

MM 
AMSTERDAM METROPOLIS MMXXX



ANATALAB
Amsterdam, december 2012

AMSTERDAM METROPOLIS 2030

Visiedocument voor de gemeenteraadsverkiezingen van 2014 vanuit intercultureel perspectief

Bouwen aan een Europese stad van creativiteit,
veerkracht, innovatie, diversiteit en duurzaamheid

ANATALAB
Amsterdam, december 2012

Inhoudsopgave

Voorwoord	5
Deel I 1.1 AMSTERDAM 2012/2013: onzekerheid alom	7
1.2 Vier pijlers als fundament	8
1.3 Metropolis Amsterdam 2030	9
Deel II Werkopdrachten AMSTERDAM METROPOLIS 2030	11
1. Urban Shuffle	11
2. Digital Playground	12
3. Homo Concreatus	13
4. European State of Mind	14
Deel III Inhoud en proces: achtergrondmateriaal	16
Colofon	23

Voorwoord

Werken aan de toekomst van Amsterdam!

In dit document, Amsterdam Metropolis 2030, ontwerpen wij – een groep professionals wonend in en/of beroepsmatig verbonden met de metropoolregio Amsterdam en verenigd in ANATALAB - een visie voor een creatief, veerkrachtig, innovatief, divers en duurzaam Amsterdam in 2030.

Deze visie is op vier pijlers gebouwd:

- Stedelijke vernieuwing
- Digitalisering
- (Co)creatie van kennis
- Een nieuw Europa.

Deze pijlers zijn een illustratie van vier ontwikkelingen die het wonen en werken in de toekomst diepgaand zullen beïnvloeden en het is aan de Amsterdammers de kansen die deze ontwikkelingen bieden met beide handen te grijpen.

Wij beseffen ons terdege dat de huidige economische crisis diep zal ingrijpen in het dagelijkse bestaan van veel Amsterdammers. Maar het is aan ons allen om niet werkloos aan de kant te blijven staan. Alle kennis die we met elkaar bezitten - en verder ontwikkelen - zullen we kunnen inzetten om te werken aan de toekomst. Vandaar Amsterdam Metropolis 2030!

Als opstellers van dit visiedocument hebben wij één vurige wens: dat onze toekomstvisie een ieder aanspreekt die zich bij de metropoolregio Amsterdam betrokken weet. En dat verschillende groepen actief hun bijdrage willen leveren aan de aanscherping én realisering van deze visie.

In 2014 zijn er gemeenteraadsverkiezingen, ook in Amsterdam. Dit document is mede bedoeld als inspiratiebron voor de opstellers van de verschillende verkiezingsprogramma's. Ons document is niet het zoveelste scenario over de toekomst van de stad. Amsterdam Metropolis 2030 is veeleer een creatief ontwerp-in-woording dat nooit echt 'af' zal zijn.

Het intercultureel perspectief geldt als uitgangspunt van onze visie en loopt zichtbaar en onzichtbaar als een leidraad door het hele document. Onze actuele ervaringen vanuit afzonderlijke praktijken met het thema diversiteit verlangen een dergelijk intercultureel perspectief. Het gaat ons niet om telkenmale expliciet op elk punt dit perspectief te benoemen. We kiezen bewust voor een zachte benadering waarin het intercultureel perspectief een allesomvattende en beloftevolle realiteit is. Sterker gezegd: in het jaar 2030 hebben wij het daardoor niet meer over interculturaliteit. In 2030 heeft onze stad zich ontwikkeld tot een volledig kosmopolitische én tolerante metropool waar voordelen of nadelen voor de burgers niet meer bepaald door hun culturele achtergrond!

In Deel I van dit document schetsen we zowel de noodzaak van de toekomstvisie als de kern van dit document. In Deel II worden 40 praktische 'werkopdrachten' geformuleerd om de toekomst van de metropoolregio Amsterdam in het heden

tastbaar te maken. Deel III bevat informatie over achtergronden en het (creatief) proces dat aan het toekomstbeeld ten grondslag ligt.

Wij wensen de lezer veel leesplezier en kijken uit naar reacties en commentaren. En wij zoeken u op via interviews, workshops, dialogen en social media.

ANATALAB

Anand Swamipersaud (The Blooming Human)

Danny Andreas (Brainspiration)

Elif Söylemez (Vereniging voor Vrouw en Recht)

Giep Hagoort (ASOM)

Jacek Rajewski (Cultuurarchitect Consultancy)

Richtje Sybesma (binoq atana)

Sabine Mayr (Hogeschool voor de Kunsten Utrecht)

Sandra Hipeli (Amsterdam Roots Festival),

DEEL I

1.1 Amsterdam 2012/2013 – onzekerheid alom

Wat beweegt de bijna 800.000 Amsterdammers in deze nieuwe eeuw? Eén ding is zeker: economisch gaat het niet voor de wind. De economische groei is bijna tot stilstand gekomen en dat zijn zelfs Amsterdammers niet gewend. Immers tientallen jaren heeft de stad een economische bloei doorgemaakt en scoorde de stad goed als het om het werk- en woonklimaat gaat (Atlas Nederlandse gemeenten, diverse jaargangen). Ook heerste er in de afgelopen jaren een tolerant en intercultureel klimaat in vergelijking met de rest van het land waar 'uitsluiting' soms regel dreigde te worden.

Er heerst onzekerheid alom. Een toenemende werkloosheid - Amsterdam telt volgens Het Parool van 17 november 2012 nu 34.000 werklozen en dit aantal stijgt snel. Daarnaast zijn er lagere uitkeringen, bezuinigingen op (culturele) voorzieningen en het schrappen van stedelijke projecten. Dit alles biedt weinig perspectief voor de toekomst.

Tenminste.....

Naar 2030

Een visie schetsen van de metropoolregio Amsterdam in 2030 is door alle onzekerheden een ware uitdaging. Misschien wel een onmogelijke opgave. De veranderingen die de samenleving als geheel en de steden in het bijzonder ondergaan, worden aangeduid als een transitie: diepgaande veranderingen in het economisch systeem, die bestaande productie- en consumptieverhoudingen op zijn kop zetten. Waar dat precies toe leidt, is ongewis. Toch heeft een groep professionals uit verschillende vakgebieden, allen met een interculturele achtergrond en actief binnen Atana (bestuursprogramma voor culturele diversiteit), in het najaar van 2011 het initiatief genomen, om een studie te verrichten naar dieperliggende tendensen, die bij elkaar genomen een mogelijk perspectief op weg naar het Amsterdam van 2030 in zich dragen.

