bewustzijn dat Rotterdam met haar havenactiviteiten misschien wel een economische trekker van (internationaal) formaat in huis heeft, maar dat haar succes niettemin bijzonder onzeker is. Een beslissing aan de overkant van de oceaan kan Rotterdam in geen tijd onderdompelen in een financiële crisis, waarvan de schokgolven zich over het ganse Rotterdamse grootstedelijke gebied zullen verspreiden. Het is dan

ook halszaak voor Rotterdam om naast de havenactiviteiten werk te maken van haar creatieve industrie.<sup>5</sup>

Voorals 'grote buur' Amsterdam geldt in deze onzekere economische tijden als lichtend voorbeeld - alsook als naaste concurrent - op vlak van een stedelijk beleid gericht op creativiteit. Rotterdam lijkt hierbij een historische achterstand te hebben ten opzichte van Amsterdam, dat door velen wordt aangemerkt als 'van nature creatief'.<sup>6</sup> En inderdaad, als Florida de homo propageert als het schoolvoorbeeld van de bohémien, en deze vervolgens verheft tot de kritische maatstaf voor bepalen van het creatieve gehalte van steden, dan haalt Amsterdam het ongetwijfeld van Rotterdam met een straatlengte voorsprong. Zoals we echter opmerkten blijft Rotterdam niet bij de pakken zitten en is ze druk met het treffen van allerlei maatregelen om de bestaande creativiteit in de stad aan zich te binden, te mobiliseren, stimuleren, organiseren, enzovoorts. We stoten hiermee op een flagrante contradictie binnen de theorie en praktijk van de creatieve stad. Het is één van haar geloofsartikelen dat een stad, om creatief te zijn, vooral niets moet doen en haar authenticiteit moet behouden. Arjo Klamer omschreef het als "Achteruit leunen en authentiek zijn... Meer nadruk op kennis, dan op de haven."<sup>7</sup> Kortom, Rotterdam moet niet alleen hengelen naar nieuwe contracten met multinationals, maar vooral ruimte bieden aan nieuwe initiatieven die zich spontaan, 'van de bodem op' aandienen. Ondanks dit gepraat over authenticiteit en spontaniteit, is in de praktijk echter vooral het omgekeerde gaande: uit alle creatieve initiatieven spreekt een duidelijk ondernemende houding, alsook een geloof in de maakbaarheid van creatieve stedelijkheid. Men gaat er van uit dat dit ontwikkeld kan worden (Paul Rutten) of toch op zijn minst georganiseerd kan worden (Siebe Thissen). De lokale overheden doen hun uiterste best om op alle mogelijke manieren partners en belanghebbenden te betrekken in de planvorming en uitvoering. We denken hierbij in de eerste plaats aan de vele vormen van publiek-private-samenwerkingen waarbij de kennis en het kapitaal van private partijen aangesproken wordt voor het inrichten en invullen van de stad. Maar ook het 'casco' wegschenken van oude

pakhuizen, industriële panden of vooroorlogse volkshuisvesting aan creatieve professionals is onderdeel van de maakbaarheid van creativiteit. Denk bijvoorbeeld aan het oude VOC-pand dat ter beschikking gesteld werd - onder de voorwaarde dat het pand intact bleef - voor de uitbouw van het muziek- en filmpodium WORM@VOC. En tenslotte, ook de lancering vanuit de lokale overheden van interactieve stadsprojecten zoals de 'Groeibriljanten' - waarin de gewone man de 'kansen' in zijn buurt 'mag' identificeren om zo een steentje bij te dragen aan de uitbouw van het nieuwe Rotterdam, is onderdeel van deze opvallende rémonte van het maakbaarheidsdenken. Op die manier is het creatieve tijdperk niet zomaar een natuurlijke gebeurtenis die zich spontaan aandient als de volgende fase in de historische ontwikkeling van steden. Rotterdam lijkt de geschiedenis vooral een handje te helpen door eerst een creatieve klasse te construeren en te installeren<sup>8</sup> - door een deel van haar bevolking op een troon te zetten die zich dan authentiek en creatief moet gedragen.

