

PIEKEN EN DALEN IN DE CREATIEVE INDUSTRIE

Publiek-private samenwerking van sleutelgebied tot topsector

COLOFON

Pieken en dalen in de Creatieve Industrie

Publiek-private samenwerking van sleutelgebied tot topsector

© 2015 F.D.J. Grotenhuis

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronical or mechanical, including photocopying, recording or by any other information storage and retrieval system, without permission of the publisher:

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar worden gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever:

F.D.J. Grotenhuis

E. frits@grotenhuisadviseert.nl

I. www.grotenhuisadviseert.nl

Tekst – F.D.J. Grotenhuis

Vormgeving – Ontwerpstudio Op de Millimeter

Eindredactie – Scherpe blik communicatie

Productie – Digigrafi Veenendaal

Mede mogelijk gemaakt door:



Eerste druk, augustus 2015

ISBN 978-90-821753-1-8

PIEKEN EN DALEN IN DE CREATIEVE INDUSTRIE

Publiek-private samenwerking
van sleutelgebied tot topsector

Dr. Frits D.J. Grotenhuis

"Here's to the crazy ones.
The misfits.
The rebels.
The troublemakers.
The round pegs in the square holes.
The ones who see things differently.
They're not fond of rules.
And they have no respect for the status quo.
You can quote them, disagree with them,
glorify or vilify them.
About the only thing you can't do is ignore them.
Because they change things.
They push the human race forward.
While some may see them as the crazy ones,
we see genius.
Because the people who are crazy enough to think
they can change the world, are the ones who do."

(Apple 'Think Different' reclamecampagne, 1997)

INHOUDSOPGAVE



Samenvatting	3
Voorwoord	5

DEEL I NEDERLAND ALS PROEFTUIN 7

Nederland Kennisland	10
Het creëren van trends	12
De rol van de creatieve industrie	22



DEEL II VAN ZAAIEN NAAR OOGSTEN 29

Wat vooraf ging	33
2003 - Context kenniseconomie	35
2004 - Sleutelgebieden	39
2005 - Ons Creatieve Vermogen	43
2006 - Onderweg naar nieuwe samenwerkingsverbanden	47
Van fragmentatie naar organisatie	51
2007 - IIP/Create en FES GATE	53
2008 - Het leggen van een nieuwe fundering	61
2009 - De gele kaart, de Federatie en een internationaliseringsprogramma	67
2010 - Waarde van Creatie	73
2011 - FES CRISP en FES COMMIT	77
Van sleutelgebied tot topsector	81
2011 - Topsector, topteam en Dutch Creative Council	83
2012 - De geboorte van TKI CLICKNL: van muiterij tot een innovatiecontract	93
2013 - Een grillig jaar en kafkaïaanse situaties	113
2014 - Cross-overs	123
2015 - Stand van zaken en toekomst CLICKNL in het bredere creatieve landschap	131



DEEL III DE OVERHEID ALS HOVENIER 143

Klimaatbeheersing	144
Topsectoren vergeleken	147
Tijd voor een nieuw seizoen	155

PERSPECTIEVEN OP TIEN JAAR CREATIEVE INDUSTRIE	163
PERSPECTIEVEN OP HET TOPSECTORENBELEID	201
Dankwoord	213
Lijst van afkortingen	215
Referenties	219

SAMENVATTING

In dit boek wordt voor het eerst een integraal overzicht gegeven van de creatieve industrie in Nederland over de periode 2003-2015. Daarbij worden feiten en inzichten met de lezer gedeeld die een opmerkelijk overzicht van pieken en dalen opleveren. Met ups en downs heeft de creatieve industrie zich van sleutelgebied ontwikkeld tot topsector. Een innovatieve topsector met circa 130.000 bedrijven van gemiddeld nauwelijks twee werknemers. De creatieve industrie representeert ruim 10% van alle Nederlandse bedrijven en draagt circa 2% bij aan de economie. Een sector die meer dan tien jaar geleden begon met een samenhang van toevaligheden en veel sceptis, is vandaag de dag niet meer weg te denken uit het Nederlandse innovatielandschap.

In deel I van dit boek worden belangrijke sociaal-maatschappelijke en technologische trends beschreven die van directe invloed zijn op onze economie en maatschappij. De creatieve industrie is bij uitstek in staat deze dynamiek te vertalen in nieuwe concepten, producten en toepassingen. Nederland wordt mondial als proeftuin gezien voor dit soort nieuwe ontwikkelingen en vervult daarbij een voorbeeldfunctie met een open innovatie-cultuur en adoptieve gebruikers.

Deel II beslaat de kern van dit boek: hier wordt een historisch overzicht geboden van ruim tien jaar creatieve industrie, rijkelijk geïllustreerd met diverse bijdragen van direct betrokkenen. Daarbij wordt gestart bij het bottom-up proces van de sleutelgebieden door het toenmalige Innovatieplatform in 2003. Vanaf 2007 wordt de organisatiegraad van de creatieve industrie gestaag opgebouwd met eerste regio-overstijgende initiatieven. Dit proces wordt versterkt door de ‘gele kaart’ als waarschuwing van de commissie Scheepbouwer die in 2009 de sleutelgebieden evalueerde. In dit boek wordt in het bijzonder ingegaan op het ontstaan van de topsector Creatieve Industrie in 2011 en de dynamiek van de publiek-private samenwerking binnen het Topconsortium voor Kennis en Innovatie, TKI CLICKNL, in de periode 2012-2015. De lezer wordt meegevoerd langs een grillig proces waar het TKI CLICKNL zich gestaag een weg weet te banen door het overheidsbeleid voor de topsectoren: sinds de start daarvan zijn in de periode 2012-2014 in de creatieve industrie meer dan 150 onderzoeksprojecten gestart, met ruim 200 bedrijven die hierin participeren en die alleen al in 2014 gezamenlijk meer dan 4 miljoen euro investeren.

Deel III gaat in op het overheidsbeleid waarbij wordt teruggeblickt op decennia innovatiepolitiek, in relatie tot het huidige topsectorenbeleid. Ook worden de topsectoren vergeleken, waarbij goed zichtbaar wordt dat de creatieve industrie een bijzondere topsector is met eigen karakteristieken: een long tail van kleine innovatieve bedrijven en een nog relatief beperkte historie en ervaring met publiek-private samenwerking in onderzoek. Dit deel sluit af met een aantal conclusies en aanbevelingen voor toekomstig innovatiebeleid zoals: continuïteit, het bieden van maatwerk naast generiek beleid en het beter koppelen van de topsectoren aan de grote maatschappelijke uitdagingen. Dit impliceert ook dat relaties tussen de topsectoren gestimuleerd moeten worden. Aan de creatieve industrie zelf de uitdaging haar waarde te verzilveren; de belofte en groei zitten in de cross-overs naar andere sectoren. Vraagstukken van morgen vragen om integrale oplossingen waarbij voor de creatieve industrie bij uitstek een rol is weggelegd!

Aansluitend wordt aan de hand van interviews met veertien sleutelpersonen uit de beleidshoek, de wetenschap en het bedrijfsleven een pallet van perspectieven en inzichten geboden op de dynamiek van de topsector Creatieve Industrie. Tot slot reflecteren in het laatste deel drie TKI-directeuren op hun topsector en het topsectorenbeleid.

VOORWOORD

De opkomst van de creatieve industrie leest als een jongensboek. Een avontuur met een groep vrienden en gelijkgestemden die sloten oversteken, nieuwe routes door het bos vinden en op de beste momenten gaan *where no man has gone before*.

Het is ook het verhaal van ontluikend leiderschap, van grote ego's die zich voor een grotere zaak inzetten en met elkaar armpje drukken. En van de teamspelers die graag alles samen doen en pas verder willen als de laatste twijfelaars over de streep getrokken zijn.

Een bonte stoet van ontwerpers, kunstenaars, onderzoekers, ondernemers en beleidmakers die met elkaar het visioen van een creative class vertalen naar een nieuwe industriesector die ons sociaal en economisch welzijn brengt.

Maar, zoals dat gaat met een jeugdige gideonsbende: wel voor het eten thuis en met gewassen handen aan tafel. Want de grotmensenorde zit nu eenmaal zo in elkaar. Buitenspelen is goed en geeft mooie verhalen aan tafel, maar het moet niet te gek worden. Wel met twee woorden spreken en respect tonen.

Maar het moet juist wel te gek worden. De droom van een industrietak die waarde creëert gebaseerd op belevingen en op het combineren van nieuwe disciplines lijkt post te vatten. Het wordt een industrie die de digitale revolutie omarmt en er betekenis aan geeft. Ook bij de buren in het buitenland. De bende ruikt succes. Maar daarvoor moeten ze wel een echte plaats aan tafel krijgen, zelf de etentjes organiseren en de buren uitnodigen.

Dat knarst, piept en kraakt met de regels en structuren die er zijn. Het vraagt moed, veel doorzettingskracht en inventiviteit om de slag te slaan. De auteur van dit boek, Frits Grotenhuis, is prominent lid van de gideonsbende en heeft samen met sleutelspelers bij bedrijven en overheid die slag geslagen. Het piept en knarst ook met andere sectoren die arrivé zijn. De creatieve gideonsbende vraagt om tijd, om aandacht, om geld. Want zonder investeringen komt er geen creatieve industrie. Dat gaat ten koste van tijd, aandacht en geld voor andere sectoren. Dankzij de visie van leiders in andere sectoren wordt ruimte geboden aan de creatieve industrie om zich te bewijzen. Dit boek is een minutieuze verslaglegging van ruim tien jaar bouwen.

Uit een jongensverhaal is een volwassenenboek ontstaan. De creatieve industrie heeft verantwoordelijkheid genomen en gekregen. De inzet van creatieve professionals is niet meer weg te denken. Hun kennis, aanpak en inzichten zijn meer en meer centraal komen te staan in het oplossen van maatschappelijke vraagstukken, zoals het inrichten van onze zorg, het realiseren van een circulaire economie en het vergroten van welzijn in steden. Ook pakken ze vragen op rond gedragsverandering die als 'cold cases' van het oude systeemdenken zijn blijven liggen. De buren herkennen de Nederlandse creatieve industrie. De rocksterren in architectuur, mode, muziek en ontwerp doen het goed. Dutch Design is een trademark geworden en staat voor professionaliteit, eigenzinnigheid en multidisciplinariteit.

Ook het overdragen van kennis aan een breder publiek en een nieuwe generatie is van de grond gekomen. Creatief denken en leiderschap wordt onderwezen in het hoger onderwijs en als een nieuwe vorm van MBA-educatie. Op basisscholen en voortgezet onderwijs wordt creativiteit meegegeven aan een nieuwe generatie die later voldoening kan putten uit persoonlijke groei en een bijdrage aan het Nederlandse sociale en economische welzijn.

Dat de creatieve industrie salonfähig is geworden is de verdienste van alle ondernemers, MKB'ers, onderzoekers, beleidsmakers, politici en de creatieve rocksterren die de bende hebben gevormd. Het laat ook zien hoe op nationale schaal innovatie kan plaatsvinden: in de woorden van de innovation guru Prahalad: "*Innovation is about amplifying weak signals.*" Dat hebben ze gedaan. Luid en duidelijk.

De uitdaging is nu om structureren door te zetten. Een tikkeltje saai misschien, want de fantasie en onbekendheid van het begin hebben plaatsgemaakt voor nieuwe structuren. Voor waardebepaling van creatieve arbeid, voor een rol van creatieve arbeid bij bestaande industrietakken en maatschappelijke uitdagingen. Voor een nieuwe onderzoekstak naar ontwerpdisciplines, user-centered design, naar big data, naar sociale netwerken.

Structureren is ook niet zonder risico. Het is een bekend gegeven uit de natuur dat als de entropie of wanorde daalt, de temperatuur daalt. En zo ver kan dalen dat creativiteit verstilt en de sector alleen nog kan herkauwen wat eerder bedacht is. Om dat te voorkomen moet vernieuwingsdrang en ongeleidheid voldoende stand houden. De vrije en toegepaste kunsten spelen hier een belangrijke rol als broedkamer van vernieuwing en daarmee laat de creatieve industrie als geen andere sector zien dat cultuur en economie nauw met elkaar zijn verbonden.

Dat de creatieve industrie leeft blijkt uit de bereidheid van een steeds grotere groep van individuen en organisaties om het stokje op te pakken en de schouders eronder te zetten. De getuigenissen en interviews in dit boek laten dat duidelijk zien. Kritische geluiden, niet allemaal dezelfde mening, maar allemaal met de blik vooruit.

Ondertussen is de gideonsbende van het eerste uur al weer verder getrokken. Een nieuw avontuur tegemoet, *to boldly go...*

Geleyn Meijer
voorzitter CLICKNL



DEEL I

NEDERLAND ALS PROEF- TUIN

Dit eerste deel gaat over innovatie wat essentieel is voor onze kennis-economie. Innovatie vindt steeds vaker plaats in zogenaamde proeftuinen die zijn gericht op het testen, valideren en ontwikkelen van nieuwe producten en diensten. De creatieve industrie speelt een belangrijke rol bij het signaleren, interpreteren en vertalen van trends en ontwikkelingen naar nieuwe toepassingen.

NEDERLAND KENNISLAND

Nederland is mondiaal gezien (nog steeds) een koploper voor wat betreft innovatie. Op de Global Innovatie Index 2014 staat Nederland op een vijfde plaats¹, waarbij wordt gekeken naar diverse aspecten van infrastructuur tot de politieke situatie. Ook scoort Nederland met een achtste plaats hoge ogen in de Global Competitiveness Index 2014-2015.