Het belangrijkste motief van de deelnemers aan ANATALAB is dat zij zich niet willen neerleggen bij een somber perspectief, maar hun liefde voor Amsterdam vorm willen geven. Vanuit de eigen expertise en culturele achtergrond werken zij samen aan een werkbare visie.

Een visie die de Amsterdammers, bestuurders, bedrijven inspireert. Geen geduldig stuk papier dat met de nodige waardering uiteindelijk verdwijnt in de bestuurlijke bureaula.

Gemeenteraadsverkiezingen in 2014.

Met dit visiedocument richten de samenstellers zich tot stedelijke bestuurders op centraal stedelijk, deelraad, en regionaal niveau. We streven naar een creatief en veerkrachtig Amsterdam waarin creativiteit een inspiratiebron vormt. We streven naar een innovatief Amsterdam die vernieuwing als een tweede natuur ervaart. We streven naar een divers Amsterdam waar tolerantie zorgt voor een klimaat dat niemand

uitsluit. En we streven naar een duurzaam Amsterdam waarbij de stad rekening houdt met het welbevinden van toekomstige generaties.

Ter voorbereiding op de gemeenteraadsverkiezingen in 2014 kunnen bestuurders deze visie als leidraad gebruiken bij het samenstellen van het eigen programma. Met Amsterdam Metropolis 2030 wil ANATALAB tevens in dialoog gaan met bedrijven, maatschappelijke professionals en Amsterdammers die via buurtinitiatieven in hun eigen wijk actief zijn. De Toekomstvisie kan dan werken als een katalysator waarin bestaande activiteiten, om de eigen omgeving leefbaar te maken, samensmelten met een duurzame strategie voor de langere termijn.

1.2 Vier pijlers als fundament

Werkopdrachten maken onze visie concreet

Dit document schetst een visie op basis van veertig werkopdrachten. Wanneer deze werkopdrachten worden gehanteerd, wordt met elkaar gewerkt aan een stad die de toekomst met vertrouwen tegemoet kan zien. Dit komt omdat we het gezamenlijk doen. Maar ook omdat de werkopdrachten stoelen op diepgaande tendensen die van grote invloed zijn op ons wonen en werken. En aan die invloed willen we mede vanuit het oogpunt van innovatie, veerkracht, creativiteit, diversiteit en duurzaamheid richting geven. We hebben de tendensen 'pijlers' genoemd, vier in getal. Deze pijlers geven aan welke ontwikkelingen dominant zijn voor grotere steden en waaraan niet voorbij gegaan kan worden.

We hebben de pijlers als volgt geformuleerd (de werkopdrachten zelf zijn opgenomen in Deel II).

1. Urban Shuffle (de stedelijke tendens)

De pijler Urban Shuffle bestaat uit *verstedelijking* van de samenleving die samengaat met een sterke diversiteit van verhoudingen en beelden. Momenteel leeft al meer dan 50% van de mensheid in stedelijke gebieden die met name in landen in Latijns Amerika, Afrika en Azië als metropolen opgevat worden met meer dan 10 miljoen inwoners. Daarbij vergeleken is de regio Amsterdam met 1 miljoen inwoners een 'kleintje'. Toch wordt er op bestuurlijk en economisch niveau steeds meer samengewerkt met omliggende gemeentes, zodat de verwachting is, dat in 2030 binnen de Randstad met recht gesproken kan worden van een metropoolregio. En in deze metropoolregio Amsterdam heeft de meerderheid van de bevolking een niet-autochtone achtergrond. Onder invloed van ICT, innovatieve opvattingen over energie, duurzaamheid en stadsplanning, ontstaat een stedelijke dynamiek waarvan de richting niet geheel spontaan tegemoet kan worden gezien. Voor Amsterdam geldt, dat de potentie van de regio op ondernemende en veerkrachtige wijze gebruikt moet worden, om richting te geven aan perspectiefvolle interventies.

2. Digital Playground (de digitale tendens)

Digital Playground heeft alles te maken met de *digitalisering* van de samenleving, die in versterkte mate ook het wonen en werken in de stad beïnvloedt en zelf geheel nieuwe sociale verhoudingen schept. Van belang is, dat alle inwoners van de regio

Amsterdam profiteren van deze technologische ontwikkelingen en dat de democratische verhoudingen versterkt worden. Behalve een optimale toegang tot de digitale mogelijkheden, gaat het ook om een economische opdracht: een efficiënte digitale allocatie van goederen, diensten, mensen en kapitaal. De metropoolregio Amsterdam kan in de Europese digitale cultuur leidend worden.

3. Homo Concreatus (de creatieve tendens)

Een derde belangrijke tendens is het *verzilveren van creativiteit*. Deze creativiteit is historisch in de regio Amsterdam ruim beschikbaar. Amsterdam geldt als een stad vol creatieve professionals. Het is de culturele hoofdstad van Nederland. Echter, een stad met deze allure vereist in de 21^e eeuw onderhoud, investering en innovatie. Hierbij is van groot belang dat verbeeldingskracht –individueel en collectief - leidt tot innovatie en dat talent de mogelijkheid krijgt om tot ontwikkeling te komen. Dit alles om te zorgen dat de regio Amsterdam ook in de toekomst ondernemend, cultureel en vitaal zal zijn. Hoogwaardig (technisch) onderwijs, innovatieve ICT, creatieve industrie en de culturele sector dragen deze pijler. Gezien de toenemende diversiteit van de bevolking is intercultureel leiderschap een vereiste.

4. European State of Mind (de Europese tendens)

Internationalisering toegespitst op Europa is de vierde dominante tendens. De regio Amsterdam heeft enkele Europese culturele hoofdsteden als concurrent. Het Europa van 2012 ligt onder vuur. Tenminste dat deel van Europa dat zich heeft verenigd in de EU waarin 27 lidstaten samenwerken en in de Eurozone waaraan 17 lidstaten deelnemen. Het brede Europa van de 47 landen –verenigd in de Raad van Europa - is ontegenzeggelijk divers en pluriform. Niet alleen qua talen, maar ook wat geschiedenis, regio's en leefgewoonten betreft. Dit veelkleurig Europa vormt voortdurend een uitdaging om te werken aan een verenigd en tolerant Europa. Van Amsterdam wordt een stedelijke leiderschapsrol verwacht om aan de Europese dimensie betekenis te geven.

Met gelijkgestemde steden uit de in belang toenemende BRIC-landen (Brazilië, Rusland, India, China) en MIST-landen (Mexico, Indonesië, Zuid-Korea, Turkije) zal Amsterdam intensievere relaties aangaan, vanuit een duidelijke Europese identiteit waarvan diversiteit de kern vormt.

