



# THE ADDED VALUE OF CREATIVE RESIDENCIES

A research into the tangible effects of the  
creative sector on vibrancy

MIRA BRETHOUWER  
06-07-2018

Delft University of Technology







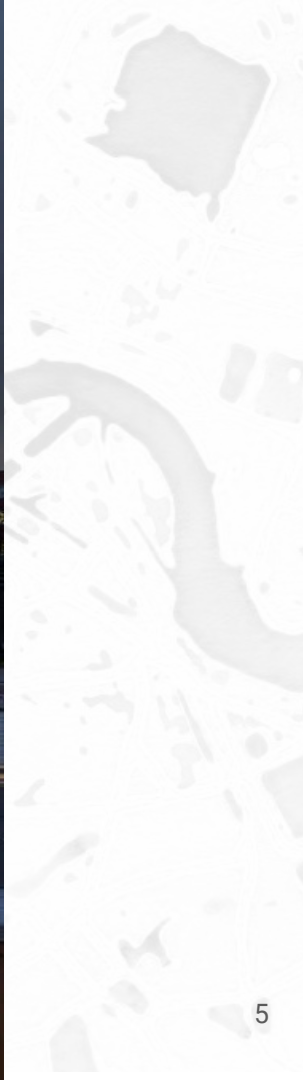
Schippers, 2016

























- **INTRODUCTIE**
- **PART I**  
*MEASURING VIBRANCY*
- **PART II**  
*THE IMPACT OF CREATIVE RESIDENCIES*
- **PART III**  
*FROM THEORY TO PRACTICE: TOWARDS A RESILIENT STRATEGY*



