



Programma Ondernemend Gay Capital

Een bloeiende gayscene is niet alleen van belang voor de scene zelf, maar minstens zo belangrijk voor de stad als geheel, zowel in cultureel als economisch opzicht. Amsterdam heeft landelijk en internationaal een reputatie als homovriendelijke stad en is altijd een voortrekker geweest in homo-emancipatie. Amsterdam is mede hierdoor een aantrekkelijk stad en in de citymarketing heeft een levendige en ondernemende scene altijd een belangrijke rol gespeeld. Hoewel de basis in deze stad sterk is, hebben de afgelopen jaren veel roze ondernemingen om uiteenlopende redenen hun deuren gesloten en is de scene minder zichtbaar aanwezig. Na de strijd om homo-emancipatie lijkt de scene in een nieuwe fase te zijn beland en zien we dat er uiteenlopende initiatieven op verschillende plekken in de stad ontstaan. Nieuwe initiatieven met een zeer divers en onderscheidend karakter, zowel voor homo's zelf als in gecombineerde hetero-setting. Dit gaat gepaard met een toenemende betrokkenheid van het bedrijfsleven, organisaties en overheden. Om deze nieuwe ontwikkelingen kracht bij te zetten heeft de gemeente een programma Ondernemend Gay Capital opgesteld.

Op 17 januari 2011 hebben de raadsleden Van Dalen en Ruigrok (VVD), Akel en Van der Heijden (PvdA) een initiatiefvoorstel ingediend inzake *versterking economisch en ondernemend Amsterdam Gay Capital: Amsterdam World Leading Gay Capital*. In dit voorstel is het College onder andere verzocht "in het voorjaar te komen met een aanscherping op de door het college reeds vorig jaar gepresenteerde nota *Actieprogramma Amsterdam Gay Capital 2009-2011*¹, waarin middels een plan van aanpak de hierin vastgelegde beleidskaders nader worden uitgewerkt, met een focus op de economische en ondernemende kant van Amsterdam Gay Capital".

Met dit programma *Ondernemend Gay Capital* laat het College zien hoe zij hier de komende periode invulling aan wil geven en hoe zij de aanvullende middelen die de raad beschikbaar heeft gesteld wil gebruiken om deze inzet te versterken. Hierbij is steeds het uitgangspunt dat ondernemers de ruimte krijgen zelf de economische structuur te versterken en dat de gemeente alleen bijspringt waar dat nodig is. De gemeente doet dat bij voorkeur met reeds bestaande voorzieningen. Ten behoeve van de uitvoering, welke op onderdelen al loopt, werken Dienst Economische Zaken (EZ), Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling (DMO) en stadsdeel Centrum nauw samen. Voor wat betreft de citymarketing wordt samengewerkt met DMO en het Amsterdams Toerisme en Congres Bureau (ATCB): het beter internationaal profileren van Amsterdam als Gay Capital (hoofdstuk 5, *Actieprogramma Amsterdam Gay Capital 2009-2011*).

Dit programma *Ondernemend Gay Capital* richt zich specifiek op ondernemers in de LHBT-scene (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender), oftewel gayscene. De gayscene wordt echter niet alleen bevolkt door homo's, ook veel hetero's voelen zich thuis in deze kleurrijke omgeving die bekend staat als een plek waar veel kan en veel mag. Juist om deze reden bestaat er een sterke koppeling tussen de gayscene en de creatieve en culturele sector. Daarnaast beschouwen internationale bedrijven de gayscene als een graadmeter voor een samenleving die liberaal omgaat met andere levensstijlen en andere culturen. Belangrijk bij een eventuele vestiging. Kortom, het belang van een bloeiende gayscene is groter dan het belang van de scene zelf en de individuele ondernemer, het is belangrijk voor de stad als geheel en voor onze internationale uitstraling als metropool.