1.3 Metropolis Amsterdam 2030: spannend, ondernemend, talentgericht, duurzaam en divers

Het Amsterdam dat in dit document geschetst wordt, is *spannend* (met elkaar ongewis de toekomst tegemoet treden), *ondernemend* (Amsterdammers creëren de mogelijkheden die de omgeving hen biedt), *talentgericht* (talenten vanuit allerlei groepen krijgen ruim baan om bij te dragen aan innovaties die de stad nodig heeft), *duurzaam* (rekening houdend met Amsterdammers uit toekomstige generaties) en *divers* (Amsterdam verandert demografisch zeer snel: de witte bevolking vergrijsst en de allochtone bevolking zorgt voor verjonging). Binnen enkele jaren zullen allochtone Amsterdammers de meerderheid vormen. Op zich historisch niets nieuws omdat Amsterdam altijd al een stad met een gemengde bevolking is geweest.

Tot 2030 zal Amsterdam een groei van de bevolking laten zien, terwijl in de rest van Nederland sprake zal zijn van een krimp. Angst is voor de leefbaarheid van een stad een negatieve factor: ze drijft mensen uit elkaar of zet ze tegen elkaar op. Het biedt geen ruimte voor creativiteit, cultuur en ondernemerschap. Omdat een stad ook voor een belangrijk deel een product van menselijk handelen is, wordt in dit document met behulp van de vier pijlers de angst voor de toekomst bestreden en een andere weg geboden, voor een toekomst met meer perspectieven.

Hoe nu verder?

In december 2012 verspreiden we dit document via de eigen achterbannen. Overigens organiseren we zelf ook interviews, workshops en werksessies om tot versterking van het document te komen.

De presentatie van Amsterdam Metropolis 2030 is slechts de eerste stap. In de aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen (en daarna) zullen koepels uit het onderwijs, de sociale woningbouw, de cultuur, de creatieve industrie en het bedrijfsleven worden gevraagd om met ANATALAB samen te werken, aan de ontwikkeling van deelplannen in de geest van de vier pijlers. Het doel is om per sector te komen tot een nadere concretisering, met behulp van nieuwe sectorspecifieke werkopdrachten.

Tot slot: bouwen aan de toekomst van Amsterdam

De deelnemers aan ANATALAB hopen van harte dat dit initiatief positief ontvangen wordt. Zij hopen ook dat Amsterdammers in beweging komen voor de toekomst van hun stad. Klagen mag, dat hoort bij Amsterdam, maar actie ondernemen is beter. Zoals eerder vermeld, zijn de werkopdrachten opgenomen in Deel II. Het document bevat ook achtergrondinformatie over de thema's die aan de orde gesteld zijn (Deel III). Ten behoeve van de leesbaarheid hebben we gekozen voor: een compacte tekst met daarnaast de weergave van de werkopdrachten, het theoretisch kader, de bronnen en het creatief proces.

Gedurende de totstandkoming van het document hebben de opstellers veel van elkaar en mét elkaar geleerd. Het is een boeiend proces om vanuit ieders professionele en culturele achtergrond te werken aan één gezamenlijke Toekomstvisie voor Amsterdam.

Enkele opvallende punten uit AMSTERDAM METROPOLIS 2030

- Wonen in drijvende woonkolossen
- Iedere 50+ Amsterdammer krijgt een zorgrobot
- Op alle plekken in de stad gratis toegang tot Internet
- Amsterdam heeft de grootste Europese digitale beurs voor innovatie en creativiteit
- Amsterdam heeft een wereldvermaard Water Management Centre
- Amsterdam ontvangt in 2019 de voor het eerst uitgereikte European Green Divers City Award

DEEL II Amsterdam Metropolis 2030 - werkopdrachten

Elk van de vier pijlers heeft tien 'werkopdrachten'

'Werkopdrachten' geven aan hoe de pijlers gerealiseerd én geoptimaliseerd kunnen worden om uiteindelijk AMSTERDAM METROPOLIS 2030 te realiseren. In totaal gaat het om veertig werkopdrachten. Van groot belang is, om rond de vier pijlers de visies van denkers en doeners, en ervaringen van zoveel mogelijk Amsterdammers – ieder met zijn of haar eigen referentiekader – te kunnen inzetten, om tot een innovatieve, veerkrachtige, creatieve, diverse en duurzame metropoolregio te geraken. Eerst wordt de titel van de pijler benoemd. Vervolgens worden enkele dominante vertrekpunten geformuleerd. Waarna de werkopdrachten nader worden beschreven.

1. URBAN SHUFFLE

- Versterkte diversiteit, veerkracht en verstedelijking
- Economische en ecologische kleinschaligheid met behulp van ICT
- Metropoolregio op menselijke maat (energie, voedsel)
- Balans bereiken tussen centrum, stadsdelen en de regio
- Green & Diversity als ontwikkelingsbronnen

Werkopdrachten

1. Planologie: Amsterdam schaft de monoculturele, topdown asterplanning af en ontwerpt, via digitale en interactieve platforms, een interculturele stad rekening houdend met *happy aging* en inclusief denken.
2. Ontwerp & water: Amsterdam ontwikkelt zich van onderop, met de stadsdelen en het centrum als dynamische *hubs* in een door water gedomineerd landschap. Nieuwe woonbuurten worden ook op het water gebouwd, in de vorm waterappartementen en drijvende woonkolossen
3. Energie: Amsterdam realiseert private, draagbare en beweegbare nanobronnen binnen de eigen wijken op basis van een coöperatieve organisatievorm. Amsterdam wordt zelfvoorzienend, met behulp van windenergie en zonne-energie. Hierbij wordt voorrang gegeven aan Amsterdam Noord, Zuidas en Nieuw West.
4. Bouwen: Amsterdam gebruikt uitsluitend gerecycled materiaal voor bouw en renovatie van woningen en bedrijfs- en kantoorpanden
5. Groen & Toerisme: Amsterdam scheidt een basis voor een autonome en interculturele stadslandbouw, ten behoeve van een nieuwe toeristische '*driver*'. *Urban Farming* krijgt om die reden binnen Amsterdam volop de ruimte. Er wordt geëxperimenteerd met drijvende broeikassen.
6. Werken: Amsterdam wijst lege bedrijfspanden toe aan creatieve clusters van creatie, productie, distributie en beleving. Het verschil tussen werken, wonen en spelen vervaagt.
7. Metropool: Amsterdam werkt aan een vergroting van haar bestuurlijke, sociale, culturele en economische invloed in de Randstadregio.
8. Mobiliteit: Amsterdam gaat definitief ondergronds en elektrisch, inclusief parkeergelegenheid voor uitsluitend voertuigen zonder brandstofmotor, en trekt daarin de andere steden in de regio mee. Schiphol breidt zijn

‘airport city concept’ uit, naar toonaangevende duurzaamheid (vliegverkeer), creativiteit en digitaal entertainment. De Amsterdamse haven gaat een netwerkverband aan met Londen, Antwerpen, Rotterdam en Hamburg ter versterking van haar wereldregionale positie.