# CREATIEVE SECTOR

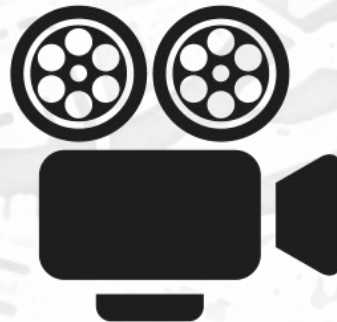
CREATIEVE  
DIENSTVERLENING



KUNST

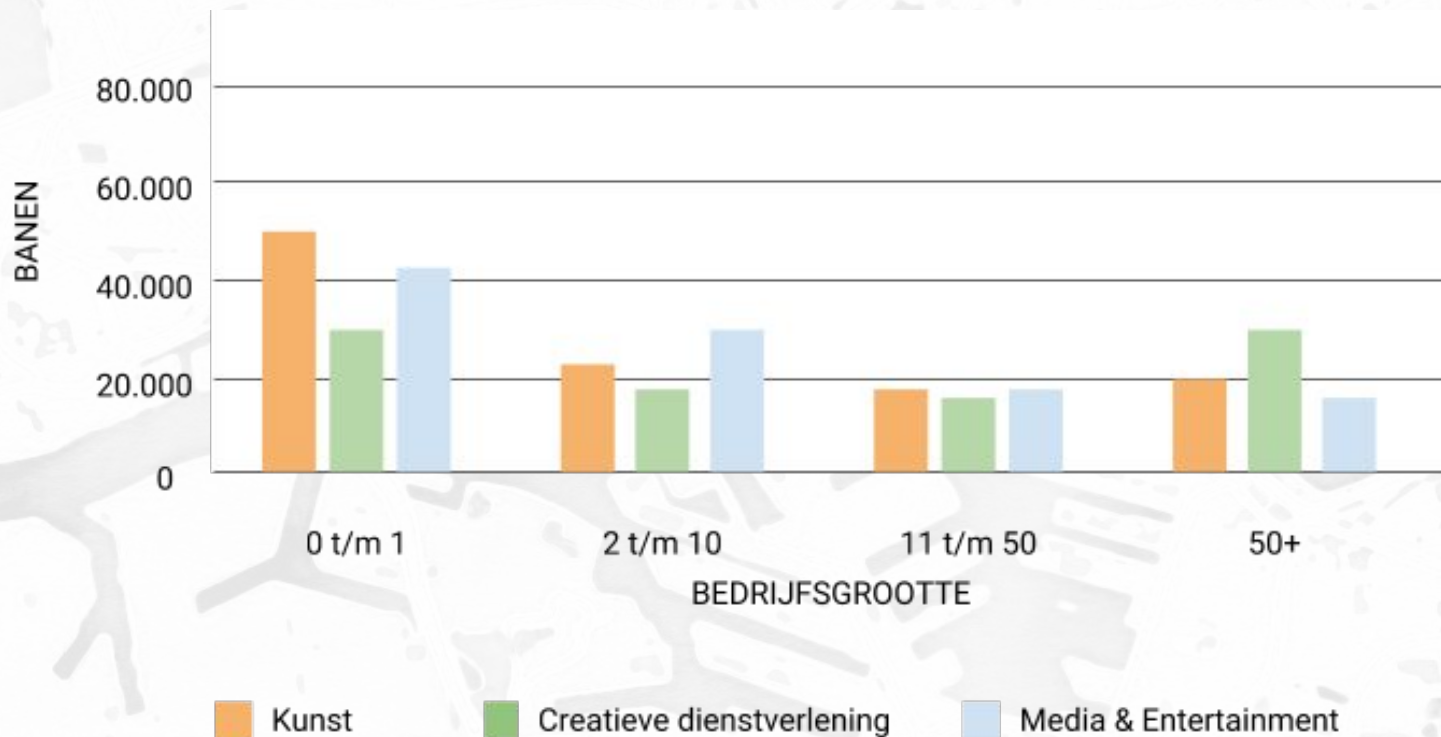


MEDIA &  
ENTERTAINMENT

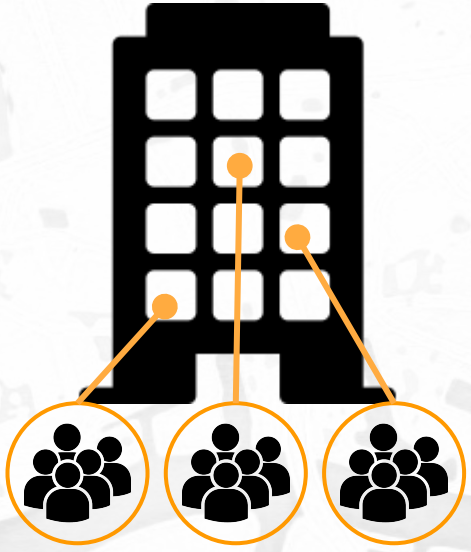




# CREATIEVE SECTOR



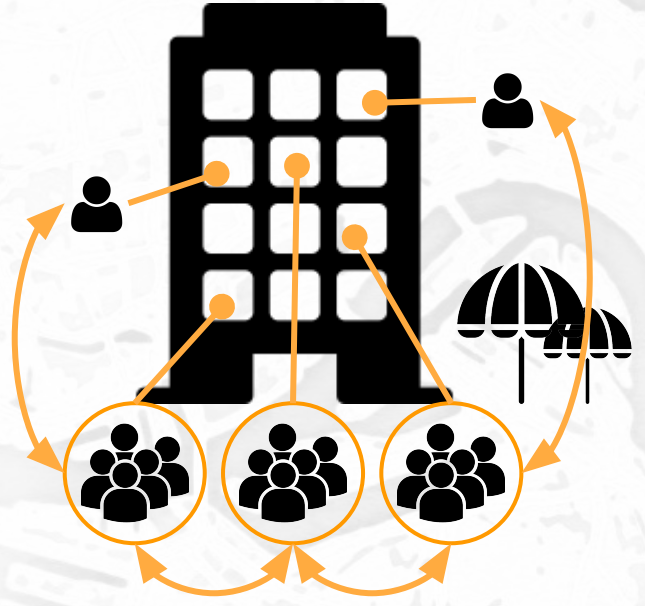




BEDRIJFSVERZAMELGEBOUW



CREATIVE SECTOR

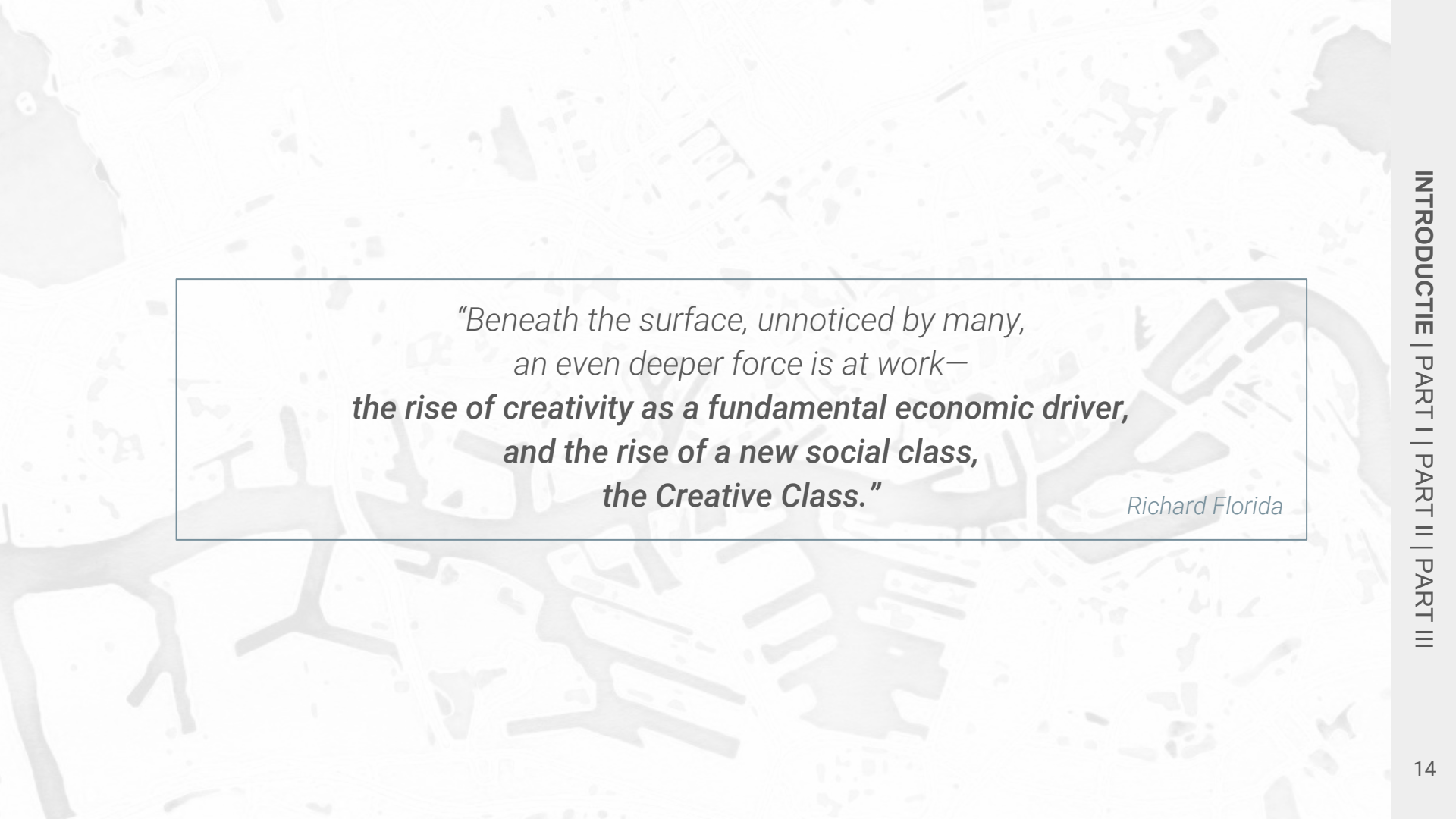


CREATIVE RESIDENCY

An aerial photograph of a coastal area, likely a marina or harbor, with numerous buildings, roads, and waterways. The image is faded and serves as a background for the slide.

# ADDED VALUE?





*“Beneath the surface, unnoticed by many,  
an even deeper force is at work—  
**the rise of creativity as a fundamental economic driver,  
and the rise of a new social class,  
the Creative Class.”***

*Richard Florida*

# ADDED VALUE

- ECONOMISCH
  - Aantrekken van bezoekers
  - Aantrekken en behouden van economische activiteit
- SOCIAAL
  - Sociale cohesie
  - Vermindering sociale uitsluiting en isolatie
  - Veiligere en sterkere gemeenschappen
- Nog steeds behoefte aan overtuigend bewijs





An aerial photograph of a coastal town, likely in the Netherlands, showing a complex network of streets and a prominent canal system. The image is in grayscale and serves as a background for the slide.

# RELEVANTIE?



# THEORETISCHE RELEVANTIE

- Tekort aan Objectieve Inzichten
  - Kloof tussen **theorie & praktijk**
  - Behoeftte aan meer inzicht in **tastbare effecten**
- Kwantificeren van Stedelijke Dynamiek
  - Impact op socio-economische waarden door **vibrancy**
  - Behoeftte aan **up-to-date** en **granulaire data**

# PRAKTISCHE RELEVANTIE

## METEN IS WETEN

Er is behoefte aan meer kennis over de sociale en economische toegevoegde waarde van een gebouw of gebied.

Met deze kennis kan bij toekomstige herontwikkeling beter onderbouwd onderhandeld worden tussen initiatiefnemers, eigenaren, en de overheid.

*DCRN*



# ONDERZOEKSVRAAG

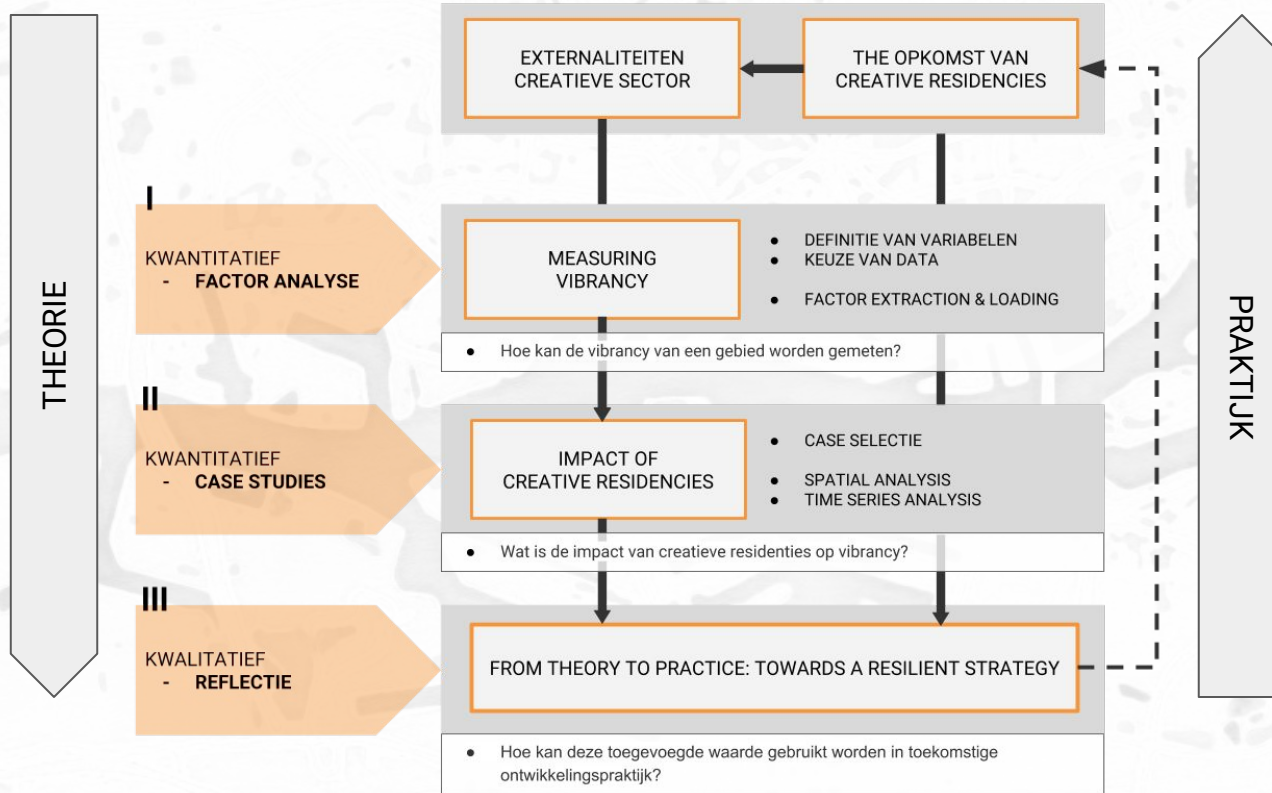
*“Hoe kan de **toegevoegde waarde** van creative residencies voor de **vibrancy in een gebied** worden **gemeten** en **gebruikt** in de ontwikkeling van stedelijk gebied?”*

# ONDERZOEKSDOEL

- **Ontwerp** een methodologie om vibrancy te meten
- **Meet** of de positieve invloeden van de creatieve sector op vibrancy bestaan, en in welke mate
- **Vertaal** deze invloeden in praktische aanbevelingen voor de ontwikkeling van bestaande en toekomstige creative residencies



# ONDERZOEKSOPZET





# PART I

---

## MEASURING VIBRANCY



# WAT IS VIBRANCY?

## TOP DEFINITION

### vibrant

Used by middle-class liberals, mainly women and feminised men, to refer to a run-down crime-ridden area, populated in the main by ethnic minorities where they can buy **quirky food** items for recipes which usually don't **turn out** very well.

