



**Reactie van de Nederlandse regering op
het Groenboek 'Ontsluiten van het
potentieel van culturele en creatieve
industrie'**

Versie 14

Datum	13-10-10
Status	Concept



Ministerie van Onderwijs, Cultuur en
Wetenschap

Colofon

Directie	MLB
Versienummer	14
Contactpersoon	M.G. Segers
	T +31-70-412 2442
	F +31-70-412 2970
	m.g.segers@minocw.nl
	Rijnstraat 50 Den Haag
	Postbus 16375 2500 BJ Den Haag



Inleiding

Op 27 april 2010 publiceerde de Europese Commissie het Groenboek 'Ontsluiten van het potentieel van culturele en creatieve industrieën'.¹ Met het Groenboek wil de Europese Commissie het debat aanwakkeren over de vereisten voor een stimulerend klimaat voor de creatieve bedrijfstakken in Europa.

Nederland waardeert de aandacht van de Europese Commissie voor de creatieve industrie. Nederland deelt de visie dat de creatieve bedrijfstakken een potentieel bezitten dat beter kan worden benut voor onze economie, cultuur en maatschappij, onder andere door Europese samenwerking. Nederland zet zich vanuit deze overtuiging al lange tijd in voor agendering van dit thema in Europees verband. Het culturele werkplan² van de OJC-Raad dat in 2004 onder Nederlands voorzitterschap werd aangenomen agendeerde de ontwikkeling en het potentieel van de creatieve industrie in het kader van de Lissabon strategie en benoemde concrete doelstellingen voor dit thema. Deze agendering werd door de Europese Commissie verder opgepakt in de latere mededeling over een culturele agenda. In 2007 organiseerde Nederland de eerste bijeenkomst voor directeuren-generaal in Amsterdam over de creatieve industrie. Daarnaast heeft Nederland de afgelopen jaren samen met Portugal het voorzitterschap van de OMC-werkgroep voor de creatieve industrie op zich genomen.

Met deze reactie wil Nederland zijn bijdrage leveren aan de discussie over de inspanningen die nodig zijn om de toegevoegde waarde van de Europese creatieve bedrijfstakken verder te versterken, zowel in economisch opzicht als in maatschappelijk en cultureel opzicht.

Leeswijzer

De reactie van Nederland is als volgt opgebouwd. In het eerste hoofdstuk is het Nederlandse beleid voor de creatieve industrie op hoofdlijnen weergegeven. Dit beleid is uitgangspunt voor de Nederlandse reactie op het Groenboek. Hoofdstuk twee schetst de visie van Nederland op Europees beleid. Hoofdstuk 3, tot slot, gaat in op concrete Europese beleidsacties.

¹Groenboek 'Ontsluiten van het potentieel van culturele en creatieve industrieën', Europese commissie, 2010
² Werkplan voor Cultuur 2005-2006 (later verlengd), aangenomen in de OJC-Raad van 15-16 november 2004.



1. Waarde van Creatie: het Nederlandse beleid voor de Creatieve industrie

Creativiteit, innovatie en ondernemerschap zijn essentieel voor het versterken van de concurrentiekracht en daarmee voor de toekomst van Nederland. De creatieve industrie, bij uitstek een wereld van creativiteit, bezit de potentie om hier een belangrijke bijdrage aan te leveren. Ook internationaal wordt zij steeds meer beschouwd als motor van toekomstige economische groei.

In Nederland neemt het (economische) belang van de creatieve industrie toe. Zij is, als gevolg van de toenemende vraag naar creatieve en culturele producten en diensten, de laatste jaren bovengemiddeld gegroeid en bevindt zich internationaal inmiddels in de voorhoede.³ Nederland wil deze positie graag behouden, en waar mogelijk versterken, en voert daarom sinds 2004 actief beleid voor deze industrie.

Dit hoofdstuk gaat in op het Nederlandse beleid voor de creatieve industrie. De beleidsnotitie waarin dit beleid is vastgelegd is bijgevoegd bij deze reactie.

1.1 Het belang van de creatieve industrie

De Nederlandse creatieve industrie is van belang voor onze economie, onze maatschappij en ons culturele klimaat. Zij draagt bij aan de groei van onze welvaart en verschaft werkgelegenheid.⁴ Zij helpt bij het vinden van oplossingen voor de maatschappelijke vraagstukken waar Nederland zich voor gesteld ziet, zoals het op peil houden van de gezondheidszorg met het oog op de vergrijzing en voorziene krimp van de beroepsbevolking. Ook draagt zij bij aan de vormgeving van de identiteit van steden en regio's en van Nederland als land.

Directe economische effecten

De toegevoegde waarde van de creatieve industrie wordt geschat op 7,1 miljard euro.⁵ Dat is ongeveer 1,9 procent van het BBP. De jaarlijkse export wordt geschat op 7 miljard dollar, wat neerkomt op ongeveer 1,7 procent van de totale Nederlandse export.⁶ De werkgelegenheid in de

³ Verkenning Creatieve industrie, SenterNovem, 2009

⁴ Ibidem

⁵ Zoals «user-generated-content» op internet. Daartoe wil Nederland in EU-verband een discussie starten over mogelijkheden om een open en flexibele norm als «fair use» voor user generated content te introduceren. Berenschot, 2008 in opdracht van het Innovatieplatform. Foto sleutelgebieden 2008

⁶ Creative Economy Report 2008, UNCTAD



creatieve industrie bedroeg in 2008 ongeveer 100.000 banen.⁷ Dat is ongeveer één procent van de totale werkgelegenheid van Nederland⁸.