9. Testgebied: Amsterdam stimuleert rond het IJmeer een vrij urban testgebied waarin nieuwe bouwtechnologieën en architectuuropvattingen ruim baan krijgen.
10. Spelen: Amsterdam verwerft voor Nederland wereldsportspelen in de context van een Green Sport City en combineert sport met ‘sustainable well being’.

2. DIGITAL PLAYGROUND

- Digitalisering/open sources
- Social media
- Digicratie
- Interculturele stad als game
- Digitale *community* vorming

Werkopdrachten

1. Toegang: Amsterdam werkt aan een radicale en vrije toegang tot internet voor alle inwoners als basisrecht.
2. Zorg: Amsterdam verstrekt aan iedere Amsterdammer van 50 jaar en ouder een zorgrobot. Deze robot is multifunctioneel en kan behalve digitale, ook fysieke ondersteuning bieden, bijvoorbeeld voor mensen die slecht ter been zijn en voor de communicatie met zorginstellingen en –centra.
3. Support: Amsterdamse coöperaties zorgen voor een grote spreiding en dekking van ICT faciliteiten, op wijk, buurt en straatniveau, zoals: e-centra en helpdesks.
4. Digicratie: Op bestuurlijk niveau realiseert Amsterdam een directe vorm van democratie, waarbij de besluitvorming op digitale wijze tot stand komt. De afstand tussen burger en politiek wordt verkleind. Regelgeving en plaatselijke verordeningen kunnen sneller worden aangepast als de omstandigheden hierom vragen.
5. Open source: Amsterdam stimuleert de ontwikkeling en het gebruik van *open source* software binnen (gemeentelijke) instellingen, bedrijven en in leer- en onderzoeksomgevingen. Hiermee wordt aanzienlijk op ICT- kosten bespaard, wat investeringen op andere gebieden, zoals: innovatie en cultuur, ten goede zal komen.
6. Augmented Reality: Het straatbeeld van Amsterdam wordt middels *Augmented Reality* verrijkt. Waar bedrijven zich vooral zullen richten op reclame en andere commerciële informatie, zullen de gemeente en NGO’s non-commerciële informatie bieden, waaronder: cultuur, kunst en cultureel erfgoed.
7. Verdienmodel: Het digitale verdienmodel van Amsterdam is gebaseerd op: innovaties in de mediacultuur, groei in 3D communicatie en digitaal entertainment.

8. Digitale upcycling: Amsterdam wordt toonaangevend op gebied van *digitale upcycling*. Er ontwikkelt zich een bloeiende *recycling* industrie van digitale apparatuur. Deze industrie is gericht op: demontage en herwinning van edelmetalen, *refurbishment* en het vermarkten naar ontwikkelingslanden.
9. Beurs: Amsterdam vormt de grootste digitale beurs in Europa op het gebied van *innovative economy*. Eens per jaar vindt er ook een fysieke beurs plaats, die meer dan 250.000 bezoekers zal trekken.
10. Morphing: Amsterdam richt zich op *morphing* (vervloeiën) tussen educatie, entertainment, technologie en business management. Hierdoor ontstaan nieuwe sectoren van economie en nieuwe systemen (*services*) binnen de educatie, werk en entertainment, waarbij het vinden en delen van kennis belangrijker is, dan deze vast te houden en te conserveren.

3. HOMO CONCREATUS

- Creativiteit als brandstof
- Onderwijs als impuls
- Individualiteit/collectiviteit bij innovatie en creatie

Werkopdrachten

1. Creativiteit: Amsterdam scheidt mondiale educatieve centra, waarbinnen de creatieve vermogens van kinderen en jongeren gestimuleerd worden. Talenten worden actief benaderd op basis van cognitieve en culturele diversiteit en hen worden mogelijkheden geboden om zich te ontwikkelen en om te excelleren.
2. Hoger onderwijs: Amsterdam richt een aantal creatieve Labs op, waarbinnen nieuwe beroepen en specialismen beoefend worden, zoals *Gameganizer* (organisatiespecialisme op basis van games), *Mentalgrapher* (geograaf die de mentale dimensies van het bestaan onderzoekt), *Biostructor* (ZZP'er die biologisch-ethische correcties aanbrengt met behulp van een 3Dprinter).
3. Innovatie: Amsterdam ambieert een toppositie op het gebied van sociale en culturele innovatie en trekt wereldwijd onderzoekers aan, met speciale onderzoeksprogramma's.
4. Culturele en Creatieve industrie: Amsterdam werkt aan een leidend wereldprofiel op het gebied van cultuur, innovatie, creativiteit, creatie en productie. Deze beleving wordt via digitale *walk-in-labs* en *Fablabs* gemonialiseerd.
5. Leiderschap: Op bestuurlijk niveau richt Amsterdam zich actief op het ontwikkelen van een dienend leiderschap, dichtbij en veraf. Dit leiderschap is collectief georiënteerd en stelt de gemeenschap op de voorgrond, met als waarden: moed, wijsheid, compassie en levenskracht.
6. Werkgeverschap: Amsterdam stimuleert een werkgeverschap dat de veerkracht van werknemers centraal stelt, op basis van diversiteit. In Amsterdam nemen werknemers, ongeacht het dienstverband, deel aan de strategische besluitvorming van een organisatie.

7. Lokale creatieve kennis: Amsterdam mobiliseert (digitaal) de kennis, ervaringen en inzichten van bedrijven, professionals en bewoners en combineert deze met academische kennis, om tot innovaties in de woon- en werkomgeving te komen.
8. Wereldeconomie: Amsterdam realiseert een creativiteitshaven als belangrijke bijdrage aan de wereldeconomie. De combinatie van creativiteit, nieuwe technologieën, nieuwe businessmodellen, duurzaamheid en ondernemerschap levert nieuwe banen op.
9. Innovation economy: Amsterdam schept, als hoofdpodrachtgever/werkgever, gunstige randvoorwaarden voor bloeiende Nano-, Bio-, Neuro- en IT-technologie-sectoren. Permanente digitale presentaties, in samenwerking met RAI, maken van Amsterdam, zowel digitaal als analoog 'a place to be'. Nieuwe smartdrugs worden ontwikkeld, die de creativiteit en denkvermogen doen toenemen maar qua gezondheid onschadelijk zijn. Deze bieden tevens alternatieve therapieën voor Alzheimer en andere hersenziekten.
10. Digital Red Light District: Amsterdam behoudt haar reputatie als het Sodom en Gomorra van Europa. Toeristen bezoeken de stad, om gebruik te maken van de nieuwste ero-digitale innovaties en producten, zoals *Orgasmodroms*. Amsterdam bestrijdt effectief de handel in mensen.