*I simply **love** visiting this **area** during the daytime, it's so...vibrant!*

*I wouldn't like to **live** here, it's a bit...vibrant...*

**#diverse #socially inclusive #challenging #gritty #crap**

alarmed by the other. Used in reference to an area which contains ethnicities different to their's. Much like exotic but can be reached by

*I **love** living near **Green Street**, the **area** is so... vibrant!*

**#exotic #ethnic #fascinating #orientalism #sari**



### vibrant

Adjective: Often used by yuppies, hipsters, or **liberal** news outlets to describe "**cool**" and "authentic" neighborhoods full of working-class, predominantly ethnic **people** and businesses.

Vibrant is not usually used to describe "the hood" though--a vibrant neighborhood is a neighborhood where it's jumpin', but you won't get jumped.

*Kelsey: **Man**, I **love** the Mission! Look at all these **amazing** Mexican murals on the buildings.*

*Cody: This is such a vibrant neighborhood. Let's go get pupusas.*

### vibrant

pulsing, **throbbing**...What is New Orleans on a hot summers **night** when the moon is full and all is filled with **life**.

*Take a walk through the vibrant French Quarter...**Grab** your **drink** and walk..Take a stroll through the night and see what **home** is all about.*

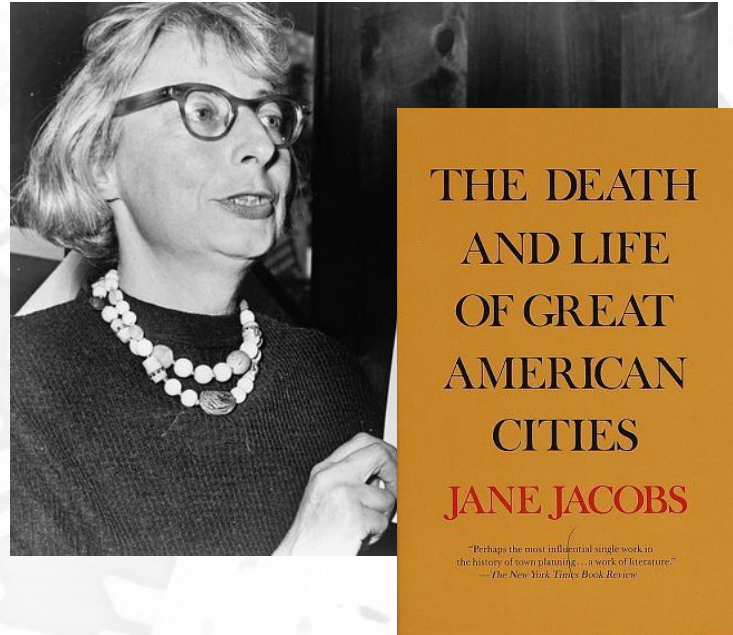
**#pulsing #throbbing #hot #life #night**

# WAT IS VIBRANCY?

Jane Jacobs (1961):

Urban Vibrancy is de mate van positieve activiteit of energie in een wijk

*“Levendige wijken zijn die wijken waar veel mensen activiteiten ondernemen op straatniveau, gedurende verschillende tijden van de dag.”*



# INDICATOREN VAN VIBRANCY

Voorwaarden voor een diverse en levendige wijk:

1. Mix van functies
2. Fijnmazig stratenpatroon
3. Diversiteit in gebouwen & mensen
4. Hoge dichtheid van gebouwen & mensen