Amsterdam is qua demografie een jonge en diverse stad die zich onderscheidt met cultuur, creativiteit, kleinschaligheid en kwaliteit van leven. Deze kenmerken behoren tot het DNA van Amsterdam. Ze zijn de Amsterdamse voedingsbodem waarop de aanjagers van economische ontwikkeling inwerken. Ook de "gay lifestyle" is onderdeel van het DNA van Amsterdam, en een ondernemende Gay Capital laat zien dat de stad bruist in al haar diversiteit. Het laat zien dat we tolerant zijn en dat er voor iedereen een plek is. De vitaliteit van de gayscene geldt als een graadmeter voor een liberale en moderne samenleving.

¹ Dit Actieprogramma is door uw Gemeenteraad vastgesteld op 9 september 2009

De gemeente spant zich in voor het versterken van de economie van de gayscene, omdat de belangen die op het spel staan verder strekken dandeze scene. Een sprankelende gayscene is van belang voor de stad als geheel. Het bepaald mede het imago van de stad als plek om te werken, te wonen of te bezoeken. Dit is niet (alleen) de verantwoordelijkheid van de overheid, maar juist ook van de ondernemers en doelgroep zelf. Zij moeten Amsterdam als Gay Capital inkleuren en uitdragen en er voor zorgen dat de initiatieven die nu lopen een succes worden en in aantal gaan groeien.

Nieuwe initiatieven

De homogemeenschap heeft de afgelopen decennia veel bereikt in de strijd voor gelijke rechten en gelijke behandeling. De kroon op dat werk was het homohuwelijk. Nu, tien jaar later, moet de gayscenerrein heroveren. Het bestaande *Actieprogramma Amsterdam Gay Capital 2009-2011* is gericht op het verhogen van sociale acceptatie van homoseksuelen en heeft vooral een maatschappelijke en educatieve invulling. Gezien de huidige situatie is een complementaire actie vanuit een economisch perspectief nodig. Veel bars en ontmoetingsplekken zijn dicht, het aanbod is de afgelopen jaren aanmerkelijk verschaald en de organisatiegraad van ondernemers is laag, waardoor er weinig nieuwe initiatieven van de grond komen of bestaande events niet opgeschaald worden.

Uit het ambtswoninggesprek Amsterdam Gay Capital d.d.19 november 2010 en het debat Amsterdam Gay Capital d.d. 20 december 2010 is naar voren gekomen dat er grote zorgen zijn over de huidige economische en ondernemende ontwikkelingen in de gayscene en de gevolgen voor het voorheen sterke internationale imago als Gay Capital. Voor de raadsleden Van Dalen en Ruigrok (VVD), Akel en Van der Heijden (PvdA) was het aanleiding een initiatiefvoorstel in te dienen waarin zij deze zorg verwoorden en vragen om maatregelen die betrekking hebben op het versterken van de infrastructuur van ondernemers, citymarketing, het aantrekken en binden van internationale bedrijven en het stimuleren van nieuwe initiatieven. Ook uit gesprekken met verschillende ondernemers blijkt dat er veel behoefte is aan meer samenwerking en betere randvoorwaarden.

Het College van Burgemeester en Wethouders deelt dit gevoel van urgentie en ziet het belang van de gayscene voor de stad. Zij heeft in haar programmakkoord 2010-2014 (pagina 6) opgenomen dat *“Amsterdam een levendige metropool moet zijn en daar hoort een sprankelend nachtleven bij; hierdoor worden economie en cultuur met elkaar verbonden. Amsterdam is niet alleen de hoofdstad van Nederland, maar the place to be in Europa.”*

Daarom wil het College ervoor zorgen dat de potentie van de gayscene van Amsterdam verzilverd wordt. Om dat mogelijk te maken moeten wel de randvoorwaarden voor ondernemerschap verbeteren en de infrastructuur van de homo-ondernemers versterken. In het programmakkoord 2010-2014 (pagina 6) heeft het College hierover het volgende opgenomen: *“Daarbij [bij een place to be in Europa] is met name een zorgvuldige balans tussen een sprankelend nachtleven en een goede nachtrust van belang. Beide moeten mogelijk zijn. Dit betekent dat het gemeentebestuur de APV (Algemene Plaatselijke Verordening) zo herziet dat het voor de stadsdelen mogelijk wordt de openings- en sluitingstijden te verruimen op voorwaarde van voldoende handhavingcapaciteit, een gebiedsgerichte benadering en draagvlak. Hierbij is een goede communicatie tussen de ondernemers en bewoners een andere essentiële voorwaarde. Zolang de bestaande handhavingcapaciteit en de openbare orde het toestaan, mogen enkele uitgaansgebieden een aantal dagen per week tot vroeg in de morgen open blijven. Dit wordt vervolgens geëvalueerd.”*