Indirecte economische effecten

De creatieve industrie heeft ook een indirect effect op de Nederlandse economie. Zoals het positieve effect van de aanwezigheid van de creatieve industrie op het vestigingsklimaat in Nederlandse regio's. Clustering van creatieve bedrijven en instellingen maakt wijken, steden, regio's en landen aantrekkelijker voor andere bedrijven en talent om zich er te vestigen. De creatieve industrie kan daarnaast een belangrijke bijdrage leveren aan de concurrentie- en innovatiekracht van andere sectoren. De ruwe schatting is dat ongeveer driekwart van de bedrijven die niet tot de creatieve industrie behoren, zou kunnen profiteren van de producten en diensten van de creatieve industrie.⁹ De creatieve industrie draagt op die manier bij aan de kwaliteit van ons ondernemersklimaat en onze economie en aan onze internationale reputatie.¹⁰

Culturele en maatschappelijke waarde

Culturele en maatschappelijke waarde ontstaat vooral doordat de creatieve sectoren, van oudsher met name kunst en cultuur, de verhalen, beelden, geluiden en vormen, of anders gezegd de content verschaffen waarmee we onze eigen identiteit(en) gestalte geven. Creatieve bedrijven kunnen daarnaast een belangrijke rol spelen bij het vinden van oplossingen voor maatschappelijke problemen die vragen om nieuwe benaderingen. Zie onderstaand kader voor een voorbeeld hiervan. De eerder genoemde clusters van creatieve bedrijven in wijken, steden of regio's, maakt deze ook aantrekkelijker voor particulieren om er te wonen. Kortom, de creatieve industrie kan bijdragen aan de kwaliteit van onze maatschappij en aan ons culturele klimaat.¹¹

Martini Ziekenhuis als 'healing environment'

De creatieve sector kan een waardevolle bijdrage leveren aan maatschappelijke vraagstukken. Zo is bij het ontwerp en de architectuur van het Martini Ziekenhuis een 'healing environment' het uitgangspunt geweest.¹² Door een doordachte afstemming van kleuren, daglicht en ruimtes voelen patiënten zich beter. De verschillende kenmerken van het gebouw en het interieur dragen zo bij aan een versneld herstelproces van patiënten.

⁷ Verkenning Creatieve industrie, SenterNovem, 2009
Analyse LISA cijfers 2008 door Roland Berger i.h.k.v. FES-aanvraag Programma Creatieve Clusters, o.b.v. meest actuele gegevens en ruime definitie uit Kamerbrief Ons creatieve vermogen (2005)

⁸ Verkenning Creatieve industrie, SenterNovem, 2009

⁹ Verkenning Creatieve Industrie, SenterNovem, 2009

¹⁰ Verkenning Creatieve industrie, SenterNovem, 2009

¹¹ Verkenning Creatieve industrie, SenterNovem, 2009

¹² <http://www.martiniziekenhuis.nl/default.cfm?pid=726>



1.2 Nederlands beleid voor de creatieve industrie

Het Nederlandse beleid voor de creatieve industrie is een resultante van de hiervoor geschetste toegenomen waarde van de creatieve industrie voor Nederland. Het eerste Nederlandse beleidsprogramma voor de creatieve industrie is in 2004 van start gegaan.¹³ Dat programma was experimenteel van aard en bedoeld als een eerste impuls voor de ontwikkeling van de toegevoegde waarde van de creatieve industrie. Het belangrijkste doel was het verbinden van cultuur en economie om zo de economische waarde van cultuur en creativiteit te verhogen.

Hoewel de creatieve sectoren zich sindsdien verder hebben ontwikkeld, blijven economische en maatschappelijke kansen deels onbenut. De creatieve industrie excelleert vooral in creatief opzicht en weet haar creatieve excellentie tot nu toe onvoldoende door te vertalen naar (commerciële) toepassingen.

Tegen deze achtergrond heeft de Nederlandse regering in het najaar van 2009 het tweede Nederlandse beleidsprogramma voor de creatieve industrie gepresenteerd.¹⁴ Dit tweede programma richt zich op het verder versterken van de innovatiekracht en daarmee economische en maatschappelijke waarde van de creatieve industrie. Samen met de creatieve industrie wil de Nederlandse regering werken aan een ondernemende en innovatieve creatieve industrie, waarvan de producten en diensten breed worden benut.

De thema's in het Nederlandse beleidsprogramma

De Nederlandse ministeries van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en Economische Zaken hebben in het tweede beleidsprogramma zes actielijnen benoemd waarlangs de creatieve industrie ondersteund wordt. Deze actielijnen zijn:

1. Het opstellen van een strategische agenda voor en door de creatieve industrie;
2. Het stimuleren van onderzoek, onderwijs en ondernemerschap;
3. Het vergroten van de internationale oriëntatie en verbeteren van de toegang tot en positionering in buitenlandse markten;
4. Het verbeteren van de toegang tot kapitaal;
5. Het versterken van de digitale en fysieke infrastructuur;
6. Het verbeteren van de kennis over en de benutting van intellectuele eigendomsrechten.

De aandacht van het beleidsprogramma gaat voornamelijk uit naar de eerste actielijn: het opstellen van een strategische agenda voor en door de creatieve industrie. Het gebrek aan zelforganisatie vormt een knelpunt voor verdere groei en ontwikkeling van de creatieve industrie. Het verbeteren van het zelforganiserend vermogen, samenwerking en strategische oriëntatie kan

¹³ Kamerbrief ons creatief vermogen, brief Cultuur en Economie, Kamerstukken II 2004-2005, 27 406, nr. 57

¹⁴ kamerbrief Waarde van creatie, brief cultuur en economie. Zie bijlage



richtinggevend werken op collectief en individueel niveau. Dit werkt versterkend voor de innovatiekracht van de creatieve industrie.