# INDICATOREN VAN VIBRANCY

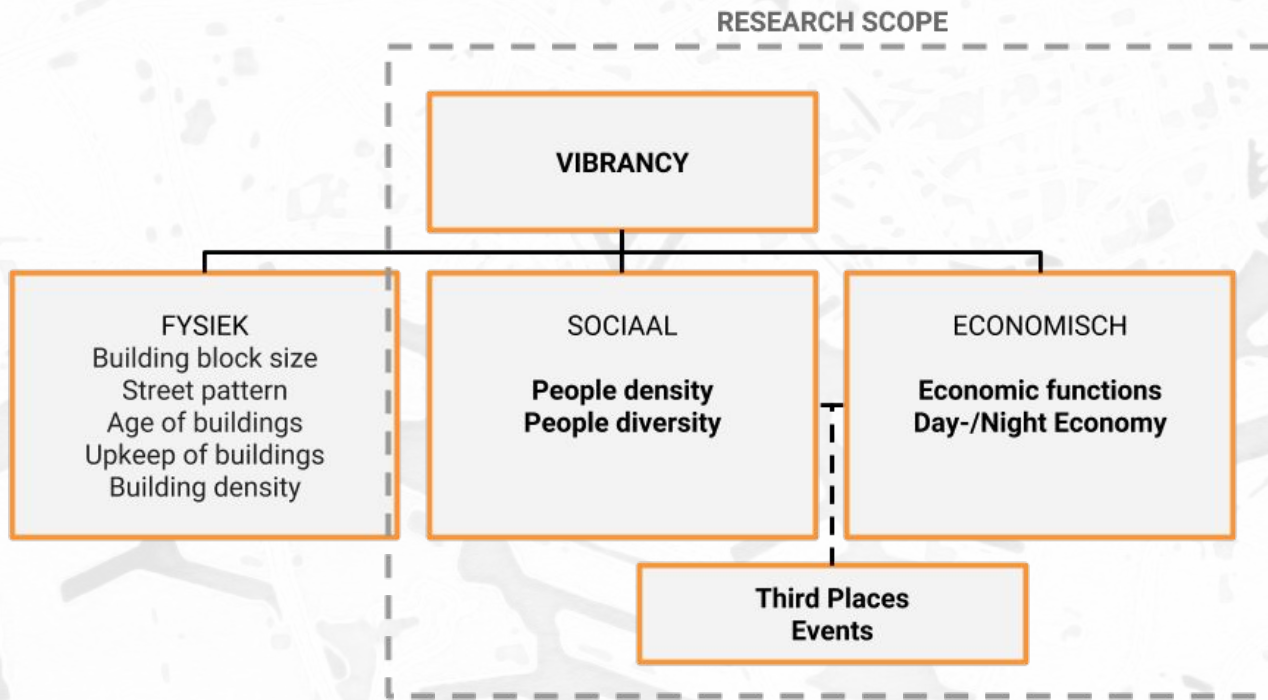
## 5. Third Places



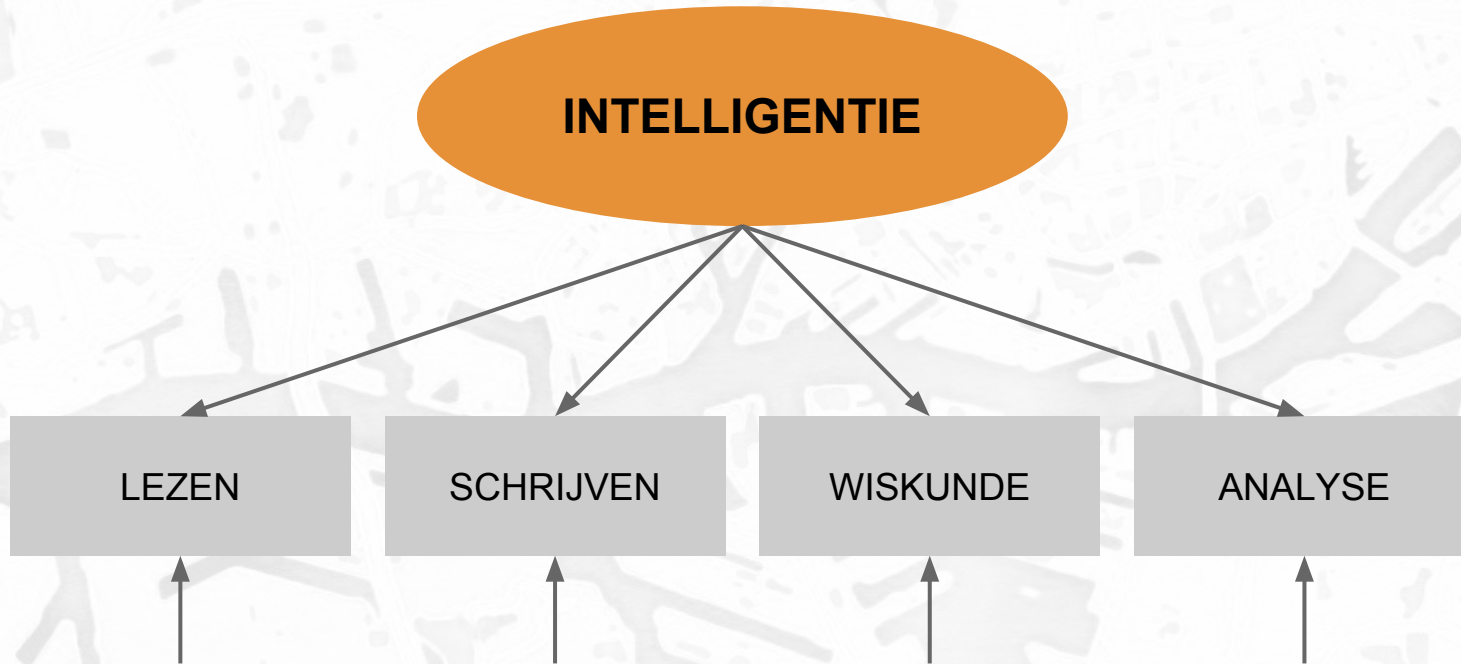
## 6. Evenementen



# INDICATOREN VAN VIBRANCY



# FACTOR ANALYSE



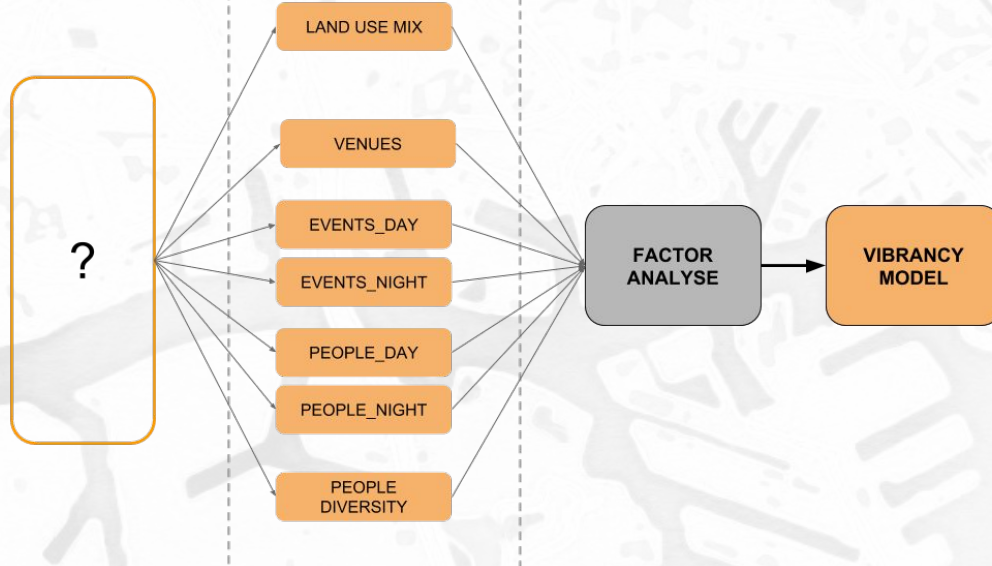


# VARIABELEN

DATA BRONNEN

VARIABLEN

MODELLEREN



# KEUZE VAN DATA

- Limitaties van Traditionele Data
  - **'Data Desert'**:
  - Small Data Studies: Onregelmatig, onvolledig & tijdrovend
  - Large Data Studies: Uniform, geaggregeerde schaal in ruimte en tijd,
- Big Urban Data
  - **'Data Deluge'**: Hoge resolutie, dynamisch, grote variëteit
  - Directed, Automated en Volunteered Data