"As in the last edition, the Netherlands retains its 8th place this year and depicts a stable competitiveness profile. Overall, the country continues to depict a set of important competitiveness strengths that allow its economy to remain highly productive. An excellent education and training system (3rd), coupled with a strong adoption of technology (9th), including ICTs (8th), and an excellent innovation capacity (8th) result in highly sophisticated businesses (5th) that manage to compete at the very high end of international value chains. In addition, efficient institutions (10th), world-class infrastructure (4th), and highly competitive (5th) and open products markets (6th) complete the impressive list of the country's assets. Notwithstanding these strengths, the otherwise excellent Dutch performance is somewhat hindered by some persistent rigidities in its labor market, especially in terms of hiring and firing practices (123rd) and wage determination (135th—these rigidities are regarded as the most problematic factor for doing business in the country. Furthermore, the current weaknesses of its financial system (80th), which are a consequence of the housing bubble, have made access to credit (48th) more difficult."²

Ter relativering kunnen overigens ook andere cijfers worden aangedragen op basis waarvan een pleidooi zou kunnen worden gehouden dat de Nederlandse economie er nog steeds matig voorstaat, ondanks steeds positievere geluiden anno 2015. Vanuit de bredere Europese context beschouwd is namelijk het gevaar voor de monetaire unie nog niet geweken: het blijft een wankel sociaal-economisch evenwicht met de Zuid-Europese landen³. Ook de BRIC-landen vertonen sinds enkele jaren een hapering in de economische groei, wat niet bijdraagt aan het mondiale vertrouwen in de wereldeconomie. Innovatie is het sleutelwoord om nieuwe groepaden in te kunnen slaan.

Nederland is in de basis een innovatief en creatief land⁴. De uitdaging is de innovatieve kracht en bestaande infrastructuur verder te versterken en aan te wenden voor de breedte van de economie. Creativiteit speelt een belangrijke rol bij innovatie. Innovatie ontstaat veelal op kruis-

NEDERLAND OP NUMMER 8 IN DE GLOBAL COMPETITIVENESS INDEX 2014-2015

punten, op snijvlakken van disciplines, uit onverwachte ontmoetingen en combinaties. Dit wordt ook geïllustreerd in het boek *De toekomst van creativiteit: steden als smeltkroezenvan economie, technologie en cultuur*⁵. Het organiseren en faciliteren van deze nieuwe combinaties vindt plaats in zogenaamde proeftuinen of Living Labs.

Proeftuinen

Nederland is met haar open cultuur, tolerante houding ten opzichte van vernieuwing en een sterke kennis- en ICT-infrastructuur een ideale proeftuin voor het ontwikkelen, testen en valideren van nieuwe producten en diensten. Nederland fungeert daarbij als een Living Lab, waar diverse stakeholders in real-life omgevingen gezamenlijk werken aan nieuwe producten en diensten⁶. Een belangrijke karakteristiek van een Living Lab is de ongecontroleerde real-life omgeving versus een gecontroleerde klassieke laboratoriumomgeving.

Proeftuinen of Living Labs zijn denkbaar op verschillende schaalniveaus. Zo kan een specifiek Living Lab-project een vliegveld, ziekenhuis of winkelcentrum als proeftuin gebruiken. Ook steden kunnen als proeftuin worden beschouwd, zoals het Amsterdam Living Lab⁷. De metropoolregio Amsterdam kent als mondial internetknooppunt een sterke ICT-infrastructuur, toonaangevende kennisinstellingen en veel creatieve bedrijven. Daarbovenop kent Amsterdam een open innovatiecultuur en een bestuur dat de stad graag profileert als proeftuin van grootstedelijke vraagstukken⁸.

In het voorjaar van 2015 werd de Knowledge Mile aangekondigd: een samenwerking van de Hogeschool van Amsterdam, Hogeschool Inholland en de Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten en het bedrijfsleven met NS, KPN, Rabobank en Bell Labs. De ambitie is de brede Wibautstraat met zijn grote flatgebouwen te transformeren van ‘lelijkste straat van Amsterdam’ naar ‘slimste straat van Nederland’, met multifunctionele en duurzame gebouwen, waar volop innovatie plaatsvindt en veel kennis is gecentreerd⁹.

Ook een stad als Eindhoven (met de herontwikkeling van de voormalige Philips fabrieksterreinen, de binnenstad,



The Knowledge Mile - Met dank aan Amsterdam Creative Industries Network. Foto credits: Mark van der Horst / Airpic.nl.

universiteitscampus en High Tech Campus) is exemplarisch voor een Living Lab. Onder meer worden in Eindhoven lichtoplossingen ontwikkeld voor een scala aan toepassingsgebieden, variërend van straatverlichting tot winkelcentra en van sport tot de gezondheidszorg. Co-creatie, waarbij gebruikers centraal staan, is het modewoord voor ontwikkeling van nieuwe oplossingen: de participatieve samenleving.

Tot slot kan een hele regio of zelfs land als Nederland als proeftuin worden beschouwd. Naast de metropoolregio Amsterdam en Brainport Eindhoven kent Nederland meerdere regio's die als proeftuin fungeren en diverse Living Lab-projecten faciliteren.

HET CREËREN VAN TRENDS

De afgelopen decennia hebben meerdere trendwatchers generieke trends in kaart gebracht en op basis daarvan toekomstscenario's ontwikkeld. Twintig jaar geleden werden Amerikanen als John Naisbitt of Faith Popcorn bekend met hun toekomstvisies over hoe de wereld er uit zou gaan

zien¹⁰. Deze visies zijn vandaag de dag veelal nog steeds actueel, denk aan de voorspelde gezondheidshype of nieuwe toepassingen voor video en film. In Nederland is Adjiedj Bakas in 2005 doorgebroken als trendwatcher met zijn boek *Megatrends Nederland*¹¹ en hij heeft later nog diverse boeken rond actuele thema's, zoals *Het Einde van de Privacy* geschreven. De Stichting Toekomstbeeld der Techniek spreekt over 'toekomstverkenningen' in plaats van 'voorspellingen', gegeven de impact van kleine wijzigingen in scenario's die over een langere periode tot een heel andere situatie kunnen leiden. Zo wordt in de Horizon-scan 2050 een langetermijnperspectief geboden voor nu nog onopgeloste grote maatschappelijke vraagstukken¹².

Technologie als driver van innovatie

Naast meer generieke trends kunnen technologische trends worden onderscheiden, zoals NBIC (Nanotechnologie, Biotechnologie, Informatietechnologie en Cognitive Science). Nanotechnologie gaat over de mogelijkheden die steeds verdergaande miniaturisatie met zich mee brengt. Biotechnologie gaat over de technologische toepassing van levende systemen of organismen, denk aan de relatie met voeding of medicijnen. Informatietechnologie betreft het gebruik van computers en telecommunicatie in relatie tot (big) data. Cognitive Science tot slot gaat in de kern over het gedrag van mensen.

Deze technologische trends raken ook sterk aan het gedachtengoed van singularity, waarbij computerintelligentie, onder invloed van razendsnelle ontwikkelingen, de intelligentie van de mens op termijn zal gaan overtreffen. Naast de verdergaande gelijkenis in denk- en rekenkracht zal 'emotie' het onderscheidende element blijven tussen mens en technologie. Vooralsnog blijkt dit een majeur struikelblok in het nabootsen van menselijk gedrag.

SINGULARITY

"Singularity is defined as the point in time when computer intelligence exceeds human intelligence, due to rapid and accelerating developments within and between science and technology fields. These exponential growing technologies are: Artificial Intelligence, Robotics, Nanotechnology, Biotechnology & Bioinformatics (including DNA sequencing), Medicine & Health (including Quantified Self), Neuroscience, Networks & Computing Systems (including Internet of Things & Sensors), Energy & Environmental Systems."¹³



Convergentie van mens en technologie -
Wearables kennen immiddels vele toepassingen in relatie tot een gezonde leefstijl en zijn door het brede publiek geaccepteerd. Dit vooralsnog in tegenstelling tot implants, hoewel hier zeker in het curatieve domein langzaam aan verandering in komt.

Een andere belangrijke trend is de convergentie van mens en technologie¹⁴. Steeds vaker wordt technologie gebruikt die wordt gedragen buiten het lichaam, de wearables, of langzaamaan ook al vaker in het lichaam, de zogenoemde implants. Voorbeelden van wearables zijn smartphones, smartwatches (waarmee bijvoorbeeld de hartslag wordt bijgehouden), of smart textiles. Een voorbeeld van technologie in het lichaam is een chip in de hersenen waarmee enerzijds curatieve toepassingen worden gebruikt zoals voor Alzheimerpatiënten. Anderzijds kan worden gedacht aan preventieve toepassingen zoals het voorspellen van een epilepsieaanval met behulp van een implantaat waarbij elektrische activiteit in de hersenen wordt gemeten¹⁵.

Bijdrage van Frank Kresin,
onderzoeksdirecteur Waag Society,
4 juli 2014

HACK THE BRAIN

"Hack the Brain brengt kunstenaars, wetenschappers en hard- en softwarehackers in een hackathon bij elkaar om in multidisciplinaire teams te experimenteren met geavanceerde brein-computerinterfaces. De deelnemers inspireren en helpen elkaar om tot verrassende toepassingen te komen, waarbij ze informatie uit het brein halen, nieuwe informatie in het brein stoppen of komen tot een collectief 'super-brein'.

De kennis over het brein gaat met grote sprongen vooruit. Tegelijkertijd komt er goedkope maar krachtige technologie op de markt die tot voor kort was voorbehouden aan gespecialiseerde laboratoria. In de (nabije) toekomst zullen brein-computerinterfaces ons dagelijks leven grootschalig binnendringen. Daarmee ontstaat de behoefte om te doorgronden wat dit maatschappelijk, artistiek en commercieel kan betekenen. Vernieuwing komt tot stand in onverwachte combinaties en daarom sloegen TNO (de Nederlandse organisatie voor Toegepast-Natuurwetenschappelijk Onderzoek), het Donders Instituut, Total Active Media en Waag Society hiervoor de handen ineen.

De eerste editie van de hackathon vond plaats in mei 2014 in Amsterdam en was met 44 vooraf geselecteerde deelnemers meer dan uitverkocht. Het programma besloeg drie intensieve dagen en bestond uit inspiratielezingen, onder meer van Peter Werkhoven (TNO), uitleg over de apparatuur, hands-on werksessies, pitchpresentaties en een openbare jurering. Daarnaast was er een publieksavond waarin over ethische aspecten en disruptieve toekomstbeelden werd gediscussieerd.

Uiteindelijk werden tien zeer uiteenlopende prototypen aan de jury gepitcht: van Brain Tinder via Mental Handshakes tot directe breinstimulatie om lucide dromen op te wekken (de winnaar). De deelnemers waren enthousiast en de organisatoren besloten tot een volgende editie in 2015, waarbij de nadruk zal liggen op maatschappelijke uitdagingen." Voor meer informatie: www.hackthebrain.nl

Do-it-yourself

De ontwikkelingen in technologieën, miniaturisatie en integratie, alsmede de toegankelijkheid hiervan, maken dat gebruikers steeds vaker zelf komen tot maatwerk toepassingen. Het open access-principe en de eenvoud van verspreiding van nieuwe inzichten via social media en het internet, resulteert in een razendsnelle cumulatie van kennis. Het zelf experimenteren, prototypen, meten (quantified self) en combineren van data en inzichten is de nieuwe trend waarvan we de consequenties nu nog niet kunnen overzien.

Hier dragen nieuwe slimme onderzoeksmethoden in sterke mate aan bij. Denk aan ‘lab-on-a-chip’, een minilaboratorium (chip) ter grootte van een postzegel, dat als meetinstrument bij bijvoorbeeld bloedonderzoek wordt gebruikt¹⁶. De toepassingsmogelijkheden, zoals in relatie tot de gezondheidssector, zijn talloos. Een andere ontwikkeling, die van ‘Do-it-yourself biology’ raakt hier sterk aan.

DO-IT-YOURSELF (DIY) BIOLOGY

“DIY biology is a growing movement in which individuals, communities, and small organizations, study biology and life science using the same methods as traditional research institutions. DIY biology is primarily undertaken by individuals with extensive research training from academia or corporations, who then mentor and oversee other DIY biologists with no formal training. This may be done as a hobby, sometimes called biohacking, as a not-for-profit endeavor for community learning and open-science innovation, or for profit, to start a business.”¹⁷

Van Industrie 4.0 naar Smart Industry

Een andere technologische ontwikkeling is in Duitsland opgepakt als Industrie 4.0. Deze visie is gebaseerd op de overtuiging dat de ontwikkeling van nieuwe productietechnologieën en de toenemende rol van ICT bij het ontwerpen, fabriceren en distribueren een vierde industriële revolutie met zich mee brengen. Industrie 4.0 maakt onderdeel uit van de Duitse High Tech Strategie, vergelijkbaar met het Nederlandse innovatiebeleid. Binnen deze strategie wordt ingezet op vijf maatschappelijke uitdagingen in tien concrete publiek-private onderzoeksprojecten, waaronder Industrie 4.0.

In Nederland wordt Industrie 4.0 omarmd als ‘Smart industry – Dutch industry fit for the future’¹⁸. De initiatiefnemers FME, TNO, KvK, VNO-NCW en het ministerie van Economische Zaken (EZ) hebben een agenda opgesteld om dit thema als onderdeel van het topsectorenbeleid en de ICT-agenda cross-sectoraal op te pakken. Ook tijdens de Hannover Messe begin april 2014 stond het thema Industrie 4.0 centraal en is de agenda aan minister Kamp van EZ overhandigd. Nog geen half jaar later op 11 november 2014 is een uitgewerkte actieagenda ontwikkeld en aan minister Kamp aangeboden. Partijen zetten hierbij in op het verzilveren van bestaande (technologische) kennis, versnellen in Living Labs en het verder versterken van het fundament (kennis, skills en ICT- randvoorwaarden) zodat de smart industry ambitie in Nederland ook duurzaam wordt ontwikkeld¹⁹.



Sociaal-maatschappelijke trends

Naast de meer technologische trends zijn diverse sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen zichtbaar, zoals de invloed van de economische crisis, globalisering, duurzaamheid en verstedelijking. De toenemende verstedelijking creëert nieuwe problemen en vraagt om nieuwe toepassingen en oplossingen. Denk aan efficiënter ruimtegebruik, veiligheid, gezondheidsvraagstukken, verkeer en stedelijke mobiliteit of duurzaamheid.