### 3. DE HEDONISTISCHE CALVINIST

Als Florida beweert dat 'de plaats' de voornaamste economische en sociale organiserende eenheid is van onze tijd<sup>9</sup>, dan mogen we ons niet vergissen. Het gaat hier niet zomaar om het Marxistische inzicht in wat David Harvey het 'centrale moment van de stedelijke constructie' noemt. Zo stelt Harvey dat "alle politiek-economische processen die we waarnemen bemiddeld zijn doorheen de filter van de stedelijke organisatie", en dus "het stedelijke en de stad niet simpelweg geconstitueerd worden door sociale processen, maar dat deze [juist andersom de sociale processen] constitueren."<sup>10</sup> In tegenstelling hiermee is de factor 'plaats' voor Florida in de eerste plaats afhankelijk van wat hij noemt de 'drie T's': technologie, talent en tolerantie.<sup>11</sup> Al stelt Florida dat deze drie waarden evenwaardig zijn, niettemin wordt tolerantie naar voor geschoven als de belangrijkste van de drie - als een waarde die boven alles verheven is. Kortom, het is duidelijk dat het bij Florida niet zozeer om 'de plaats' gaat, maar om een persoonlijke eigenschap van 'de mens': een tolerante geesteshouding. Hiermee stoten we op een zuivere omkering van de Marxistische overtuiging dat de economisch-ruimtelijke inrichting van de samenleving de basis is van de maatschappelijke constructie - de zogenaamde 'onderbouw' - waarop vervolgens een cultureel-ideologische 'bovenbouw' geconstrueerd wordt. De functie van de laatste bestaat erin om de economische beslissingen te rationaliseren en aannemelijk te maken, bijvoorbeeld door het mobiliseren van religieuze overtuigingen of culturele normen en waarden. Binnen de theorie van de creatieve stad wordt deze rangschikking ondersteboven gekeerd. De psychologische instelling van de mens wordt nu de bepalende factor in de maatschappelijke constructie, terwijl een bloeiende economische ontwikkeling gezien wordt als een effect van de juiste mentaliteit of gemoedstoestand. Vertaald naar het geval van Rotterdam betekent dit dat een duurzame economische ontwikkeling wordt gekoppeld aan de bereidheid van het individu om zijn of haar creativiteit onbelemmerd uit te leven en ten dienste te stellen van de gemeenschap. We stoten hier op een

ontwikkeling die analoog is aan wat Boris Groys identificeert als de psychologisering van het communisme tijdens het bewind van Stalin.<sup>12</sup> Nu duidelijk wordt dat de herstructurering van de maatschappij naar kapitalistische snit niet in staat is haar beloften waar te maken - bijvoorbeeld de belofte van een open en vrije samenleving - worden haar onderdanen opgeroepen zich te gedragen alsof ze reeds vrij en creatief zijn.<sup>13</sup>

Hoe wordt de creatieve klasse nu gemobiliseerd om haar revolutionaire taak op zich te nemen in de historische ontwikkeling naar een creatieve samenleving? In het traditionele marxistische scenario is de 'revolutionalisering' van het proletariaat een logisch gevolg van haar plaats binnen de productieverhoudingen - een plaats die, in het geval van het proletariaat, tevens als symbool fungeert van het structurele onrecht waarop de hele maatschappelijke organisatie is gebouwd. Het gepraat over authenticiteit die de wervingstrategieën van Rotterdam voor creatieve jongelingen doorspekt, maakt pijnlijk duidelijk dat dit gebeurt door de zuivere dwang van het superego. De huidige generatie kunstenaars en ontwerpers zouden wel gek zijn om de vele voordelen die hen toegespeeld worden - de gratis woonwerkplekken, de spannende uitgaansmogelijkheden, enzovoorts - niet met open armen te ontvangen. Deze zijn immers toegesneden om tegemoet te komen aan hun meest intieme verlangen: om hun ingebakken creativiteit de vrije loop te laten en zo 'zichzelf' te worden. Dit is de superegologica ten top: het subject wordt gehanteerd om voor iets te kiezen door de geslepen argumentatie dat hij of zij dit 'iets' niet niet kan doen, omdat hij of zij hiermee zou ingaan tegen zijn eigen 'natuur'. Kortom, het reduceert iets van de orde van een keuze tot dit van een natuurlijke noodzakelijkheid.