Vanuit de eerste actielijn is de creatieve industrie uitgenodigd om een visie en concrete agenda op te stellen, waarvoor zij zelf verantwoordelijkheid neemt en die zij zelf uitvoert. Steun door de Nederlandse regering hangt af van de voorstellen die de industrie de komende maanden uitwerkt. Tot nog toe zijn er twee agenda's uitgewerkt.

De eerste concrete, inhoudelijke agenda is onlangs tot stand gekomen in de vorm van een omvangrijk onderzoeksprogramma op het terrein van Product Service Systems (PSS). De Nederlandse regering zal dit Creative Industries Research Programme (CIRP) de komende jaren ondersteunen. Hoofddoel van CIRP is het verder ontwikkelen van een kennisbasis, methoden en instrumenten voor het ontwerpen van PSS. PSS betekenen een ommekeer van het ontwerpen van een concreet product naar het ontwerpen van een combinatie van fysieke en digitale producten en diensten.

De tweede, concrete, inhoudelijke agenda voor de versterking van de innovatiekracht van de creatieve industrie is momenteel in ontwikkeling. Deze agenda zou kunnen uitmonden in een innovatieprogramma voor de creatieve industrie. De creatieve industrie is zelf verantwoordelijk voor het opstellen van deze agenda, maar wordt hierbij ondersteund door het ministerie van Economische Zaken. De ambitie van deze agenda is om 'creative thinking' centraal te stellen in innovatieprocessen en waardeketens van bedrijven. Gezien de financiële uitdaging waarvoor Nederland staat in de komende jaren moet echter een financieel voorbehoud bij een eventueel innovatieprogramma worden gemaakt. Het kabinet moet zijn beleid ten aanzien van eventuele innovatieprogramma's en de beschikbaarheid van de daarvoor benodigde financiering nog vaststellen.

De tweede actielijn is een belangrijke aanvulling op de eerste actielijn en richt zich op de basisvoorwaarden voor de valorisatie van creatieve kennis: onderzoek, onderwijs en ondernemerschap. Alle drie zijn noodzakelijk om de ideeën en concepten van de creatieve industrie om te zetten in kansrijke producten en diensten en deze succesvol op te schalen. Verhoudingsgewijs werken veel afgestudeerde creatieven als zelfstandig ondernemer, maar zijn zij tijdens hun opleiding onvoldoende voorbereid op het ondernemerschap.¹⁵ De afgelopen jaren is er hard aan gewerkt om dit te veranderen. Alle kunstvakopleidingen in Nederland besteden nu aandacht aan ondernemerschap. Soms impliciet, maar de meeste opleidingen hebben ondernemerschap als apart vak of thema in hun curriculum opgenomen.¹⁶ Bij stages en afstuderen wordt expliciet aandacht besteed aan ondernemerschap. Ook worden er vakken gegeven die de economische waarde van cultuur en creativiteit benadrukken, zoals het vak

¹⁵ Ruim 40% tegenover 5%, Dijkgraaf, 2010, p. 54

¹⁶ Dijkgraaf, 2010.



'design in economisch perspectief'. Daarnaast worden er masterclasses aan zelfstandigen zonder personeel gegeven en er zijn lectoraten op het terrein van artistiek ondernemerschap. Momenteel hebben twee kunstvak scholen in Nederland een Centrum voor Ondernemerschap opgericht en de verwachting is dat er meer zullen volgen. Deze centra zijn onderdeel van het brede overheidsbeleid om ondernemerschap in het onderwijs te stimuleren en zijn dus ook toegankelijk voor de creatieve industrie.¹⁷

De overheid zet met de overige actielijnen in op het verbeteren van de randvoorwaarden voor een aantrekkelijk ondernemersklimaat, waarvan ook de creatieve industrie veel voordeel kan hebben. Zo is het van belang om de kennis over en de benutting van intellectuele eigendomsrechten te verbeteren. Veel creatieve bedrijven zijn namelijk onbekend met de mogelijkheden voor het beschermen van hun creatieve prestaties en de diverse businessmodellen die daarvoor bestaan. Hieronder valt ook het verbeteren van de toegang tot kapitaal. Financiers hebben vaak moeite om het succes en de risico's van een creatieve onderneming in te schatten. Tegelijkertijd maken de creatieve sectoren weinig gebruik van het brede kapitaalmarktinstrumentarium, dat ook toegankelijk is voor hen. De uitdaging voor de Nederlandse overheid is om de bestaande instrumenten beter te communiceren naar de creatieve industrie en waar nodig breder toegankelijk te maken. Onlangs is bijvoorbeeld de regeling voor early stage risk capital aangepast, zodat deze nu ook toegankelijk is voor seed capital fondsen die zich richten op creatieve starters.

1.3 Verbinding Cultuur en Economie

Een van de krachtige stimulansen van de Nederlandse beleidsagenda voor de creatieve industrie zit in het feit dat deze breed gedragen wordt door de Nederlandse regering. De samenwerking tussen het ministerie van Economische Zaken en het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap is zeer sterk en vanzelfsprekend. Dit draagt bij aan de erkenning van de waarde van de creatieve industrie, zowel vanuit cultureel en maatschappelijk perspectief, als vanuit het perspectief van innovatie en ondernemerschap. De Nederlandse ministeries van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en van Economische Zaken zien deze verregaande samenwerking als een van de noodzakelijke voorwaarden voor de effectiviteit van beleid voor de creatieve industrie, ook in Europees verband.