4. EUROPEAN STATE OF MIND

- Globalisering en steden
- Europa als federatie in een wereldsamenleving
- Profilering regio's en wereldsteden

Werkopdrachten

1. Identiteit: Amsterdam zet haar culturele en cognitieve diversiteit in, om een vreedzame ontwikkeling in Europa te stimuleren.
2. Europese steden: Amsterdam werkt aan een toonaangevend profiel als onderscheidende en inspirerende factor binnen de wereldsteden.
3. Trend Topicking: Amsterdam laat zien dat haar inwoners zich permanent eigen beelden vormen, met een verenigd Europa als bron van ontwerp.
4. Europeanness: Amsterdam schept een balans tussen haar eigen identiteit en de Europese dimensie, tussen de behoefte aan consumeren en duurzaamheid en tussen uiteenlopende wereldbeelden (van traditioneel tot postmodern).
5. Toekomst Europa: Amsterdam kiest actief voor een Federatief Europa, waarin nationale staten werken aan een Europa met accent op duurzaamheid en vrijheidsrechten.
6. BRIC -landen (Brazilië, Rusland, India, China): Amsterdam combineert haar Europese interstedelijke contacten, met perspectieven die de BRIC-landen als opkomende wereldmacht bieden. Er is een intensief uitwisselingsverkeer met de steden Beijing, Shanghai, Hong Kong, Moskou, Sint Petersburg, Mumbai, Brasilia en Sao Paulo.

7. MIST-landen (Mexico, Indonesië, Zuid Korea, Turkije): Amsterdam wil een knooppunt worden voor de commerciële en interculturele contacten, met (hoofd)steden van landen die in de toekomst een belangrijke rol op het wereldtoneel zullen spelen.
8. Water: Amsterdam werkt aan een European Centre for Sustainable Water Management (ECSWM) met als prioriteiten: drinkwater voor iedereen, verspilling tegen gaan, veiligheid en bescherming. De kennis en expertise van dit centrum zullen internationaal worden vermarkt.
9. Digital Europe: Amsterdam zet haar unieke interculturele innovatie op het gebied van Urban Shuffle, Digital Playground en Homo ConCreatus in ten behoeve van een duurzaam Europa.
10. DiverCity 2020: Amsterdam zet zich in om genomineerd te worden voor een nieuw in te stellen *European DiverCity Award*. In 2019 zal bekend worden, dat de prijs inderdaad aan Amsterdam zal worden toegekend.

DEEL III: Inhoud en proces: achtergrondmateriaal

Deel III bevat de omschrijving van het ontwikkelproces dat binnen ANATALAB heeft plaatsgevonden en een beschrijving een aantal onderwerpen, zoals de Metropool Amsterdam, digitalisering, culturele diversiteit en de creatieve mens, die aan de basis hebben gelegen van het visiedocument.

Toekomstbepaling

De deelnemers aan de ANATALAB willen geen platgetreden paden bewandelen als het om toekomstonderzoek gaat. Wat hiermee wordt bedoeld, maakt onderstaand schema duidelijk. Te weinig wordt door scenarioplanners rekening gehouden, met de diepgaande transitie die landen als Nederland ondergaan en waarin nieuwe rollen voor overheid, burgers, bedrijfsleven en intermediaire organisaties in het verschiet liggen. Van de ruim 35.000 geregistreerde Amsterdamse bedrijven, bestaat ruim 70% uit zelfstandigen zonder personeel. Deze realiteit komen we weinig tegen in de verschillende scenario's en plannen, die voor de stad gemaakt zijn. Vandaar dat ANATALAB voor een andere aanpak gekozen heeft, namelijk door uitgaande van structurele trends, specifieke 'werkopdrachten' te formuleren om een perspectiefvolle toekomst te bewerkstelligen. Dergelijke werkopdrachten ontbreken in de traditionele scenarioplanning waardoor deze toekomstbeelden een topdown karakter krijgen.

Traditioneel toekomstonderzoek	Aanpak ANATALAB
<ul style="list-style-type: none">• 'Brave' scenario's als denklijn• Old boys netwerken als input• Bestaande kennisinstellingen als actor• Intern proces niet openbaar• Lokale kennis niet of nauwelijks gemobiliseerd• Culturele diversiteit als 'academisch vraagstuk'• Topdownrapporten voor de BUREAULA	<ul style="list-style-type: none">• Alle potten op een hoog vuur• Interne confrontaties van waarden, individueel en collectief, toepassen Thinking Hats• Structurele trends/pijlers als conceptueel raamwerk• Interactieve interviews met deskundigen, belangstellenden en belanghebbenden• Cognitieve en culturele diversiteit als aanpak en oplossingsrichting• Toekomstbeelden als WERKWOORD

Aanpak: Metropool Amsterdam

Tijdens de eerste sessies van ANATALAB is een vertrekpunt geschetst voor een visie voor de metropoolregio Amsterdam. De volgende onderdelen kregen hierbij extra aandacht:

- Scherpere *interculturele* profilering aanbrengen in Europees perspectief (wat zijn kenmerkende beelden voor 2030?)
- *Versnipperde kennis* omtrent kunst en creativiteit centraal *upcyclen* (het bestaande niet verloren laten gaan maar inzetten ten behoeve van een strategisch doel).
- Amsterdamse *eigenzinnigheid* niet alleen als cultureel fenomeen, maar ook als *strategie* inzetten.
- Landelijke trend van *exclusief denken* effectief *pareren* en inclusiviteit als waardevoller alternatief presenteren.

- *Interactieve dynamiek* dan wel het samengaan van lokale kennis met expertkennis als *internationaal voorbeeld schetsen*.
- Het begrip ‘*metropool*’ mag niet tot verwarring leiden gezien het gebruik van dit begrip voor zeer grote wereldsteden. Met de titel Amsterdam Metropolis 2030 wordt op dynamische manier vooruitgelopen op toekomstige bestuurlijke entiteiten (Randstad), waar de stad Amsterdam deel van uit zal maken.

Amsterdam als metropool-in-ontwikkeling.

