

Samenvatting

De creatieve klasse en de creatieve industrie worden binnen de literatuur gezien als 2 belangrijke stimuli voor stedelijke economische ontwikkeling. Deze economische ontwikkeling wordt in dit onderzoek getoetst doormiddel van 2 factoren: vestigingen en werkzame personen. Binnen de literatuur zijn er ook twijfels te vinden of het investeren in de creatieve klasse leidt tot economische groei. De Groningse creatieve industrie is bestudeerd over de periode 2009-2013 waaruit blijkt dat de ontwikkeling in het aantal vestigingen erg positief is. Met name in de deelsector kunsten & cultureel erfgoed. De tweede factor waar naar gekeken is het aantal werkzame personen. Een belangrijke conclusie in dit onderzoek is dat het aantal werkzame personen achterblijft bij de stijging in vestigingen. Ook in vergelijking met Amsterdam blijkt dat Groningen hierin achterblijft. Verder blijkt het relatieve zwaartepunt van de creatieve industrie in de wijk Oud-Noord te liggen en het absolute zwaartepunt in het centrum. Vergeleken met Amsterdam blijft Groningen vooral op de factor werkzame personen achter. Concluderend ligt er een uitdaging voor de gemeente Groningen om de stijging in vestigingen om te zetten in werkgelegenheid binnen de creatieve industrie. Bij dit voornemen kan worden gekeken naar het succesvolle beleid van de Gemeente Amsterdam.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
1.1	Probleemstelling.....	5
1.2	Opbouw van dit onderzoek	5
2	Theoretisch kader.....	6
2.1	Conceptueel model	10
3	Methodologie	10
4	Resultaten.....	12
4.1	De Groningse creatieve industrie.....	12
4.2	Ruimtelijke verdeling creatieve industrie in Groningen.....	16
4.3	Parallel met Amsterdam?	19
5	Conclusie	21
6	Literatuurlijst	22

1 Inleiding

Meer dan de helft van de wereldbevolking leeft in steden en voor het jaar 2050 is dit zelfs geraamd op 66 procent (UN, 2014). Niks wijst er op dat dit percentage in de toekomst zal afnemen. De focus op stedelijke economische ontwikkeling is een zeer relevante met het oog op het heden en de toekomst. Steden zullen onderling steeds meer concurreren in het economisch landschap op lokaal, nationaal en internationaal niveau. De belangrijkste factor in de stad is met toenemende mate de mens en de productiefactor kennis die zij in zich heeft. Niet voor niets kopt Elsevier in de september 2013 uitgave 'Rutte houdt pleidooi voor de kenniseconomie'. Eén van de drie pijlers van het begrip kenniseconomie is creativiteit (Raspe et al., 2004). De creatieve klasse is een groep mensen die deze creativiteit faciliteert. Deze groep is veel terug te vinden in recente wetenschappelijke stedelijk economische publicaties. Een creatieve klasse die werkzaam is in de creatieve industrie. Dit begrip doet zijn intrede in het jaar 2002 onder aanvoering van Richard Florida. Internationaal staat Nederland er goed voor, getuige het onderzoek van Boschman (2009) in 7 Europese landen, waar Nederland gemiddeld het hoogste percentage creatieve klasse van het onderzoek had. Florida (2002) noemt deze groep de belangrijkste aanjager in de hedendaagse stedelijke economie en dus zijn steden er veel aan gelegen deze groep aan te trekken en vervolgens te behouden voor de stad. Voor geografen liggen er verscheidene vragen in het verschiet aangezien deze creatieve klasse en creatieve industrie niet evenredig verdeeld zijn tussen steden en binnen steden. Op nationaal niveau duiken de begrippen creatieve klasse en creatieve industrie steeds vaker op in de beleidsstukken. Niet voor niets is een van de 9 topsectoren in het sinds 2011 actief zijnde Topsectorenbeleid de Creatieve Industrie. Deze topsector wordt onder meer onderscheiden door het hoogste aantal bedrijven van alle topsectoren. De creatieve klasse woont het liefst in de stad (Marlet & Van Woerkens, 2005) en dus realiseert de gemeente Groningen zich, dat de creatieve klasse een sleutelrol kan vertolken in een toekomst waar economische groei gewaarborgd is voor de gemeente Groningen.

1.1 Probleemstelling

Bij de specifieke focus op de creatieve klasse en industrie zijn echter wel een aantal vragen te stellen. De creatieve klasse en creatieve industrie zijn op verschillende manieren te definiëren en dus is het belangrijk deze eerst nauwkeurig af te bakenen. Vanuit de literatuur zijn er ook onderzoeken te vinden, die het ongelijk van de creatieve industrie als belangrijkste aanjager van economische ontwikkeling bewijzen. Deze worden ook behandeld om tot een evenwichtig beeld te komen van de creatieve industrie. Na de creatieve industrie in een breed perspectief te hebben gezet, kan er vervolgens naar een regionaal schaalniveau gekeken worden: de gemeente Groningen. In het vervolg van dit onderzoek is de gemeente Groningen kortweg Groningen genoemd. De creatieve industrie van Groningen is vervolgens ruimtelijk in kaart gebracht en geprobeerd deze te linken aan de literatuur. Omstreeks dezelfde periode zijn veel steden begonnen met beleid hierop te ontwikkelen en dus kan een vergelijking hieruit getrokken worden. Groningen is daarmee te vergelijken met een andere Nederlandse stad als Amsterdam. Hieronder zijn de hoofdvraag en deelvragen nog een keer op een rij gezet. Uiteindelijk zal er een voorzichtige conclusie worden getrokken met betrekking tot de creatieve industrie in Groningen.

Wat is de rol van de creatieve industrie binnen de stedelijke economie van Groningen?

- 1. Wat voor een beeld schetst de literatuur over de creatieve industrie als aanjager van stedelijke economische ontwikkeling?
- 2. in welk perspectief is de creatieve industrie in Groningen te plaatsen?
- 3. Wat is de ruimtelijke verdeling van de creatieve industrie in Groningen?
- 4. Hoe verhoudt de creatieve industrie van Groningen zich in vergelijking tot Amsterdam?

1.2 Opbouw van dit onderzoek

Dit onderzoek zal vanuit een breed perspectief steeds dieper en nauwkeuriger kijken naar de creatieve industrie in Groningen. De basis wordt gevormd in het theoretisch kader, waar het fundament ligt voor het verdere onderzoek. Het theoretisch kader geeft een uitgebreide beschrijving en probeert een evenwichtig beeld te schetsen van de creatieve industrie en het gebruik ervan. Na deze beschrijving wordt Groningen vergeleken met Nederland in zijn geheel. Daarna, wordt de creatieve industrie in Groningen beschreven en bestudeerd over de periode 2009-2013. Met deze data is vervolgens een vertaalslag gemaakt naar een tabel en twee ArcMap-kaarten. Hierbij is te zien waar de creatieve industrie zich absoluut en relatief bevindt. Er zijn meer steden in Nederland die investeren in de creatieve industrie en een van die steden is Amsterdam. De gemeenten Groningen en Amsterdam zijn met elkaar vergeleken en daar zijn voorzichtige conclusies uitgetrokken. Uit deze deelvragen zal een conclusie volgen waarin de deelvragen zullen worden beantwoord en een suggestie doen voor toekomstig onderzoek.

2 Theoretisch kader

Het verklaren van regionale economische ontwikkeling doormiddel van oorzaken van buitenaf, exogene factoren, kent een lange traditie in theorieën en concepten. Zo waren het Solow (1956) en Ullman (1958) die respectievelijk technologie en *human capital* als belangrijke exogene factoren voor economische ontwikkeling ondervonden. Jacobs (1961) beproefde deze theorieën in de stad en benadrukte de rol van de stad en zijn achterland in de verdeling van kennis. Een relatie werd ondervonden tussen de grote en diversiteit van de stad, en het aantal connecties wat economische actoren maken, welke uiteindelijk leiden tot innovaties. Het *endogenous growth model* van Romer (1986) toont voor het eerst het verband aan van technologie met *human capital* en economische groei. Lucas (1988) benadrukt het effect wat clustering heeft op *human capital* en economische ontwikkeling en erkent de rol van de stad in het concentreren van *human capital* en informatie. Door de concentratie van deze 2 factoren slinken de kosten voor kennisoverdracht wat tot gevolg heeft dat nieuwe ideeën sneller ontstaan en vervolgens sneller groeien. Hiermee wordt dus het belang van steden steeds meer onderschreven en worden deze erkent als belangrijke aandrijvers achter economische ontwikkeling.

In de jaren die volgen word het belang van *human capital* steeds meer benadrukt. Glaeser (2000) bewijst de correlatie die *human capital* heeft met regionale economische groei . Florida (2002) bouwt hier vervolgens op voort in zijn boek *Rise of the Creative Class*, maar past het begrip *human capital* aan naar zijn eigen inzicht: *the creative class*, vanaf nu creatieve klasse genoemd. Om de creatieve klasse aan te trekken is een aantrekkelijk stad noodzakelijk. Een kenmerk van een aantrekkelijke stad is bijvoorbeeld tolerantie, een kenmerk van Florida's drie T's. De tweede T is: Technologie, noodzakelijk in de omzetting van creatieve klasse en industrie naar regionale economische groei. De derde T omvat Talent, wat kan worden vertaald als *human capital*, maar specifiekker als de creatieve klasse.