Dit is uiteraard een mes dat aan twee kanten snijdt. De creatieve klasse wordt niet alleen met aandrang gestimuleerd om haar aangeboren potentie tot innovatie uit te leven, tegelijk wordt er een massieve verwachting op haar schouders geladen. Dit is de oorzaak van de typische 'gespleten' persoonlijkheid van de

creatieve klasse. Zo stellen Gerard Marlet en Clemens van Woerkens dat de creatieve klasse "een calvinistisch arbeidsethos (met hard werken als doel) verenigt met een hedonistische levensstijl (met genot als doel)."<sup>14</sup> Hoe moeten we dit begrijpen? Doordrongen van haar heilige opdracht, past de creatieve klasse haar hele denken en handelen hiertoe aan: na een bloederige dag van pogingen om haar creativiteit productief te maken, geeft zij zich ter compensatie volop over aan de stedelijke genotcultuur. Verder lijkt de creatieve klasse juist te genieten doorheen haar intensieve arbeidsritme - wat haar een subjectieve structuur biedt die nog het best overeenkomt met de paradoxale structuur van het masochisme: het ontlenen van genot aan pijn. Het is voor buitenstaanders nooit volledig duidelijk wanneer de creatieve klasse nu feitelijk 'arbeid verricht' of zij gewoon 'even lekker aan het genieten' is. Haar dagelijkse arbeid is een feestelijk gebeuren, terwijl haar uitgaansleven een geïntegreerd deel is van haar werk - netwerken tijdens tentoonstellingsbezoeken, interactieve dance-labs, technische discussies met collega's op restaurant, enzovoorts. Eerder dan dat we hier stoten op een authentiek genietend individu, lijkt vooral het omgekeerde het geval te zijn: het hele 'zijn' van de creatieve klasse getuigt van een dwangmatig antwoord op het gebod om creatief te zijn.

#### 4. ROTTERDAM: HOOFDSTAD VAN DE CREATIVITEIT... ÉN POPULISME

Is het verwonderlijk dat binnen deze context - waarin de reeds sterk verwende creatieve klasse allerlei voordelen in de schoot krijgt geworpen - Rotterdam de laatste jaren ook het toneel is geweest van een opstoot aan populisme? Het hoort bij de eerder opgemerkte 'omkering aller waarden' - waarin links onbeschaamd inzet op de creatieve klasse - dat uitgerekend populistisch rechts acteert vanuit een traditioneel 'linkse' positie. Geen wonder dus dat het voornamelijk Leefbaar Rotterdam is die - binnen de discussie over creatief Rotterdam - de voor de hand liggende vraag stelt of het überhaupt wel zo levensnoodzakelijk is om de inmiddels sterk verwende culturele sector te blijven subsidiëren en er ook aan de gewone Rotterdammer gedacht wordt. Op die manier worden we in Rotterdam geconfronteerd met een situatie waarin enkel de meest rechtse partij van Rotterdam hardop durft te zeggen wat iedereen stilletjes denkt en openlijk vragen stelt bij de officiële doctrine die Rotterdam in haar greep houdt: namelijk dat het creatieve legioen dé langverwachte Godsgezanten zijn die de slabbakkende concurrentiepositie van Rotterdam zullen aanscherpen en zo de welvaart van iedereen - niet alleen van henzelf - verzekeren.

Van de ene kant is het hartverwarmend om te zien hoe Leefbaar Rotterdam het laatste beetje democratisch bewustzijn probeert te mobiliseren onder de Rotterdammers. Zo stelt Leefbaar Rotterdam in haar Verkiezingsprogramma 2006-2010: "Iedere Rotterdammer moet zich veilig voelen / Iedere Rotterdammer die hulp nodig heeft, krijgt hulp / Iedere wijk voor iedere Rotterdammer moet aantrekkelijk worden / Iedere Rotterdammer die kan werken, moet aan het werk / Iedereen die in Rotterdam woont moet Rotterdammer worden /..."<sup>15</sup> Van de andere kant blijven we hier op onze honger zitten. Als het idee van de creatieve stad een ideologisch laagje is dat een ordinair compromis tussen de culturele sector en de Rotterdamse elite toedekt en dient als rationalisatie van een ronduit eenzijdig stedelijk beleid gericht op de meerverdieners,