Verbeeldingskracht is nodig om te werken aan Amsterdam als metropool. Hierbij kan men denken aan: de stadsregio Amsterdam (Amsterdam en randgemeenten), de Noordvleugel (Amsterdam en grote steden Noord Holland en Utrecht) en de Metropoolregio (provincie Noord- en Zuid Holland en Utrecht). Bij die laatste variant wordt op bestuurlijk niveau een gezamenlijke strategie gevoerd richting Brussel en Europa. Waar in dit document Amsterdam wordt vermeld, kan dit in een ruime definitie worden geïnterpreteerd. Het perspectief kan ook uitdrukkelijk zijn dat Amsterdam een leidende rol gaat spelen om de Randstad (vier grote steden en het Groene Hart) van onderop als Europese regio betekenis te geven en een regioketen vormt met de zuidelijke buurman De Ruit van Vlaanderen (met de sterke steden Antwerpen en Brussel). Welke vorm ook wordt gekozen, van belang is dat de stem van de Amsterdammers uitdrukkelijk een plek krijgt en de regiovorming niet in handen blijft van bureaucraten (hetgeen nu overwegend het geval is).

De staat van Amsterdam anno 2012: plussen en minnen

Over het antwoord op de vraag, hoe de stad Amsterdam er anno 2012/2013 voorstaat, zijn de meningen verdeeld. Belangrijk pluspunt is het feit dat Amsterdam niet meegezogen is, in het kielzog van nationalistische sentimenten. Het stadsbestuur komt op voor een stad die open en tolerant wil zijn. Zij staat nog steeds open staat voor nieuwkomers. Een ander pluspunt is, dat Amsterdam nog immer tot de verbeelding van vele toeristen spreekt. Amsterdam heeft verschillende sterke punten waarom het goed toeven is in de stad, voor korte bezoeken of een langer verblijf. Ook in cultureel en creatief opzicht spreekt de stad tot de verbeelding van velen en heeft het een dominante Europese positie ingenomen. De stad is overigens ook schoner en veiliger geworden.

Toch overheerst zorg. Het hoger onderwijs is massaal, maar niet onderscheidend. De stadsdelen leggen het af tegen het culturele centrale centrum. De culturele avantgarde speelt nagenoeg geen toonaangevende rol. De universiteiten ontbreken in de dialoog over de toekomst van de stad. Bovendien, zijn ondernemers niet werkelijk tevreden over het ondernemingsklimaat, door een teveel aan administratieve, bureaucratische rompslomp. Het lijkt ook alsof Amsterdam niet echt optimaal profiteert van digitale technologische ontwikkelingen en die kansen laat liggen, ten faveure van andere steden, zoals Berlijn. Amsterdam is voldaan over hetgeen bereikt is, maar schiet tekort in het tonen van verbeeldingskracht richting toekomst. Breekt het gebrek aan rafelranden de stad nu op? Is alles te veel aangeharkt? Rond het IJ, op de Zuidas, in het centrum van de stad? Kan de huidige leegstand van gebouwen op de korte termijn voor de noodzakelijke stedelijke dynamiek van onderop zorgen?

Digitalisering/ICT

Uit de talloze ontwikkelingen op het gebied van internet en digitalisering moet een focus gekozen worden, die ook op de langere termijn zijn geldigheid behoudt. In ons Toekomstbeeld zijn met name de sociale aspecten van digitalisering genoemd. Tevens is gepleit voor het innemen van een dominante positie wat innovatie en nieuwe verdienmodellen betreft. Daarbij moet worden voorkomen dat digitalisering en het gebruik van social media geen kloof veroorzaken tussen *digi-haves* en *digi-haves not*. In Extreme Future legt James Canton (2006) uit, hoe een versmelting (morphing) optreedt van software, digitale services, gaming, finance, entertainment, management, marketing, etc.. Deze versmelting maakt het mogelijk interactieve en inclusieve diensten aan te bieden met een groot bereik. Het zelf ontwerpen en printen van eigen producten in 3D design gaat tot de standaardmogelijkheden van gezinnen behoren. Waar nu de papierprinter staat, staat dan de 3D printer.

Digitalisering zorgt er ook voor, dat mobiliteit geheel op de persoon van de automobilist, fietser, OV-reiziger, green-car gebruiker en voetganger wordt toegesneden. Op elk moment kan de reiziger besluiten zijn of haar reizigersgedrag aan te passen aan de mogelijkheden die mobiel aangeboden worden met persoonlijke routes qua cultuurbereik, duurzaamheid, sociale en economische urgenties. Voor de wereldberoemde Wallen wordt het voor Amsterdam een uitdaging om een vitale en humane sexindustrie ook van een digitale realiteit te voorzien.

ANATALAB als leerschool...

Het samenstellen van een visiedocument vraagt ook om nieuwe kennis. Zo hebben we college gehad over de volgende onderwerpen:

multi-digi-fora (publieke digiconferentie centra), walk-in-labs (publieke onderzoekslabs), plug-in-en-werk stations (mobiele werkplekken), virtual entertainment worlds, 3D speel centra, Green Car Tubes, Work & Play Parks, ArtApartHotels, Orgasmodrooms voor de ambachtklasse.

De top jobs van 2030 in Amsterdam zijn Sino-Latino Space Market Planners, Climate-Change Engineers, Nano- Bio- en Solarfuel Developers, TechnoPoets, DigiSocializers, Antiterrorism Technicians, 3D Communication Designers, Real-Time Supply Chain Designers, Robotic Tech Assembly Engineers, RoboDoctors en Syntetic Drugs Testmedewerkers.

Cognitieve en culturele diversiteit

Uit verschillende onderzoeken blijkt dat diversiteit noodzakelijk is voor innovatiemodellen. Richard Florida (auteur van *“The Rise of the Creative Class”*) beschrijft, dat 50 procent van de startups in Silicon Valley een immigrant in het oprichters team hebben. Sprekende voorbeelden zijn: Apple (Steven Jobs) en Google (Sergey Brin).

Als het gaat om diversiteit, dan gaat het vaak om het verschil in identiteit, zoals: geslacht, culturele afkomst en religie. De auteur Scott E. Page beschrijft in zijn boek *“The Difference: How The Power of Diversity Creates Better Groups, Firms, Schools, and Societies”* een alternatieve definitie van diversiteit, namelijk *Cognitieve Diversiteit*. Het gebruik van cognitieve diversiteit kan resulteren in het oplossen van conflicten en problemen en het maken van betere analyses en verwachtingspatronen. Bij complexe

taken, zoals engineering, creativiteit, innovatie of leidinggeven, kan cognitieve diversiteit helpen om tot een begrip van situaties te komen en deze te veranderen. In de toekomstvisie van ANATALAB hanteren we een ruime definitie van diversiteit, zowel cognitief als cultureel.

Cognitieve diversiteit heeft vier dimensies: perspectieven, interpretaties, heuristiek en voorspellende modellen.