De verschillende tendensen grijpen in elkaar. Zo versterkt de economische crisis in combinatie met duurzaamheid de trend cradle-to-cradle, maar ook is steeds beter zichtbaar hoe er een kanteling plaatsheeft 'van bezit naar toegang'. Ruud Koornstra was een van de pioniers die dit principe benoemde met voorbeelden die passen in deze trend: het delen van een auto, toegang tot muziek via Spotify, on-demand films of series streamen van het internet via Netflix, een streamingdienst voor e-boeken²⁰, Airbnb waarbij via internet een kamer of appartement bij particulieren geboekt wordt of couchsurfen, het delen van het woonverblijf.

De meer technologische trends en sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen hebben directe invloed op elkaar. Zo wordt crowdsourcing, met al haar mogelijk denkbare toepassingen, ondersteund door big data. Bij varianten op dit thema zoals crowd management, in relatie tot grote groepen

Frisse lucht en leefbaarheid van steden - *"How healthy is our environment? What about the air quality and noise levels around your home and can you measure and improve these? Increasingly affordable technical tools are available to explore your surroundings. Waag Society examines the impact and the use of those tools. As part of the Smart Citizen kit project, the artists of Cascoland show you during "Fresh air!" on the Nieuwmarkt what Coughing Shrubs are, how stressed a tree can be, and serve you herby soup."* www.waag.org/en/event/fresh-air. Met dank aan Waag Society.

mensen en veiligheid, wordt gebruik gemaakt van ICT-patronen en herkenning van bijvoorbeeld groepsgedrag. Ook de diverse mogelijkheden van databeheer in de cloud staan en vallen met ICT. De stichting Toekomstbeeld Techniek heeft hierover het boek *Samen slimmer: hoe de Wisdom of the Crowds onze samenleving zal veranderen*²¹ uitgebracht.

Exponential organizations en nieuwe businessmodellen

Salim Ismail, Michael Malone en Yuri van Geest werken het fenomeen van de ‘exponentiële organisatie’ eind 2014 uit in hun boek *Exponential Organizations: why new organizations are ten times better, faster, and cheaper than yours (and what to do about it)*²². Daarin staat de volgende definitie: “*An Exponential Organization (ExO) is one whose impact (or output) is disproportionately large – at least 10x larger – compared to its peers because of the use of new organizational techniques that leverage accelerating technologies*”.

Deze technologieën, zoals robotica, kunstmatige intelligentie, neurowetenschappen, bio-informatica, biotechnologie, datawetenschap, 3D-printing en nanotechnologie versterken elkaar evident. Het exponentiële gehalte werkt meerdere kanten uit waar technologieën steeds verder samenkomen: zowel aan de kant van de capaciteit die exponentieel stijgt, de omvang die exponentieel daalt en de kosten die ook exponentieel dalen over de tijd.

Dit wordt geïllustreerd door drones die in 6 jaar tijd 142 keer goedkoper zijn geworden, of door 3D-printen wat 400 keer goedkoper is geworden in 7 jaar tijd. Daarmee worden technologieën en toepassingen steeds toegankelijker voor een breed publiek. Zo realiseerde Airbnb, de grote concurrent van het hotelwezen, “*90x more listings per employee*” in vergelijking met de traditionele hotelwereld. Het mag duidelijk zijn dat deze ontwikkeling de bestaande markten in sterke mate op hun kop zet.

In het verlengde hiervan schetsen Diamandis en Kotler in *Abundance* (2012)²³ hoe het niveau van welvaart wereldwijd gestaag stijgt, waarbij exponentiële technologieën een belangrijke rol spelen. Daarnaast spelen de opkomst van het individu (de DIY-revolutie), toegang tot geld (onder

meer via crowdfunding), alsmede een groeiende groep van miljarden mensen die toegang hebben en komende jaren nog gaan krijgen tot internet, een rol bij het stijgen van het welvaartsniveau.

In het boek *Bold* (2015)²⁴ bouwen Diamandis en Kotler hier op verder met best practices van beroemde ondernemers zoals Larry Page, Richard Branson en Jeff Bezos die gebruik maken van exponentiële technologieën en daarmee bestaande markten hebben opgeschud.

Deze trends zetten bestaande businessmodellen op hun kop, waarbij het tijdig inspelen op nieuwe ontwikkelingen cruciaal is. Denk aan het Finse Nokia welk bedrijf tot voor kort het Europese voorbeeld was van innovatie. Jarenlang domineerde Nokia de markt voor mobiele telefoons. Met de opkomst van de iPhone (in relatie tot haar businessmodel met toegang tot iTunes) en andere smartphones ontstond een kentering. Tot medio 2008 waren bijna vijf van de tien mobiele telefoons nog een Nokia. Wat anno 2014 resteert is een paar procent marktaandeel²⁵.

Evenzeer staan traditionele businessmodellen onder druk van bestaande bedrijvigheid. Denk aan de luchtvaartsector met prijsvechters als Ryanair of de taxidienst Uber die dankzij de smartphonerevolutie een hit is geworden en de taxiwereld doet schudden op haar grondvesten. Zo ook ziet de hotelwereld Airbnb als grote bedreiging, waar de eindgebruiker uiteindelijk van profiteert met betere tarieven, meer keus en transparantie. Ostenwalder en Pigneur bieden met hun Business Model Canvas een goed model om de waardepropositie voor de klant in kaart te brengen²⁶. Net als in de afgelopen eeuwen is technologie ook vandaag de dag een belangrijke driver van innovatie.

Big data: kans of bedreiging?

De exponentiële toename van data is schrikbaar. Alleen al in de periode 2012-2013 zijn wereldwijd meer dan 90% van alle beschikbare data gegenereerd²⁷. Dit brengt een scala van uitdagingen met zich mee, variërend van het verwerken en analyseren van data tot het slim combineren en interpreteren van data. Data worden geekscherend al de

‘olie van de 21e eeuw’ genoemd. Het mobiele communicatieverkeer groeit met duizelingwekkende cijfers: in 2020 is de voorspelling dat 25 miljard apparaten, van smartphones en tablets tot auto’s en wearables, met elkaar verbonden zullen zijn²⁸.

Viktor Mayer-Schönberger en Kenneth Cukier schreven in 2013 het boek *Big Data: a revolution that will transform how we live, work and think*²⁹. Hierin benadrukken zij big data als bron, niet zozeer als instrument: big data zijn eerder informatief dan dat ze interpreteren. Hoeveel data we ook kunnen verzamelen, het zal altijd een fractie blijven van de totale hoeveelheid data en daarmee zijn we per definitie nooit compleet of accuraat. Desalniettemin biedt big data nieuwe inzichten en vergezichten, afhankelijk van de context waarin we deze verzamelen en proberen te interpreteren.

Deze fantastische ontwikkelingen, waarvan we de impact nog niet kunnen overzien, hebben ook een grote schaduwzijde. Deze raakt onder meer aan de ethiek en privacy in relatie tot (de betekenis van) deze trends. Transparantie, eigenaarschap en vertrouwen zijn sleutelwoorden in de discussie. De overheid heeft hier een dubbele pet: enerzijds is de overheid ‘hoeder’ van data, anderzijds welke rechten heeft een overheid (in welke situaties) ten opzichte van bijvoorbeeld burgers en wie bepaalt dit? Klokkenluider Edward Snowden is tegen wil en dank uitgegroeid tot een van de iconen in deze discussie die nog lang niet is geluwd.

David Eggers schetst in het boek *De Cirkel*³⁰ eind 2013 treffend hoe langzaam maar zeker technologische ontwikkelingen voortschrijden. We gaan steeds verder zonder afdoende stil te staan bij de sociaal-maatschappelijke consequenties hiervan. In het fictieve internetbedrijf De Cirkel worden o.a. social media, foto- en videomateriaal, mailgegevens en betalingsverkeer gekoppeld in een universeel besturingsprogramma. Het resultaat hiervan is transparantie in optima forma, met als voordelen bijvoorbeeld een forse daling van de criminaliteit en de mogelijkheid preventief in te kunnen grijpen bij virussen op basis van big data. Deze transparantie betekent echter ook het einde van privacy en een eigen identiteit.

Ook Victor Mayer-Schönberger is een jaar na de publicatie van zijn optimistische boek *De big data revolutie* genuanceerder geworden. Hij wijst nu naast de kansen ook op het gevaar van verdergaande personalisering en in het verlengde daarvan het maken van voorspellingen voor gedrag op basis van big data³¹: “*Minority Report komt steeds dichterbij*”.

Het duistere scenario *1984* van George Orwell, uit 1949, blijkt ruim 30 jaar na dato en 65 jaar na publicatie nog zeer actueel. Langs dezelfde lijn wordt begin 2014 gesproken over ‘Google Glass-haat’ en de polarisatie die dit teweegt brengt³². Google Glass was in eerste instantie beperkt als prototype beschikbaar. Dit resulteerde in nieuwsgierige en enthousiaste reacties aan de ene kant, maar leidde ook tot zeer negatieve reacties in relatie tot privacy aan de andere kant. In tweede instantie is begin 2015 besloten het testprogramma voor Glass Explorers stop te zetten³³. Particulieren kunnen de bril zelf niet meer kopen, maar de trend is gezet en de ontwikkeling van dit soort toepassingen zal doorgaan. Ook de overname van WhatsApp door Facebook in 2014 raakt direct aan de privacydiscussie. Sinds de bekendmaking van de overname hebben concurrenten zoals het Russische Telegram miljoenen nieuwe aanmeldingen gekregen³⁴.

Google Glass: naar een Internet of Things? - De overheid heeft een belangrijke rol in de discussies over privacy en ethiek. De adoptie door gebruikers blijft echter bepalend voor het uiteindelijke succes van dit soort nieuwe toepassingen.



Een ding is zeker: de technologische ontwikkeling zal blijven doorgaan. Gebruik ervan hangt een-op-een samen met de adoptiegraad van gebruikers. Denk aan het gebruik van implants wat al meer dan een decennium mogelijk is. De gebruiker blijft echter achter en gebruikt vooralsnog liever wearables. Daarnaast heeft de overheid een belangrijke rol in de (ethische) discussie over het signaleren en waar nodig het ontwikkelen van nieuwe wetgeving.

DE ROL VAN DE CREATIEVE INDUSTRIE

De creatieve industrie speelt een belangrijke rol bij het vertalen van trends naar nieuwe producten en diensten. Deze sector is bij uitstek kundig in het genereren van nieuwe inzichten en op basis daarvan tot het komen van nieuwe toepassingen waar eindgebruikers op zitten te wachten. Het vertalen van inzichten en trends in relatie tot sociaal-maatschappelijke en technologische ontwikkelingen is een belangrijke kracht van en een kans voor de creatieve industrie. Juist de creatieve industrie kan waarde toevoegen voor andere sectoren en maatschappelijke domeinen, van veiligheid tot gezondheidszorg en van mobiliteit tot duurzaamheid. In de publicatie *Designing a Country: Creative Industries in the Netherlands* (2014)³⁵ wordt het belang van de cross-overs naar andere domeinen ook benadrukt, onder het label ‘the Dutch approach’.

De waarde van de creatieve industrie is echter meer dan alleen puur economisch (in termen van een tastbaar product). Ook cultureel en maatschappelijk vertegenwoordigt deze sector een belangrijke waarde. Denk aan identiteit, symboliek, betekenis en daarmee ook levensstijl. Verder lijkt er steeds meer sprake van een zich ontwikkelend gezichtspunt over de creatieve industrie: “*van banenverschaffer en waardegenerator naar een belang als aanjager van innovatie en concurrentiekracht in andere sectoren van de economie en als katalysator van stedelijke ontwikkeling of sociale innovatie in de stad*”³⁶.

Tevens vragen deze ontwikkelingen om nieuwe organisatievormen en nieuwe businessmodellen. Ook hier ligt een kans voor de creatieve industrie die hiermee over de volle breedte experimenteert en good practices kan aandragen.

Sebastiaan Olma geeft in zijn boek *The serendipity machine: a disruptive business model for society 3.0*³⁷ een mooie illustratie over nieuwe businessmodellen aan de hand van Seats2Meet.com. Daarbij maakt hij een onderscheid naar betaling in euro's versus betaling met social capital (ontmoeting en inspiratie, het delen van kennis en netwerken). Zo ook 'betalen' gebruikers van allerhande 'gratis' diensten zoals Facebook of WhatsApp met data in plaats van geld.

Tot slot stellen deze ontwikkelingen nieuwe eisen aan ons onderwijsysteem om de complexe uitdagingen, zoals rond duurzaamheid, gezondheidszorg of in relatie tot de kredietcrisis, het hoofd te kunnen bieden. Marty Neumeier spreekt in zijn boek *Metaskills: five talents for the robotic age*³⁸ over een gebrek aan het om kunnen gaan met interconnected, non-lineaire en amorfie uitdagingen. Daarbij suggereert Neumeier vijf metaskills om het 'robotijdperk' de baas te kunnen: voelen, zien, dromen, maken en leren. Een pleidooi om het onderwijs, dat de basis vormt van toekomstige ondernemers en werkneemers, op de schop te nemen.

Definitie en cijfers

Zo kleurrijk en divers als de creatieve industrie is, zo veelzijdig zijn ook de definities. In dit boek wordt onderstaande definitie van TNO uit 2004 gehanteerd, in het verlengde waarvan de afgelopen jaren overigens meerdere variaties zijn ontwikkeld.