¹⁷ Dit programma is gericht op versterking van het valorisatieproces. Dit moeten leiden tot een betere economische en maatschappelijke benutting van publiek gefinancierde kennis, wat de economische groei en de oplossing van maatschappelijke vraagstukken ten goede komt (meer informatie op: www.technopartner.nl/wiki/pionierssupport/valorisatieprogramma)



2. Creatieve industrie: de Nederlandse visie op de rol van Europa

Nederland is overtuigd van de toegevoegde waarde om Europees samen te werken op het terrein van de creatieve industrie. Om deze reden heeft Nederland zich vanaf het begin van de ontwikkeling van haar beleid op het terrein van de creatieve industrie ingezet voor internationale aandacht voor dit thema. Nederland is geen voorstander van acties op Europees niveau, die leiden tot een communautisering van het beleidsterrein cultuur. Eventuele toegevoegde waarde van Europa ten aanzien van stimulering van de industrie ligt vooral bij het verbeteren van de randvoorwaarden, waaronder en wellicht met name, het toegankelijk maken van de Europese instrumenten. Daarbij ziet Nederland alleen een rol voor Europa weggelegd op terreinen waar dit echt een duidelijk voordeel of complementariteit betekent voor het beleid van de lidstaten.

In dit hoofdstuk zetten we de Nederlandse visie op de rol van Europa bij dit thema uiteen.

2.1 Twee argumenten voor Europese agendering

Onze visie op Europese agendering van dit thema stoelt op twee argumenten die deels overlappen met de argumenten voor nationaal beleid: een economisch argument en een maatschappelijk argument.

Betekenis voor de economische groei

Het Groenboek memoreert studies die de bovengemiddelde groei van de creatieve industrie onderbouwen. Ook wordt gesproken van een onbenut potentieel van de creatieve bedrijven voor de Europese economie en samenlevingen. Dit potentieel zit vooral in de bijdrage van de creatieve industrie aan innovatie en aan de nieuwe Europese 2020-strategie voor de versterking van de Europese concurrentiekracht. De creatieve industrie bevat het vermogen om met hun aanbod bestaande markten te verruimen en nieuwe markten te creëren. Ook kan zij bijdragen aan het succes en de concurrentiekracht van andere sectoren. Tegelijkertijd signaleert Nederland dat veel potentieel nog onbenut blijft en dat de creatieve industrie haar concurrentiekracht en zo haar economische waarde aanzienlijk zou kunnen versterken.

De maatschappelijke betekenis van creatieve bedrijven

Naast economische waarde stelt het Groenboek vast dat de creatieve industrie ook de potentie bezit om bij te dragen aan het vinden van oplossingen voor de maatschappelijke problemen waar de Europese lidstaten zich mee geconfronteerd zien. Denk aan de vergrijzing met gevolgen voor onze arbeidsproductiviteit en gezondheidszorg, de problemen rondom klimaat en energieverbruik en het leefbaar houden van onze steden. Deze problemen hebben ook een Europese dimensie, als gevolg waarvan een uitsluitend nationale aanpak veelal ontoereikend is. Zeker als het gaat om



vraagstukken op het terrein van vergrijzing en energie. In tal van lidstaten wordt, zoals ook in Nederland, door de creatieve industrie gewerkt aan slimme, innovatieve oplossingen voor deze problemen. Hier kan Europese samenwerking en uitwisseling van kennis en kunde Europese lidstaten helpen deze vraagstukken sneller en effectiever aan te pakken.

2.2 Aard en legitimiteit van de Europese acties

Nederland meent dat het beleid voor de creatieve industrie een combinatie moet vormen van cultuurbeleid en economisch beleid. Samenwerking tussen de economische en culturele sector is essentieel, ook op beleidsniveau.

Het stimuleren van de creatieve industrie is met name aan lidstaten. Beleid op Europees niveau is alleen gelegitimeerd als er sprake is van duidelijke toegevoegde waarde. Nederland is geen voorstander van acties op Europees niveau, die leiden tot een communautisering van het beleidsterrein cultuur. Eventuele toegevoegde waarde van Europa ten aanzien van stimulering van de industrie ligt met bij het verbeteren van de randvoorwaarden zoals het terugdringen van de administratieve lasten, verbeteren van de werking van de interne markt in de praktijk, ondersteuning bij financiering en toegankelijk maken van de Europese instrumenten.

2.3 Europese agenda voor de Creatieve Industrie: een trans-Europese dimensie als criterium voor Europese acties

Het Groenboek stelt de vraag welke prioriteiten voor acties op Europees niveau moeten worden gesteld.¹⁸ Nederland is van mening dat Europese acties voor de creatieve industrie complementair dienen te zijn aan nationaal beleid. Dit volgt ook uit de in de vorige paragraaf genoemde bevoegdheidsverdeling. Voor Nederland is het leidende beginsel dat de Europese Commissie zich moet beperken tot acties met een duidelijke trans-Europese dimensie. Dit is ook een toetssteen voor de voorstellen van het Groenboek. Vanuit dit principe maakt Nederland de volgende afwegingen voor Europese acties:

- Nederland is geen voorstander van directe Europese stimulering van banden tussen opleidingen en industrie in lidstaten, maar is wel voorstander van steun voor maatregelen die nationale programma's van lidstaten op dit terrein verbinden;
- Nederland steunt de uitwisseling binnen Europa van kennis over nieuwe bedrijfsmodellen, maar meent dat er geen rol is voor de Europese Commissie in het ontwikkelen van dergelijke modellen. Dit moet aan de bedrijven worden gelaten;
- Nederland is geen voorstander van het ontwikkelen van nieuwe Europese financieringsinstrumenten voor de creatieve industrie. Het bestaande financieringsinstrumentarium binnen Europa en de lidstaten is nu al een onoverzichtelijk aanbod van tal van initiatieven en instrumenten. Indien uit onderzoek blijkt dat er bepaalde knelpunten zijn voor de creatieve industrie om gebruikt te maken van bestaande