# BIG DATA



DIRECTED



AUTOMATED



VOLUNTEERED



# BIG DATA



DIRECTED

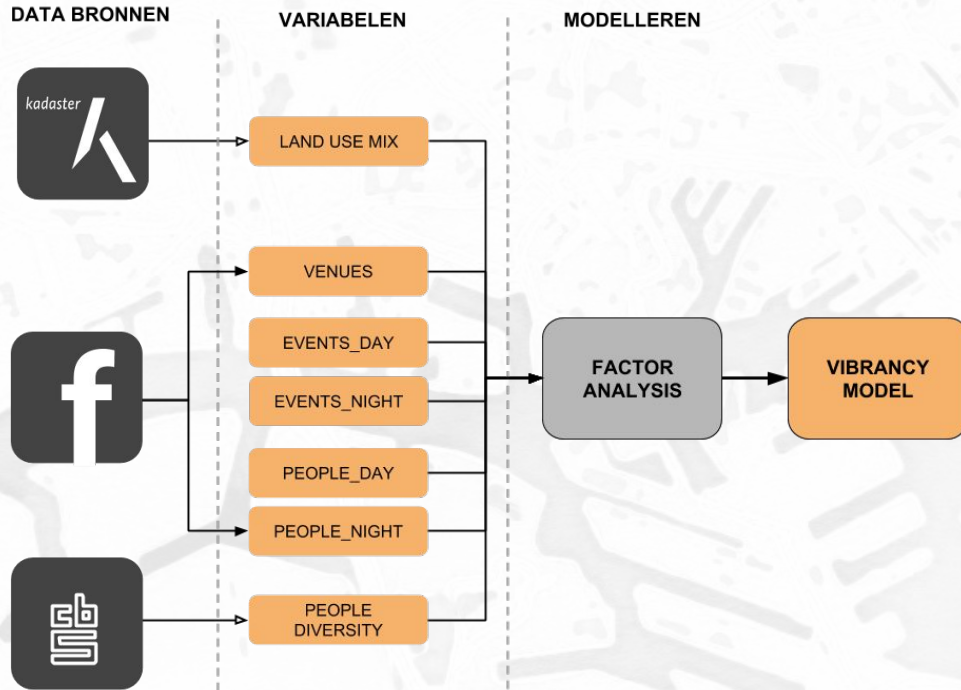


AUTOMATED



VOLUNTEERED

# KEUZE VAN DATA



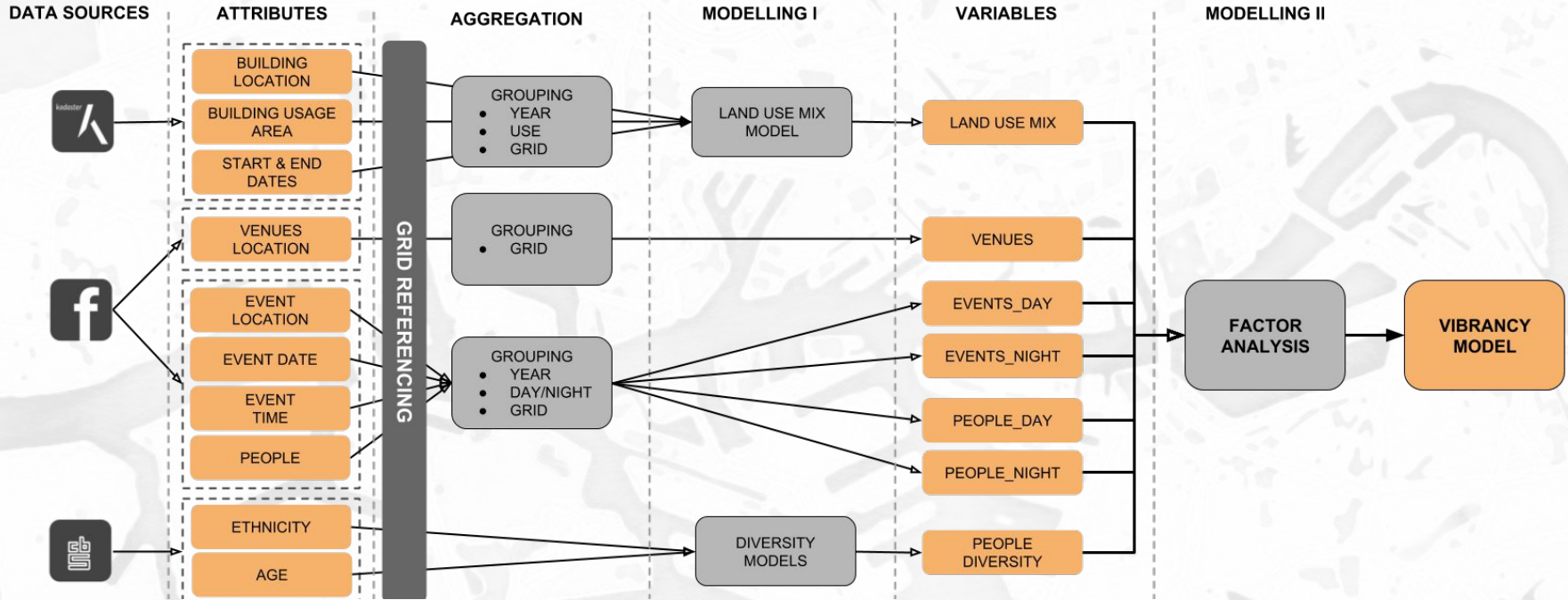
# DATA INTEGRATIE

- GRID REFERENCING
  - RASTER 100 x 100 m.

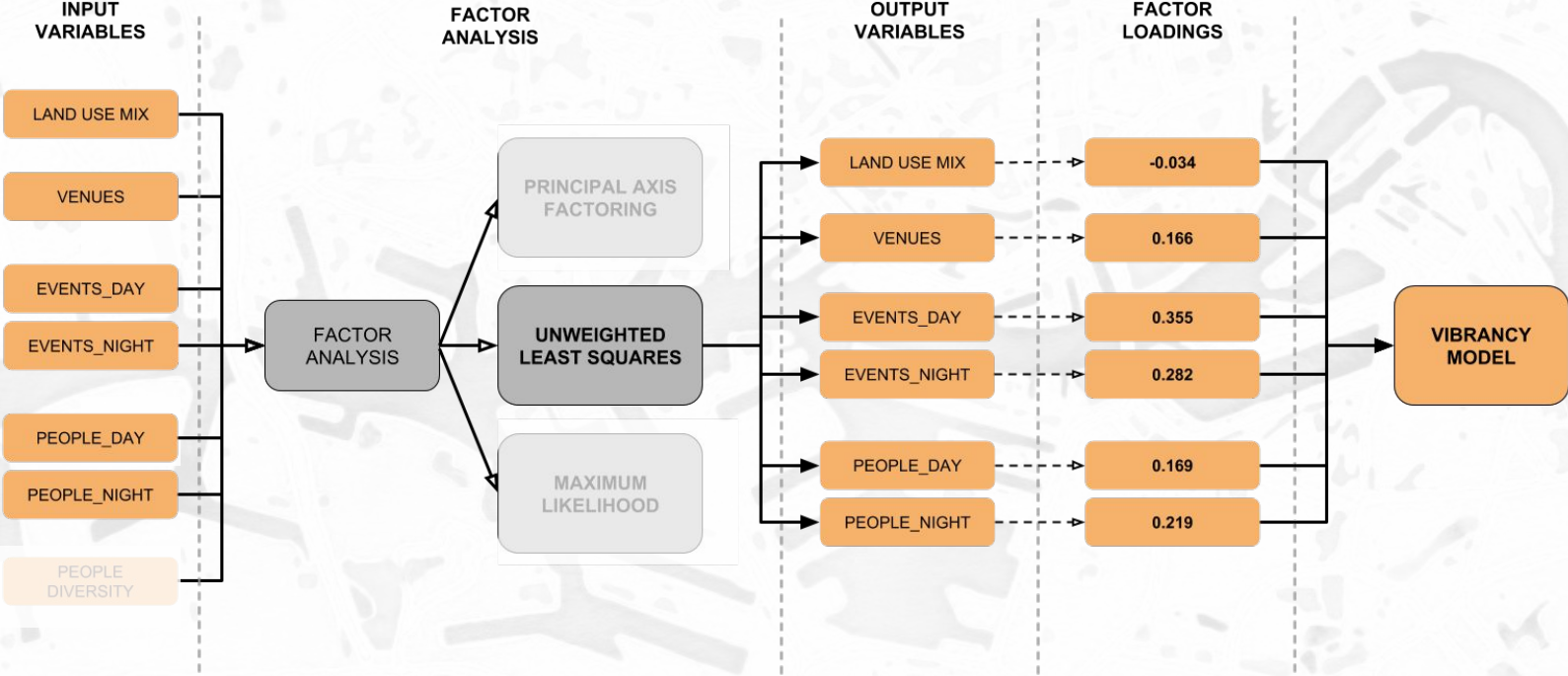




# FACTOR ANALYSE - INPUT



# FACTOR ANALYSIS - OUTPUT



# VIBRANCY MODEL

$$V_{gt} = 0.166 \times \frac{V_{venues_{gt}} - \overline{V_{venues_c}}}{SD[V_{venues_c}]} + 0.355 \times \frac{Events\_Day_{gt} - \overline{Events\_Day_c}}{SD[Events\_Day_c]} + 0.282 \times \frac{Events\_Night_{gt} - \overline{Events\_Night_c}}{SD[Events\_Night_c]} \\ + 0.169 \times \frac{People\_Day_{gt} - \overline{People\_Day_c}}{SD[People\_Day_c]} + 0.219 \times \frac{People\_Night_{gt} - \overline{People\_Night_c}}{SD[People\_Night_c]} + (-0.034) \times \frac{LUM_{gt} - \overline{LUM_c}}{SD[LUM_c]}$$



# VIBRANCY MODEL - RESULTS



## PART II

---

# THE IMPACT OF CREATIVE RESIDENCIES

# CASES

## ROTTERDAM

- Schiekadeblok
- Keilewerf
- Creative Factory
- Het Industriegebouw





# CASES

**LOCATIE**



**GROOTTE**



**START JAAR**



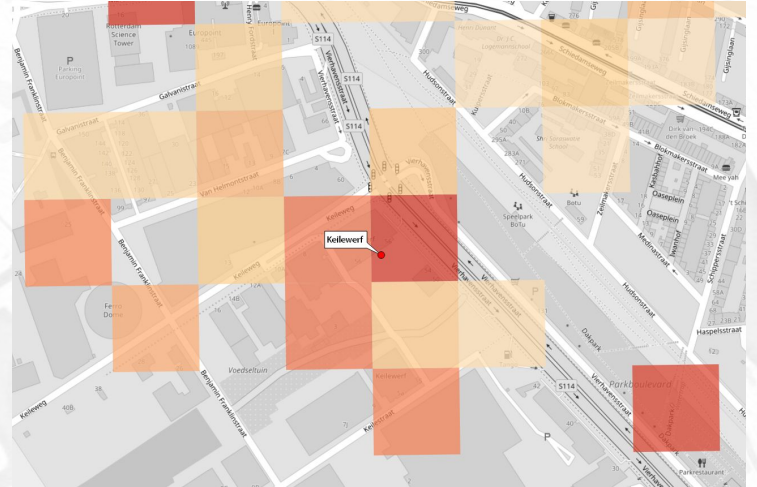
**CONNECTIES**



# ANALYSE - SPATIAL

“Er zal een negatieve correlatie zijn tussen de Vibrancy en de afstand tot een Creative Residency”

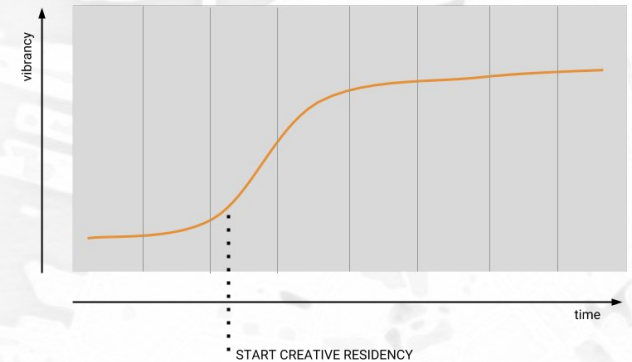
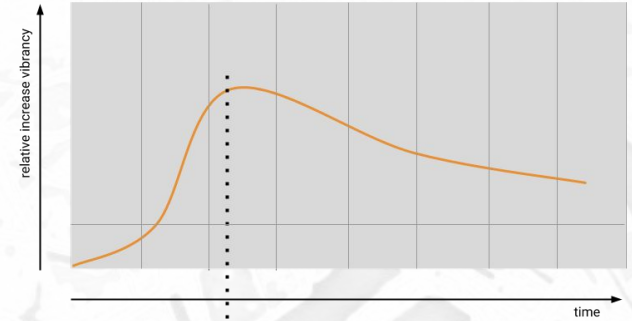
- Creative Residencies in Vibrant clusters
- Spreiding of concentratie