Een belangrijke definitie die beschreven wordt in dit onderzoek is de creatieve klasse: Een categorie mensen die niet perse hoogopgeleid zijn, maar creatieve, innovatieve banen hebben. Hieronder vallen niet alleen schrijvers, designers, schilders en artiesten, maar bijvoorbeeld ook wetenschappers, ICT-professionals, managers, medici, juridische en financiële medewerkers (Florida, 2002). Deze klasse (een groep mensen met dezelfde belangen, hetzelfde denken en dezelfde waarden hebben) is in Nederland meer afgebakend, maar heeft de bovenstaande definitie van Florida als uitgangspunt. De Nederlandse creatieve klasse staat model voor en wordt verondersteld de motor te zijn achter de kennisintensieve economie. Het moet gaan om mensen die met innovatieve, creatieve ideeën en esthetische producten meer dan gemiddeld productief zijn en meer toegevoegde waarde genereren, mensen die door denken en minder door doen een bijdrage leveren aan de economie (Marlet & Woerkens, 2004a). Hieronder vallen dus niet automatisch bijvoorbeeld alle medici en financiële medewerkers. Onder *Human Capital* wordt over het algemeen hoogopgeleide mensen bedoelt. Meestal gemeten naar bachelor opleiding of hoger. Plaatsen met veel van deze mensen gedijen beter, vertonen meer economische groei, dan plaatsen met minder mensen (Florida et al., 2008). De centrale rol die *human capital* speelt in economische ontwikkeling is in verscheidene grootschalige onderzoeken aan het licht gekomen (Barro, 1991).

Florida maakt zijn classificatie op basis van huidige werkzaamheden en niet op basis van opleiding, zoals dat bij *human capital* wel gebeurt. Interessante voorbeelden die deze keuze goed illustreren zijn Bill Gates en Michael Dell, mensen met een laag *human capital* en dus niet binnen deze categorie vallen, maar uiteraard wel van grote invloed zijn op de (lokale) economie. In de creatieve klasse classificatie wordt deze groep wel meegenomen. Verder ziet Florida zijn creatieve klasse niet als

sector specifiek. Het gaat erom wat mensen doen in plaats van in welke sector ze werkzaam zijn. Dit geeft echter wel moeilijkheden in het exact definiëren, vinden en lokaliseren van de creatieve klasse zoals Florida die in zijn 2004 gereviseerde boek, *The Rise of the Creative Class* noemt. Een begrip dat aansluit op de creatieve klasse is de creatieve industrie: Ondernemingen die goederen of diensten aanbieden in een culturele, artistieke of een amusementswaarde hebben. Voorbeelden zijn: uitgevers, kunstenaars, podiumkunsten, musici, film, speelgoed en mode (Caves, 2000). Een interessante discussie die tot op heden gevoerd word is het gebruik van de definities *human capital* en creatieve klasse. Marlet en Van Woerkens (2004a) hebben onderzocht of de banengroei in Nederland over de periode 1993-2004 toe te schrijven is aan het niveau van opleiding (*human capital*), of de creatieve klasse. Zij concludeerden dat de groei aan beide factoren valt toe te schrijven, maar voornamelijk aan de creatieve klasse. Op basis van dit onderzoek concludeerden Marlet en Van Woerkens (2004a) dat de creatieve klasse een betere indicator is voor regionale economische ontwikkeling, omdat het behandelt wat mensen daadwerkelijk doen in plaats van wat ze weten. Mellander en Florida (2006) komen tot dezelfde conclusie in hun onderzoek in Zweden. Deze koppeling tussen *human capital* en creativiteit geeft dus beter de economische groei van een regio weer dan het gebruik van de *human capital* theorie (Florida et al., 2008).

Een belangrijk kenmerk van de creatieve klasse is dat het zich aangetrokken voelt tot een *people's climate* in plaats van een *business climate* (Boschma, 2009). Met een *business climate* wordt een omgeving bedoeld waar het voor bedrijvigheid zo aantrekkelijk mogelijk wordt gemaakt. Denk aan belastingvoordelen en een goede infrastructuur. In plaats hiervan ligt de focus bij het *people's climate* meer op het tevreden stellen van de mensen op een specifieke plek. De creatieve klasse en industrie initieert vervolgens nieuwe economische activiteit, zoals start-ups en innovatie (technologie), ook wel *knowledge spillovers* genoemd. Dit economische indirect effect gaat ervan uit dat lokale, andere bedrijfstakken dan de creatieve, een positief effect ondervinden aan de productiviteit door de aanwezigheid van de creatieve industrie (Porter, 1998). Een hogere productiviteit die uiteindelijk economische groei tot gevolg heeft.

Scott (2006) stelt dat het simpelweg samenkomen van een creatieve klasse en industrie niet genoeg is als verklaring voor economische groei en dat de aanwezigheid van complexe, historische relaties een andere belangrijke factor is. Deze voorwaarden voor de creatieve economie samen met de creatieve klasse leiden volgens Scott (2006) vervolgens tot economische groei. Een verder effect is door het aantrekken van de creatieve klasse, de stad een positieve vestigingsplaatsfactor heeft en het voor bedrijven dus interessant is zich hier te vestigen: *jobs follow people*. Kotkin (2001) ondersteunt dit effect door het van de andere kant te bekijken: Bedrijven in minder aantrekkelijke steden en regio's in de VS hebben moeite om creatieve werknemers aan te trekken, omdat die daar niet willen wonen. De *jobs follow people* theorie is vanuit klassiek oogpunt altijd andersom geweest. De locatiekeuze van mensen hangt volgens klassieke theorieën samen met factoren als reistijd naar het werk en huizenprijzen (Alonso, 1964): *people follow jobs*. Eric Moretti vertaalt deze theorie naar de moderne tijd in zijn boek *The New Geography of jobs* (2012). Hierin wordt veelvuldig het voorbeeld van *Silicon Valley* aangehaald en aantrekkingskracht daarvan op werknemers: *people follow jobs*. Dit boek behandelt ook een ander essentieel argument waarom de creatieve klasse en industrie te stimuleren. Het boek toont namelijk aan dat lagere inkomens lokaal indirect voordeel hebben bij de toegevoegde waarde gecreëerd door de creatieve klasse, werkzaam in de creatieve industrie.

Er zijn verschillende onderzoeken en artikelen gepubliceerd die Florida tegenspreken in zijn beweringen. Het meest gehoorde argument is dat het empirisch bewijs wat geleverd niet sterk is (Marlet & Van Woerkens, 2004b). Daarbij kan in dit onderzoek erbij vermeld worden dat het gaat om resultaten gemeten in de VS, niet in Europa, laat staan in Nederland. Dit is van invloed omdat

bijvoorbeeld de aanname dat een persoon woont in dezelfde stad als dat hij of zij woont, in Nederland lang niet altijd op gaat. De link die Florida legt tussen in aanwezig zijn van een creatieve klasse en industrie in een stad naar economische groei komt daardoor onder druk te staan.

Een belangrijk uitgangspunt in het najagen van de creatieve klasse en industrie is dat middels de economische groei, iedereen er op vooruit gaat. Dit wordt echter niet ondersteunt door verschillende empirische onderzoeken. Zo gaat de theorie over stedelijke clusters en heeft dus als gevolg dat de kloof tussen het platteland en de stad alleen maar zal toenemen. Maar ook binnen de stedelijke clusters van economische groei is er sprake van ongelijkheid. Florida publiceerde in 2013 een artikel met de veelzeggende titel: *More Losers than Winners in America's New Economic Geography*. Hierin stonden enkele opvallende tussentijdse resultaten uit een onderzoek waar Florida aan werkte. Hoewel er wel signalen zijn dat lagere inkomens voordelen ondervinden van de inkomensgroei door de creatieve klasse in hun omgeving, wordt dit voordeel weer tenietgedaan door de stijging van huizenprijzen. Dit volgt uit een correlatieonderzoek tussen de twee variabelen. Kanttekening hierbij is dat er ook andere factoren hierop van toepassing zijn en er dus geen 'zware' conclusie uit dit onderzoek getrokken kan worden. Een factor die bijvoorbeeld niet mee wordt genomen in dit onderzoek zijn vervoerskosten. Een andere fundamentele theorie die Florida als fundament gebruikt is dat werken wonen volgt: *jobs follow people*. Maar zoals al in het theoretisch kader genoemd, zijn er binnen Nederland grote verschillen merkbaar binnen de 'wonen volgt werken' dan wel 'werken volgt wonen' theorie. Het Planbureau voor de Leefomgeving (2008) concludeerden dat het adagium 'werken volgt wonen' alleen geldt voor de Randstad en dus niet voor andere delen van Nederland. In de theorie van Florida zijn o.a. *knowledge spillovers* nodig om economische groei te genereren. Dit is in Nederland onderzocht door Marlet & Poort (2005), die in de 50 grootste gemeenten van Nederland en in 31 kernsteden (Van Oort, 2002) onderzoek hebben gedaan naar een positief verband tussen de aanwezigheid van de creatieve industrie en lokale werkgelegenheidsgroei. Een effect wat ook wel bekend staat onder de term *knowlegde spillovers*. Op de volgende pagina, in tabel 1 zijn de resultaten te zien van dit onderzoek.