Ook het programmakkoord van stadsdeel Centrum (waar het meeste homo ondernemerschap plaats vindt) biedt mogelijkheden om de randvoorwaarden voor ondernemerschap te verbeteren en de infrastructuur te versterken (pagina 4): *“Het stadsdeelbestuur voert een duidelijk horecabeleid met draagvlak, dat bewoners en ondernemers betreft en betrokken houdt en zo een bruisend nachtleven en een goede nachtrust mogelijk maakt. Het stadsdeel verruimt de openings- en sluitingstijden waar mogelijk en doet dat met een gebiedsgerichte benadering: een die het woon- en leefklimaat beschermt en communicatie tussen verschillende belanghebbenden faciliteert.”*

Doelstelling: een drieluik

Juist doordat de gayscene nu in een dal zit, is de behoefte aan nieuwe initiatieven zeer groot. Er is al een en ander geopend, maar achter de schermen broeit het. Op de brokstukken van de oude Gay Capital zijn ondernemende Amsterdammers begonnen met het bouwen van een nieuwe homo-hoofdstad. Nieuwe bars zoals Blue en BUMB hebben onlangs de deuren geopend. Alternatieve feesten zoals op de NDSM-werf en Homogenic winnen aan populariteit. Hoewel er beweging is, zijn de zorgen over de gayscene groot. Om niet verder weg te zakken is het absoluut noodzakelijk om er een flinke impuls aan te geven. Over een periode van twee jaar wil de gemeente met dit programma zorgen dat de ondernemers de gayscene nieuw leven inblazen. Om dat mogelijk te maken is het nodig om de infrastructuur van de ondernemers te versterken, de randvoorwaarden voor ondernemerschap te verbeteren en het aantal bezoekers te verhogen. Ook in het initiatiefvoorstel en uit gesprekken met ondernemers komt naar voren dat dit de belangrijkste punten zijn.

1. Structuurversterking ondernemers, meer nieuwe initiatieven

Om te zorgen dat ondernemers beter kunnen samenwerken is het nodig om de infrastructuur onderling te versterken. Zo bundelen zij hun krachten en kunnen door gezamenlijk optrekken beter nieuwe initiatieven ontwikkelen. Een goed voorbeeld daarvan is de samenwerking tussen de ondernemers op de Zeedijk. Zij beconcurreren elkaar, maar zij werken ook goed samen en kunnen daardoor een evenement als de Hartjesdagen neerzetten. Dit evenement is goed voor de omzet van alle ondernemers en bepaalt mede het gezicht van de straat.

2. Betere randvoorwaarden ondernemerschap

Om de randvoorwaarden van ondernemerschap te verbeteren (ruimere openingstijden en meer terrassen) is het een kans voor de stad om homo-uitgaansgebieden aan te merken als pilot gebieden, aansluitend op de ambitie van het College van B&W en Stadsdeel Centrum in Amsterdam een sprankelend nachtleven te realiseren. De ondernemers in de gayscene zijn bij uitstek geschikt voor deze pilot, omdat zij bereid zijn nieuwe dingen te ontwikkelen en een goede bijdrage te leveren aan een sprankelend nachtleven.

3. Toename toerisme en internationale bedrijven

Om bezoekers naar Amsterdam te kunnen blijven trekken, is een goed imago van Amsterdam belangrijk. Ook bij de acquisitie van internationale bedrijven speelt dit een rol. We geven het toerisme en het vestigingsklimaat een aanjager door met de bestaande kanalen van het ATCB en Amsterdaminbusiness het imago van Amsterdam als Gay Capital te versterken.