CREATIEVE INDUSTRIE

"De creatieve industrie is een specifieke vorm van bedrijvigheid die producten of diensten voortbrengt die het resultaat zijn van individuele of collectieve, creatieve arbeid en ondernemerschap. Inhoud en symboliek zijn de belangrijkste elementen van deze producten en diensten. Ze worden aangeschaft door consumenten en zakelijke afnemers omdat ze een betekenis oproepen. Op basis daarvan ontstaat een ervaring. Daarmee speelt de creatieve industrie een belangrijke rol in ontwikkeling en onderhoud van levensstijlen en culturele identiteiten in onze samenleving."³⁹

In Europa loopt het debat over de creatieve industrie eigenlijk al sinds 1997, toen in het Verenigd Koninkrijk het Department for Culture, Media and Sports (DCMS) de Creative Industries Taskforce oprichtte. Het Verenigd Koninkrijk heeft zelfs een staatssecretaris voor Creative Industries gekend. Volgens Paul Rutten (2014)⁴⁰ was dit mede ingegeven door

het inzicht dat in 1995 de export van de Britse muziekindustrie die van de staalindustrie overtrof: “*Andere bronnen van welvaart dienden zich aan. Het economische beleid van de Britse regering was aan bijstelling toe. Cultuur en creativiteit werden factoren van betekenis*”.

In Nederland heeft de creatieve industrie als sector sterke aandacht gekregen sinds het verschijnen van Florida’s bestseller in 2002 over de opkomst van de creatieve klasse⁴¹. Conform zijn definitie, welke aanzienlijk breder is dan die door het Centraal Bureau voor Statistiek (CBS) wordt gehanteerd, beslaat de creatieve klasse 47% van de beroepsbevolking, of exclusief technici bijna 30%⁴².

Deze cijfers van Florida over de creatieve klasse zijn evident niet een-op-een vergelijkbaar met de definitie en afbakening van het CBS over de creatieve industrie als beroepsgroep. Verschillen zijn te relateren aan het feit dat zogenaamde bedrijfseenheden of volledig of niet worden meegeteld door het CBS. Ook kan er (ten dele) overlap zijn tussen (top)sectoren, denk aan ICT in relatie tot de topsector Creatieve Industrie, alsmede de ICT-roadmap van de topsector High Tech Systemen en Materialen (HTSM): een digitale ontwerper wordt bijvoorbeeld meegerekend onder ICT-cijfers van het CBS, niet onder de creatieve industrie. Mede als gevolg hiervan komt het CBS op een lager percentage uit van de beroepsbevolking dat onder de creatieve industrie wordt geschaard.

Daarnaast is een deel van de creatieve industrie niet zichtbaar in de CBS cijfers doordat dit onderdeel is van een bedrijf dat onder een andere sector wordt meegerekend, zoals Philips of Hema met een eigen designafdeling. Het CBS werkt met cijfers die vergelijkbaar zijn door de tijd, maar ook tussen topsectoren, nationaal en internationaal. Deze cijfers zijn gebaseerd op de Standaard Bedrijfsindeling (SBI), voor de creatieve industrie aangevuld met cijfers van ledenlijsten van brancheorganisaties en bedrijvenplatforms.

Economische relevantie is een belangrijk criterium voor het topsectorenbeleid en daarmee ook voor de CBS-cijfers. Discussie bestaat over onderdelen die inhoudelijk onder de creatieve industrie kunnen worden geschaard, maar

vooralsnog subsidiegedreven zijn. Daar openbaart zich de januskop van de creatieve industrie: ‘cultuur en economie’. Enerzijds is een brede culturele en creatieve ‘humuslaag’ essentieel, anderzijds zal een deel hiervan niet direct economisch rendabel zijn. Rendabel voor zichzelf, maar ook in relatie tot andere (maatschappelijke) domeinen. Daarmee verschuift het debat gestaag in de richting van een creatieve economie in plaats van sec de creatieve industrie.

In de Monitor topsectoren 2014 van het CBS worden cijfers gepresenteerd over de periode 2010-2012. Daarbij wordt de creatieve industrie opgedeeld in vier onderdelen:

- Kunst (incl. podiumkunsten)
- Cultureel erfgoed (incl. musea)
- Media en entertainment (incl. games, film)
- Creatief zakelijke dienstverlening (incl. mode, design, architectuur, reclame)

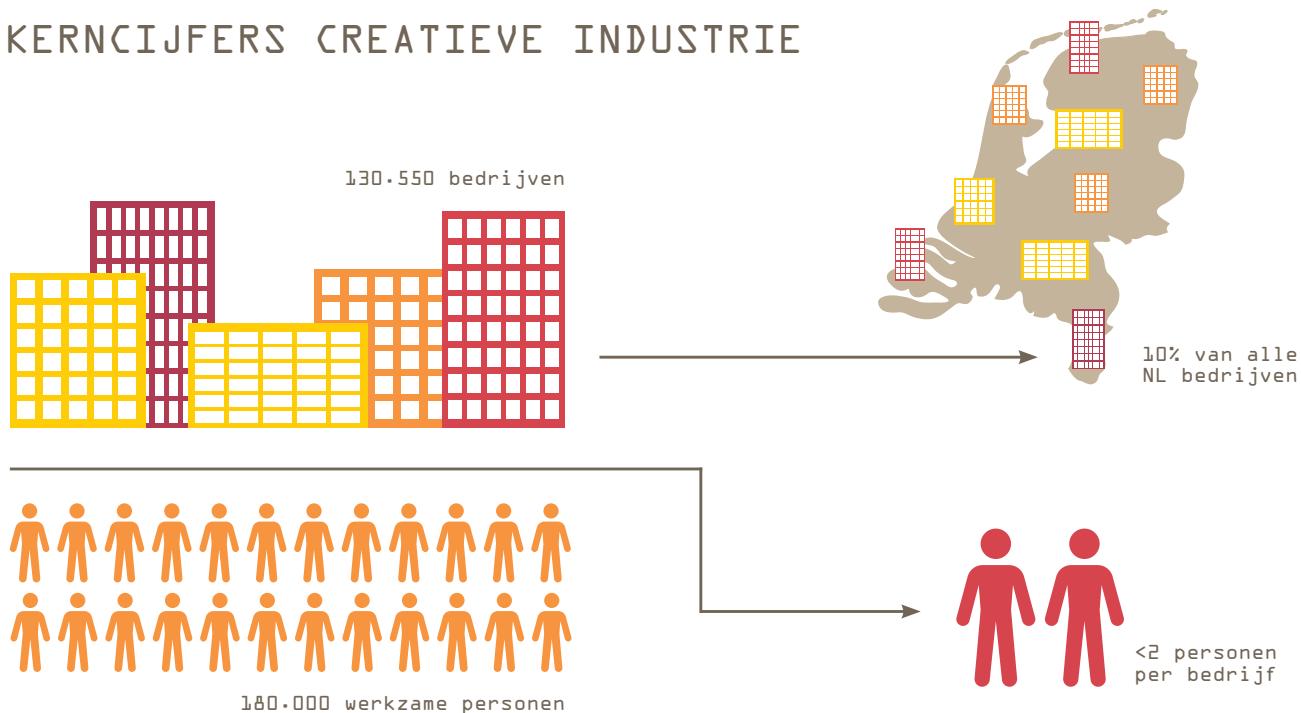
In 2012 komen daar voor de creatieve industrie de volgende kerncijfers uit (in relatie tot andere topsectoren in Nederland)⁴³:

Kerncijfers	Creatieve Industrie (CI)	Totaal topsectoren	Totaal Nederland
Productie (x mln euro)	21.401	442.497 (CI 4,8%)	1.244.749 (CI 1,7%)
Toegevoegde waarde (x mln euro)	10.534	144.959 (CI 7,3%)	578.917 (CI 1,8%)
Werkzame personen (x 1.000 fte)	180	1.380 (CI 13%)	7.059 (CI 2,5%)
Aantal bedrijven	130.550	318.550 (CI 41%)	1.362.815 (CI 9,6%)
Uitvoer van goederen (x mln euro)	884	172.944 (CI 0,5%)	429.717 (CI 0,2%)
R&D (eigen onderzoek) (x mln euro)	65	6.367 (CI 1%)	7.286 (CI 0,9%)

Opvallend is dat de creatieve industrie een kleine topsector is gezien bovenstaande cijfers: voor wat betreft productie en toegevoegde waarde beslaat de creatieve industrie circa 2% van de totale economie. Echter gemeten naar het aantal bedrijven is de creatieve industrie de grootste topsector

met ruim 130.000 bedrijven, bijna 10% van het totaal in Nederland. Weliswaar betreffen dit bedrijven met gemiddeld minder dan twee mensen in dienst.

KERNCIJFERS CREATIEVE INDUSTRIE



Een karakteristiek van de creatieve industrie is dan ook dat dé creatieve industrie niet bestaat in al haar veelzijdigheid: een fotograaf is geen gamedeveloper, een mode-ontwerper is geen architect. De andere karakteristiek is dat de creatieve industrie een long tail heeft van vele kleine creatieve bedrijven. Kortom een sector die niet in een woord te vangen is en waar ook geen one size fits all-beleid op is te maken.

De stichting iMMovator heeft eind 2014 een Creatieve Industrie monitor⁴⁴ uitgebracht, als opvolger van eerdere cross media monitors. Hier wordt een iets bredere definitie van de creatieve industrie gehanteerd dan die van het CBS, waarmee bijvoorbeeld omroepen en theaters wel worden meegerekend in de cijfers. Onderdelen uit de subsectoren

Kunst en Cultureel erfgoed komen in de CBS-cijfers in mindere mate terug. Dat heeft te maken met de economische insteek van het topsectorenbeleid en raakt aan de discussie over de januskop van de creatieve industrie, zoals eerder in dit deel over definitie en cijfers is geschetst.



DEEL II

VAN ZAAIEN NAAR OOGSTEN

In dit tweede deel wordt de ontwikkeling van de creatieve industrie geschetst over de periode 2003-2015: van de oprichting van het Innovatieplatform en de sleutelgebiedenaanpak tot het ontstaan van de topsector Creatieve Industrie. In vogelvlucht is deze dynamiek in drie grove delen op te knippen.

WAT VOORAF GING

De periode van exploratie in 2003 door het Innovatieplatform, lobbykrachten in politiek Den Haag, het in 2004 benoemen van sleutelgebieden waaronder de creatieve industrie en in het verlengde daarvan het vertalen naar concrete acties en beleid. Een periode van bewustwording van de creatieve industrie zelf en erkenning als sleutelgebied. Rond diezelfde tijd in 2004 startte binnen de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO) het CATCH-onderzoeksprogramma (Continuous Acces to Cultural Heritage), gericht op onderzoek naar innovatieve methoden om cultureel erfgoed (digitaal) beschikbaar te maken. In de periode 2005 en 2006 zijn beleidsnota's geschreven en verkenningen binnen de creatieve industrie uitgevoerd, welke hebben geresulteerd in diverse relevante initiatieven.

VAN FRAGMENTATIE NAAR ORGANISATIE

Eigenlijk is pas sinds 2007 echt sprake van het ontstaan van nieuwe nationale samenwerkingsverbanden binnen de creatieve industrie. Bijvoorbeeld het GATE-programma rond ICT en games vanuit het Fonds Economische Structuurversterking (FES) en de start van het landelijke ICT-Innovatieplatform voor de creatieve industrie IIP/Create. Tot dan toe vonden regionale sleutelspelers elkaar slechts na aanvankelijk wantrouwen.

In de periode 2008-2010 is meer nieuwe fundering gelegd, met de ontwikkeling van de twee FES-programmavoorstellen CRISP (Creative Industry Scientific Programme) en COMMIT, een onderzoeksprogramma op het gebied van ICT dat veel raakvlakken heeft met de creatieve industrie. De ontwikkeling en start van het diensteninnovatieprogramma voor de Creatieve Industrie en Financiële Sector en het innovatieprogrammavoorstel Waarde van Creatie zijn tevens van belang geweest. Ook is in deze periode de Federatie Dutch Creative Industries ontstaan, alsmede het internationaliseringprogramma Dutch Design, Fashion and Architecture.

De gele kaart voor de creatieve industrie van de commissie Scheepbouwer begin 2009 heeft een positieve rol gespeeld om de rijen verder te sluiten en de gezamenlijkheid op te

zoeken. Deze gele kaart was een waarschuwing voor de creatieve industrie in de evaluatie van de sleutelgebieden. Met de positieve beoordeling door de Strategische Adviescommissie van het diensteninnovatieprogramma voor de Creatieve Industrie, is de gele kaart definitief omgezet in een groen licht. In het verlengde daarvan kon men niet meer om de creatieve industrie heen als een van de topsectoren.

VAN SLEUTELGEBIED TOT TOPSECTOR

De periode 2011-2015 staat voor het ontstaan en uitbouwen van de topsector Creatieve Industrie en het topconsortium voor Kennis en Innovatie (TKI) CLICKNL, waarbij CLICK staat voor Creativity, Learning, Innovation, Co-Creation and Knowledge. De creatieve industrie is zich in deze periode met herten en stoten aan het ontwikkelen, waarbij zij vol inzet op cross-overs: de relatie tussen sectoren binnen de creatieve industrie, de relatie met andere topsectoren en maatschappelijke domeinen. Juist daar zit de potentie van de creatieve industrie om waarde toe te kunnen voegen.

Binnen deze schets wordt specifiek ingezoomd op publiek-private samenwerking, de driehoek van bedrijfsleven, kennisinstellingen en de overheid. Daarbij dient ‘de driehoek’ niet te rigide te worden opgevat. Ook wordt in deze context de uitdrukking *It takes 4 to tango* gebruikt om de specifieke relatie met opdrachtgevers (zoals een industriële partner, de overheid of een maatschappelijke instelling) te duiden.

DE ROL VAN DE OVERHEID

Interview met Michiel Janson,
ministerie EZ, juli 2013

“In 2005 brachten de departementen van EZ (Economische Zaken) en OCW (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap) de gezamenlijke beleidsnota Cultuur en Economie uit. In de periode 2006-2007 was de houding afwachtend, ‘tja, eerst maar eens zien hoe de creatieve industrie zich ontwikkelt’. Voor de andere topsectoren was inmiddels wel al een innovatieprogramma gestart.

Het ministerie van EZ is in opdracht van toenmalig minister van der Hoeven in 2008 een Verkenning Creatieve Industrie⁴⁵ gestart met als achterliggende vraag of er voor het sleutelgebied Creatieve Industrie niet ook een innovatieprogramma moest komen. De uitdaging van een eventueel innovatieprogramma was de impact van de creatieve industrie op de Nederlandse economie te vergroten.