Tabel 1. *De creatieve industrie als verklaring voor de werkgelegenheidsgroei*. Bron: Marlet & Poort 2005, eigen bewerking.

Totale werkgelegenheidsgroei 1994-2004	<u>K31</u>		<u>G50</u>	
	Standaard model	Zonder Amsterdam	Standaard model	Zonder Amsterdam
Enge definitie	+	0	+	0
Sample (N)	31	30	50	49
Verklaringskracht (Adj. R ²)	41,2	41,15	83,98	84,71

De regressieanalyses zijn uitgevoerd door twee samples van gemeenten: de 50 grootste gemeenten van Nederland (G50) en 31 zogenaamde kernsteden (K31).

De regressieanalyses zijn uitgevoerd met meervoudige modellen, met verschillende modelspecificaties met steeds wisselende combinaties van controlevariabelen. In deze tabel is alleen het significantieniveau voor de creatieve bedrijfstakken uit het meest robuuste model gepresenteerd. alsmede de totale verklaringskracht van het bijbehorende meervoudige model (Adj. R²). Overigens blijft de conclusie voor de creatieve bedrijfstakken in de alternatieve modellen ongewijzigd.

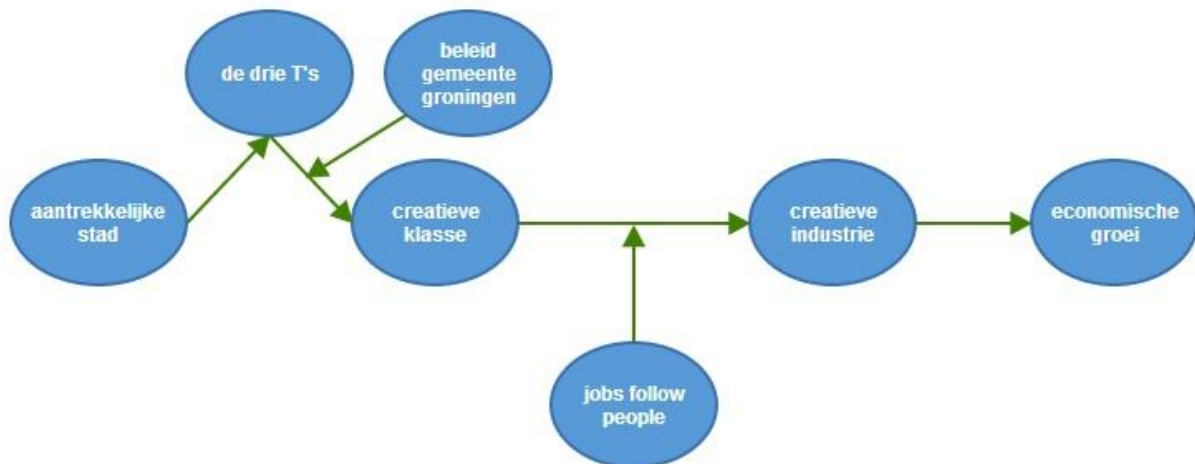
+ = positief significant van invloed (met minimaal 95% waarschijnlijkheid)

0 = geen verband

De zogenaamde enge definitie die Marlet & Poort (2005) gebruiken heeft betrekking op bedrijven die nauw betrokken zijn bij creativiteit als inputfactor. Hiermee wordt louter het eerste stadium in de bedrijfskolom bedoeld, de initiële fase. Deze definitie komt het meest dicht in de buurt van de definitie gebruikt in dit onderzoek en wordt vanaf 2008 door het CBS gehanteerd.

Essentieel binnen dit onderzoek was het wel of niet meenemen van Amsterdam. Bij het wel meenemen is er een significant verband aan te tonen, bij het niet meenemen van Amsterdam echter niet en is er zowel bij K31 als G50 geen positief significant verband. Op Amsterdam na, kan dus worden geconcludeerd dat door de aanwezigheid van de creatieve industrie geen *knowledge spillovers* zijn geconstateerd gemeten door werkgelegenheidsgroei. Bij dit onderzoek moet in oenschouw worden genomen dat het zich beperkte tot een lokale schaal. De aanwezigheid van een creatieve industrie in de ene stad kan bijvoorbeeld een positief effect hebben op een specifieke bedrijfstak in een andere stad. Marlet & Poort (2005) geven hiervoor als voorbeeld het profijt wat Philips in Eindhoven kan hebben van de designsector in Amsterdam.

2.1 Conceptueel model



Figuur 1. *Conceptueel model.*

Hierboven, in figuur 1, zijn de begrippen en relaties schematisch uitgetekend. Belangrijk hierbij is de oorzaak gevolg redenering en het verband van creativiteit naar het uiteindelijke doel: economische ontwikkeling. Alle bovenstaande begrippen en relaties, hier afgebeeld in pijlen, zijn in het theoretisch kader beschreven en behandeld. In het hoofdstuk resultaten zal de creatieve industrie en de mogelijke economische ontwikkeling in Groningen verder belicht worden.

3 Methodologie

De eerste deelvraag is met een literatuurstudie in het theoretisch kader beantwoord. Hierbij is vanuit een breed globaal beeld met buitenlandse literatuur, naar een steeds kleinere schaal met binnenlandse literatuur gekeken.

Bij de deelvragen twee tot en met vier is er gekeken naar de factoren vestigingen en werkzame personen. Ook Florida (2002) gebruikt de factor werkzame personen als een belangrijke indicator voor economische ontwikkeling.

In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van openbare data, dat wil zeggen dat deze voor iedereen toegankelijk is op het internet. Voor de landelijke data, bijvoorbeeld over het aantal werkzame personen en vestigingen in Nederland, is gebruik gemaakt van de Monitor Topsectoren 2014. Dit is een rapport van het CBS met de belangrijkste uitkomsten over de jaren 2010, 2011 en 2012. Voor de gemeenten Groningen en Amsterdam is er gebruik gemaakt van hun statistiekkantoren, respectievelijk Onderzoek & Statistiek Groningen, vestigingenregister en Onderzoek & Statistiek Amsterdam. In het vervolg zijn beide afgekort als O&S met vervolgens de gemeente van toepassing. Deze instellingen halen hun gegevens uit verschillende bronnen. Denk bijvoorbeeld aan inschrijvingen bij de gemeente, Kamer van Koophandel registraties, maar ook enquêtes. Voor dit onderzoek is er e-mail contact geweest met O&S Groningen, vestigingenregister waarna er meer gedetailleerde ruimtelijke informatie is aangeleverd.

Binnen de data is er gekozen voor om de periode 2009-2013 in kaart te brengen. Dit, omdat het CBS in 2008 de laatste grote aanpassing maakte aan de definitie creatieve industrie en kwam tot de Standaard Bedrijfs Indeling 2008, afgekort SBI2008. Daarbij kwam de in 2008 van kracht geworden Wet op Handelsregister, welke het registreren van alle economische activiteit verplicht stelt. De jaren voorafgaand aan de periode 2009-2013 zijn dus niet exact met elkaar te vergelijken. Binnen de SBI2008 is de creatieve industrie onder te verdelen in 3 deelsectoren:

- Kunsten & cultureel erfgoed (unieke content)
- Media & entertainment (reproduceerbaar content)
- Creatieve zakelijke dienstverlening

Deze definitie word door het CBS (2014) voortgezet in zijn reportage over het topsectorenbeleid en kan dus worden beschouwd als up-to-date.

In tabel 2 is de classificatie zichtbaar zoals die is gebruikt. Hier is op te merken dat onder de creatieve industrie, bedrijven vallen die in allerlei verschillende traditionele sectoren thuishoren. Dit is te zien aan de verschillende cijferreeksen die staan voor de desbetreffende bedrijfsoorten.

Tabel 2. *De creatieve industrie volgens de SBI2008 classificatie.* Bron: CBS 2014.