Hoe gaan we dit doen?

Uitgangspunt 1: we gebruiken bestaande voorzieningen

Voor structuurversterking van homo-ondernemerschap en het verbeteren van randvoorwaarden is niet nodig speciale homovoorzieningen in het leven te roepen. Alles wat hiervoor nodig is bestaat al. De ambities van het College van B&W en van Stadsdeel Centrum op het gebied van horeca en ondernemerschap zijn net zo goed van toepassing op de gayscene. En dat geldt ook voor de verscheidenheid aan voorzieningen en instrumenten voor het stimuleren van de economie, ondernemerschap en toerisme. Deze worden gericht ingezet om het ondernemerschap in de gayscene een aanjager te geven. Wat voor een hetero-ondernemer werkt, werkt voor een homo-ondernemer ook.

Economische Zaken beschikt over een verscheidenheid aan voorzieningen en instrumenten voor het stimuleren van de economie, ondernemerschap en toerisme. Deze worden gericht ingezet om het ondernemerschap in de gayscene een aanjager te geven. De Bedrijvenloods en de Hotelloods worden gericht ingezet om ondernemers te begeleiden naar een geschikte bedrijfsruimte. Het Evenementenbureau van de gemeente helpt ondernemers bij het organiseren van een event en de MKB-manager zet samen met de ondernemers een ondernemersvereniging op. Om de voorwaarden van ondernemerschap in de gayscene te verbeteren wordt gekeken of verbinding mogelijk is met pilots bij het aanpassen van de APV.

Uitgangspunt 2: we benutten de collectieve kracht van de ondernemers

Ondernemers in de Amsterdamse gayscene zijn zelfstandig en creatief. Structuurversterking van de gayscene zorgt voor meer samenwerking en bundeling van hun krachten. De ondernemers kunnen door goed samen te werken zelf de gayscene weer internationaal een gezicht geven. De instrumenten van de gemeente dienen als katalysator van deze gebundelde krachten. De gemeente kan en wil geen beheerder worden van de gayscene. Of zoals Erwin Olaf het verwoordde tijdens een expertmeeting Gay Capital : *“Je hebt de overheid niet nodig om je seksfeesten te organiseren”*.

Programma 2011-2012

In overleg met diverse partijen zijn we tot de volgende acties gekomen:

