

Prioriteiten in de creatieve sector

bouwstenen voor een strategische agenda

Dany Jacobs (ARCCI) en Bruni Hofman (Syntens)
i.s.m. Martijn van Gogh (Syntens)

Deze rapport-samenvatting geeft een beschrijving van het resultaat van een *quick scan* die is uitgevoerd in de acht creatieve sectoren die deel uitmaken van opdrachtgever de Federatie Dutch Creative Industries. Gesprekken die zijn gevoerd met vertegenwoordigers van de verschillende branche- of beroepsorganisaties hebben geleid tot een scherp geformuleerde SWOT met een lijst van daaruit voortvloeiende prioritaire acties. Daarbij is zowel de diversiteit van de situatie in de verschillende deelsectoren in beeld gebracht als ook nagegaan welke knelpunten er worden gedeeld. Op basis daarvan is een overall-beeld geschetst dat alle betrokken partijen niet alleen laat zien waar acties meer op elkaar kunnen worden afgestemd, maar dat ook inzicht geeft in dringende zaken op het niveau van de deelsectoren. Deze prioritaire acties zijn bottom-up op basis van de acht sectoren opgesteld en zijn door de Federatie besproken en vastgesteld. De prioritaire acties leveren bouwstenen voor het innovatieprogramma voor de topsector Creatieve Industrie.

In 2004 werd de creatieve sector aangewezen als een van de vier sleutelgebieden van de Nederlandse economie. Begin 2009 werd die sleutelgebiedenaanpak geëvalueerd door de Commissie Scheepsbouwer en

kreeg zowaar een gele kaart! Het stuk van de Commissie Scheepsbouwer gaf sterk de indruk het jammer te vinden hoe weinig geordend vernieuwende dynamiek verloopt. Als gevolg daarvan is de Federatie Dutch Creative Industries opgericht die vooral de deelsectoren in de zakelijke creatieve dienstverlening groepeerd: verschillende soorten ontwerpers en architecten, fotografen en mensen uit de reclamewereld. Nu is er naast het bedrijfsleven met zijn organisaties ook nog een geheel van andere instellingen (kennis- en onderwijsinstellingen, sector-instituten, overheidsinitiatieven zoals Syntens, Dutch DFA, Agentschap NL) die alle hun taak hebben. Het totaal van die taken leidt niet perse tot één organisch geheel. Met deze bouwstenen voor het innovatieprogramma voor de topsector Creatieve Industrie wordt dan ook de mogelijkheid gecreëerd om gaten tussen die taakstellingen te dichten.

Voor de Federatie Dutch Creative Industries is deze rapportage tevens een soort nulmeting, waarmee over een jaar kan worden bekeken welke van de vele voorgenomen prioritaire acties intussen in gang zijn gezet of mogelijk zelfs reeds zijn gerealiseerd.

SWOT-Analyse

Dutch design (inclusief architectuur) heeft een goede naam in het buitenland en Nederlandse ontwerpers nemen internationaal belangrijke functies in. De afgelopen jaren heeft Nederland 'Dutch design' dan ook benut om het imago van Nederland als aantrekkelijke creatie- en productielocatie voor het voetlicht te brengen. Nederland heeft op dit punt echt een concurrentievoordeel. De creatieve sectoren zijn de afgelopen vijftien jaar gemiddeld twee keer zo snel gegroeid als de Nederlandse economie. De omgeving blijft snel veranderen en daar hebben creatieve sectoren misschien nog meer dan andere mee te maken in de vorm van bedreigingen en kansen.