dan is er iets meer radicaal nodig dan een gezapig pleidooi voor een stad waarin de verlangens en belangen van 'iedereen' bevredigd worden. Het idee van een totale of onverdeelde stad - waar iedereen aan zijn trekken komt - is immers niet fundamenteel vreemd aan de doctrine van de creatieve stad. De laatste presenteert zich - hoe oppervlakkig ook - evenzeer als 'inclusief'. Ze neemt zich niet alleen expliciet voor om spontane initiatieven die zich van onderuit aandienen een kans te geven, ook stoelt ze op de gedachte dat de investeringen in een creatieve elite altijd een spin-off genereren naar de lagere regionen van de maatschappij. Zo zou elke 'creatieve' baan een x aantal nieuwe banen creëren voor laaggeschoolde arbeiders (bijvoorbeeld in de toeleveringsdiensten) en zou de creatieve bedrijvigheid de noodzakelijke inkomsten genereren die sociale pilootprojecten betaalbaar maken.

Ons punt is dat deze vorm van inclusieve stadsvormen het traditioneel democratische gebaar zoals Jacques Rancière dit theoretiseert uitsluit. Het wil in de eerste plaats het ongenoegen van de hardwerkende massa sussen door de traditionele, niet- of laaggeschoolde arbeid in te sluiten in het compromis tussen kapitaal en creativiteit. Op die manier streeft Leefbaar Rotterdam naar wat David Harvey een 'regionaal compromis' noemt.<sup>16</sup> Hierbij wordt een monsterverbond gesmeed tussen de verschillende klassen in een regio, waarin elk zich bereid verklaart hun als natuurlijk aanvaarde plaats in te nemen, zodat de regio in kwestie ongehinderd de concurrentiestrijd kan aangaan met de naburige regio's. Het democratische gebaar waarop Jacques Rancière doelt doet precies het omgekeerde: eerder dan een moment van consensus, gaat het om het moment waarbij "de demos, de horde die niets heeft" elke heersende machtsverdeling ondermijnt door zichzelf te positioneren als "de politieke gemeenschap van vrije Atheners" die hun eigen beslissingen declareert.<sup>17</sup> Binnen Rotterdam kunnen we bijvoorbeeld denken aan de halflegale Oost-Europese arbeiders die onlosmakelijk verbonden zijn met de Rotterdamse bedrijvigheid en voor een groot deel medeverantwoordelijk zijn voor het concurrentievermogen en dus

welvaart van Rotterdam, doch nooit worden meegeteld als een volwaardig deel van de Rotterdamse gemeenschap. Hierdoor heeft ze minder tot geen recht op haar stuk van de taart, en trekt ze binnen het regionale compromis aan het kortste eind. Als democratie in Rotterdam dus nog iets wil betekenen, dan moet het een stem geven aan deze 'horde die niets heeft', deze groep die ondanks haar onmisbare bijdrage aan het stedelijke gebeuren niet opgenomen is in de officiële representatie van de stad.

## 5. LOOP NAAR DE MAAN MET JE CREATIEVE KLASSENSTRIJD!

Deze krampachtige pogingen om de vraag naar democratie te reduceren tot het smeden van een regionaal compromis waarin de bestaande machtsverhoudingen intact blijven, is symptomatisch voor het huidige debat over de waarde van creativiteit voor de stad. Hiermee hebben we niet gezegd dat er geen debat bestaat over de creatieve stad. Nederland zou Nederland niet zijn als er niet doorheen het hele land duizendeneen consultatierondes, workshops en debatten georganiseerd werden, waarin het nieuwe fenomeen van de creatieve klasse in al haar facetten doorgesproken wordt. Ondanks deze allesomvattende sfeer van debat, blijven de discussies echter steevast cirkelen rond de identificatie van het 'iets' dat de ene stad toch weer dat tikkeltje creatiever maakt dan haar concurrent, en de vraag hoe dit ongreepbare 'iets' kan verworven en/of vastgehouden worden. Deze zoektocht is bovendien een permanent proces doordat creativiteit voortdurend in beweging is en zichzelf permanent heruitvindt, herdefinieert, verplaatst, enzovoorts. Of zoals Florida het uitdrukt: "Economieën zijn vloeibaar en creativiteit is een asset die constant gecultiveerd moet worden."<sup>18</sup> Deze constante discussie over wat het stempel 'creatief' verdient en wat niet, moet gezien worden als een interpassief gebeuren. Het moet voorkomen dat de creatieve theorie zélf in twijfel getrokken wordt - als iets dat bijvoorbeeld niet bij machte is de huidige stedelijke processen fundamenteel te herdenken. De permanente stroom aan debatten stelt met andere woorden een bandbreedte in, waarbinnen het nut en voordeel van creatief kapitaal verzekerd blijft als geloofsartikel nr. 1.<sup>19</sup>