¹⁸ p.5 Groenboek voor de creatieve industrie, Europese Commissie



instrumenten dan kan overwogen worden om het bestaande instrumentarium verbreden, zoals dat in Nederland onlangs is gedaan voor de bestaande regeling voor early stage risk capital, de TP Seed Capital regeling;

- Nederland is geen voorstander van nieuwe Europese (subsidie)instrumenten ter financiering van lokale of regionale projecten. Het lokale en regionale beleid van de lidstaten voorziet reeds in de financiering van tal van op de creatieve industrie gerichte initiatieven. Sommige van deze acties worden gefinancierd uit bestaande programma's, zoals de structuurfondsen. Nederland meent dat Europa wel een zinvolle rol kan vervullen door de toegankelijkheid van de structuurfondsen voor de creatieve industrie in den brede nog eens te toetsen en deze waar nodig te vergroten. Dit zou voor de creatieve industrie een belangrijke impuls kunnen betekenen. Opgemerkt dient te worden dat een en ander binnen de kaders van de Nederlandse inzet ten aanzien van de instandhouding van de plafonds voor de Financiële Perspectieven moet passen.

Europa kan met name een zinvolle rol vervullen door initiatieven uit de creatieve industrie in verschillende lidstaten met elkaar te verbinden, zowel beleidsinitiatieven als initiatieven uit de creatieve industrie zelf. Europa zou de uitwisseling van best practices kunnen faciliteren tussen bijvoorbeeld bestaande innovatieprogramma's, financieringsconstructies, de verbindingen tussen onderwijs, creatieve industrie en andere sectoren en de valorisatie-infrastructuur voor de creatieve industrie.

Nederland meent dat geïsoleerde Europese acties voor de creatieve industrie weinig effect zullen sorteren. Het is dan ook terecht dat het Groenboek de beleidskaders (waaronder de digitale agenda, Innovatie Unie en de strategie intellectueel eigendom) noemt die van invloed zullen zijn op de creatieve industrie. Dit vereist dat het potentieel van de creatieve bedrijfstakken verder wordt onderbouwd. Daarbij moet aandacht worden gegeven aan de voorwaarden die dienen te worden vervuld om dit potentieel te benutten. Een eerste stap daartoe is het verkrijgen van statistische gegevens. Nederland ondersteunt daarom de inspanningen die door Eurostat en de lidstaten worden ondernomen om de betekenis van de creatieve industrie met cijfers nader te onderbouwen.

Een tweede stap is om te onderzoeken waar de in het Groenboek benoemde trends die van belang zijn voor de ontwikkeling van de creatieve industrie toe gaan leiden en hoe Europa hier op moet reageren. Deze trends (culturele diversiteit, de digitalisering van onze samenleving en de toenemende mondialisering) zijn algemeen en behoeven concretisering, mogelijk aan de hand van praktische voorbeelden. Meer in het bijzonder is het interessant te onderzoeken hoe de creatieve bedrijfstakken in reactie op deze trends concreet kunnen bijdragen aan economische groei, het oplossen van maatschappelijke problemen en de vooruitgang in de Europese integratie.



3. Creatieve industrie: de Nederlandse reactie op de mogelijkheden voor Europese beleidsacties

De Europese Commissie stelt in haar Groenboek een aantal concrete vragen over mogelijke beleidsacties op Europees niveau. Het Nederlandse standpunt beschreven in hoofdstuk 2 geldt voor ons als uitgangspunt bij onze reactie hierop.

Het Groenboek spreekt van 'hefbomen' (enablers) die er voor moeten zorgen dat de creatieve industrie zich optimaal kan ontwikkelen. Europa dient daarbij voort te bouwen op ervaringen die in de lidstaten zijn opgedaan. Nederland is graag bereid hieraan een bijdrage te leveren. De Commissie denkt daarbij concreet aan een mogelijke rol van de Europese Unie bij:

- A. Verbindingen leggen en het verhogen van de organisatiegraad van de sector
- B. Intellectuele Eigendomsrechten
- C. Onderzoek, onderwijs en ondernemerschap
- D. Toegang tot kapitaal
- E. Mobiliteit en de mobiliteit van culturele en creatieve werken

Op basis van onze afwegingen in hoofdstuk 2 en onze eigen ervaringen doen wij navolgend een aantal voorstellen voor mogelijke initiatieven en thema's op Europees niveau. Deze voorstellen zijn in lijn met de analyse van aandachtspunten voor het ontsluiten van het potentieel van de creatieve industrie in de Nederlandse beleidsagenda voor de creatieve industrie, 'Waarde van Creatie'.

A. Verbindingen leggen en organisatiegraad verhogen

Het vernieuwingsvermogen van het Europese bedrijfsleven kan worden versterkt door het stimuleren van meer trans-Europese contacten tussen de creatieve bedrijfstakken, het overige bedrijfsleven en de kennisinstellingen. In de eerste plaats hebben de lidstaten hier een rol in. Het gaat dan om: 1) het bewust maken van bedrijven van de toegevoegde waarde van creativiteit en de producten en diensten van de creatieve industrie, en 2) het bevorderen van inzicht bij de creatieve bedrijfstakken in de mogelijkheden tot vergroting van markten.