- Verschillende perspectieven: mensen hebben verschillende manieren om situaties en problemen voor ogen te zien. Zij hebben ook andere mogelijkheden perspectieven aan te boren
- Diverse interpretaties: mensen zetten verschijnselen in, in verschillende categorieën en classificaties. Iemand die werkt bij de Wereldbank interpreteert anders dan een schrijver over radicaal management. Beiden hebben betekenisvolle interpretaties van de wereld om ons heen.
- Diverse heuristiek: Mensen hebben verschillende manieren in het genereren van oplossingen voor problemen. Sommige mensen willen praten over hun denken over problemen, anderen willen eerst oplossingen verzinnen en dan praten.
- Diverse voorspellende modellen: Sommige mensen analyseren de situatie. Anderen zien een verhaal in de toekomst.

Over de Code Culturele Diversiteit

In dit document vragen we speciaal aandacht voor De Code Culturele Diversiteit die als praktisch instrument door de culturele sector is opgesteld om culturele diversiteit structureel in een culturele instelling te verankeren op het gebied van publiek, personeel, programmering en partners. De code is een handvat voor bestuurders, beleidsmakers en medewerkers. Het is een code omdat het mag, niet omdat het moet. In ons Amsterdam in 2030 heeft de code zichzelf overbodig gemaakt. Het mooiste compliment dat we kunnen bedenken.

Aanleiding voor het opstellen van de Code is het feit dat culturele diversiteit nog maar nauwelijks verankerd is in de (publiek gefinancierde) cultuursector. Veel organisaties besteden aandacht aan culturele diversiteit in hun programmering. Maar omdat ze dat vaak doen met incidentele activiteiten die meestal plaatsvinden buiten de instelling, in perifere wijken en gefinancierd met projectgelden, dreigen er twee gescheiden culturele werelden te ontstaan: één met cultureel diverse activiteiten en divers publiek en één met reguliere activiteiten en regulier publiek waarbij diversiteit ontbreekt. Zeker in de grote steden is dit een onwenselijke situatie.

Overigens zou de Code ook heel goed toegepast kunnen worden in andere (publiekgefinancierde) instellingen. Het belangrijkste argument voor een Code is het gelijkheidsbeginsel. Zeker voor de (deels) overheidsgefinancierde instellingen en programma's mag verwacht worden dat er een 'inclusief' beleid gevoerd wordt. Gemaakt voor en door alle Nederlanders.

Een meer pragmatisch argument is dat het instellingen veel kan opleveren.

Onderschat wordt dat van oudsher vernieuwing in kunst en cultuur vaak is voortgekomen vanuit een open blik en nieuwsgierigheid naar de ander. Door te blijven navelstaren doet de culturele sector zichzelf tekort, zeker in een tijd van ingrijpende bezuinigingen.

Directies van instellingen, maar ook leden van adviesraden, besturen, ambtenaren en anderen in de culturele sector hunkeren naar kennis over ondernemerschap, fondsenwerving en innovatie. Juist deze drie onderwerpen zijn uitstekend te koppelen aan diversiteit. Het op zoek gaan naar nieuw publiek, nieuwe financiers, nieuwe netwerken – het heeft allemaal te maken met het ‘over de grenzen heen kijken’ en de markt verkennen. Voor veel maatschappelijke en commerciële bedrijven geldt dat diversiteit al is verankerd in de eigen organisatie. Zonder af te doen aan de artistieke kwaliteit kan een instelling door ‘de deuren open te zetten’ heel wat winst behalen. Door de Code nu te hanteren verdwijnt de Code als vanzelf in de toekomst.

De creatieve mens

Is ieder mens creatief? Is creativiteit een karaktereigenschap? Wanneer zijn/worden mensen creatief? Wat is creativiteit?

Creativiteit ontstaat onder andere door zelfkennis en zelfacceptatie. Creativiteit is het hebben van een breder (zelf)bewustzijn en het hebben van een open mind. Creativiteit is niet alleen het creëren van dingen en omstandigheden, het is ook het oplossingsgericht kunnen denken om bijvoorbeeld om te kunnen gaan met omstandigheden die voor ons als mens onbekend zijn. *Creativiteit moet leiden tot innovatie en talentontwikkeling om ook in de toekomst ondernemend, cultureel en vitaal te zijn.* Maar dat is niet het enige waar creativiteit toe kan leiden. Creativiteit kan ook leiden tot het kunnen verbinden van tegenstellingen, zowel binnen ons zelf (onze binnenwereld, onze psyche) als de vele tegenstellingen die wij in de buitenwereld ervaren. Daar is echter moed en veerkracht voor nodig, soms compassie, soms wijsheid en soms levenskracht en enige nederigheid kan in sommige gevallen ook op zijn plaats zijn.

Omdat de wereld ‘soms beangstigend’ steeds sneller wordt en de meeste mensen van buiten naar binnen leven (d.w.z. zich laten beïnvloeden door wat er om hun heen gebeurt) verstaan zij niet de kunst van het van binnen naar buiten leven, terwijl juist hierin inspiratie en creativiteit schuilen). Om zich door hun eigen wijsheid te laten leiden, is het noodzaak om soms ‘stil’ te kunnen zijn.

ANATALAB pleit er daarom voor dat jongelingen op zo vroeg mogelijke leeftijd het vak ‘Creativiteit’ op scholen krijgen. En dat daarmee het liefst nu begonnen wordt. In het vak Creativiteit leren de leerlingen stil te zijn (meditatie) wordt bijvoorbeeld het boek van Joseph Campbell en Bill Moyers ‘Mythen & Bewustzijn’, De kracht van mythologische verbeelding’ gebruikt. Of het boek: ‘Shambhala, de weg van de Krijger’ van Chogyam Trungpa, over het ontwikkelen van Moed, of het boek van Karen Armstrong ‘Compassie’ waarin in twaalf stappen geleerd wordt compassie te ontwikkelen. Maar waar ook aandacht wordt besteed aan het ontwikkelen van competenties ten behoeve van dienend leiderschap zoals: Luisteren, Empathie, Holistisch Kijken, Waarderende Vreugde, Verbinden van tegenstellingen, Bewustzijn, Morele Autoriteit, Krachtig Creëren, Intuïtief Anticiperen en Beziel Beheren. Kortom, hervorming van een samenleving start bij de verandering diep in onszelf.

Een van de doelstellingen van Metropolis Amsterdam 2030 is om deze creativiteit te stimuleren, ook in 2030. In een drukbevolkte, hectische stad als Amsterdam, kunnen de ontwikkelingen in en rondom de stad stress en problemen met zich meebrengen. Creativiteit is een bewezen middel om stress te verminderen en het aanpassingsvermogen in een steeds veranderende omgeving te versterken. Wanneer

men in aanraking komt met een verscheidenheid aan creatieve expressie kan dit een positieve bijdrage hebben aan de toename van tolerantie van de diversiteit in de samenleving. De acceptatie en tolerantie van de diversiteit van de samenleving is van belang voor een goede sociale cohesie in Amsterdam. Creativiteit reikt dus verder dan de enkele associatie met kunst en de cultuursector en komt ten goede aan verschillende gebieden in Amsterdam; zoals het onderwijs, wijkgericht samenleven, werkgever- en werknemerschap en uiteindelijk ook de economie (op weg naar een creatieve economie).