Deze consensus betekent niet dat alles koek en ei is tussen de verschillende deelnemers aan het debat. Integendeel, binnen creatieve steden woedt er een permanente strijd tussen verschillende maatschappelijke groepen voor het verwerven van het stempel van 'meest productieve en rendabele creatieve sector'. Elke groep probeert zich hierbij op de kaart te prikken als meer creatief dan de anderen. Zo betreurde Wouter Vanstiphout naar

aanleiding van het 'Groeibriljanten' programma van de gemeente Rotterdam dat de culturele sector gebypassed werd en het creatieve initiatief werd verschoven naar een ander kamp: dit van het gewone volk dat haar verbeelding mocht loslaten op haar leefomgeving en er de verborgen kansen in kaart mocht brengen en verzilveren.<sup>20</sup> De kraakbeweging stelt dan weer de eigen creativiteit veilig door een grens te trekken tussen haar eigen zogenaamde authentieke creativiteit en de geïnstitutionaliseerde, geëconomiseerde of veryupte creativiteit. De terugkerende typering van kunstenaars als 'elitaire oenen' door Marco Pastors, frontman van Leefbaar Rotterdam, is er tenslotte duidelijk op gericht aan te geven dat de kunstsector 'niet langer creatief is' en de onmisbare creativiteit elders - God weet waar - moet worden gelokaliseerd.<sup>21</sup>

Wat al deze posities gemeen hebben is dat zij een strijd aangaan over de inhoud van het begrip creativiteit en hierbij de 'demarcatielijn' van het strijdtoneel horizontaal situeren.<sup>22</sup> Zo spreekt Geert Lovink over een 'creatieve klassenstrijd': een strijd tussen verschillende groepen voor de culturele hegemonie.<sup>23</sup> Het is juister te stellen dat het hier gaat om een ordinair gesteggel tussen verschillende 'facties' binnen dezelfde klasse, om de bevoorrechte positie van het creatieve kapitaal van de stedelijke economie. Of, indien deze positie verloren is - zoals in het geval van Vanstiphout in Rotterdam - een krampachtige poging om terug in de gratie te komen van de stadsmanagers. Dit vaak hilarische schouwspel van elkaar bestrijdende creatieve facties mag ons echter niet verblinden voor de werkelijke 'klassenstrijd' - in de traditionele, marxistische betekenis van het begrip. Zo concluderen Marlet en van Woerden dat het etiket 'creatieve klasse' bij Florida uiteindelijk neerkomt op de traditionele categorie hoogopgeleiden.<sup>24</sup> In plaats van Marlet en Co echter te volgen in hun zoektocht naar een preciezere definitie van de creatieve klasse, lijkt het ons meer vruchtbaar om Harvey's advies te volgen als hij stelt dat "als iets eruitziet als klassenstrijd en zich ook zo gedraagt, we het dan ook zo moeten benoemen."

Te leren valt hier van de houding die André Thomsen innam ten aanzien van de poging van Den Bosch om zich te plooiën naar de eisen van het creatieve tijdperk.<sup>25</sup> Vooral de wijk Boschveld werd hierbij door de gemeente en haar partners uitverkoren als de plaats waar deze creatieve revolutie zou worden voltrokken. Professor Thomsen negeerde straal de discussie tussen enerzijds de gemeente en ontwikkelaars en anderzijds de bewoners, die met name werd bepaald door de stelling van de eerste groep dat de bewoners 'zich niet asociaal mochten opstellen' en zich dienden op te offeren voor het grotere goed: het projecteren van Den Bosch in het creatieve tijdperk. Na nagetrokken te hebben dat de voor sloop aangemerkte woningen mits enkele kleine verbouwingen bouwfysisch in prima staat verkeerden - en hij hiermee het voornaamste argument van de corporaties en ontwikkelaars had ontkracht - kon hij tot geen andere conclusie komen dat niet zozeer de woningen, maar wel de bewoners van de buurt door de ontwikkelaars en overheden worden gezien als belangrijkste obstakel voor een creatief Den Bosch. Thomsen weigerde met andere woorden de klassenstrijd 'horizontaal' te situeren en deelde het strijdtoneel 'verticaal' op: dit wil zeggen, hij maakte zichtbaar hoe de discussie over creativiteit als *conditio sine qua non* voor een welvarende stad verbergt hoe een elite van creawerkers boven de huidige bewoners van de volkswijk geschoven wordt en deze laatste verdringt naar een onbepaalde bestemming.