Sterktes

- **Internationale reputatie van Dutch Design in veel deelsectoren**
- **Sterke groei**
- **Nederland (Amsterdam) als aantrekkelijke vestigingslocatie voor buitenlandse creatieve bedrijven**
- **Veel sterkte creatieve opleidingen, vooral op HBO-niveau**

Zwaktes

- **'Professioneel conservatisme', naarbinnengerichtheid van veel creatieven**
- **Ondernemerschap en wat daarmee verbonden is soms zwak ontwikkeld**
- **Te weinig internationale oriëntatie. Aanwezigheid van buitenlandse bedrijven wordt onvoldoende benut**
- **Soms lastig om toegevoegde waarde van creativiteit bij opdrachtgevers over het voetlicht te krijgen**
- **Te weinig wetenschappelijk onderzoek**

Kansen

- **Creatieve en beleveniseconomie vragen steeds meer om 'verbeelding'**
- **Vermarkten van reputatie Dutch Design**
- **Internationalisering, zowel inside-out als outside-in**
- **Crossovers met andere (ondermeer creatieve) sectoren**
- **Nieuwe bedrijfs- en verdienmodellen (inclusief onderzoek daarover)**
- **Totstandbrengen van sterke Creative Council**

Bedreigingen

- **Prijstdruk door overaanbod en soms krappe markt**
- **Publieke aanbestedingsregels op nationaal en Europees vlak**
- **Concurrentie van mensen zonder opleiding, soms met minder goed werk**
- **Onvoldoende besef bij opdrachtgevers van mogelijke toegevoegde waarde van creatief werk**

Knelpunten en prioritaire acties

- 1 Om succesvol te zijn in creatieve sectoren moet men – gecombineerd – succesvol zijn op zowel cultureel als economisch vlak: het ‘dubbel succescriterium’. Toch ontbreekt nog veelal die samenhang tussen het economische en het culturele, zowel binnen (vooral kleinere) bureaus als bijvoorbeeld in het onderwijs.
- 2 Het creatieve niveau in de creatieve sectoren is hoog, maar toch bestaat de zorg dat dit afneemt. Veel designers hebben een relatief beperkte focus en lijken ook erg tevreden met zichzelf. Verbreding in verschillende richtingen is gewenst.
- 3 Bedrijven in traditionele sectoren zijn zich nog onvoldoende bewust van het potentieel dat de creatieve sector voor hen kan betekenen.
- 4 De voor innovatie beschikbare subsidies zijn niet altijd bekend bij en/of toegesneden op de behoeftes van creatieve sectoren.
- 5 Nederland heeft een kleine thuismarkt en daarom moet groei vooral in het buitenland gezocht worden. Toch wagen te weinig creatieven zich daaraan. Daar komt bij dat een exportgericht programma als Dutch DFA tot nu toe veelal eenzijdig cultureel gericht is en te weinig toegesneden op de economische wereld van de verschillende deelsectoren.

Wie doet wat?

Van verschillende partijen in het veld worden verschillende zaken verwacht. Waarbij in veel gevallen nauwe samenwerking met anderen is vereist. Voor de volgende partijen zijn prioritaire acties opgesteld:

- 1 **Beroeps- en brancheorganisaties**
Voorbeeld prioritaire actie: Nascholing en coaching rond alles wat met ondernemerschap te maken heeft.
- 2 **Federatie Dutch Creative Industries**
Voorbeeld prioritaire actie: Tot stand brengen van een dynamische en pro-actieve Creative Council met daarmee verbonden een multidisciplinair (virtueel) wetenschappelijk Topinstituut Creatief.
- 3 **Sectorinstituten**
Voorbeeld prioritaire actie: Meer aandacht voor economische kwesties. De sectorinstituten weer dichter bij de praktijk van de branches brengen.
- 4 **Onderwijs en kennisinstellingen (inclusief HBO en universiteiten)**
Voorbeeld prioritaire actie: Nog meer elementen die verband houden met creatief ondernemerschap (inclusief internationalisering) in de programma's inbouwen.
- 5 **Nationale overheid (inclusief Syntens en Agentschap NL)**
Voorbeeld prioritaire actie: Regels voor deelname aan innovatieprogramma's en publieke aanbestedingen versoepelen zodat hierbinnen meer mogelijkheden ontstaan voor het MKB om te participeren.

Meer informatie

Voor het gehele rapport
www.dutchcreativeindustries.com/prioriteiten-in-de-creatieve-sector

Contact
info@dutchcreativeindustries.com