Nederland heeft op dit vlak goede ervaringen opgedaan met het stimuleren van voorstellen voor projecten voor samenwerking, de Creative Challenge Call¹⁹. De Creative Challenge Call was een oproep aan het bedrijfsleven binnen en buiten de creatieve industrie, maar ook aan brancheorganisaties en andere netwerken om te komen met projectvoorstellen die nieuwe, kansrijke bruggen konden slaan tussen creatieve sectoren en andere delen van het Nederlandse bedrijfsleven. Uiteindelijk gingen 39 projecten aan de slag met het vormen van netwerken tussen de creatieve sectoren en het reguliere bedrijfsleven. Voor velen een unieke kans, die leidde tot

¹⁹ <http://www.creativechallengecall.nl/>



vruchtbare kruisbestuivingen. Dit kan een goed voorbeeld vormen voor andere landen om de rol van de Creatieve industrie in hun economie te versterken.

Naar een creatieve economie: de overloopeffecten van de creatieve industrie

Nederland doet momenteel ook de nodige ervaring op met het vergroten van de spill-over effecten van de creatieve industrie op andere sectoren en de samenleving. Deze effecten kunnen worden vergroot door de positie van de creatieve industrie in de waardeketen te versterken. Dit vereist onder andere dat de creatieve industrie door andere sectoren en instellingen als strategische samenwerkingspartner wordt betrokken bij multidisciplinaire innovatieprocessen, waar dit potentieel meerwaarde oplevert. Hiervoor zijn onderstaande randvoorwaarden relevant:

- aantonen van de waarde van creatie en de creatieve industrie;
- ontwikkeling van verdienmodellen voor de creatieve industrie;
- stimuleren van creatief opdrachtgeverschap;
- stimuleren van samenwerkingsverbanden en opschaling;
- stimuleren van excellent integraal onderwijs;
- een goed werkende kapitaalmarkt.

Op dit moment werkt de Nederlandse creatieve industrie aan een voorstel voor een innovatieprogramma voor de creatieve industrie, waarin al deze randvoorwaarden aan bod komen. De Nederlandse overheid ondersteunt hen daarbij. Gezien de financiële uitdaging waarvoor Nederland staat in de komende jaren moet echter een financieel voorbehoud bij een eventueel innovatieprogramma worden gemaakt. Mede in het licht daarvan zal het kabinet de koers bepalen ten aanzien van eventuele innovatieprogramma's en de beschikbaarheid van de daarvoor benodigde financiering.

Het Groenboek gaat ook in op de rol van digitalisering en ICT als belangrijke aanjager van nieuwe bedrijfsmodellen in de creatieve industrie. Nederland ziet dat ICT momenteel al een belangrijke aanjager is van nieuwe bedrijfsmodellen en van diensteninnovatie in het bijzonder. Verschillende lidstaten hebben inmiddels initiatieven in gang gezet om diensteninnovatie in de creatieve industrie te ondersteunen. In Nederland is dat het innovatieprogramma voor diensteninnovatie en ICT. Ook is er een beperkt aantal Europese initiatieven op het terrein van ICT. Europa zou met name een ondersteunende rol kunnen spelen in het verbinden van deze nationale initiatieven.

Daarnaast is het van belang dat de lidstaten ervaringen uitwisselen bij het stimuleren van netwerken van creatieve labs en werkplaatsen. Deze labs en werkplaatsen leveren een plaats waar multidisciplinaire samenwerkingsverbanden en kruisbestuivingen kunnen ontstaan en prototypes kunnen worden getest op hun potentiële succes. Op basis van gebruikersfeedback en



het observeren en meten van het werkelijke gedrag van gebruikers in deze labs, kunnen ontwerpen worden ontwikkeld en geoptimaliseerd.

Tot slot wordt in het Groenboek de vraag gesteld hoe de spill-overs naar de samenleving beter kunnen worden gefaciliteerd. Hierbij wordt vooral gerefereerd aan de vaardigheden van Europese burgers in het gebruik van digitale media. Nederland zet inmiddels een aantal jaar beleid in voor het stimuleren van (digitale) mediavaardigheden en mediagebruik onder burgers onder de noemer 'mediawijsheden'. Hiervoor is in mei 2008 het expertisecentrum Mediawijzer.net in het leven geroepen. Omdat de kansen van deze media nog lang niet altijd benut worden wil het expertisecentrum zich de komende jaren inzetten voor een verbreding van het netwerk naar de media-industrie en de culturele sector. Beide vormen zij een belangrijke katalysator als het gaat om creatie, innovatie en vernieuwing.

B. Intellectuele Eigendomsrechten

De creatieve bedrijfstakken benutten de intellectuele eigendomsrechten vaak nog onvoldoende. Intellectuele eigendomsrechten (onder andere octrooirecht, merkenrecht, auteursrecht, tekeningen- of modellenrecht en handelsnaamrechten) bieden creatieve bedrijven bescherming van hun investeringen in het ontwikkelen van nieuwe producten en diensten voor de consument. Het ontbreekt echter vaak aan kennis over deze beschermingsmogelijkheden. Hier speelt ook een rol dat het veelal gaat om kleinschalige bedrijven, die onvoldoende menskracht hebben om dit soort van expertise aan te boren.