Kunsten en cultureel erfgoed	Media en entertainment industrie	Creatieve zakelijke dienstverlening
7990 Reisinformatie- en reserveerbureaus	5811 Uitgeverijen van boeken	7021 Public relationsbureaus
90011 Beoefening van podiumkunst	5813 Uitgeverijen van kranten	7111 Architectenbureaus
90012 Producenten van podiumkunst	5814 Uitgeverijen van tijdschriften	7311 Reclamebureaus
9002 Diensten voor uitvoerende kunst	5819 Overige uitgeverijen, geen software	7312 Handel in advertentieruimte
9003 Scheppende kunst	5821 Uitgeverijen van computergames	7410 Industrieel design
90041 Theaters, schouwburgen en concertgebouwen	5829 Software-uitgeverijen, geen games	8230 Organisatie van congressen, beurzen
91011 Openbare bibliotheken	59111 Filmproductie, geen televisiefilms	
91012 Kunstuitleencentra	59112 Productie van televisieprogramma's	
91019 Openbare archieven	5912 Facilitaire diensten voor film, tv	
91021 Musea	5913 Distributie films en tv-producties	
91022 Kunstgalerieën en expositieruimten	5914 Bioscopen	
9103 Monumentenzorg	5920 Maken en uitgeven geluidsopnamen	
94993 Fondsen (niet voor welzijnszorg)	6010 Radio-omroepen	
94994 Vriendenkringen van cultuur	6020 Televisieomroepen	
	6321 Pers- en nieuwsbureaus	
	6329 Overige informatievoorziening	
	74201 Fotografie	
	90013 Circus en variété	
	93211 Pret- en clusterparken	
	93212 Kermisattracties	

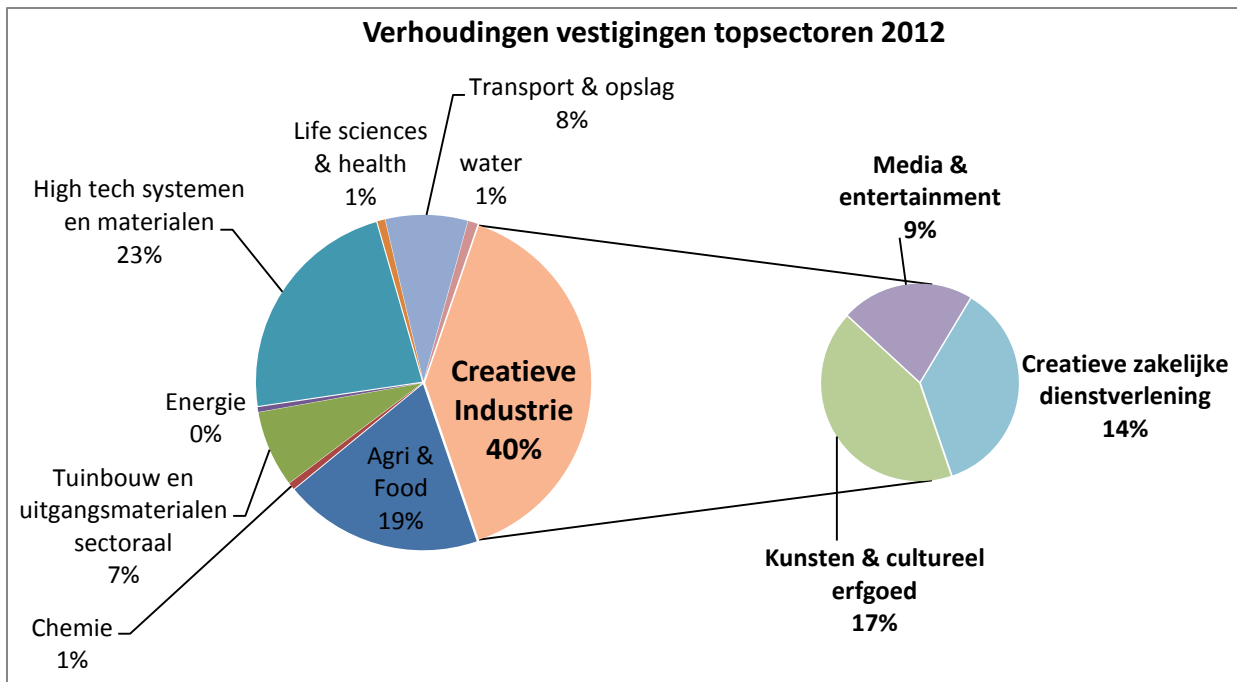
Voor het in kaart brengen van de creatieve industrie in Groningen is er gebruik gemaakt van het programma ArcMap. In dit programma is data van Open data Groningen geladen, welke is gecombineerd met data van O&S Groningen. Open data Groningen stelt zijn gegevens beschikbaar na aanleiding van de in 2003 van kracht geworden Europese Richtlijn Hergebruik overheidsinformatie. Deze richtlijn is in Nederland geïmplementeerd volgens de Wet Openbaar Bestuur, ook wel Wob genoemd. De wijkindeling die is gebruikt komt van O&S Groningen en wordt ook gebruikt door Open data Groningen.

De ontwikkeling van de creatieve industrie is in beeld gebracht op basis van een indexcijfer. Een indexcijfer is een economische statistiek, waarin een prijs of hoeveelheid wordt vergeleken met een standaard- of basiswaarde (Diewert et al., 1987). Dit onderzoek gaat terug tot 2009 en dit is dan ook indexcijfer: 100. Hiermee zijn historische reeksen duidelijk weer te geven in lijngrafieken. Vervolgens kunnen er conclusies worden verbonden aan het verloop van deze lijnen. Ook zijn deze lijnen gebruikt voor zowel Groningen als Amsterdam om een vergelijking te kunnen trekken. Met absolute getallen is dit minder duidelijk weer te geven en te bestuderen.

4 Resultaten

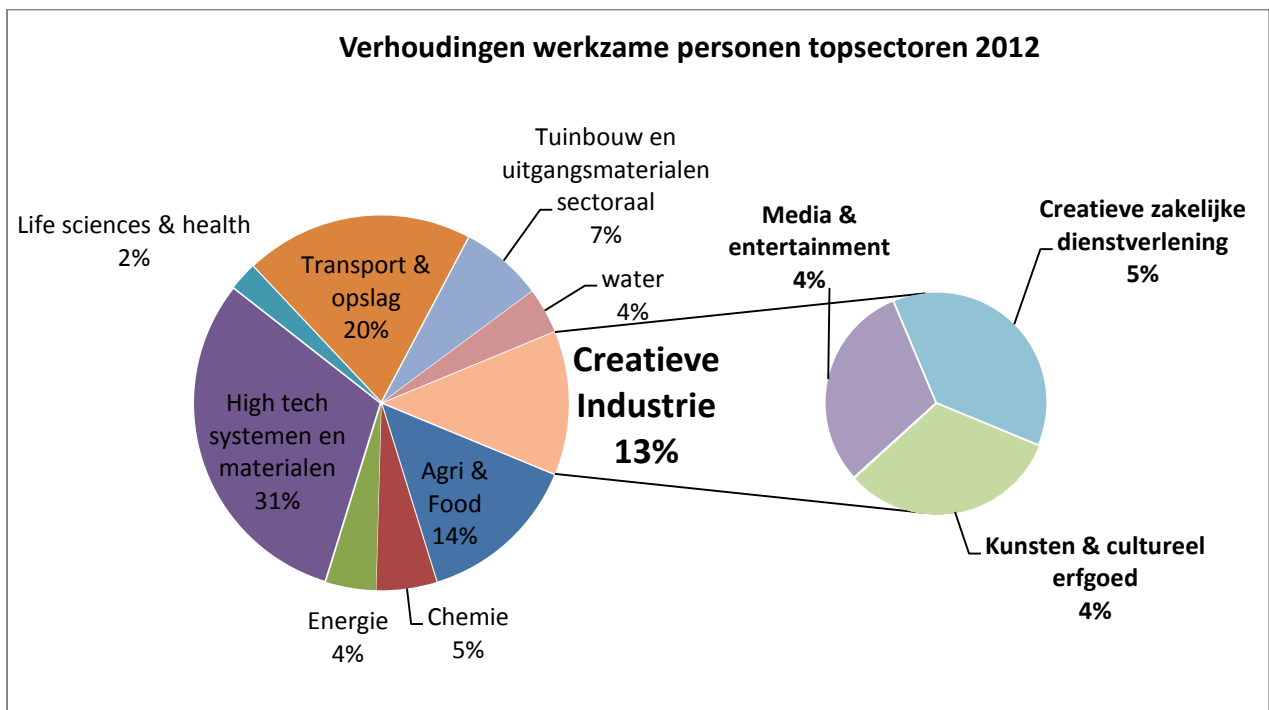
4.1 De Groningse creatieve industrie

Voordat er nader wordt gekeken naar Groningen, eerst een algemene blik op de creatieve industrie in het licht van het topsectorenbeleid in Nederland. In de recent uitgekomen Monitor Topsectoren 2014 van het CBS komen enkele opvallende kenmerken aan het licht. Zo is de creatieve industrie van alle topsectoren de sector met de hoogste overlevingskans. 71 procent van gestarte bedrijven in de creatieve industrie bestaat nog na 4 jaar. Tevens is het de topsector waar relatief de meeste vrouwen werken: 44 procent is vrouw. Naast deze opvallende kenmerken heeft de creatieve industrie ook hele eigen karaktereigenschappen op het gebied van vestigingen en werknemers. Neem bijvoorbeeld het hoge aantal zelfstandigen. Dit gegeven, de vele zelfstandige, kleine, bedrijven heeft als keerzijde dat het budget voor innovatie ook het laagste ligt van alle topsectoren. Er wordt bij kleine bedrijven immers minder geld vrijgemaakt voor innovatie en R&D dan bij grotere bedrijven. Bij een topsector met veel zelfstandigen en kleine bedrijven hoort een kenmerkend laag aantal gemiddeld werkzame personen. Waar dat bij een gemiddeld Nederlands bedrijf nog 8 is, ligt dat in de creatieve industrie rond de 2. Dit is een kenmerk wat naar boven komt bij het bestuderen van de figuren 3.1 en 3.2, te vinden op de volgende pagina. Opvallend is het relatief hoge aantal vestigingen in vergelijking met andere topsectoren. Van alle topsectoren samen bestaat 40 procent uit vestingen die plaats horen in de creatieve industrie.