# ANALYSE - TIME SERIES

“De opening van een Creative Residency zal zorgen voor een significante toename in Vibrancy”

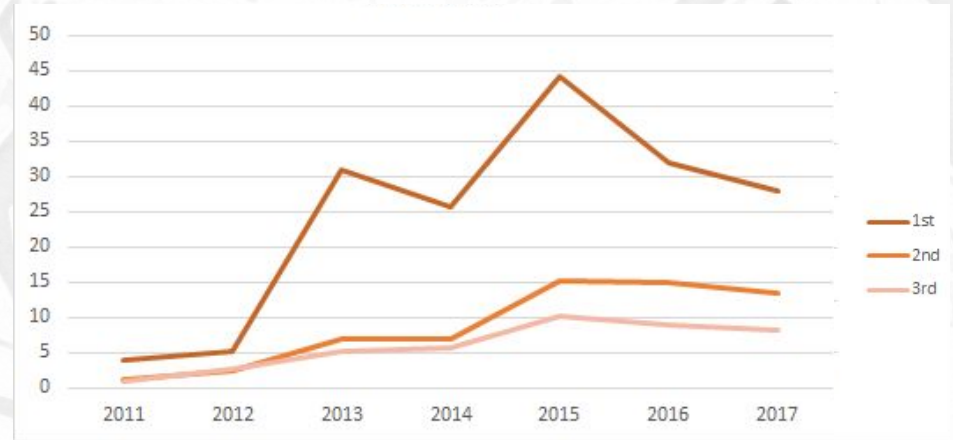
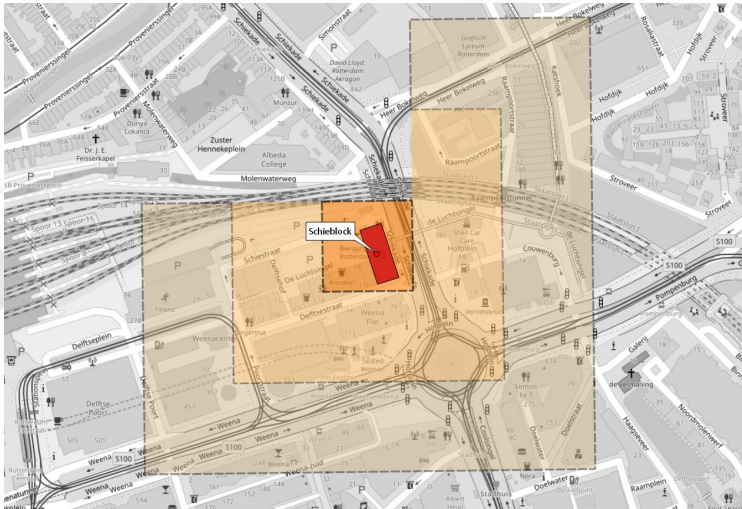
- Total toename:  $V_{gt}$
- Relatieve toename:  $\Delta V_g$





# ANALYSE - TIME SERIES

- CLUSTERS
  - Eerste, Tweede & Derde ring

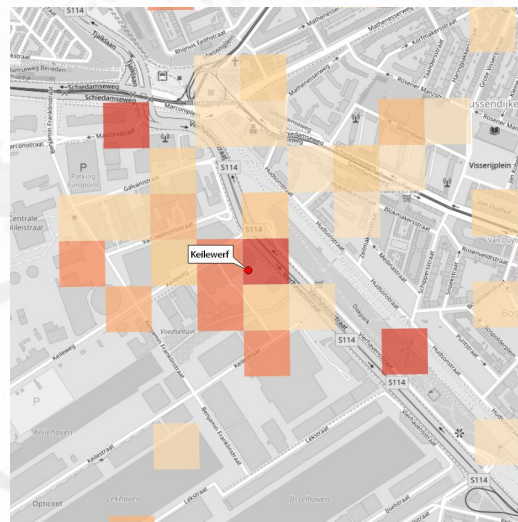


# CROSS-CASE VERGELIJKING

	Schieblock	Creative Factory	Keilewerf	Het Industriegebouw
<b>SPATIAL</b>				
Spreiding van clusters	++	-	+	+
<b>TIME</b>				
Vibrancy score levels	++	++	+	+
Relative percentage change	+/-	--	-	+

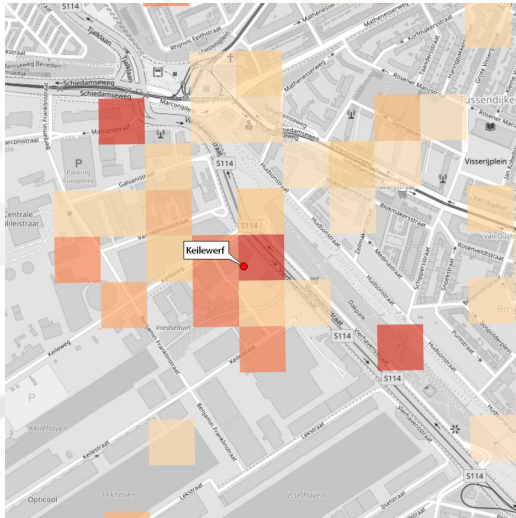
# CROSS-CASE VERGELIJKING

*Hypothese 1: Een verbinding met de buurt, door de aanwezigheid van diverse horeca en een open, publiek karakter, draagt bij aan een meer uitgespreid vibrant cluster.*



# CROSS-CASE VERGELIJKING

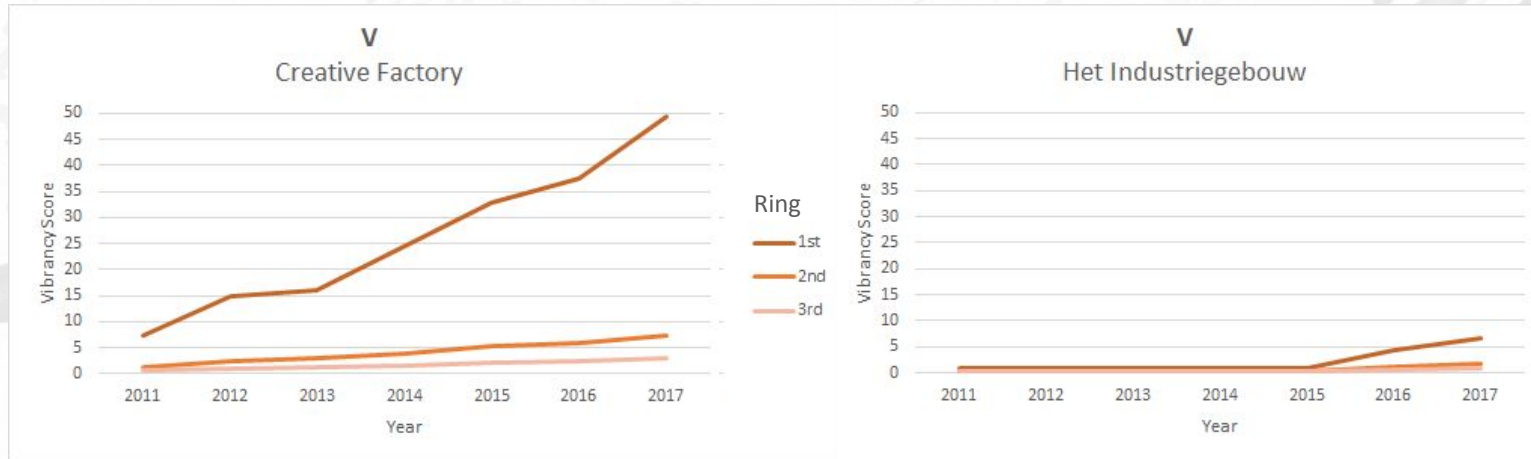
*Hypothese 2: Een centrale locatie en minimalisering van fysieke barrières zal een positieve invloed hebben op de spreiding van vibrant clusters.*