Daarnaast is van belang dat door de digitalisering het speelveld is veranderd en er behoefte is aan de ontwikkeling van nieuwe verdienmodellen. Nederland meent dat het verder ontwikkelen van de interne digitale markt staat of valt met een goed legaal aanbod. De industrie dient met nieuwe distributiemodellen van legaal aanbod te komen, dan pas kan er sprake zijn van effectieve handhaving. De EU kan hieraan bijdragen door territoriale belemmeringen voor auteursrechtlicenties weg te nemen. Het verder uitbouwen van de interne digitale markt zal gekoppeld moeten zijn aan waarborgen omtrent de culturele diversiteit en verbeteringen in de structuur van het collectief beheer.

Nederland benadrukt verder het belang van Europese oplossingen voor de problematiek van de 'verweesde werken' om grootschalige digitalisering van Europees cultureel erfgoed in het kader van Europeana²⁰ beter mogelijk te maken. Hierbij moet wel worden aangetekend dat er nog geen overeenstemming is over de financiering van Europeana na 2013 aangezien de Commissie hierover nog een voorstel moet doen. Ook pleit Nederland voor het vergroten van de flexibiliteit in het auteursrecht voor niet-commerciële uitingen, zoals 'user-generated-content' op internet. Daartoe wil Nederland in EU-verband een discussie starten over de mogelijkheden om een open

²⁰ zie www.europeana.eu



en flexibele norm als 'fair use' voor user generated content te introduceren. Ten slotte meent Nederland dat het gebruik van Creative Commons licenties²¹ op Europees niveau dient te worden gestimuleerd. Deze 'licenties op maat' geven enerzijds auteursrechthebbenden de ruimte om hun werk te beschermen en bieden anderzijds duidelijke bevoegdheden voor gebruikers hoe zij het werk mogen gebruiken.

C. Onderzoek, onderwijs en ondernemerschap

Succes in de creatieve bedrijfstakken is afhankelijk van de juiste combinatie van kennis, creativiteit, ambachtelijkheid, talent, ondernemerschap en interdisciplinaire samenwerking. De Nederlandse regering zet daarom in op een goede onderzoeksprogrammering, ondernemerschap en interdisciplinariteit in het onderwijs en ondernemerschap in de creatieve sectoren zelf.

De Nederlandse onderwijsinstellingen werken hard aan het opstellen van curricula die leiden tot zogenaamde creatieve multi-talenten waaraan de creatieve industrie en andere sectoren behoefte hebben. Daarnaast werkt Nederland aan het verbeteren van het ondernemersklimaat in het algemeen, en in het bijzonder voor kleinschalige bedrijven, die in de creatieve sector veel voorkomen. Verder zijn er maatregelen ter bevordering van cultureel ondernemerschap.

Binnen het bovenstaande beleid zoekt Nederland naar mogelijkheden voor verdere Europese samenwerking door middel van gestructureerde uitwisseling van kennis en ervaringen. De huidige OMC-samenwerking zou hier eventueel voor kunnen worden ingezet.

Ook peer coaching kan hier uitkomst bieden. Er is in de verschillende lidstaten op nationaal niveau nog weinig ervaring opgedaan met peer coaching. Wel is er een Europees programma dat startende ondernemers een stageplaats biedt bij eenzelfde soort bedrijf elders in Europa: Erasmus for Young Entrepreneurs. Via deze vorm van uitwisseling kunnen ondernemers hun kennis en ervaring uitwisselen en krijgen jonge, startende ondernemers toegang tot een ervaren peer coach. Wellicht dat deze regeling verruimd kan worden, of explicieter onder de aandacht kan worden gebracht van de creatieve industrie. Vanuit Nederland wordt gewerkt aan het opzetten van een Europees netwerk voor 'creative residencies'. De uitwisseling van creatieven tussen dergelijke residenties uit verschillende landen kan een bijdrage leveren aan peer coaching binnen de Europese Unie.

²¹ zie www.creativecommons.nl



Dutch Creative Residency Network²²

Het Dutch Creative Residency Network (DCR Network) is een samenwerking tussen een aantal creatieve residenties van Nederland, bijvoorbeeld uit Rotterdam, Eindhoven en Groningen. Doel van het netwerk is de condities voor creatief ondernemerschap te verbeteren. De residenties zijn sterke spelers in de creatieve industrie van de stad en natuurlijk aanspreekpunt voor ondernemers die ruimte zoeken, opdrachtgevers en leveranciers van de creatieve industrie, overheden en voor ontwikkelaars van nieuwe creatieve residenties.

Vanuit dit initiatief werkt het Dutch Creative Residency Network nu ook aan het opzetten van een Europees netwerk voor creatieve residenties. De focus van dit netwerk ligt op het vergroten van de Europese markt: meer cliënten, partners en afnemers voor de creatieve bedrijven. Om dit te bewerkstelligen verzorgen de creatieve residenties in Europa uitwisseling voor de creatieve ondernemers met ondernemers uit residenties van andere lidstaten.

internationale handel

Een goede internationale oriëntatie en positionering van de Nederlandse creatieve industrie is van groot belang. De markten waarop zij opereren zijn immers veelal internationaal en vooroplopen is alleen mogelijk wanneer zij zich internationaal kunnen spiegelen en meten. Het gaat daarbij niet alleen om zelf over grenzen gaan, maar ook om het openstellen van de eigen grenzen voor buitenlandse talenten. Dit alles vraagt om nieuwe netwerken tussen creatieve sectoren en andere sectoren die al internationaal werken. Deze netwerken worden nog niet ten volle benut. De Nederlandse overheid biedt de creatieve industrie ondersteuning op dit punt door individuele ondersteuning van instellingen en collectieve programma's als het Dutch Design, Fashion & Architecture programma (2009-2012). Nederland kent, net als andere lidstaten, reeds een zeer intensieve structuur voor bedrijven die internationaal willen opereren. Ook creatieve bedrijven kunnen hier gebruik van maken. Een eventuele Europese rol hierbij moet een zichtbare meerwaarde hebben.

lokale en regionale ontwikkeling als basis voor wereldwijd succes

Nederland steunt het idee dat de creatieve industrie een bijdrage kan leveren aan lokale en regionale economieën. Lokale en regionale overheden in Nederland dragen in eerste instantie zelf verantwoordelijkheid voor hun economische ontwikkeling, inclusief de ontwikkeling van hun culturele en creatieve industrie. Veel lokale en regionale overheden erkennen de waarde van de creatieve industrie en ontwikkelen beleid op dit terrein.