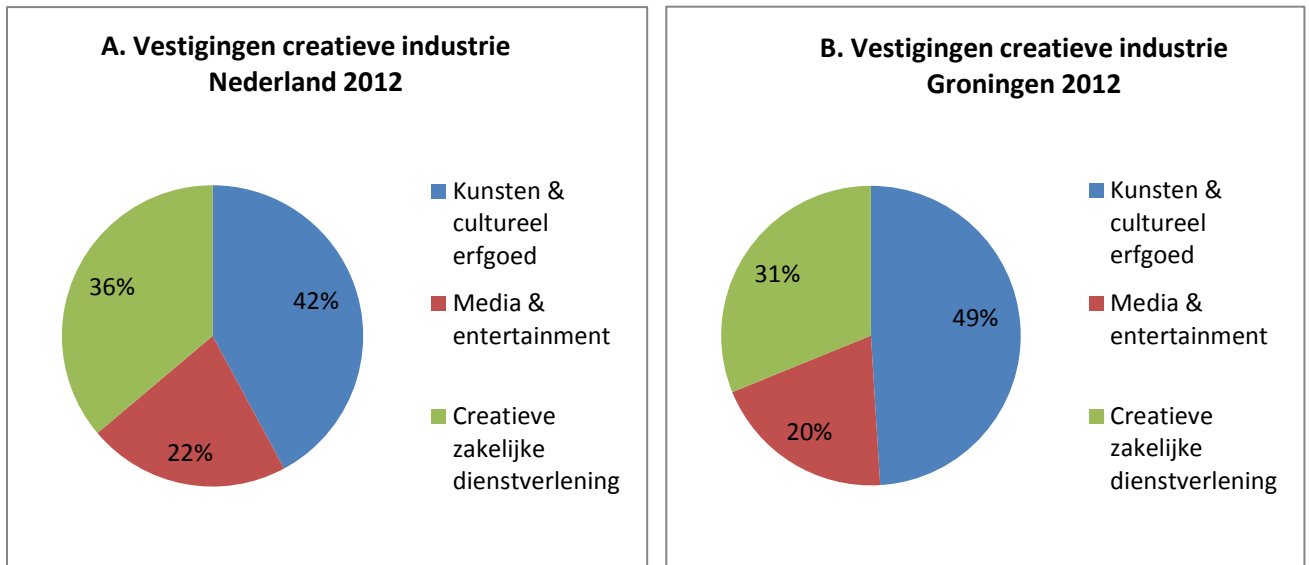
Figuur 3.1 Verhouding vestigingen creatieve industrie in Nederland. Bron: CBS 2014, eigen bewerking.

Bij het vergelijken van de statistieken in figuur 3.1, het aantal vestigingen, met figuur 3.2, het aantal werkzame personen, worden er een aantal kenmerken zichtbaar. Zo omvat de creatieve industrie nu nog maar 13 procent van de topsectoren, wat te verklaren is door het hoge aantal zelfstandigen en kleine bedrijven in de creatieve industrie. Wat verder opvalt is het in figuur 3.1 relatief hoge aantal vestigingen in de deelsector kunsten & cultureel erfgoed. Een soortgelijk percentage is echter niet terug te vinden in figuur 3.2, waar de verhoudingen binnen de deelsectoren nagenoeg gelijk zijn. Dit komt onder andere door de registratie van de vele zelfstandige kunstenaars in Nederland.



Figuur 3.2 Verhoudingen werknemers creatieve industrie in Nederland. Bron: CBS 2014, eigen bewerking.

Nu de topsector creatieve industrie in de juiste nationale proporties zijn gezet is de volgende stap het nader bekijken van de gemeente Groningen met gegevens van O&S Groningen, vestigingenregister. In de figuren 3.3A en 3.3B is goed zichtbaar waar de accenten liggen in de Groningse creatieve industrie in vergelijking met de creatieve industrie in de rest van Nederland . Een relatief grote kunsten & cultureel erfgoed deelsector is het eerste wat in het oog springt. In het rapport Het belang van Cultuurstad Groningen (Marlet et al., 2011) is een van de bevindingen dat Groningen een relatief hoog aantal kunstenaars heeft. Meer dan het gemiddelde van de 27 grootste steden in Nederland. Hier zou dus een mogelijke verklaring kunnen liggen in het relatief hoge percentage van de deelsector kunsten & cultureel erfgoed in Groningen.



Figuren 3.3A en 3.3B *Verhoudingen vestigingen creatieve industrie in Nederland en Groningen*. Bron: respectievelijk CBS 2014 en O&S Groningen, vestigingenregister. Eigen bewerking.

De bovenstaande data is nog verder bestudeerd om een nauwkeurig beeld te geven van de kenmerken en ontwikkeling van de Groningse creatieve industrie .

In tabel 3 zijn de belangrijkste gegevens over de periode 2009 tot 2013 geselecteerd uit het databestand van O&S Groningen, vestigingenregister, en met elkaar vergeleken.

Tabel 3. *Creatieve industrie in Groningen*. Bron: O&S Groningen, Vestigingenregister. Eigen bewerking.

	2009	2010	2011	2012	2013	2009 - 2013
Vestigingen						
Kunsten & cultureel erfgoed	1.119	1.196	1.296	1.367	1.329	210
Media en entertainment	462	509	525	553	529	67
Creatieve zakelijk dienstverlening	713	785	827	869	826	113
Totaal	2.294	2.490	2.648	2.789	2.684	390
Index 2009 = 100	100	109	115	122	117	17%
Totale economie Groningen	13.744	14.614	15.340	15.765	15.094	1.350
Creatieve industrie als percentage totale economie Groningen	16,7%	17,0%	17,3%	17,7%	17,8%	1,1%
Werkzame personen (1)						
Kunsten & cultureel erfgoed	2.253	2.307	2.474	2.602	2.488	235
Media en entertainment	2.024	1.671	1.785	1.561	1.703	-321
Creatieve zakelijk dienstverlening	1.694	1.664	1.696	1.649	1.441	-253
Totaal	5.971	5.642	5.955	5.812	5.632	-339
Index 2009 = 100	100	94	100	97	94	-6%
Totale economie Groningen	133.141	131.474	135.707	135.455	131.654	-1.487
Creatieve industrie als percentage totale economie Groningen	4,5%	4,3%	4,4%	4,3%	4,3%	-0,2%

1) Personen 15 uur of meer per week werkzaam.

Enkele opvallende ontwikkelingen en kenmerken komen hierboven aan het licht. Allereerst is in het groen dan wel rood aangegeven wat de ontwikkeling over de periode 2009-2013 is. Hierin is gelijk de tweedeling te onderscheiden. Namelijk de positieve ontwikkeling bij de vestigingen en de negatieve ontwikkeling bij de werkzame personen.

Bij de negatieve trend in de werkzame personen is te zien dat deze relatief gezien beperkt is. De absolute afname is 339 werkzame personen maar de gehele werkgelegenheid in Groningen daalde als gevolg van de economische crisis met 1.487 personen. Dit leidt tot een bescheiden daling van 0,2 procentpunt waaruit voorzichtig mag worden geconcludeerd dat de creatieve industrie op het gebied van werkgelegenheid simpelweg meebeweegt op het ritme van de gehele Groningse economie. Bij beide factoren springt de deelsector kunsten & cultureel erfgoed eruit. Bij deze deelsector is op het jaar 2013 na, een mooie constante toename zichtbaar in zowel vestigingen als werkzame personen. Het Groningse accent op de deelsector kunsten & cultureel erfgoed is iets wat in 2011 ook al werd geconstateerd (Marlet et al., 2011). Vanuit de provincie Groningen wordt de creatieve industrie ondersteunt met vrijgemaakt subsidiebudget. Dit wordt besteed volgens het Innovatie Actieprogramma Groningen, kortweg het IAG genoemd. Dit programma zou er mede aan hebben kunnen bijgedragen dat er met name in het aantal vestigingen een duidelijke stijging zichtbaar is. Het aantal vestigingen in de creatieve industrie in het algemeen heeft een grote sprong gemaakt. Een mogelijke verklaring dan wel kanttekening bij de forse toename in vestigingen en dan vooral de deelsector kunsten & cultureel erfgoed is dat dit naweeën kunnen zijn van de in 2008 van kracht geworden Wet op Handelsregister. Deze wet houdt in dat iedere economische activiteit geregistreerd dient te worden bij de Kamer van

Koophandel. Dit had met name grote gevolgen voor eenmanszaken en kleine bedrijfjes in kunst- en creatieve zakelijke dienstverlening (O&S Amsterdam, 2013).