Voorbeeld: Creativiteit en technologische veranderingen – perspectieven en verwachtingen

Het stimuleren van diversiteit in denken en creativiteit is naar onze verwachtingen van belang in 2030. Door de ontwikkelingen in de wereldeconomie, digitalisering en globalisering zal ook de Amsterdammer voor uitdagingen komen te staan. De wereld lijkt kleiner te zijn geworden door digitalisering en globalisering.

Communicatie en informatievergaring zijn vereenvoudigd en voor velen toegankelijk. Creativiteit wordt anno 2012 volop gebruikt in de ontwikkeling van technologie; wie had in 1990 de komst van Google, Youtube en Facebook verwacht? Wat kunnen wij in 2030 aan vernieuwingen verwachten en wat voor gevolgen zullen deze ontwikkelingen met zich meebrengen? Dat zijn vragen waar we anno 2012 wellicht ook te weinig aandacht aan besteden.

In alle aspecten van het leven wordt gebruik gemaakt van de nieuwe communicatiemiddelen. Zo wordt in alle sectoren social media gebruikt, wat wordt gezien als een positieve ontwikkeling voor het uiten van creativiteit. Duidelijk is dat er nu nieuwe middelen zijn om ons te uiten. Het voordeel hiervan is dat een ieder vrij zijn mening, ideeën en opvattingen kan uiten. Nieuwe media worden bijvoorbeeld ook ingezet voor de totstandkoming van collectieve acties. Een petitie tegen voorgenomen beleid is zo geregeld, een spontane actie tegen het bestaande politieke regime evenzo, zie bijvoorbeeld het gebruik van social media en de Arabische Lente. Het is de vraag of er achter deze collectieve acties ook daadwerkelijk sprake is van een (collectief) gedachtegoed. De eenvoud en snelheid van onze communicatiemiddelen moeten niet afdoen aan de daadwerkelijke ideeën, creativiteit en gedachtegang van de burger. Juist omdat alles nieuw en in ontwikkeling is, zal een creatieve benadering van ontwikkelingen, problemen en oplossingen hiervan leiden tot een beter bewustzijn hiervan. Anno 2012 zien we dat er overheden zijn die de nieuwe vrije wereld van communicatiemiddelen (willen) beknotten door verboden en beperkingen op te leggen. Het verbieden van deze middelen is naar onze mening een uiterst middel dat niet ingezet hoeft te worden wanneer we nadenken over de gevolgen en effecten van deze nieuwe mogelijkheden. De balans tussen ons gedachtegoed en de middelen waarmee we deze uiten is dan ook van belang. Door creativiteit en diversiteit in denken zal deze balans gevonden kunnen worden. Het bekijken van een onderwerp vanuit verschillende perspectieven, een vorm van cognitieve diversiteit (zie boven), geeft de gelegenheid om hier genuanceerder mee om te gaan. Waardoor de behoefte van overheden om drastische middelen op te leggen (wanneer het fout gaat) kleiner zal zijn. Echter, waar veel perspectieven en meningen zijn, zal een bijverschijnsel zijn dat er sprake is van een overload aan informatie. We zullen moeten nadenken over

gemeenschappelijke waarden, waarbij moraliteitsdenken of “moral creativity” en spiritualiteit betrokken worden.

Amsterdam Metropolis 2030: Het creatieve proces

ANTA Lab gebruikt als transdisciplinair laboratorium de *open source* filosofie in al zijn bijeenkomsten en e-discussies over én ten behoeve van een divers, veerkrachtig, innovatief, creatief en duurzaam toekomstbeeld voor Amsterdam 2030. Het gaat dan om het onvoorwaardelijk delen van kennis, vaardigheden, ervaringen en gewonnen inzichten met name via de social media. De bi-culturele achtergrond van de deelnemers komt tijdens het brainstormproces tot zijn recht. Door de diverse zienswijzen, persoonlijke voorkeuren van denken én beargumenteren ontstaat tijdens het brainstormproces een gezond spanningsveld dat de voedingsbodem heeft gevormd voor de ontwikkeling van het conceptueel raamwerk van Amsterdam Metropolis 2030. Onder begeleiding van een moderator wordt alle input in een gezamenlijke inspanning op waarde geschat en de geselecteerde ideeën worden verrijkt en naar de realiteit vertaald. De focus van de groep blijft bij dit alles gericht op het overkoepelende doel van een visie van Amsterdam in het jaar 2030.

Het ANATALAB heeft geen lineair denk- en doeproces toegepast. Na het overeengekomen doel: een toekomstdocument voor Amsterdam 2030 schetsen op basis van interactiviteit en creativiteit, zijn inspiratiesessies gehouden met het accent op persoonlijke waarden, collectieve inzichten en een toepassingsgerichte verbeeldingskracht. Met als resultaat: veertig werkopdrachten op basis van vier structurele ontwikkelingen. Zo'n zoektocht duurde een jaar waarbij we tweemaandelijks bijeenkwamen. Intussen liet het e-mailverkeer teksten zien, ook over de actuele wereld om ons heen. En we aten op het inkoopkantoor heerlijk Surinaams en soms een pizza. Felle discussies hadden we ook met name als we elkaar de maat wilden nemen over het begrip 'diversiteit'. Maar voor alles gold en geldt dat we actieve Amsterdammers een hart onder de riem willen steken om hun toekomst in eigen hand te nemen.

Voor organisaties, bedrijven en instellingen die ook zo'n expeditie willen organiseren stellen we onze expertise graag ter beschikking.

Relevante websites

WWW.AMSTERDAM2030.NL

www.asom.org

www.binoq.nl

www.atana.nl

www.codeculturelediversiteit.nl

Colofon

Dit is een uitgave van ANATALAB. De teksten uit dit document mogen worden hergebruikt met bronvermelding.

Teksten en samenstelling

Anand Swamipersaud, Danny Andreas, Elif Söylemez, Giep Hagoort, Jacek Rajewski
Richtje Sybesma, Sabine Mayr en Sandra Hipeli.

Productie

binoq atana/ANATALAB (Amstel 82, Amsterdam)

Supervisie

Amsterdam School of Management (ASOM)

Meer informatie: www.amsterdam2030.nl

Reageren? Mail naar office@amsterdam2030.nl



Amsterdam, december 2012