Om de ontwikkeling van de creatieve industrie op lokaal en regionaal niveau een extra stimulans te bieden, heeft de Nederlandse overheid in de periode 2006-2010 een specifieke

²² <http://www.dcrnetwork.nl>, ECCI Summit 2010.



stimuleringsmaatregel ingezet, met name in de Amsterdamse en Utrechtse regio. Het programma richt zich op regionale en lokale initiatieven ter ondersteuning en versterking van de positie en toegevoegde waarde van de creatieve industrie. Kernpunt van het deel in het programma voor de creatieve industrie is dat zowel de regio als de rijksoverheid voor ondersteuning zorgt. Hierdoor worden de sterktes in een regio, die ook nationaal van belang zijn, gezamenlijk verder ontwikkeld. Van belang is dus om een gemeenschappelijke (rijksoverheid en regio) agenda op te stellen om de creatieve industrie op een hoger niveau te krijgen. Nederland zal graag een toelichting geven aan de Europese Commissie over dit programma, met name over de onderlinge verhouding en samenwerking van nationale en regionale overheden in dit programma. Dit kan een goed voorbeeld vormen voor andere landen.

Tenslotte bieden de regionale structuurfondsprogramma's ook aan creatieve ondernemingen de mogelijkheid innovatieprojecten voor subsidie in aanmerking te laten komen. Deze programma's kennen een sterke focus op MKB ondernemingen en de inbedding van de bedrijfsactiviteiten in de lokale economie (vestigingsklimaat, arbeidsmarkt).

D. Toegang tot kapitaal

Nederland stimuleert de toegang tot kapitaal voor creatieve bedrijven via haar generieke kapitaalmarktinstrumentarium met faciliteiten voor garantstellingen voor bankkrediet en risicokapitaal, fiscale ondersteuning voor starters (Tante Agaath) en microfinanciering.

Onlangs is de stap gezet om de bestaande regeling voor early stage risk capital voor technologische starters qua doelgroep te verbreden. Hierdoor wordt deze regeling nu ook toegankelijk voor fondsen die zich richten op startende ondernemers in de creatieve industrie. Over de aanpassing van deze regeling is nauw contact geweest met onze collega's van het Cultuurfonds in België. De tender voor de verbrede early stage risk capital regeling staat op dit moment nog open. Als de tender helemaal rond is en er een Nederlands creatief fonds is, zou Nederland graag samen met België (Cultuurfonds) beide faciliteiten komen toelichten bij de Europese Commissie.

Nederland ziet geen heil in het scheppen van nieuwe financieringsfaciliteiten voor (sub)sectoren op Europees niveau. Nederland zet grote vraagtekens bij de subsidiariteit van dergelijke nieuwe faciliteiten op Europees niveau.

Naast bestaande regelingen ter verbetering van de toegang tot kapitaal voor de creatieve industrie worden in Nederland ook 'investment readiness' trainingen gegeven aan nieuwe en vernieuwende bedrijven (ook in de creatieve sector) die op zoek zijn naar risicokapitaal. Het doel van deze trainingen is het verbeteren van de kennis, kunde en vaardigheden van de ondernemers zodat zij investeringsrijpe plannen kunnen voorleggen aan informele investoren en daarbij een grotere kans maken gefinancierd te worden. Dit maakt onderdeel uit van het 'business angel'



programma. Nederland hecht aan het delen van kennis en ervaringen met andere deelstaten over hoe de 'investment readiness' van creatieve ondernemers verbeterd kan worden.

E. Mobiliteit en de mobiliteit van culturele en creatieve werken

De mobiliteit van kunstenaars, cultuurwerkers en hun werk ligt aan de basis voor uitwisseling tussen creatieve instellingen en bedrijven. Het Nederlandse beleid creëert mogelijkheden voor internationale uitwisseling en vergroot zo de mobiliteit onder cultuurmakers. Obstakels voor mobiliteit worden gevormd door regelgeving rondom visa, sociale en fiscale regimes en administratieve barrières. Ook is de toegang tot accurate informatie, bijvoorbeeld over subsidies en programma's, verblijfsmogelijkheden (residencies) en ondersteuningstructuren (netwerken), een probleem. In het bijzonder gelden deze obstakels voor (groepen) creatieven die kleinschaliger en in minder formeel georganiseerd verband werken. Dergelijke 'grass roots initiatives' zijn echter van groot belang voor de vitaliteit van cultuur én economie, doordat zij veelal impulsen geven aan creatieve vernieuwing en innovatie.

Eventuele nieuwe instrumenten zouden zich moeten richten op een vergroting van de fysieke mobiliteit van kunstenaars en cultuurwerkers, met een bijzondere focus op de kleinschaliger georganiseerde producenten. Terugdringen van bureaucratische barrières en het toegankelijk maken van informatie zijn hierbij essentieel. Bestaande instrumenten op het niveau van de lidstaten kunnen geïntensiveerd worden. Samenwerking tussen lidstaten in Europees verband kan gestimuleerd worden.