Eind 2008 ontstonden er geluiden over een nieuwe FES-ronde, waar ook voor de creatieve industrie ruimte zou zijn. In januari 2009 is toen vanuit EZ met OCW en het toenmalige SenterNovem (later AgentschapNL, heden Rijksdienst voor Ondernemend Nederland) een bijeenkomst georganiseerd met sleutelspelers in de creatieve industrie. Dit was overigens vlak na de Business of Design Week in Hong Kong eind 2008.

Daarbij werden twee kansen gezien: een innovatieprogramma (met een sterke toepassingskant, gericht op innovatie) vanuit het reguliere begrotingsgeld en een FES-programma (met de nadruk op de onderzoekskant) dat echter binnen een paar maanden gereed moet zijn. Het eerste FES-voorstel was dan ook onvoldragen, maar er zat wel een voet tussen de deur. Vanuit OCW werd de trekkersrol voor het FES-programma gepakt. Een tweede FES-voorstel CRISP, gericht op product-service design werd wel gehonoreerd.

Parallel werd vanaf 2009 gewerkt aan het innovatieprogramma Waarde van Creatie dat in oktober 2010 aan de Strategische Adviescommissie werd gepresenteerd. Het voorstel werd positief beoordeeld, maar met het aantreden van het nieuwe kabinet Rutte werd dit aangehouden. In het nieuwe topsectorenbeleid, dat met dit nieuwe kabinet werd ingezet, kwam de creatieve industrie als een van de negen topsectoren terug."

WAT VOORAF GING

De creatieve industrie als sleutelgebied, en later topsector, was niet vanzelf-sprekend. Een mix van timing, toeval en personen maakte dat de creatieve industrie op de kaart kwam en er vandaag de dag niet meer af is te denken.

A close-up photograph of a person's head wearing a dark blue, textured EEG cap. The cap features several circular purple electrode ports and two white circular sensors. A hand with a silver ring is visible, adjusting a white wire attached to one of the electrodes. The background is a plain, light-colored wall.

2003



Hack the Brain - “Hack the Brain is the first gathering in Europe where experts join to explore the opportunities of DIY brainhacking. Researchers, hackers, designers and artists come together during the weekend of 23-25 May 2014 to bring neuroscience to the next level, with the help of DIY Brainhacking. We organise a bootcamp, a debate and pitches of the best hacks. Founding partners: Waag Society and Total Active Media. Partners: Donders Institute, Radboud University Nijmegen, TNO”. Met dank aan Waag Society.



CONTEXT KENNISECONOMIE

Het kabinet Balkenende II (2003-2006) bestond uit VVD, CDA en D66. Dit kabinet laveerde tussen investeren en bezuinigen. Ondanks de druk om te bezuinigen en de staatsschuld verder af te lossen was in het regeerakkoord opgenomen om 800 miljoen euro extra in onderwijs en onderzoek te investeren. Naast de 1 miljard euro autonome groei van onderwijsuitgaven en de voortzetting van 580 miljoen euro uit het regeerakkoord Balkenende I⁴⁶ kwam dit bij elkaar uit op circa 2,4 miljard euro. In het bijzonder de toenmalige D66-bewindslieden Brinkhorst (toen minister van Economische Zaken) en van der Laan (toen staatssecretaris Cultuur en Media), hadden zich hard gemaakt voor de kenniseconomie.

In 2000 had ook Nederland zich gecommitteerd aan de Lissabon-agenda en -ambities, waarvan het doel was dat Europa in 2010 de meest dynamische en concurrerende kenniseconomie van de wereld zou zijn met een arbeidsparticipatie van 70% en economische groei van 3%⁴⁷. Daartoe werden vervolgens in 2002 in Barcelona afspraken gemaakt om de R&D-uitgaven te vergroten naar 3%, waarvan twee derde uit de private sector zou moeten komen.

Terugblikkend heeft geen enkel Europees land dit gerealiseerd. In 2010 is de 2020- strategie vastgesteld die voortbouwt op de 2010-strategie, maar minder ambitieus is. De hernieuwde doelstelling luidde: “*de Europese economie te ontwikkelen tot een zeer concurrerende, sociale en groene markteconomie*”⁴⁸. In plaats van de 3%-ambitie op het gebied van R&D-uitgaven is de 3%-norm voor het begrotingstekort van lidstaten vandaag de dag helaas actueler, mede als gevolg van de economische crisis.

Onder leiding van toenmalig premier Balkenende is in 2003 het Innovatieplatform opgericht, met de ministers van OCW en EZ en vertegenwoordigers vanuit de wetenschap en het bedrijfsleven. Het Innovatieplatform heeft een belangrijke functie gehad met het agenderen en activeren van een nationale innovatieagenda. Er zijn echter ook veel kritische geluiden in relatie tot de oorspronkelijke ambities. Frans Nauta biedt hierover een interessant inkijkje met zijn boek *Het Innovatieplatform: Innoveren in het centrum van de macht*⁴⁹. In het tweede Innovatieplatform 2007-2010 had Bas Verhart zitting als creatief ondernemer en representant van het sleutelgebied Creatieve Industrie. In juni 2010 is het Innovatieplatform opgeheven. Toch heeft de aandacht en samenwerking in het ontstaan van het diensteninnovatieprogrammavoorstel er voor gezorgd dat de creatieve industrie vast aan tafel kwam in de ‘nieuwe industriepolitiek’.



Het hart van de Nederlandse politiek -
In 2003 is het Innovatieplatform van start gegaan, als opmaat voor de sleutelgebieden in 2004.

A close-up photograph of a woman's face and shoulder. She has short, reddish-brown hair and is wearing a dark blue, ribbed sweater. The sweater features a repeating pattern of white, stylized shapes that resemble solar panels or architectural floor plans. A small portion of her white collar is visible. The background is a plain, light color.

2004

Solar Shirt - The Solar Shirt is joint development by Pauline van Dongen and Holst Centre. Fotograaf: Liselotte Fleur. Model: Ann at Paparazzi Models. Hair and make up: Angelique Stapelbroek.

SLEUTEL- GEBIEDEN

Vanuit het Innovatieplatform is de zogenaamde sleutelgebiedenaanpak ontwikkeld, waarbij in 2004 in eerste instantie vier sleutelgebieden zijn aangewezen: Flowers & Food, Creatieve Industrie, Water en High Tech. Later zijn er nog twee gebieden bij gekomen: Chemie en Pensioenen & Sociale Verzekeringen. Met de transitie van sleutelgebieden naar topsectoren is dit verder uitgegroeid naar negen topsectoren.

Dit is primair een bottom-up proces geweest waarbij in de eerste helft van 2004 ruim honderd voorstellen zijn ingediend, op basis waarvan in het najaar van 2004 in eerste instantie slechts vier sectoren als sleutelgebied zijn aangewezen⁵⁰. Op 31 juli 2004 is het voorstel voor het sleutelgebied Creatieve Industrie ‘ICT en nieuwe media’ ingediend door Marleen Stikker van Waag Society als penvoerder met daarachter een eerste netwerk.

STAKEHOLDERS BIJ INDIENING VOORSTEL SLEUTELGEBIED

“De volgende organisaties en bedrijven zijn bij de voorbereidingen betrokken geweest en hebben hun deelname aan het sleutelgebied toegezegd: Endemol Nederland, KPN, LogicacMG, Waag Society, Virtueel Platform, Stichting Nederland Kennisland, Informatiewerkplaats, Universiteit van Amsterdam (Centrum voor Populaire Cultuur, Wiskunde en Informatica), Vrije Universiteit Amsterdam (Information systems, Marketing and Logistics), Hogeschool van Amsterdam (Interactieve Media), Amsterdam New Media Institute (ANMI), Premsela - Stichting voor Nederlandse vormgeving, Triumph Studios, Syntens, Doors of Perception, Media Academie. De volgende partijen zijn benaderd en hebben interesse getoond te participeren: Philips Design, Media Republiek, Lost Boys, TBWA Interaction Company, Mediomatic, Submarine, Hoge School van Utrecht (MKT - games design), Hogeschool Inholland, Digitaal Erfgoed Nederland, Isoc, iMMovator, Cultuurfabriek.”

Ook de stichting Nederland Kennisland was een belangrijke partij achter deze beweging. Deze denktank ontwikkelde in 2004 een monitor voor de kenniseconomie en was zeer actief in het meeontwikkelen van plannen zoals stimuleringsmaatregelen voor de creatieve industrie. In het voorstel voor een sleutelgebied Creatieve Industrie werden diverse stimulerende acties voorgesteld, waaronder het moderniseren van wetgeving en regelgeving, investeren in starters voor de creatieve industrie, organiseren van een jaarlijks terugkerend event en een actieve strategie om internationale spelers naar Nederland te halen. In de kern zijn deze acties overgenomen door het Innovatieplatform. Ten dele komen de voorgestelde acties terug in de beleidsvisie ‘Ons Creatieve Vermogen’ van de ministeries van EZ en OCW uit 2005.

CATCH

Rond dezelfde tijd in 2004 werd door NWO parallel, maar nagenoeg los hiervan, het meerjarenprogramma CATCH gelanceerd: Continuous Access to Cultural Heritage. CATCH was gericht op het ontwikkelen van innovatieve methoden om cultureel erfgoed breed (digitaal) toegankelijk te maken. Daarin werkten IT-onderzoekers en cultureelerfgoed-managers nauw samen. In totaal zijn achttien onderzoeks-projecten gerealiseerd, onder meer in samenwerking met

het Rijksmuseum, Beeld en Geluid en Naturalis. CATCH liep van 2004 tot 2014 en had een omvang van een kleine 12 miljoen euro⁵¹.

Daarmee was CATCH feitelijk het eerste omvangrijke onderzoeksprogramma binnen de creatieve industrie. De creatieve industrie zal zich hier toen niet van bewust zijn geweest, hoewel dit programma een belangrijke stap was en een van de fundamenten is geworden voor het latere TKI CLICKNL.

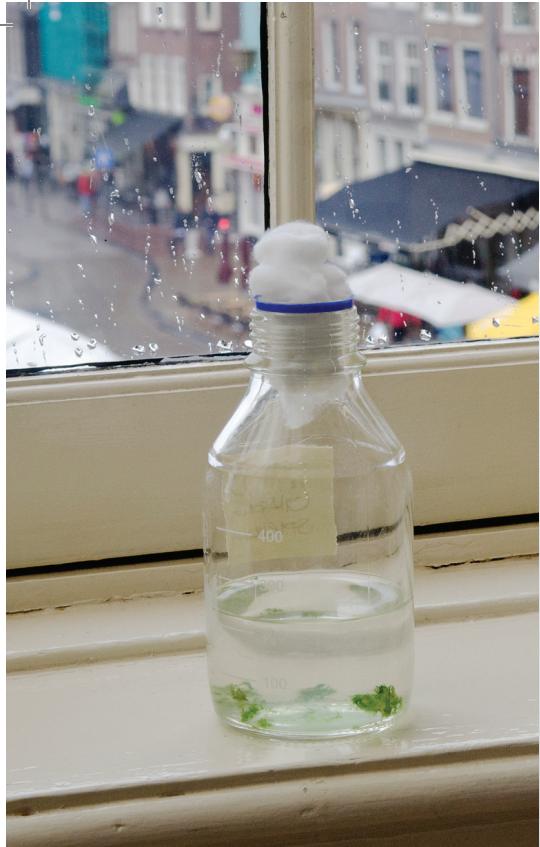


The collage consists of four distinct images arranged horizontally. From left to right: a portrait of Vincent van Gogh; two people, one in a blue dress and one in a patterned top, sitting together; a large, vibrant blue morpho butterfly; and a page from a medieval manuscript with large decorated initials.

Digitale innovatie voor het erfgoed

CATCH  CONTINUOUS
ACCESS
TO
CULTURAL
HERITAGE
PLUS

CATCH - "Digitale innovatie voor het culturele erfgoed".
Met dank aan Patricia Alkhoven.



Biohacking - “Photos of the first BioHack Academy at the Waag in Amsterdam. We'll teach you how to join the bio revolution and build your own biofactory using a Fablab, Maker/Hackspace or other shared machine shop.” Photography: Arne Kuilman on 3 March 2015, Tomek Aaron Dersu on 21 April 2015. More information available at: waag.org/biohackacademy; biohackacademy.github.io/vimeo.com/channels/biohackacademy. Met dank aan Waag Society



ONS CREATIEVE VERMOGEN

In 2005 hebben de ministeries van EZ en OCW gezamenlijk beleid ontwikkeld voor de creatieve industrie wat zijn weerslag kreeg in de Tweede Kamerbrief ‘Ons Creatieve Vermogen: brief Cultuur en Economie’. Dit gezamenlijke beleid om het creatieve vermogen van Nederland te versterken werd beleidsmatig gezien als experimenteel. Binnen het beleidskader werden vijf actielijnen benoemd:

1. Actief verbindingen leggen;
2. Financiële condities van bedrijven versterken;
3. Randvoorwaarden rondom intellectueel eigendom verbeteren;
4. Internationalisering intensiveren;
5. Cultureel management verder professionaliseren.

HET KRACHTENVELD VAN DE NEDERLANDSE CREATIEVE INDUSTRIE

In het najaar van 2005 is in opdracht van het Ministerie van OCW een verkennende studie uitgevoerd naar het krachtenveld van de Nederlandse creatieve industrie. Uit het onderzoek kwamen de twee subsectoren ‘industriële vormgeving,

grafisch ontwerp & modeontwerp' en 'creatieve ICT: games, nieuwe media' als sterk kansrijk naar voren in termen van bestaande, meer of minder structurele relaties en de aanwezigheid van sterke bedrijven en kennisinstellingen⁵².