Dit laat ons toe om de stelling van Merijn Oudenampsen dat in de creatieve stad "talent [wordt] gezocht en sociale problemen geweerd", een stapje verder brengen.<sup>26</sup> Het voorbeeld van Den Bosch toont dat het aantrekken en accommoderen van talent door de gemeentelijke en private overheden slechts kan worden gepresenteerd als oplossing voor de sociale problemen, door de ongewenste of 'ontalentvolle' groepen te deporteren. Op die manier stoten we op de basisvoorwaarde van de creatieve stad: het kan zich pas als zodanig neerzetten door eerst de oude op productie gerichte industrie te outsourcen naar andere delen van Nederland, desnoods naar andere delen van de wereld - zolang het maar uit het eigen blikveld verwijderd is - en het reserveleger

aan werkloze arbeidskrachten dat achterblijft te fragmenteren over het stedelijke oppervlak.

In plaats van mee te draaien in dit creatieve circus stellen we voor dat culturele actoren hun creativiteit inzetten voor het bedenken van strategieën om een gevolg te geven aan de oproep van Dieter Lesage dat Rotterdam, in plaats van krampachtig te zoeken naar een metropolitaans imago, haar eigen armoede moet omarmen.<sup>27</sup> Een eerste stap hiertoe bestaat in het absoluut serieus nemen van de filosofie van zelfredzaamheid die vandaag gepredikt wordt aan de gewone man. Als Rotterdam werkelijk gelooft dat zij zichzelf moet leren redden, dan zou ze haar gratis woningen in de eerste plaats moeten wegschenken aan de huidige bewoners van de probleebuurt - met inbegrip van haar informele bewoners als junks en Oost-Europese arbeiders. Dit, tegenover het huidige scenario waarin zelfredzaamheid dient als alibi om groepen aan de abstracte logica's van de markt over te laten en meer gewenste 'creatieve' groepen te pampieren met gratis 'klushuizen'. Slechts als 'stad van de armoede' kan Rotterdam de democratie in ere herstellen.

## EINDNOTEN

---

<sup>1</sup> In het geval van Rotterdam wordt het begrip creatieve klasse doorgaans verruimt van de traditionele 'kunstenaar in een oud fabriekspand' naar de creatieve dienstensector en managerselite toe. Dit gebeurt bijvoorbeeld door Gerard Marlet tijdens het debat 'Creatieve klasse: kansen voor stad en regio' van Nirov op 2 december 2004 te Amsterdam. Voor een verslag zie: 'De creatieve stad: hype of kans' op:

<http://www.nirov.nl/nirov/docs/signalen/sig3884.pdf>

<sup>2</sup> Richard Florida spreekt in dit verband over creativiteit als 'the great leveler'. Richard Florida, *The rise of the creative class*, Basic Books 2004, p. xiv.

<sup>3</sup> Ron Boschma e.a., *Creatieve klasse en regionaal-economische groei*, Departement Sociale geografie en planologie, Universiteit Utrecht, versie 21 juni 2005, p. 2.

<sup>4</sup> Richard Florida, op. cit., p. xxiv.

<sup>5</sup> Zie de *Economische Verkenning Rotterdam 2005* op: [www.obr.rotterdam.nl](http://www.obr.rotterdam.nl)

<sup>6</sup> Zie voor een afweging van de creatieve industrie in Rotterdam en Amsterdam: Paul Rutten e.a., *Creatieve industrie in Rotterdam*, TNO Rapport EPS 2005-06, Delft 2005.

<sup>7</sup> Tijdens een debat van de Rotterdamse raad voor Kunst en Cultuur op 24 februari 2005. Voor een verslag zie 'Stad als laboratorium' op: [http://www.rrkc.nl/laboratorium/lab2\\_3.htm](http://www.rrkc.nl/laboratorium/lab2_3.htm)

<sup>8</sup> Gerard Marlet en Clemens van Woerkens, *Het economisch belang van de creatieve klasse*, in: ESB 11-6-2004, pp. 280-283.