4.2 Ruimtelijke verdeling creatieve industrie in Groningen

Na het bestuderen van de 2 factoren vestigingen en werkzame personen eerst op nationaal niveau en later op het lokale niveau van Groningen, is de volgende stap een ruimtelijk beeld te schetsen van de vestigingen in Groningen in twee kaarten. De gegevens die gebruikt zijn voor deze twee kaarten zijn te zien in tabel 4.

Tabel 4. *Vestigingen creatieve industrie in de Gemeente Groningen*. Bron O&S Groningen, Vestigingenregister. Eigen bewerking.

	Kunsten & Cultureel erfgoed	Media & entertainment	Creatieve zakelijke dienstverlening	Totaal creatieve industrie	Totaal gehele economie	Totaal creatieve industrie / totaal gehele economie
Oud-Noord	157	54	76	287	1000	28,7%
Oosterparkwijk	75	35	48	158	599	26,4%
Oud-West	127	45	95	267	1041	25,6%
Oud-Zuid	180	61	116	357	1571	22,7%
Centrum	365	110	187	662	3365	19,7%
Helpman e.o.	94	39	51	184	1147	16,0%
Zuidwest	58	21	43	122	782	15,6%
Noordoost	67	31	37	135	928	14,5%
Noordwest	49	26	31	106	762	13,9%
Noorddijk e.o.	59	33	43	135	1049	12,9%
Nieuw-West	39	24	29	92	814	11,3%
Meerdorpen	5	0	6	11	105	10,5%
Hoogkerk e.o.	29	23	24	76	787	9,7%
Zuidoost	25	27	40	92	1142	8,1%
						16,8% gemiddeld

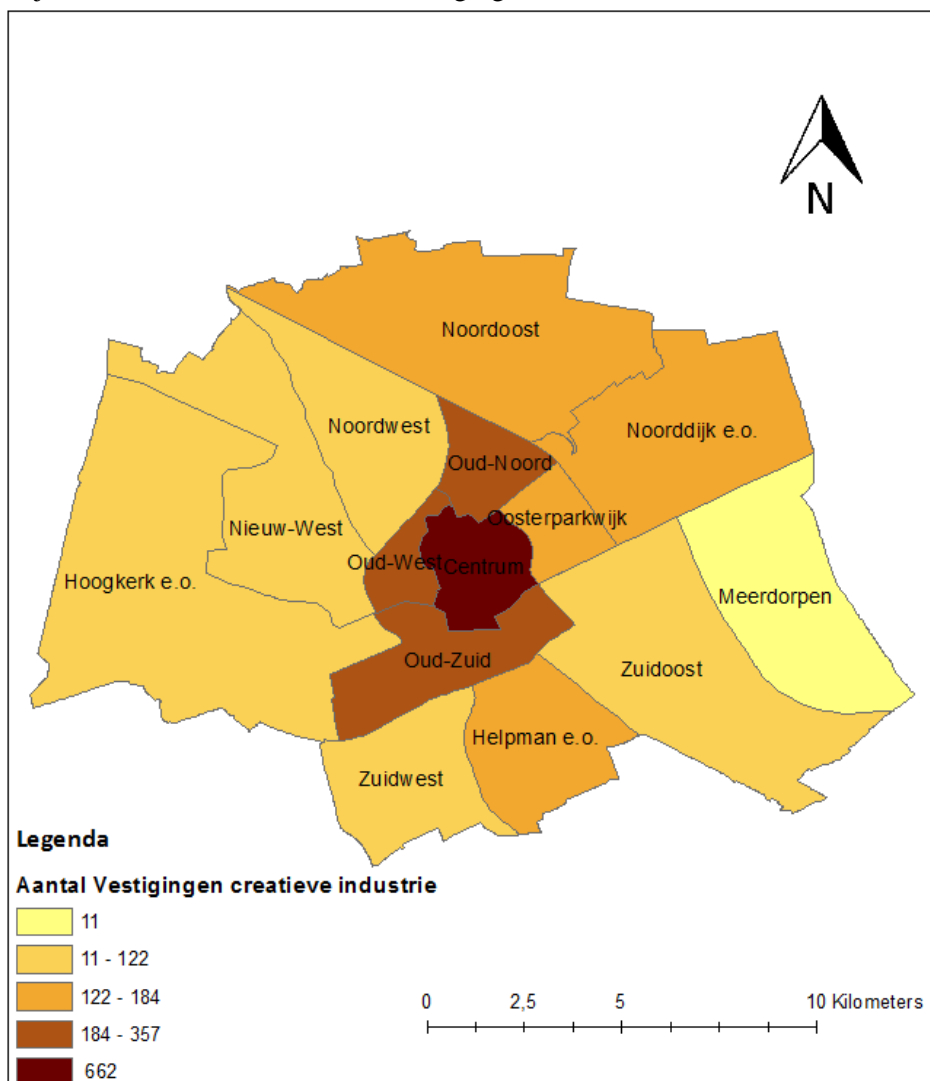
De wijken zijn in tabel 4 gerangschikt op de relatieve aanwezigheid van de creatieve industrie in de desbetreffende wijk. Deze percentages zijn te zien in de laatste kolom. Dit is berekend door de creatieve industrie te delen door de totale economie. Duidelijk zichtbaar is absolute aanwezigheid in het centrum maar relatief gezien pas de vijfde plaats inneemt. Gemiddeld is er 16,8 procent creatieve industrie binnen de totale economie in een wijk. Dit leidt tot een tweedeling boven en onder het gemiddelde. Opvallend is dat alle wijken die boven het gemiddelde zitten hier ruim boven zitten en bovendien allemaal om en nabij het centrum zitten. Deze zijn dus geconcentreerd in de meeste stedelijke omgeving van de gemeente Groningen. Als de relatieve creatiefste wijk van Groningen komt Oud-Noord naar voren. Hieronder vallen de Indische Buurt, De Hoogte en de Korrewegwijk. Dit zijn allen woonwijken met relatief weinig ondernemingen, waardoor creatieve ondernemingen zwaarder wegen in deze relatieve tabel. Een mogelijk bewijs van een *knowledge spillover* is de

toename van het aantal vestigingen in de wijk Oud-Noord voor de periode 2009-2013 te zien in tabel 5. Deze tabel laat een duidelijke stijging zien, en kan dus worden beschouwd als economische ontwikkeling.

Tabel 5. *Totaal aantal vestigingen wijk Oud-Noord.* Bron: O&S Groningen, eigen bewerking.

	2009	2000	2011	2012	2013	2009-2013
Oud-Noord	866	926	956	1.011	1.000	134

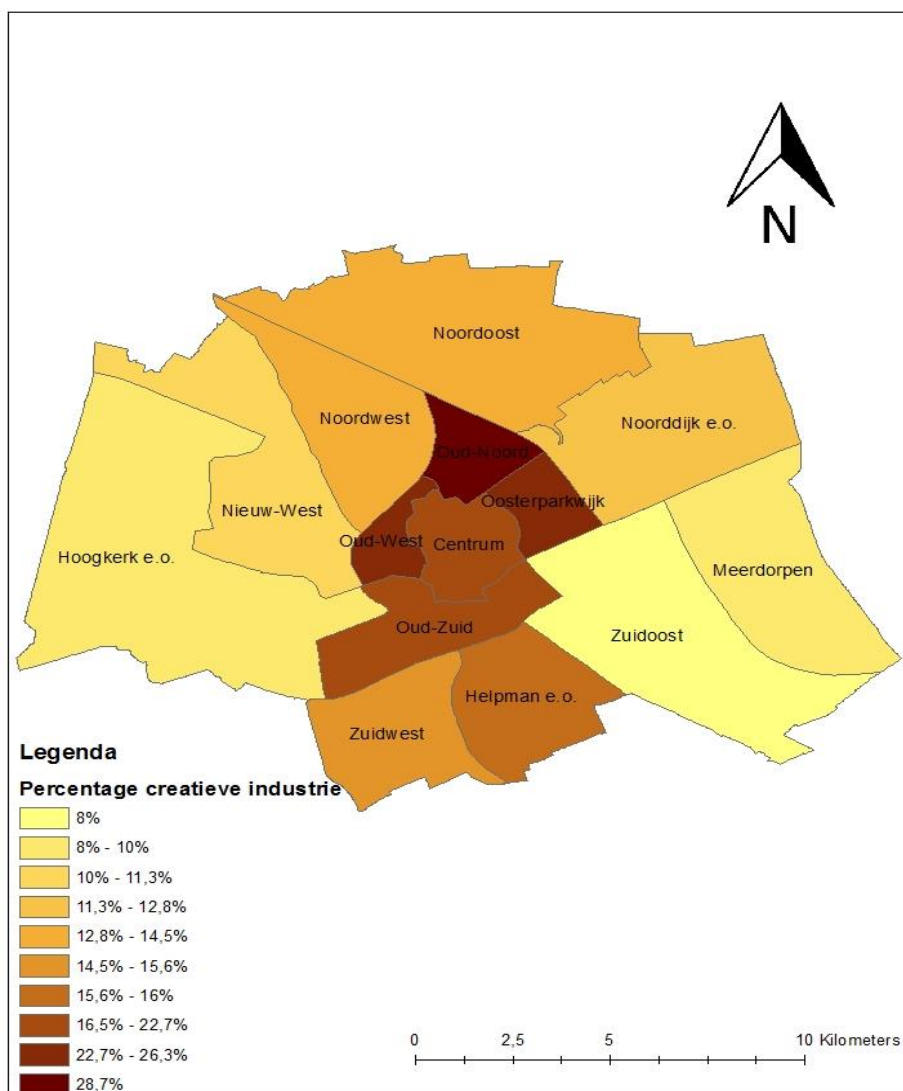
In de vertaalslag naar de kaarten is allereerst in figuur 4.1 de absolute aanwezigheid van de creatieve industrie in Groningen zichtbaar. Opvallend hier het hoge aantal vestigingen in de binnenstad. Wat verder opvalt is het grote verschil met het niveau tussen het centrum met 662 vestigingen en drie wijken met tussen de 184 en 357 vestigingen.