Op basis van de resultaten werd toen al geconcludeerd dat de creatieve industrie een relatief jonge en succesvolle bedrijfstak is, maar sterk versnipperd: "*Veel initiatieven staan op zichzelf en vinden geen opvolging. Deels heeft dit te maken met concurrentiegevoeligheid en vertrouwen. Voor een ander deel is dit eigen aan de bedrijfstak waar nu eenmaal veel kleine organisaties werkzaam zijn. Echter, de huidige fragmentering garandeert onvoldoende verankering om op lange termijn continuïteit te waarborgen. Ook de onderzoeksrand blijkt zeer matig ontwikkeld.*"⁵³

NAAR EEN TOPINSTITUUT?

In datzelfde onderzoek is als benchmark gekeken naar buitenlandse topinstituten voor de creatieve industrie (zoals NESTA in Engeland) of onderdelen van de creatieve industrie (zoals FACTOR in Canada en Design Singapore). Een aanbeveling was de mogelijkheid van een topinstituut voor (onderdelen van) de Nederlandse creatieve industrie nader te onderzoeken. Deze benchmark naar topinstituten in het buitenland leerde dat overheidssteun in de startfase onontbeerlijk is. Een langetermijnhorizon is daarbij benodigd zodat initiatieven kunnen rijpen om uiteindelijk voldoende marktvraag te genereren.



2006



PICNIC - "Photographs from the Waag Construction Site and other events of Waag Society at the PICNIC Festival 2011, held from 14-16 September 2011 at the NDSM Wharf in the North of Amsterdam. Our main contribution to PICNIC was named 'The Urban Future is Personal', following the 'Urban Futures' theme of this years PICNIC. Most visible was a construction that combined both computer-generated 3D designs with ancient mud building techniques. Furthermore, several workshops and lectures were held on co-creation design, 'Our future self', creative research and open data in different settings and multiple locations." Fotografie: Tomek Whitfield. Met dank aan Waag Society.

ONDERWEG NAAR NIEUWE SAMENWERKINGS- VERBANDEN

In 2006 werden vooral heel veel nieuwe plannen gemaakt en werd aan elkaar 'geroken'. Lokaal en regionaal ontstonden diverse nieuwe initiatieven, waaronder eind 2005 al het kenniscentrum Center for Advanced Gaming and Simulation, een samenwerkingsverband van Hogeschool Utrecht, Universiteit Utrecht en TNO op het gebied van gaming.

Vanuit de Creative Challenge Call (één van de activiteiten uit het creatieve-industriebeleidskader Ons Creatieve Vermogen) werden impulsen beschikbaar gesteld voor dertig kleine projecten en vijf grote projecten. Onderzoeksorganisatie NWO benoemde in haar 'Strategisch plan 2006-2010' de creatieve industrie als een van de thema's, waarbij vraagsturing centraal zou moeten staan maar waarvan nog geen helder beeld bestond hoe dit te realiseren.

Naast het nationale programma werden ook op regionaal niveau impulsen gegeven aan de creatieve industrie, zoals met de Pieken in de Delta-regeling. Deze EZ-regeling zette in op regionale sterktes, waarbij soms keuzes werden gemaakt die andere initiatieven uitsloten. Zo was de creatieve industrie in het programmagebied de Randstad Noordvleugel als Piek in de Delta een van de prioriteiten. Dit resulteerde in een uitdaging voor creatieve initiatieven elders in Nederland, zoals in Zuidoost Nederland waar het project *Creative Conversion Factory* onder het thema High Tech moest worden geschreven om voor een Piekensubsidie in aanmerking te kunnen komen. In de Piek Zuidoost Nederland bestond geen thema Creatieve Industrie.

CREATIEVE PODIA

Een van de initiatieven die met steun van de Piekenregeling en de gemeente Amsterdam ontstond was het PICNIC-event in Amsterdam, waarvan de eerste editie plaatsvond in 2006. In een paar jaar tijd wist PICNIC uit te groeien tot een vooraanstaand internationaal multimedia-event.

In Eindhoven was een aantal jaar eerder al de Dutch Design Week geïnitieerd, eveneens een internationaal toonaangevend event dat in 2015 haar 14^e editie houdt.

Sinds 2011 is What Design Can Do gestart, een jaarlijks terugkerend tweedaags event in Amsterdam over de kracht van design⁵⁶. Ook door andere creatieve disciplines zoals games en fashion zijn de afgelopen jaren events geïnitieerd die jaarlijks worden georganiseerd.

PICNIC

"PICNIC is a leading European platform for innovation and creativity. We function as an incubator and accelerator for game changing ideas, concepts, products and services. Through our activities, we address the mega trends of our time and explore how to creatively apply technology in order to meet business, social and environmental challenges."⁵⁴

DUTCH DESIGN WEEK

"Dutch Design Week (DDW), in 1998 voortgekomen uit de Dag van het Ontwerp, is in twaalf jaar uitgegroeid tot het grootste designevenement van Noord-Europa. DDW vindt elk jaar plaats in de laatste week van oktober (9 dagen) in Eindhoven en geniet naamsbekendheid tot ver over de landsgrenzen. DDW biedt een podium voor ontwerpers en is de verbindende factor tussen design, technologie, mensen en disciplines."⁵⁵

NAAR EEN NATIONAAL INITIATIEF?

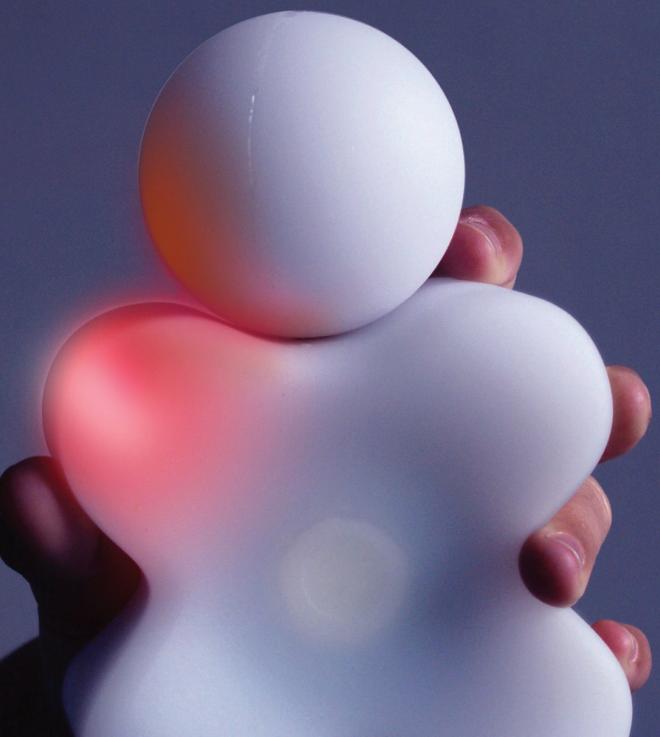
In het verlengde van de verkennung van het krachtenveld binnen de Nederlandse creatieve industrie najaar 2005 is in februari 2006 een rondetafelconferentie georganiseerd in Eindhoven. Hierin participeerden diverse vertegenwoordigers van de Nederlandse creatieve industrie uit onder meer Amsterdam, Utrecht en Eindhoven. Doelstellingen waren het delen van elkaars lokale en regionale ambities en draagvlak creëren voor een gezamenlijk nationaal initiatief. De bijeenkomst had echter nog een sterk karakter van kennismaken en mogelijkheden verkennen. De setting was eerder van wantrouwen en competitie dan van vertrouwen en samenwerken langs de lijn van de A2-as van Amsterdam, via Utrecht tot Eindhoven. Ieder had eigen plannen op lokaal en regionaal niveau, hier bovenuit stijgen was geen sinecure.

VAN FRAGMEN- TATIE NAAR ORGANISATIE

In de periode 2007-2011 werd met horten en stoten de fragmentatie binnen de creatieve industrie te lijf gegaan, met als resultaat in 2007 de eerste landelijke initiatieven. Met de gele kaart van de commissie Scheepbouwer die de sleutelgebieden evalueerde werd in 2009 een helder signaal afgegeven dat de sector er echter nog niet was. Dit hielp bij het verder organiseren van de sector en het ontstaan van meerdere grote programma's.



2007



Scottie - "Scottie is een interactieve spelvorm voor kinderen die noodgedwongen gescheiden zijn van hun familie en vrienden. Scottie maakt spelen en communicatie op afstand mogelijk op een impliciete en affectieve manier. Computers en telefoons beperken zich tot het gebruik van verbale of tekstuele communicatievormen. Affectieve communicatie en het gevoel op afstand verbonden te zijn komt tot stand dankzij het samen kunnen spelen. Scottie werd verder ontwikkeld binnen de innovatieve zorgpilot van GATE (Game Research for Training and Entertainment)." www.waag.org/nl/project/zorgpilot-scottie-gate. Met dank aan Waag Society en GATE.

IIP/CREATE EN FES GATE

IIP/CREATE

In 2007 ontstond het ICT-Innovatieplatform Creatieve Industrie, afgekort IIP/Create⁵⁷. Dit creatieve industrie-initiatief was het eerste op nationaal niveau, weliswaar op het deelgebied met ICT. Dit vanuit de overtuiging dat ICT een belangrijke driver is voor innovatie, juist ook in de creatieve industrie. IIP/Create bloeide voort uit de rondetafelconferentie die begin 2006 was gehouden in Eindhoven op initiatief van meerdere spelers die een relatie hadden met het voormalige regieorgaan ICTRegie. Emile Aarts en Marleen Stikker stonden aan de basis van IIP/Create.

ICTREGIE

ICTRegie is in 2004 als nationaal regieorgaan voor ICT-onderzoek en -innovatie opgericht door de covenantpartners van de ministeries van OCW en EZ. Nederland speelt wereldwijd een vooraanstaande rol op het gebied van ICT. In zijn boek *Tegen de stroom in: de Nederlandse rol in de ICT*⁵⁸ geeft de eerste directeur van ICTRegie Martin Rem een overzicht van Nederlands ICT-onderzoek en -innovatie, internationale doorbraken en het toenemende belang van ICT in onze maatschappij.

Onder de paraplu van ICTRegie zijn vijftien zogenoamde ICT-Innovatieplatforms (IIP's) ontstaan op het snijvlak van verschillende domeinen: IIP/Create, IIP Intelligent Communicatie, IIP Health Support, IIP Mobiliteit als ICT-systeem.

IIP Security and Privacy, IIP Software as a Service, IIP Bouw, IIP Sensor Networks, IIP Brain & Cognition, IIP Geo, IIP Duurzame ICT, IIP Robonet, IIP Vitale ICT, IIP Domotica and Smart Living, IIP Productsoftware⁵⁹. Deze IIP's waren publiek-private samenwerkingsverbanden op specifieke domeinen waar bedrijfsleven en kennisinstellingen samenwerkten op basis van een gedeelde agenda.

Een ander belangrijk resultaat waarbij ICTRegie een cruciale rol heeft gespeeld is het FES-programma voor ICT, COMMIT geheten, dat veel raakvlakken kent met de creatieve industrie. Dit programma heeft een omvang van 50 miljoen euro.

Met ingang van 1 januari 2011 is het regieorgaan definitief beëindigd, na een jaar verlenging in 2010. De nalatenschap van ICTRegie, in de vorm van de IIP's, is nog een jaar door een samenwerkingsverband van Stichting Technische Wetenschappen, NWO en AgentschapNL gecontinueerd. Enkele IIP's zijn inmiddels gestopt (zoals IIP Health Support), andere zijn opgegaan in een ander (groter) verband zoals een topsector (zoals IIP/Create in TKI CLICKNL) of een ander regieorgaan (zoals het Nationaal Initiatief Hersenen en Cognitie waarin het IIP Brain & Cognition is opgegaan). Andere IIP's (zoals IIP Duurzame ICT en IIP Security and Privacy) bestaan nog steeds. De Nederlandse ICT-agenda is overgegaan in de ICT Roadmap, als onderdeel van de Topsector High Tech Systemen en Materialen (HTSM).

ORGANISATIE

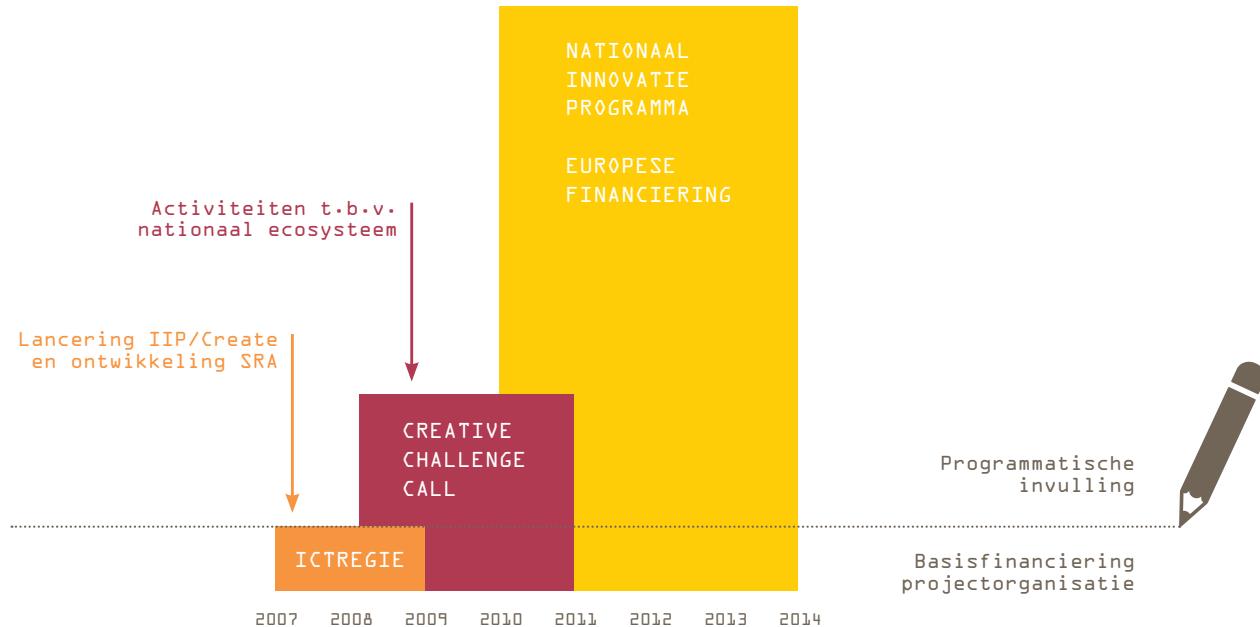
IIP/Create groeide gestaag uit van een informeel netwerk in 2007 tot een stichting in 2008. De stichting IIP/Create kende een bestuur en raad van advies. Beide organen kennen vertegenwoordigers van kennisinstellingen, industrie, creatief MKB en culturele organisaties. Deze representanten vertegenwoordigen zowel regionale spreiding (onder meer vanuit de regio's Rotterdam, Amsterdam, Twente, Eindhoven, Utrecht) alsmede spreiding over de verschillende creatieve disciplines (van games tot media en van design tot ICT). Verder had IIP/Create een klein bureau onder leiding van Geleyn Meijer dat de verschillende activiteiten coördineerde. Daarbij werden vier werkgroepen onderscheiden.