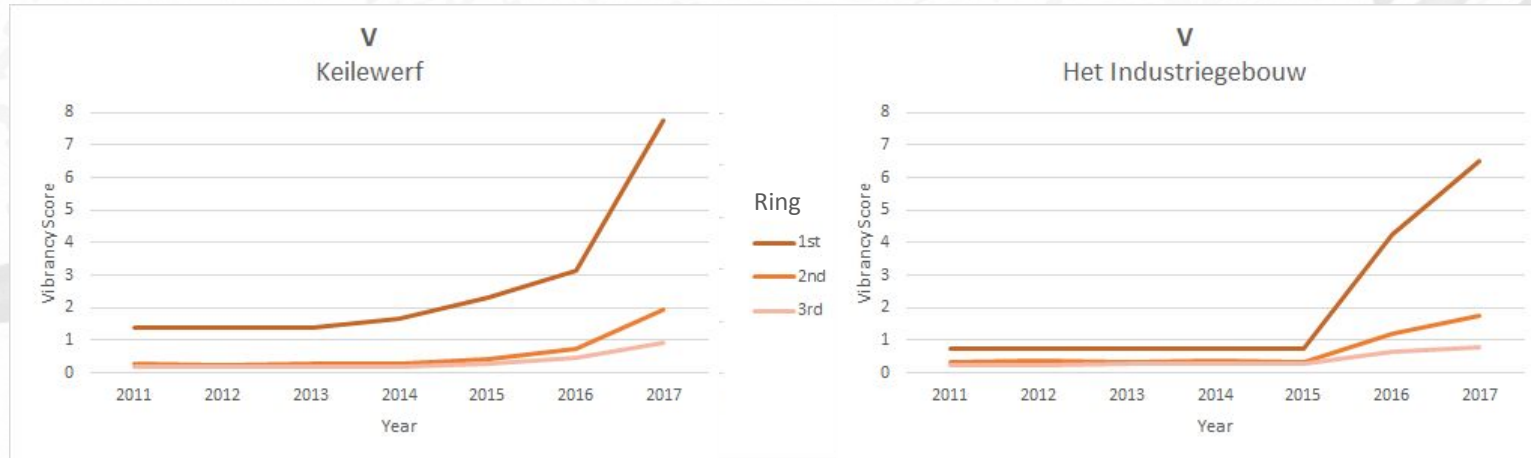
# CROSS-CASE VERGELIJKING

*Hypothese 3: De regelmatige organisatie van grootschalige evenementen zal leiden tot hoge vibrancy scores voor het geconcentreerde cluster rondom een creative residency.*



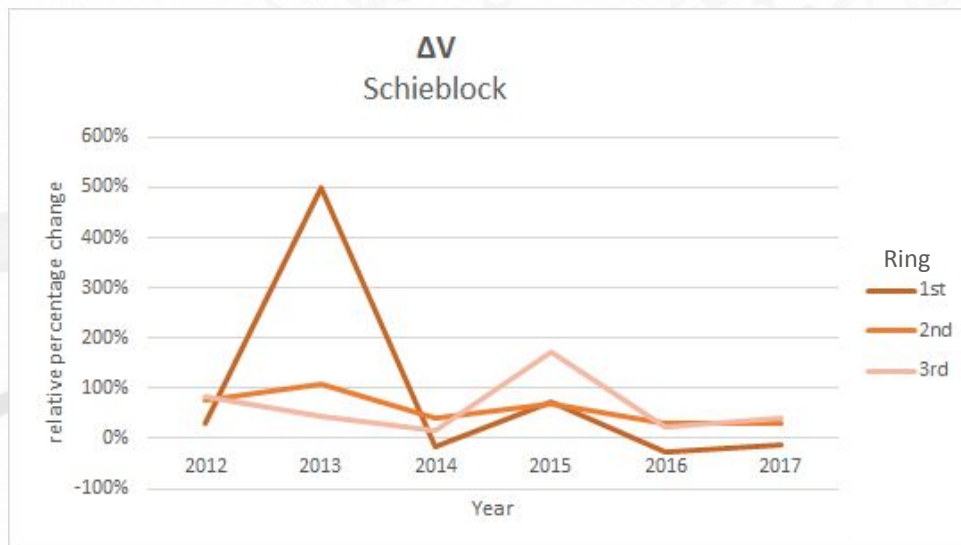
# CROSS-CASE VERGELIJKING

*Hypothese 4: De opening van een creative residency zorgt voor een boost in vibrancy in dat gebied.*



# CROSS-CASE VERGELIJKING

*Hypothese 5: Na de opening kunnen nieuwe initiatieven rondom of verbonden aan de creative residency de vibrancy in het gebied verder boosten.*



# PART III

---

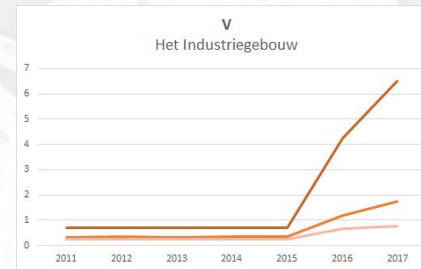
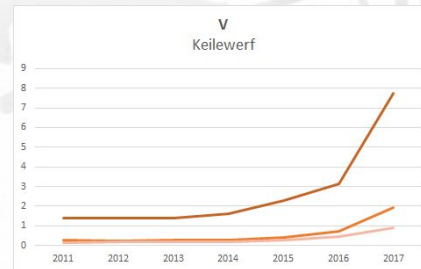
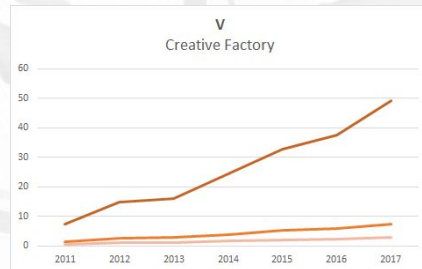
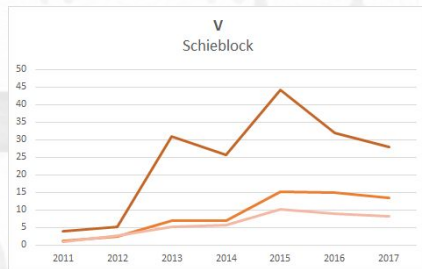
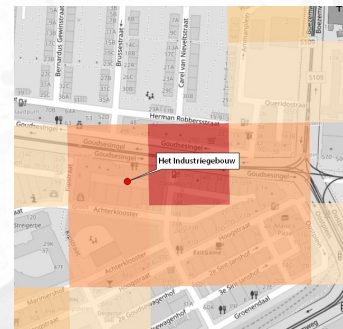
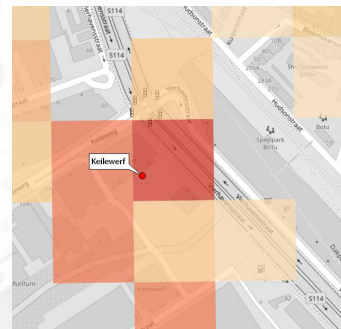
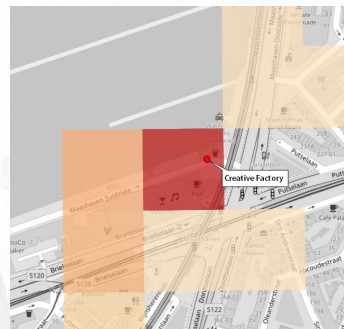
## FROM THEORY TO PRACTICE: TOWARDS A RESILIENT STRATEGY



# CONCLUSIES

*“Hoe kan de **toegevoegde waarde** van creative residencies voor de **vibrancy in een gebied** worden **gemeten** en **gebruikt** in de ontwikkeling van stedelijk gebied?”*