Figuur 4.1 *Het totale aantal vestigingen creatieve industrie per wijk in 2013.* Bron: O&S Groningen, vestigingenregister. Open data Groningen. Eigen bewerking met ArcMap.

Om meer te kunnen zeggen over de verhoudingen binnen de gemeente en tussen de wijken, is ervoor gekozen om ook de relatieve verhoudingen weer te geven. Hiervoor zijn de gegevens gebruikt uit de meest rechtse kolom uit tabel 4. Deze zijn te zien in figuur 4.2. Opvallend is dat hierbij andere wijken

naar boven komen als in figuur 4.1. Niet het Centrum maar Oud-Noord is nu het zwaartepunt. Het centrum valt zelfs niet in categorie 2 op de legenda. Dit heeft onder andere te maken met de vele, veelal kleine, ondernemers in het centrum. In tabel 4 is zichtbaar hoe de verhoudingen precies liggen. Er is gekozen voor relatief veel klasse 's om zo Oud-Noord zichtbaar te maken als de wijk met relatief de meeste creatieve industrie. Mogelijke oorzaak hiervan zou kunnen zijn de aanwezigheid van een gunstig *peoples climate* in tegenstelling tot een *business climate* (Boschma, 2009). Er is gebruik gemaakt van de classificatiemethode *natural breaks (jenks)*. Deze methode zorgt ervoor dat binnen de klassen de variatie minimaal is en de klassen onderling maximaal verschillend (ESRI, 2014). Deze methode is geschikt om enigszins verborgen groepen, in dit geval de creatieve industrie in een stad, weer te geven.



Figuur 4.2 *Het relatieve aantal Vestigingen per wijk in 2013.* Bron: O&S Groningen, vestigingenregister. Open data Groningen. Eigen bewerking met ArcMap.

4.3 Parallel met Amsterdam?

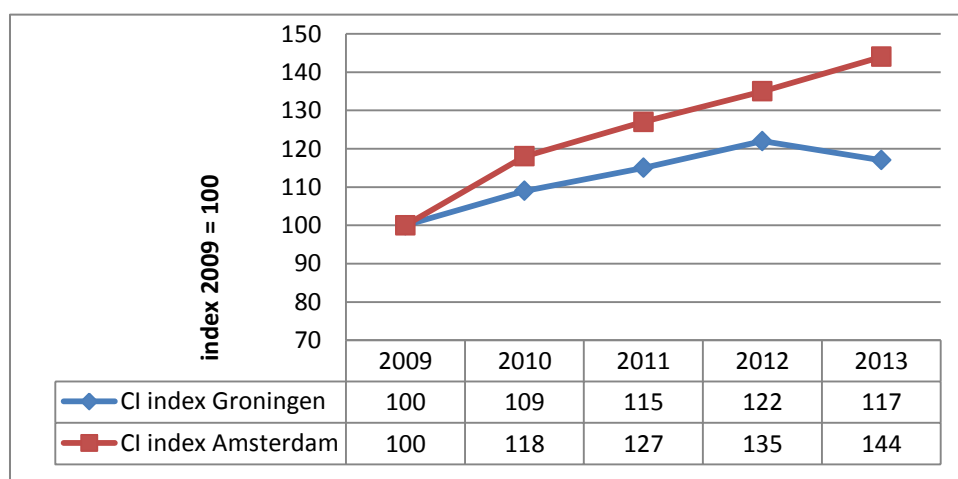
De gemeente Groningen is uitgebreid aan bod gekomen en vergeleken met de rest van Nederland. Echter ontbrak het nog aan een vergelijking met een andere stedelijke gemeente.

Bij het bestuderen van de economische ontwikkeling van de creatieve industrie is gekeken naar de factoren Vestigingen en Werkzame personen. Florida (2002) gebruikt in zijn onderzoeken de werkgelegenheidsontwikkeling als indicator voor economische groei. Dit is een factor die veel terugkomt in beleidsstukken van Groningen en Amsterdam (Rutten et al., 2004). Deze gemeenten hebben werkgelegenheid hoog in het vaandel staan en gebruiken net als Florida (2002) dit als een belangrijke indicator voor de algehele economische ontwikkeling in hun gemeenten. In deze deelvraag zal daarnaast ook het aantal vestigingen belicht worden. Uiteraard hebben de gemeenten Groningen en Amsterdam verschillende kenmerken. Met als belangrijkste verschil de omvang in inwoners: inmiddels 200.000 inwoners in de gemeente Groningen en ruim 800.000 in de gemeente Amsterdam (CBS, 2014). Een kort overzicht is te zien in tabel 5.1 Tussen haakjes staat weergegeven hoe de creatieve industrie zich verhoudt tot de totale economie in de beide gemeenten.

Tabel 5.1 *Groningen en Amsterdam vergeleken*. Bron: O&S Groningen, vestigingenregister en O&S Amsterdam. Eigen bewerking

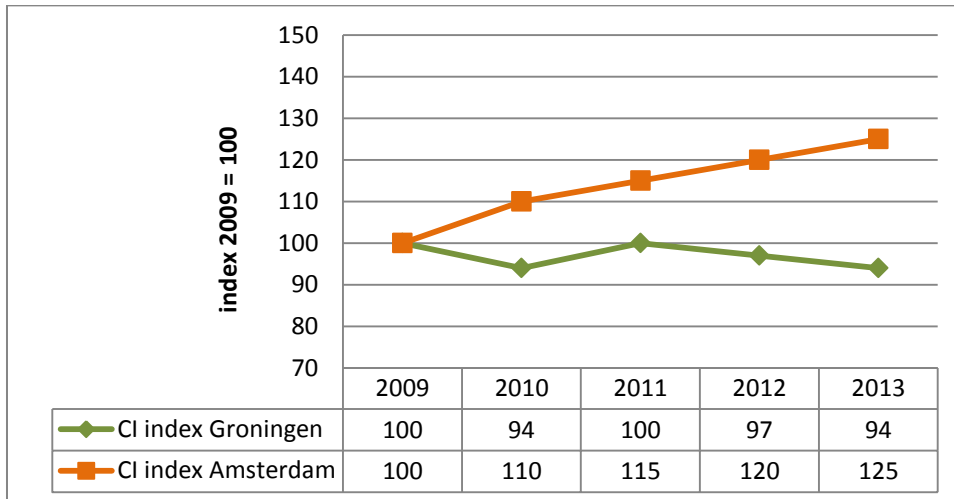
	Groningen	Amsterdam
Bron en jaar	O&S Groningen, 2013	O&S Amsterdam, 2014
Inwoners	197.823	820.961
Creatieve Industrie vestingen	2.984 (17,8%)	29.944 (29,9%)
Creatieve industrie werknemers	5.632 (4,3%)	57.631 (11,9%)

Om de twee gemeenten toch met elkaar te kunnen vergelijken is de indexmethode gebruikt. Hierbij is een ontwikkeling over een tijdsverloop zichtbaar te maken vanaf een basisjaar. Allereerst is het aantal vestigingen bestudeerd. Wat direct opvalt is de positieve ontwikkeling die beide steden hebben gemaakt. Allebei hebben de gemeenten is sterke groei in het aantal vestigingen in de creatieve industrie doorgemaakt. Kanttekening hierbij is dat dit te maken kan hebben met naweeën van de Wet op Handelsregister (O&S Amsterdam, 2013). De creatieve industrie is hier afgekort als CI.



Figuur 5.2 *Ontwikkeling vestigingen in de creatieve industrie*. Bron: O&S Groningen, vestigingenregister. O&S Amsterdam. Eigen bewerking.

In figuur 5.3 is de ontwikkeling zichtbaar over de werkzame personen in de beide gemeenten. Hier is wel een duidelijk verschil te zien. Daar waar Groningen zoals al eerder vermeld hinder ondervindt van de economische crisis, lijkt hier in Amsterdam geen gevolg van te zien in de creatieve industrie. De gemeente Amsterdam laat de laatste 4 jaar zelfs een stabiele groei zien van 5 procent in het aantal werkzame personen.



Figuur 5.3 *Ontwikkeling werkzame personen in de creatieve industrie*. Bron: O&S Groningen, vestigingenregister. O&S Amsterdam. Eigen bewerking.