- *Werkgroep Strategische Research Agenda (SRA)*
Ontwikkelde een gezamenlijke agenda voor onderzoeks- en valorisatieambities;
- *Werkgroep Governance*
Richtte zich op mogelijkheden voor inrichting en financiering van programmatische ambities, gebaseerd op de SRA;

- *Werkgroep Europa*
Resulterde uiteindelijk in participatie in twee Europese CIP-INNOVA-projecten, te weten ImMediaTe en B Creative. Ook was IIP/Create strategic member van de Europese Digital Thinktank, een gezaghebbende internationale denktank op het deelgebied van ICT en creatieve industrie;
- *Werkgroep Ways of Working*
Richtte zich op vraagstukken zoals intellectueel eigen-
dom, aansluiting onderwijs en arbeidsmarkt en Living
Labs.

PROGRAMMATISCHE AMBITIES IIP/CREATE

(VOORJAAR 2008)



REALISATIE

IIP/Create heeft mede aan de wieg gestaan van meerdere grote nationale programma's, zoals het diensteninnovatieprogramma Service Innovation & ICT en de ontwikkeling van het innovatieprogrammavoorstel Waarde van Creatie, waarover meer in de volgende paragrafen. Ook was er vanuit meerdere bestuursleden directe betrokkenheid bij de ontwikkeling van de FES-programma's GATE, CRISP en COMMIT.

In het voorjaar van 2008 werd de visualisatie Programmatische ambities IIP/CREATE (zie pagina 55) ontwikkeld waarbij een onderstroom werd voorzien van een basisorganisatie en de Creative Challenge Call als instrument werd ingezet om het veld verder te organiseren, als opmaat naar programmering via onder andere een nationaal innovatieprogramma en Europese projectfinanciering.

Verder heeft IIP/Create enkele pilotprojecten rond cross-overs opgezet om de waarde van de creatieve industrie voor andere sectoren te staven, zoals op het gebied van gezondheidszorg en logistiek.

Scania Fleetconsultancy - Scania truck en feedbacksysteem gericht op duurzamer rijgedrag van chauffeurs. Met dank aan Scania, Ideate en CGI.



BRANDSTOFBESPARING DOOR SERVICE DESIGN EN GAMIFICATION IN DE LOGISTIEKE SECTOR

Bijdrage van Onno van der Veen,
oprichter Zeeno, 24 maart 2014

"Service design, het ontwerpen van diensten, is een discipline in de creatieve industrie die sterk in opkomst is. Net zoals bij het ontwikkelen van producten of apps, vraagt de ontwikkeling van nieuwe diensten om een procesmatige, planmatige aanpak, met de behoeften en beleving van eindgebruikers als uitgangspunt.

De case van Scania Fleetconsultancy is illustratief voor een multidisciplinaire aanpak en de kracht van user-centered (service) design. Scania realiseerde zich dat in de economische crisis transportbedrijven weliswaar minder vrachtwagens kochten, maar des te meer geïnteresseerd zijn in kostenbesparing. Scania wilde daarom een dienst ontwikkelen voor transportbedrijven om vrachtwagenchauffeurs zuiniger te laten rijden.

Ideate (service design) ontwikkelde samen met CGI (game design/ICT-ontwikkeling) die nieuwe dienst door eerst op zoek te gaan naar inzichten in de belevingswereld van chauffeurs, hun drijfveren en aspiraties. Op basis van deze inzichten ontwikkelde het team een customer journey die op verschillende manieren chauffeurs motiveert om een half jaar lang bezig te blijven met zuinig rijden. Een game ondersteunt chauffeurs daarbij. In de game kunnen de chauffeurs steeds nieuwe uitdagingen aangaan met zes parameters die te maken hebben met brandstofverbruik. Zo kunnen ze bijvoorbeeld hun uitrolgedrag verbeteren of hun remgedrag optimaliseren. In dat half jaar wordt een nieuwe zuinige rijstijl een ingesleten gewoonte.

Met Fleetconsultancy realiseren transportbedrijven een duurzame gedragsverandering bij chauffeurs en circa 7% brandstofbesparing. Zo is voor Scania een interessante nieuwe business ontstaan en kan Scania de relatie met haar klanten op een nieuwe manier inhoud geven. Fleetconsultancy is een voorbeeld van een succesvolle samenwerking tussen service designers en game designers."

OVERGANG NAAR DE TOPSECTOR

In 2011 en 2012 heeft IIP/Create een bijdrage geleverd aan het vorm krijgen van de topsector Creatieve Industrie en in het bijzonder het TKI CLICKNL. Met het ontstaan hiervan werd het bestaansrecht van de IIP/Create tanend en zijn de activiteiten gestaakt. In de iteratieve ontwerpspirit van de creatieve industrie heeft IIP/Create zichzelf opgeheven om ruimte te maken voor nieuwe samenwerkingen die een verder groeiende basis konden dienen. Het heeft wat uitleg

gevraagd om een succesvol initiatief op zijn hoogtepunt te laten stoppen, maar de vergelijking met een raket die tijdens de lancering zijn draagraketten op het hoogtepunt ook afstoot werkte goed.

FES GATE

Het FES-programma Game Research for Training and Entertainment (GATE) liep van 2007 tot en met 2012, met Mark Overmars als belangrijke initiator. Het FES-programma GATE had een budget van 19 miljoen euro en als doel baanbrekend onderzoek te verrichten, innovatieve pilotprojecten mogelijk te maken en kennistransfer naar de industrie te realiseren. Dit was na NWO CATCH het tweede substantiële onderzoeksprogramma voor een belangrijk onderdeel van de creatieve industrie dat directe impact in haar toepassingen meebracht voor andere sectoren, zoals de zorgsector.

Bijdrage van Remco Veltkamp,
hoogleraar Universiteit Utrecht,
voormalig directeur GATE, 25 mei 2014

GATE

"Het GATE-project is ontstaan vanuit het Center for Advanced Gaming and Simulation, opgezet door de Universiteit Utrecht, de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht en TNO. Op uitnodiging van destijds het regieorgaan ICTRegie is een aanvraag gedaan bij het FES-fonds. Het project liep van eind 2007 tot en met begin 2012.

GATE was eigenlijk een programma met verschillende soorten projecten. Het doel van GATE was het zichtbaar maken van de potentie van gaming en het ontwikkelen van nieuwe kennis en technieken voor wetenschap en zowel de entertainmentindustrie als de serious gamingindustrie. Daartoe werden drie soorten projecten opgezet. De pilotprojecten gebruikten bestaande methoden en technieken en creëerden voorbeelden van games in verschillende toepassingsdomeinen: defensie & veiligheid, educatie & leren en gezondheid & zorg. De pilotprojecten hebben in grote mate bijgedragen aan de vergroting van de impact van gaming. Zo werd de 'burgemeestersgame', een game voor dilemmatraining, heel gewild bij burgemeesters en overheidsinstanties.

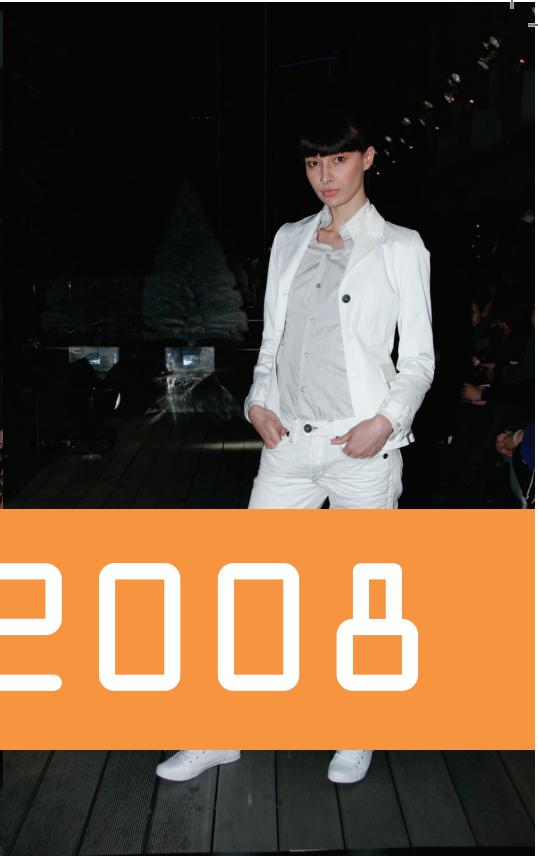
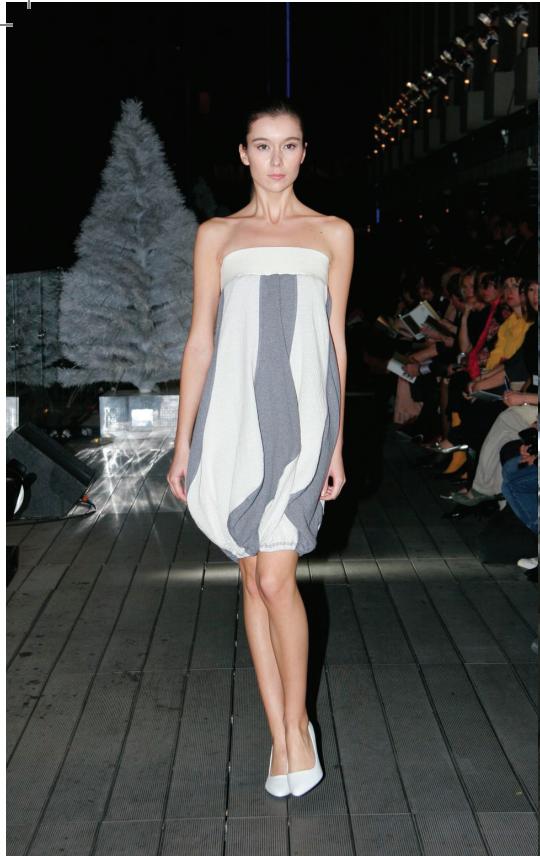
Tegelijkertijd gingen dertien onderzoeksprojecten van start binnen vier thema's: het modelleren van virtuele werelden, virtuele karakters, interactie met de (virtuele) wereld en leren met gesimuleerde werelden. In totaal zijn er zeventien promoties geweest en zijn honderden artikelen gepubliceerd, wat aangeeft dat dit wetenschapsgebied een geweldige stimulans heeft gekregen.



Vliegsimulator - Met dank aan TNO Human Factors Soesterberg en GATE.

Nadat de onderzoeksprojecten zo'n twee jaar liepen is er bij elk van hen een kennistransferproject gestart. Samen met een bedrijf werd er gewerkt aan de valorisatie van de onderzoeksresultaten. In die projecten werden de uitkomsten van onderzoek gebruikt voor het opstarten van nieuwe diensten en producten, waardoor er directe innovatie plaatsvond. Het tijdelijk plaatsen van een bedrijfsmedewerker bij een kennisinstelling, of het na afloop overnemen van een onderzoeker door het bedrijf, embodied transfer, bleken effectieve manieren van kennisoverdracht. De bedrijven verklaren zelf, dat zonder deze projecten een aantal innovaties niet zou hebben plaatsgevonden. Door de korte ontwikkel-cycli bij entertainmentbedrijven vonden de kennistransferprojecten uiteindelijk vooral plaats bij bedrijven in de serious gamingindustrie en enabling technology.

GATE heeft eraan bijgedragen dat Nederland internationaal wordt gezien als vooroplopend in (serious) gaming. Het succes van GATE heeft ertoe geleid dat na het afschaffen van het FES-fonds en de invoering van de topsectoren, het innovatie-netwerk Gaming een plaats heeft gevonden in de topsector Creatieve Industrie. Gaming in Nederland is op weg een nationaal icoon te worden." (Voor meer informatie: <http://gate.gameresearch.nl>)



2008



Business of Design Week - Fasion Soirée, Hong Kong, 10 december 2008 - “On behalf of the Dutch Ministry of Economic Affairs, the Dutch Fashion Foundation and Modint Export will present an exclusive salon program in Hong Kong with a selection of fashion labels representing a broad cross-section of Dutch fashion. The Dutch Fashion Soirée is a highlight event of the Open Minds program, the Dutch representation at the Hong Kong Business of Design Week. On Wednesday December 10 fashion designers Bas Kosters, Hans Ubbink, Mada van Gaans, Monique Collignon, Van Markovic, Catta Donkersloot and Claes Iversen will present their latest collections at the exclusive restaurant SEVVA, located in the prime heart of the city overlooking the Hong Kong skyline.” <http://www.dutchfashionfoundation.com/images/contribute/Pressrelease-DutchFashionSoireein-HongKong.pdf>. Met dank aan Dol Soon Mulder, RVO.nl.

HET LEGGEN VAN EEN NIEUWE FUNDERING

BUSINESS OF DESIGN WEEK

In Hong Kong werd tijdens de Business of Design Week in het najaar van 2008 met honderden sleutelfiguren uit de Nederlandse creatieve industrie, met name op het gebied van design, mode en architectuur, gesproken over gezamenlijke toekomstambities. Deze bijeenkomsten aan de andere kant van de wereld hebben de basis gelegd voor het FES-programma CRISP, evenals voor het internationaliseringsprogramma Dutch Design, Fashion and Architecture.