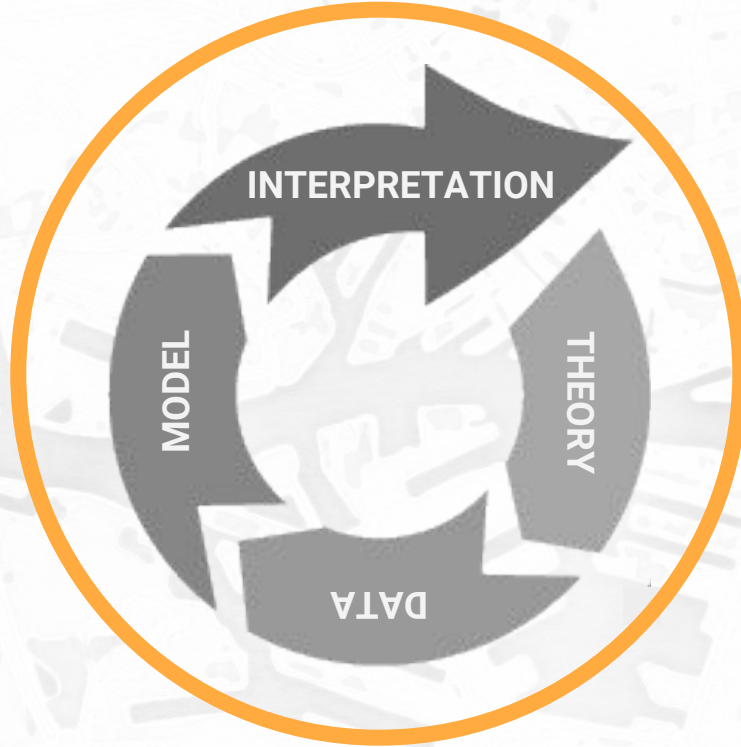
# CONCLUSIES



# CONCLUSIES



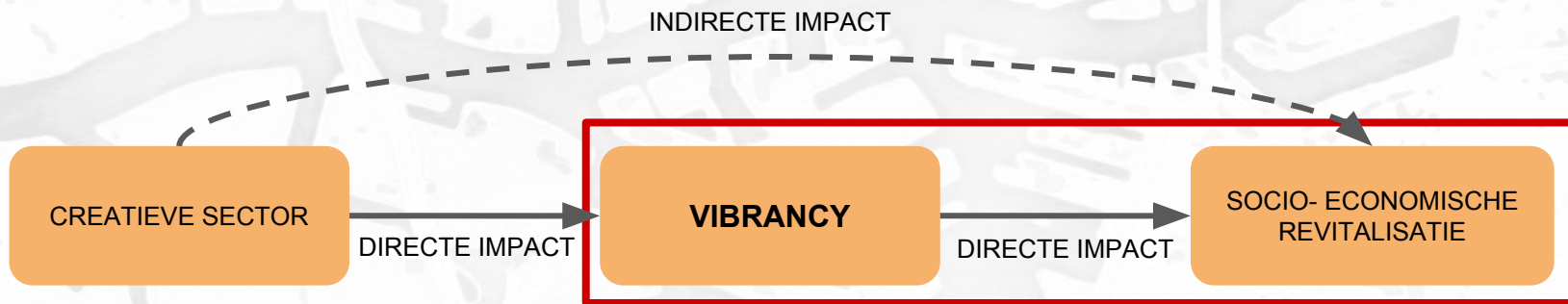
# DISCUSSIE





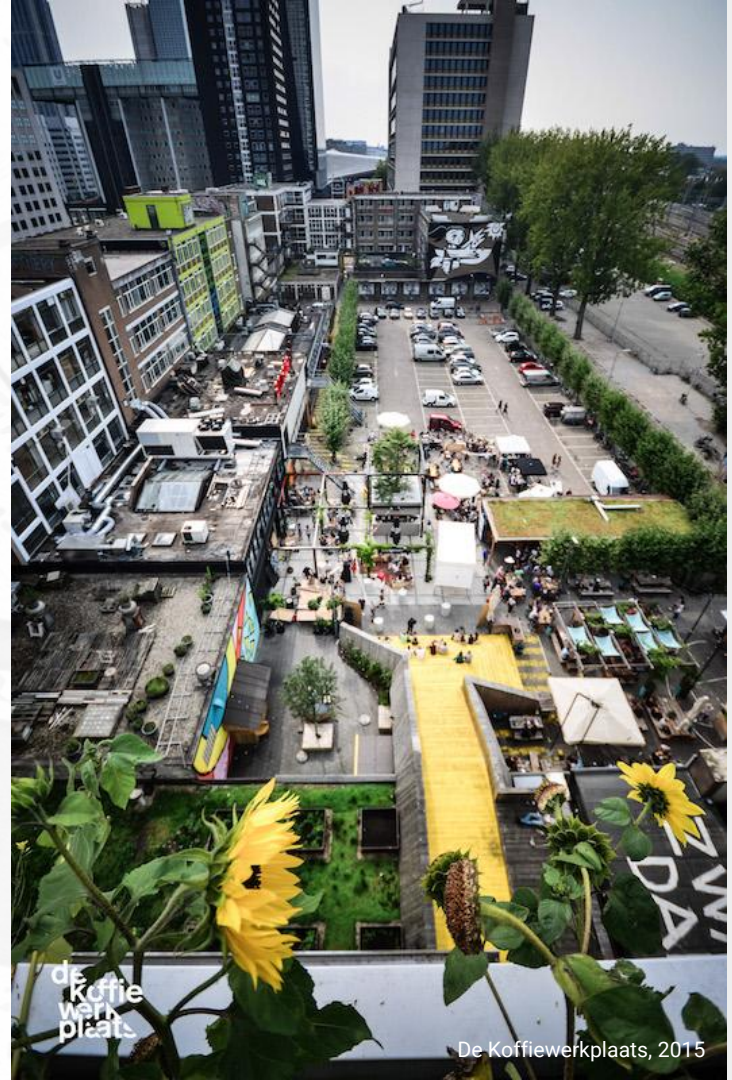
# AANBEVELINGEN

- Stap naar meer data-driven research
- Verder onderzoek
  - Impact van Vibrancy op andere socio-economische factoren
  - Kleinere tijdschaal



# AANBEVELINGEN

- Richtlijnen voor Creatieve Residenties
  - Logica en Inzicht
  - Handvat voor initiatiefnemers
  - Horeca en Evenementen vergunningen
- Breder gebruik Vibrancy Model
  - Inzicht geven in up-and-coming, of juist verslechterende gebieden
  - Gebruik bij andere interventies in de gebouwde omgeving





# THE ADDED VALUE OF CREATIVE RESIDENCIES

---

# REFERENTIES

De Koffiewerkplaats. (2015). Koffiewerkplaats 2015, Rotterdam. Retrieved from <http://koffie.shiftp.nl/>

Hanswijk, F. (2014). Retrieved from <https://architectenweb.nl/nieuws/artikel.aspx?ID=34329>

Haspels-Neep, E.M. (May 25, 2011). Montage in luchtfoto van de het mogelijke bouwvolume van de ontwikkeling Schiekadeblok. Retrieved from <http://api.commissiener.nl/docs/mer/p25/p2572/2572-002notrw.pdf>

I love Rotterdam. (July 18, 2017). Het Industriegebouw. Retrieved from <http://iloverotterdam.blogspot.com/2017/07/het-industriegebouw.html>

Kleimeer, R. D. (n.d.). Urban laboratory in Rotterdam Central District initiated by ZUS. Retrieved from <http://www.rubendariokleimeer.com/schieblock/>

Liukku, A. (December 05, 2017). Schiekadeblok krijgt meer woningen dan kantoren in nieuw plan. Retrieved from <https://www.ad.nl/rotterdam/schiekadeblok-krijgt-meer-woningen-dan-kantoren-in-nieuw-plan~aef50d5d/>

McClellan, K. (May 13, 2015). The Third Place, Where Retail meets Community. Retrieved from <http://ucr.com/news-trends/2015/05/third-place-retail-meets-community/>

Octink. (May 9, 2016). Creative construction site hoarding and signage at SouthBankPlace. Retrieved from <https://twitter.com/octink/status/729597004129644546>

Rutten, P. & Koops, O. (2017). Monitor creatieve industrie 2016. Retrieved from [https://issuu.com/immovator/docs/monitor\\_creatieve\\_industrie\\_2016/1?ff=true&e=25066931/45595435](https://issuu.com/immovator/docs/monitor_creatieve_industrie_2016/1?ff=true&e=25066931/45595435)

Schippers, W. (September 14, 2016). Central District Rotterdam. Retrieved from <https://wilcozpics.wordpress.com/2016/09/14/central-district-rotterdam/>

Uitagenda Rotterdam. (n.d.). Annabel. Retrieved from <https://www.uitagendarotterdam.nl/locaties/a/annabel/>

Van Duivenbode, O. (n.d.). Luchtsingel. Retrieved from <https://brandurbanagency.com/en/werk/internationale-architecture-biennale-rotterdam> 60  
[/luchtsingel-foto-ossip-van-duivenbode/](https://brandurbanagency.com/en/werk/internationale-architecture-biennale-rotterdam)