5 Conclusie

In dit onderzoek is allereerst vanuit een breed globaal perspectief naar de creatieve industrie gekeken. Verschillende onderzoeken zijn behandeld, die verschillende uitkomsten gaven. Marlet en Poort tonen bijvoorbeeld voor Nederland aan dat de creatieve klasse een betere indicator is voor economische ontwikkeling dan *human capital*. Marlet en Poort concluderen in een ander onderzoek echter ook dat er geen positief verband te vinden is tussen de aanwezigheid van creatieve industrie en economische ontwikkeling. Belangrijke voorwaarde voor deze conclusie is wel dat Amsterdam dan niet moest worden meegenomen in de data. Kijkend naar de topsector creatieve industrie valt op dat deze bestaat uit 40 procent van alle vestigingen in de topsectoren, echter maar verantwoordelijk is voor 13 procent van de werkgelegenheid. De Groningse creatieve industrie valt verder op door een opvallend grote kunsten & cultureel erfgoed deelsector in vergelijking met de rest van Nederland. Een mogelijke verklaring hiervoor is het bovengemiddeld aantal kunstenaars in de stad (Marlet et al., 2011). Bij het bestuderen van de data over de periode 2009-2013 valt verder op dat er sterke groei zichtbaar is in het aantal vestigingen. Over dezelfde periode blijft de werkgelegenheid echter achter en daalt zelfs met 339 personen. In het licht van de totale Groningse economie valt deze daling echter mee en is de creatieve industrie maar 0,2 procentpunt gedaald. In de ruimtelijke verdeling van de creatieve industrie valt verder de absolute aanwezigheid in het centrum op, maar daarbij ook de relatieve afwezigheid. Opvallend is dat Oud-Noord de wijk is waar relatief de meeste creatieve industrie te vinden. Mogelijke oorzaak hiervan zou kunnen zijn de aanwezigheid van een gunstig *peoples climate* in tegenstelling tot een *business climate* (Boschma, 2009). Lucas (1988) noemt clustering van de creatieve industrie een belangrijk voordeel voor de gehele wijk. De *knowledge spillover* is zichtbaar in de toename van het aantal vestigingen. Of deze volledig toe te schrijven is aan de aanwezigheid van de creatieve klasse is niet onderzocht en is een aanbeveling voor vervolgonderzoek, maar het is een gegeven dat de wijk waar relatief de meeste creatieve industrie zit, een sterke stijging doormaakt in het aantal economische vestigingen in het algemeen. Amsterdam werd al kort benoemd in de cruciale rol die het had in het onderzoek van Marlet & Poort en is ook in dit onderzoek onderzocht. In de vergelijking met Groningen doet Amsterdam het aanmerkelijk beter. Daar waar Groningen op de factor werkgelegenheid achterblijft, laat Amsterdam een sterke groei zien. Uiteraard hebben Groningen en Amsterdam verschillende kenmerken, maar misschien liggen er voor de gemeente Groningen en andere gemeenten kansen in het stimuleren van de creatieve industrie door te kijken naar hoe de gemeente Amsterdam dit doet. Belangrijke kanttekening bij dit onderzoek is dat economische ontwikkeling ook afhankelijk is van andere factoren die hier zijn onderzocht of benoemd. Zo is Nederland nog steeds niet hersteld van de economische crisis die de wereld trof in 2008. Concluderend kan worden gezegd dat de creatieve industrie steeds meer op de voorgrond treedt in Groningen, vooral op de factor vestigingen laat een duidelijke groei zien. Om echter meer te kunnen zeggen over het verband tussen de creatieve industrie en economische ontwikkeling is er een correlatieonderzoek nodig waarbij meer factoren worden meegenomen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de factor omzet, maar ook het meenemen van andere sectoren.

6 Literatuurlijst

- Alonso, W. (1964). *Location and Land Use*. Cambridge: Harvard University Press.
- Andersson, A. E. (1985). Creativity and regional development. *Papers of the Regional Science Association*, 56(1), 5-20.
- Barro, R. J. (1991). Economic growth in a cross section of countries. *Quarterly Journal of Economics*, 106(2), 407-443.
- Boschma, R. A., Fritsch, M. (2009). Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries. *Economic Geography*. 85(4), 391-423.
- CBS. (2012). Monitor Topsectoren: Uitkomsten eerste meting. Den Haag/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- CBS. (2014). Monitor Topsectoren: 2014 uitkomsten 2011, 2011, 2012. Den Haag/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Caves, R.E. (2000). *Creative industries: contracts between art and commerce*. Cambridge: Harvard University Press.
- Declan, R. Lawton, P. & Murphy, E. (2012). Residential preferences of the 'creative class'?. *Cities*, 31(4), 47-56.
- Diewert, P. (1987). Index Numbers. In J. Eatwell, M. Milgate & P. Newman (Red.), *The New Palgrave: A Dictionary of Economics 2* (pp. 767-780). London: Macmillan Stockton Press Maruzen.
- ESRI. (2014). *natural breaks classification*. Geraadpleegd op 09-12-2014 via <http://support.esri.com/en/knowledgebase/GISDictionary/term/natural%20breaks%20classification>.
- Florida, R. L. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic books.
- Florida, R. (2013). *More Losers Than Winners in America's New Economic Geography*. Geraadpleegd op 06-12-2014 via <http://www.citylab.com/work/2013/01/more-losers-winners-americas-new-economic-geography/4465/>. Washington: The Atlantic Citylab.
- Florida, R. L., Mellander, C. & Stolarick, K. (2008). Inside the black box of regional development: Human capital, the creative class and tolerance. *Journal of Economic Geography*, 8, 615-649.
- Glaeser, E. L. (2000). The new economics of urban and regional growth. In C. Gordon, G. Meric, M. Feldman (eds) *The Oxford handbook of Economic Geography*, Oxford: Oxford University Press. 83-98.
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.
- Kotkin, J. (2001). *The new geography: how the digital revolution is reshaping the American landscape*. New York: Random House.
- Landry, C. (2008). *Creative city: A toolkit for urban innovators*. London: Earthscan.

- Malanga, S. (2004). *The Curse of the Creative Class*. Geraadpleegd op 05-12-2014 via http://www.city-journal.org/html/14_1_the_curse.html. New York: The Manhattan Institute.
- Marlet, G., Ponds, C. & Woerkens, C. van (2011). *Het belang van cultuurstad Groningen*. Utrecht: Stichting Atlas voor Gemeenten.
- Marlet, G. & Woerkens, C. van (2004a). *Het economische belang van de creatieve klasse*. Economisch Statistische Berichten. 89(4435), 280.
- Marlet, G. & Woerkens, C. van (2004b). *Skills and creativity in a cross-section of Dutch Cities*. Discussion Paper series 04-29. Utrecht: Koopmans Research Institute.
- Marlet, G. & Poort, J. (2005). *Cultuur en creativiteit naar waarde geschat*. Utrecht: Stichting Atlas voor Gemeenten.
- Mellander, C. & Florida, R. L. (2006). *Human Capital of the Creative Class – Explaining Regional Development in Sweden*. Rapport: 79. KTH/CESIS Working Paper Series in Economics and Institutions of Innovation.
- Moretti, E. (2012). *The New Geography of Jobs*. New York: Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company.
- Oort, F.G. van (2002). *Agglomeration, economic growth and innovation. Spatial analysis of growth- and R&D externalities in the Netherlands*. Amsterdam: Thela Thesis.
- Oort, F.G. van, Graaff, T. de & Boschman, S. (2008). *Woon-werkdynamiek in Nederlandse gemeenten*. Den Haag: Ruimtelijk Planbureau.
- O&S Amsterdam. (2013). *Monitor creatieve industrie 2012*. Projectnummer 13082. Amsterdam: Bureau Onderzoek & Statistiek Amsterdam.
- Porter, M. (1998). *On Competition*. USA Edition. Boston: Harvard School Press.
- Raspe, O., Oort, F. van & Bruijn, P. de (2004), *Kennis op de Kaart. Ruimtelijke patronen in de kenniseconomie*, Rotterdam / Den Haag: NAI Uitgevers / Ruimtelijk Planbureau.
- Romer, P.M. (1987). Increasing returns and long-run growth. *Journal of Political Economy*, 95(5), 1002-1037.
- Ross, A. (2009) *Nice Work If You Can Get It: Life and Labor in Precarious Times*. New York: New York University Press.
- Rutten, P., Koops, O. & Roso, M. (2010). *Creatieve industrie in de SBI 2008 bedrijfsindeling*. Toegepast Natuurwetenschappelijk Onderwijs (TNO).
- Rutten, P., Manshanden, W., Muskens, J. & Koops, O. (2004). *De creatieve industrie in Amsterdam en de regio*. Toegepast Natuurwetenschappelijk Onderwijs (TNO).
- Scott, A.J. (2006). Creative cities: Conceptual issues and policy questions. *Journal of Urban Affairs*, 28(1), 1-17.

Solow, R. (1954). A contribution to the theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65-94.

Ullman, E. L. (1958). Regional development and the geography of concentration. *Paper and proceedings of the Regional Science Association*, 4(1), 179-188.

United Nations (2014). World Urbanization Prospects: 2014 Revision. Rapport: ST/ESA/SER/352. New York: United Nations.