1. Structuurversterking ondernemers, meer nieuwe initiatieven

- a) Kracht ondernemers bundelen door hen aan te sporen tot het opzetten van gebiedsgerichte ondernemersverenigingen. Dit gebeurt in samenwerking met de reguliere (hetero) ondernemers ter versterking van het hele gebied. Dat loopt via de bestaande regeling voor ondernemersverenigingen.
 - Actie: stadsdeel Centrum en de MKB-manager nemen dit op met ondernemers. Ondernemers blijven zelf verantwoordelijk voor de organisatie en financiering. Standaard geldt een vergoeding voor opstartkosten van 2.500,-. Sommige ondernemers zijn reeds in gesprek met het stadsdeel en de MKB-manager.
- b) De verschillende gebiedsgerichte ondernemersvereniging en ondernemers die buiten zulke gebieden vallen verbinden in een stadsbrede ondernemersvereniging voor de gayscene. In een stadsbrede ondernemersvereniging kunnen ondernemers onderling afstemmen hoe ze willen aanhaken op evenementen zoals de GayPride, de LeatherPride of de Roze Filmdagen. Ook voor ondernemers van buiten de gayscene is het interessant hieraan deel te nemen en lid te zijn van deze vereniging. Het is goed denkbaar dat dit binnen een aantal jaar uitgroeit tot een ondernemersvereniging met een aanzienlijk aantal leden.
 - Actie: stadsdeel Centrum en de MKB-manager nemen dit op met ondernemers en de gebiedsgerichte ondernemersverenigingen. Ondernemers blijven zelf verantwoordelijk voor de organisatie en financiering. Standaard geldt een vergoeding voor opstartkosten van 2.500,-.
- c) EZ geeft de eerste aanzet tot oprichting van ondernemersverenigingen op een bijeenkomst met alle gay-ondernemers om met hen de noodzaak van samenwerking te bespreken.
 - Actie: EZ organiseert een bijeenkomst en nodigt ondernemers uit.
- d) Heineken en Grolsch willen samen met de gemeente optrekken om bij de uitvoering van dit programma. Zij uiten hun visie en inzet in de bijlage van dit programma.
- e) Heineken en Grolsch spreken met nieuwe ondernemers af lid te worden van de ondernemersvereniging.
 - Actie: Brouwers spreken dit af met nieuwe en huidige ondernemers voor 1 juni 2011. EZ monitort dit.
- f) EZ organiseert een expertmeeting (vervolg ambtswoninggesprekken) om de vinger aan de pols te houden en belemmeringen in ondernemerschap in beeld te krijgen. Methode: 5 stimulators & 5 irritators.
 - Actie: EZ organiseert expertmeeting en nodigt sleutelfiguren uit.
- g) Ieder kwartaal organiseren de ondernemersverenigingen een collectieve bijeenkomst voor alle leden van de ondernemersverenigingen. Doel van de bijeenkomsten is afstemming en het versterken van een samenwerking tussen de verschillende ondernemersverenigingen.
 - Actie: Ondernemersverenigingen organiseren dit. EZ en de MKB-manager zijn aanwezig, indien gewenst.
- h) Van de 170.000 euro die in de raadsvergadering van 15 en 16 december 2010 (amendement 'Behoud het Goede' van raadsleden Verburg, Toonk en de Goede) beschikbaar is gesteld voor de uitvoering van dit programma wordt 110.000 euro gebruikt voor incidentele projecten van ondernemersverenigingen of samenwerkende ondernemers over een periode van twee jaar.
 - Actie: EZ beoordeelt ingediende aanvragen voor financiële ondersteuning. De inzet van dit geld moet de economische structuur van de gayscene versterken. Daarbij wordt gelet of het project waarvoor de financiering wordt aangevraagd een structureel karakter heeft. De gemeente hecht er waarde aan dat het initiatief bij ondernemers blijft en dat zij zelf verantwoordelijkheid dragen voor de organisatie en de financiering. Het evenement mag niet afhangen van financiering van de gemeente. Daarom is cofinanciering hier de meest geschikte vorm.

Verdelingsvoorstel

	2011	2012	
Cofinanciering via ondernemersvereniging	€ 40.000	€ 40.000	
Cofinanciering via andere samenwerkende ondernemers	€ 15.000	€ 15.000	
Totaal			€ 110.000

2. Betere randvoorwaarden ondernemerschap

- a) Randvoorwaarden ondernemerschap verbeteren door homo-uitgaansgebieden aan te merken als pilotgebied bij aanpassing APV.
 - Actie: stadsdeel Centrum neemt dit punt mee in bepaling pilotgebieden.
- b) Ondernemers die iets nieuws willen beginnen worden bemiddeld naar een geschikte locatie.
 - Actie: Hotelloods (EZ), Gebouwenloods (DRO) en Bedrijvenloods (EZ) begeleiden deze ondernemers.
- c) Ondernemers die een groot evenement willen organiseren worden geholpen bij aanvraag van vergunningen, vragen over veiligheid, etc. via één loket.
 - Actie: Het Evenementenbureau van de gemeente in aanspreekpunt voor deze ondernemers en adviseert.
- d) Een nog op te richten Taskforce Gay Capital kijkt de komende twee jaar wat nodig is om terug in de top te komen. Mogelijke leden: voorzitters ondernemersverenigingen, DMO, EZ, ATCB, ProGay, COC.
 - Actie: EZ bemiddelt bij oprichting.
- e) Snelle heropening van Reguliersdwarsstraat bevorderen, overleg met brouwers voor vlotte afhandeling en klankbordfunctie voor beoordeling bedrijfsplannen toekomstige ondernemers.
 - Actie: stadsdeel Centrum en EZ en nemen eventuele belemmeringen ondernemerschap waar mogelijk weg.