<sup>9</sup> "... place is the key economic and social organising unit of our time." Zie: Richard Florida, op. cit., p. xix.

<sup>10</sup> David Harvey, *Contested Cities: social process and spatial form*, in: *Transforming Cities*, Routledge, London 1998, p. 19 en 23.

<sup>11</sup> Richard Florida, op. cit., p. xix.

<sup>12</sup> Boris Groys stelt dat toen eenmaal duidelijk werd dat de nieuwe economische inrichting in de Sovjetunie niet de nieuwe

---

(sovjet)mens naar voren bracht, het "voormalige irrationele geloof in de technologie vervangen werd door een gelijkwaardig irrationeel geloof in de latente menselijke kracht." Het is deze bovenmenselijke kracht die geënceneerd werd in de Sociaal-realistische kunstwerken. Zie: Boris Groys, *The total art of Stalin*, Princeton University Press, New Jersey 1998, p. 60 e.v.

<sup>13</sup> Als de massa hiertoe niet bereid zou zijn, dan kunnen steden nog steeds gebruik maken van de bekende strategie van de Verenigde Staten om - zoals Florida opmerkt - een vrije en open samenleving te vrijwaren door massief te investeren in creativiteit (onderwijs, onderzoek, cultuur) en het aantrekken van (Europese) intelligentsia. Richard Florida, op. cit., p. xxiii.

<sup>14</sup> G. Marlet en C. van Woerkens, op. cit., pp. 280-283.

<sup>15</sup> <http://www.leefbaarrotterdam.nl/index.php/info/leidraad>

<sup>16</sup> David Harvey, *Spaces of global capitalism*, Verso, London 2006, p. 102 e.v.

<sup>17</sup> Jacques Rancière, *Disagreement*, Minnesota University Press, 1999, p. 9 e.v.

<sup>18</sup> Richard Florida, op. cit., p. xxiii.

<sup>19</sup> We kunnen dan ook gerust stellen dat de huidige explosie van het discours over de stad samenvalt met haar 'implosie' - één die niet onderdoet voor Stalin's showprocessen.

<sup>20</sup> In de context van het Groeibriljanten programma spreekt Vanstiphout over "the inversion of cultural politics". Hij zegt hierover: " Instead of looking at Rotterdam from an international point of view, as a subject of constant change architectural innovation, they [city's cultural administrators and civil servants] are forced to lower themselves to the level of its inhabitants, and work upwards from there. Lastly, it acts as a brutal provocation to the city's artistic and architectural elite, by seemingly destroying any chance for huge, centrally supported cultural programs on a monumental level, and turning cultural and architectural innovation over to the streets". Zie: Wouter Vanstiphout, *Dirty Minimalism*, In: Archis #5, 2004, pp.77-78.

---

<sup>21</sup> Zie:

[http://www.leefbaarrotterdam.nl/index.php/weblog/comments\\_marco/onen\\_krijgen\\_wel\\_subsidie/](http://www.leefbaarrotterdam.nl/index.php/weblog/comments_marco/onen_krijgen_wel_subsidie/)

<sup>22</sup> De dieperliggende link tussen het populisme en 'creativisme' wordt ook duidelijk in de gangbare gedachte onder stadsmanagers dat de creatieve klasse gesteld is op rustige, veilige, en aangename buurten.

<sup>23</sup> Geert Lovink, *Creatieve klassenstrijd*, mei 2006, op:  
<http://www.networkcultures.org/geert/creatieve-klassenstrijd/>

<sup>24</sup> G. Marlet en C. van Woerkens, op. cit., pp. 280-283.

<sup>25</sup> In de Tegenlicht-documentaire '*Planner's blight: de strategie van het gummetje*', 26 juni 2005. Zie:  
<http://www.vpro.nl/programma/tegenlicht/afleveringen/22966523/items/22153505/>

<sup>26</sup> "Dit is de nieuwe logica van insluiting en uitsluiting in de stadsvernieuwing. In het I Amsterdam model wordt talent gezocht en sociale problemen geweerd." Zie: Merijn Oudenampsen, *Total Makeover*, september 2005, op: [www.flexmens.org](http://www.flexmens.org)

<sup>27</sup> Dieter Lesage, *Omtrent Metropolitane machinaties*, in: *MetropolisM* #2, 2005, pp. 80-84.