3. Toename toerisme en internationale bedrijven

- a) Het profileren van Amsterdam als Gay Capital wordt meegenomen in de reguliere citymarketing van de gemeente.
 - Actie: ATCB kijkt in overleg met DMO en EZ hoe Gay Capital geprofileerd kan worden.
- b) Bezoekers en toeristen moeten gemakkelijk hun weg kunnen vinden in de gayscene. Daarom is het nodig dat de informatie over de gayscene op de bestaande web-portals zoals iamsterdam.nl, atcb.nl en nighttours.nl up-to-date en volledig is. De web-portals worden gecommuniceerd in de (internationale) marketing over de gayscene.
 - Actie: web-portals van toerisme en de gayscene meenemen in de citymarketing over de gayscene en (internationaal) in de markt zetten.
- c) Zichtbaarheid evenementen vergroten door verbinding met de scene. Als een evenement beter verbonden is met verschillende plekken in de gayscene is dat niet alleen goed voor de zichtbaarheid van dat evenement, maar de rest van de gayscene profiteert hier ook van. Voorbeeld: bars verwerken tijdens de Roze Filmdagen het filmthema in hun programmering. Zo heb je 1) een bijzondere avond in de bar en 2) reclame voor het evenement.
 - Actie: evenementenorganisatoren en ondernemers/ondernemersverenigingen stemmen hun acties op elkaar af.
- d) Economische Zaken stimuleert de toeristische sector en benut daarom voortdurend mogelijkheden om meer bezoekers naar Amsterdam halen. Om vorderingen hierin te monitoren is het Sturingsinstrument Dashboard Citymarketing ontwikkeld.
 - Actie: EZ neemt de gayscene op in het Sturingsinstrument Dashboard Citymarketing, omdat een bruisende gayscene veel aantrekkingskracht heeft op zowel homo- als heterotoeristen uit binnen- en buitenland.
- e) Door actief lid te worden van het Company Pride Platform (internationaal netwerk van werkgevers die zich inzetten voor meer acceptatie van LHBT's op de werkvloer) maakt de gemeente werk van diversiteit op de werkvloer. Dit is van belang om potentiële werknemers en buitenlandse bedrijven (die een prettige en veilige leefomgeving voor hun werknemers willen) naar Amsterdam te trekken.
 - Actie: EZ vraagt lidmaatschap aan voor de gemeente.
- f) Ook niet-economische onderwerpen die bijdragen aan een goed imago als Gay Capital nemen we mee in de citymarketing met ATCB. Bijvoorbeeld de veiligheid en het bestaan van het Roze in Blauw netwerk bij de Politie. Hiermee komen we tegemoet aan de wens uit de motie Pink in Blue dd. 15/16 december 2010 van raadslid Bouwmeester.
 - Van de 170.000 euro die in de raadsvergadering van 15 en 16 december 2010 (amendement 'Behoud het Goede' van raadsleden Verburg, Toonk en de Goede) beschikbaar is gesteld voor de uitvoering van dit programma wordt 60.000 euro gebruikt voor marketing en het beter zichtbaar maken van evenementen over een periode van twee jaar. Financiering gebeurt via ondernemersverenigingen of samenwerkende ondernemers. Actie: EZ beoordeelt ingediende aanvragen voor financiële ondersteuning. De inzet van dit geld moet de economische structuur van de gayscene versterken. De gemeente hecht er waarde aan dat het initiatief bij ondernemers blijft en dat zij zelf verantwoordelijkheid dragen voor de organisatie en de financiering. De marketing of promotie mag niet afhangen van financiering van de gemeente. Daarom is cofinanciering hier de meest geschikte vorm.

Verdelingsvoorstel

	2011	2012	
Marketing	€ 20.000	€ 20.000	
Overig	€ 10.000	€ 10.000	
Totaal			€ 60.000