Bijdrage van Jasper Kraaijenveld,
voormalig ministerie EZ en Branchevereniging
van Nederlandse Architectenbureaus (BNA),
11 maart 2014

“Dutch Design

De Business of Design Week in Hong Kong is het grootste jaarlijkse evenement in Azië op het gebied van design, innovatie en merken. Tijdens een economische missie naar China kreeg voormalig staatssecretaris van Economische Zaken Karien van Gennip het verzoek of Nederland in 2008 partnerland wilde worden. Dit vanwege de internationale reputatie van de Dutch Design Week. Er bleek bij een rondgang in de creatieve industrie voldoende interesse. Het thema van de Nederlandse bijdrage werd Open Minds.

NEDERLAND
PARTNERLAND
BUSINESS OF
DESIGN WEEK,
HONG KONG 2008

Grote delegatie

Ons land vaardigde onder leiding van de toenmalige staatssecretaris van Economische Zaken, Frank Heemskerk, een zeer grote delegatie af van enkele honderden deelnemers. Tijdens de Design Week gaven internationaal vooraanstaande creatieve ondernemers uit Nederland als Rem Koolhaas, Marcel Wanders en Marlies Dekkers een keynote speech voor een bomvolle zaal. In parallelle programma's gaven Nederlandse creatieve ondernemers presentaties. Daarnaast werden er matchmaking afspraken gemaakt tussen creatieve bedrijven, potentiële opdrachtgevers en/of producenten.

Creative Industry Scientific Programme (CRISP)

De aanwezigheid op een groot internationaal event zorgde voor een zeker besef dat er ondanks de verschillen tussen de creatieve disciplines toch ook veel overeenkomsten zijn. Tijdens de missie werd enkele vertegenwoordigers gevraagd of er animo was om als 'creatieve industrie' een gezamenlijk innovatieprogramma op te stellen. Hier werd positief op gereageerd en dit heeft uiteindelijk geleid tot CRISP, dat zich focust op de ontwikkeling van intelligente Product Service Systems met een optimale user experience."

CLUB VAN TWAALF

In Amsterdam hebben twaalf vooraanstaande creatieve ondernemers het initiatief genomen om met elkaar te brainstormen over de creatieve industrie en hoe deze tot grotere (internationale) hoogte te brengen. Dit waren gerenommeerde creatieve ondernemers die internationaal naam en faam hadden. Toenmalig premier Balkenende, toen tevens voorzitter van het Innovatieplatform, bracht hen een werkbezoek. Dit werd later ook door de commissie Scheepbouwer opgepakt. Daarover meer in de volgende paragrafen. Dit geluid heeft zeker bijgedragen aan de beeldvorming rond de creatieve industrie, hoewel de Club van Twaalf verder geen (publieke) navolging meer heeft gehad. Wel zijn hieruit verschillende initiatieven voortgekomen zoals het instituut voor creatief leiderschap THNK in Amsterdam.

SERVICE INNOVATION & ICT

In nauwe samenwerking met het voormalige Telematica Instituut (nu Novay) en het Holland Financial Centre heeft IIP/Create in 2008 en 2009 de basis gelegd voor het dienstendienstinnovatieprogramma voor de creatieve en financiële sector, genaamd 'Service Innovation & ICT', afgekort SII. Dit tiende

en laatste van alle innovatieprogramma's is formeel pas begin 2010 gestart en al medio 2011 voortijdig stopgezet als gevolg van het nieuwe topsectorenbeleid dat door de toenmalige minister van EZ Verhagen werd ingezet. Het SII-innovatieprogramma was in twee delen opgeknipt, waarbij voor het eerste deel 12,5 miljoen euro was gereserveerd.

INNOVATIE- PROGRAMMA SERVICE INNOVATION & ICT

Bijdrage van Carlien Roodink,
voormalig directeur SII, 14 mei 2014

"De oorsprong van het innovatieprogramma Service Innovation & ICT ligt eind 2007. Het Telematica Instituut (inmiddels Novay geheten) nam toen het voortouw om onder andere met IIP/Create en het Holland Financial Centre in gesprek te raken over het onderwerp diensteninnovatie. Uiteindelijk zijn het deze drie partijen geweest die als kwartiermakers het programma SII hebben geïnitieerd.

Terugkijkend hadden we het tij niet mee als het gaat om continuïteit in overheidsbeleid. Na een lange en moeizame voorbereiding, die leidde tot de lancering van het programma begin 2010, viel al vrij snel het kabinet. Niet veel later werd duidelijk dat het instrument 'innovatieprogramma' door nieuwe beleidsinstrumenten zou worden vervangen. Maar ook zonder de wijzigingen in het kabinetsbeleid denk ik dat het programma een moeizaam bestaan zou hebben gehad. Met de kennis van nu is het mij duidelijk dat vrijwel door overheid geïnitieerd innovatiebeleid niet geschikt is om diensteninnovatie significant te versnellen. Onderzoek en ontwikkeling gaan vrijwel gelijk op met het realiseren van (bèta)versies van nieuwe diensten waaraan continu gewerkt wordt. Deze manier van werken sluit gewoon niet aan op de cycli van toekennen van overheidsmiddelen en de verantwoording daarover.

Inhoudelijk zaten we op het goede spoor. Al vanaf het prille begin stond het project Virtual Creative Collaborative Platform (VCCP) hoog op de agenda. Er was consensus over het feit dat een generieke infrastructurele voorziening, een platform, de basis zou moeten vormen voor de ontwikkeling van allerlei nieuwe diensten. Dat lijkt nu een open deur, maar in 2007 moest de iPhone met zijn apps nog op de markt komen en de Nederlandse versie van Facebook was nog niet gelanceerd. We vonden het ook belangrijk dat de bouwstoffen voor het realiseren van nieuwe diensten, bijvoorbeeld allerlei data, op generieke wijze beschikbaar zouden komen. We hadden het dus eigenlijk over Open Data, een onderwerp dat inmiddels in elke grote overheidsorganisatie wel op de agenda staat.



Service Innovation and ICT: people driven, ICT empowered - Met dank aan Fred Kappetijn en Carlien Roodink

Het project VCCP werd als snel omgedoopt tot Nederland Open Data en we hebben een belangrijke bijdrage geleverd aan de eerste App-contest in Nederland, namelijk Apps for Amsterdam. Hackathons om organisaties te bewegen om hun data open te stellen en open API's te realiseren om die data te ontsluiten zodat ontwikkelaars apps kunnen bouwen, hebben inmiddels in elke grote stad wel plaatsgevonden. Ook zonder het programma SII was dit fenomeen zonder twijfel vanuit Amerika komen overwaaien.

Naast Open Data stonden zaken als micropayments en e-identity hoog op de prioriteitenlijst. Daar zijn we niet aan toegekomen omdat het programma SII al vrij snel moest worden beëindigd. Met micropayments hadden we ons met name willen richten op het ontwikkelen van efficiënte betaalmethoden voor online content. Op dit terrein zien we dat de markt behoorlijk in beweging is, denk bijvoorbeeld aan Blendle. E-identity is nog steeds een prominent onderwerp dat niet echt van de grond lijkt te komen.

Als ik terugblik op de gesprekken met het ministerie van EZ dan herinner ik me vooral dat zij de technologische component van diensteninnovatie met financiële middelen wilde ondersteunen. Onze inzet om juist ook te kijken naar achterliggende verdienmodellen en aspecten als user design en co-creatie werd niet echt begrepen. Ik ben er echter nog steeds van overtuigd dat dit de belangrijkste factoren zijn voor succesvolle diensteninnovaties."

NEDERLAND ALS HÉT EUROPESE CENTRUM VOOR SLIMME INFORMATIE- EN MEDIADIENSTEN?

"Geen papieren rekeningen of acceptgiro's meer in de brievenbus, maar voortaan alles netjes digitaal bezorgd in de mailbox. Dit is een van de vele aspecten waar het nieuwe innovatieprogramma Service Innovation & ICT van het ministerie van Economische Zaken zich op gaat richten. Minister Maria van der Hoeven (EZ) gaf vandaag het officiële startsein voor dit programma. De overheid stelt voor dit nieuwe innovatieprogramma tot en met 2011 12,5 miljoen euro beschikbaar.

Doel van dit nieuwe innovatieprogramma is om van Nederland hét Europees centrum voor slimme informatie- en mediadiensten te maken en dat Nederland het Europees kenniscentrum wordt voor de financiële logistiek (financial logistics). Voorbeelden zijn e-betaling, e-facturering en andere diensten die het mogelijk maken om veiliger, sneller en eenvoudiger informatie via verschillende media en communicatiesystemen te delen."⁶⁰

Het SII-innovatieprogramma heeft met het vroegtijdig stopzetten nooit echt tot wasdom kunnen komen. Enigszins wrang was dat rond dezelfde tijd in Brussel een Europees programma op dit gebied werd gestart en dat door de Adviesraad voor Wetenschap, Technologie en Innovatie vlak na het stopzetten van SII een verkenning over diensteninnovatie werd geïnitieerd. Enerzijds werd het belang van diensteninnovatie dus wel degelijk onderkend, anderzijds bleek de praktijk van het innovatiebeleid weerbarstig waardoor belangrijke delen van de ambities in het water zijn gevallen. Binnen de topsector Creatieve Industrie komt diensteninnovatie terug, weliswaar gefragmenteerd.

2009

DUTCH
CIVIL
ENGINEERING
INDUSTRIAL
Programma

Aanstaande

Herinnering aan Gastheer Cees de Bont decaan Faculteit Bouwkunde en
Gedachten aan Mevr. Hedy d'Ancona voorzitter Federatie DUTCH

Federatie Dutch Creative Industries - "Op maandag 28 maart heeft de voorzitter van de Federatie Dutch Creative Industries Hedy d'Ancona het 'Creatief Manifest' van de Federatie aangeboden aan Victor van der Chijs, trekker van het Topgebied Creatieve Industrie. De Federatie komt in dit Manifest met 10 actiepunten waar het belang en de rol van de creatieve industrie zelf centraal staan. De wens tot een betere inzet van de creatieve bedrijven, ook door de overheid, is de belangrijkste strekking van de boodschap van het 'Creatief Manifest'." <http://dutchcreativeindustries.nl/creatif-manifest-2011/>. Met dank aan Gerbrand Bas, FDCI.

DE GELE KAART, DE FEDERATIE EN EEN INTERNATIONALISERINGS- PROGRAMMA

De Voortgangscommissie Sleutelgebieden onder voorzitterschap van voormalig KPN-topman Ad Scheepbouwer deelde in februari 2009 een gele kaart uit aan de creatieve industrie als sleutelgebied. Deze commissie Scheepbouwer evalueerde de sleutelgebiedenaanpak en gaf een advies over de continuïteit hiervan:

GELE KAART ALS WAARSCHUWING

"Het Sleutelgebied Creatieve Industrie laat na vier jaar nog nauwelijks verbeteringen in de zelforganisatie en planvorming zien. Er zijn nog geen gezamenlijke acties uitgevoerd. Dit Sleutelgebied krijgt van de Voortgangscommissie een 'gele kaart' met het advies om begin 2010 voortgang bereikt te hebben op 1) het vergroten van de zelforganisatie binnen de subclusters en 2) de concrete uitvoering van clusterplannen."

"De organisatiestructuur in het Sleutelgebied Creatieve Industrie is nauwelijks ontwikkeld na ruim vier jaar. Er zijn twee overlegorganen: Bij IIP/Create zijn zestig tot honderd bedrijven en kennisinstellingen betrokken, die gezamenlijk in november 2008 een voorstel voor een innovatieprogramma hebben ingediend.

De Club van Twaalf is een groep van twaalf creatieve ondernemers, die regelmatig brainstormt over ideeën die de creatieve industrie in Amsterdam kunnen helpen. Deze initiatieven zijn marginaal. De collectieve betrokkenheid in de sector is afwezig. In slechts enkele delen van de sector zijn de eerste stappen van zelf-organisatie waarneembaar. De sector moet zich nog in 2009 organiseren om te voorkomen dat zij conform het oordeel van de Voortgangscommissie het recht op de status van Sleutelgebied verliest."⁶¹

Uit bovenstaand citaat valt overigens ook te lezen dat de commissie een niet compleet en even juist beeld had van de organisatiegraad van de creatieve industrie. Naast IIP/Create en de Club van Twaalf waren er in 2009 al diverse andere nationale initiatieven, zoals GATE gaande, alsmede de ontwikkeling van het diensteninnovatieprogramma SII. Ook lokaal en regionaal was er het nodige gebeurd in vergelijking met 2004. Desalniettemin droeg de gele kaart wel bij aan een gevoel van urgentie en noodzaak (nog verder) over de eigen bastions heen te kijken en samen te werken.

FEDERATIE DUTCH CREATIVE INDUSTRIES

In 2009 is de Federatie Dutch Creative Industries ontstaan. De Federatie is een koepel voor acht branche-organisaties van onderdelen binnen de creatieve industrie: de Branche-vereniging van Nederlandse Architectenbureaus (BNA), Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO), Beroepsvereniging van Nederlandse Interieurarchitecten (BNI), Dutch Games Association (DGA), Ondernemersorganisatie voor mode, interieur, tapijt en textiel (MODINT), Vereniging van communicatie adviesbureaus (VEA), de FotografenFederatie (tegenwoordig Dutch Photographers, DuPho) en het Platform Internetbureaus Nederland (PIBN, tegenwoordig Dutch Digital Agencies, DDA). Daarmee behartigt de Federatie de belangen van zo'n 6.000 leden en 2.500 bedrijven.

Door de krachten van de verschillende brancheorganisatie te bundelen wordt met één stem lobby gevoerd, worden de gezamenlijke belangen behartigd en worden kennisuitwisseling en cross-overs gestimuleerd. De Federatie Dutch Creative Industries heeft begin 2013 een publicatie over cross-overs uitgebracht, in samenwerking met Syntens, PICNIC, het Stimuleringsfonds en TKI CLICKNL.

FEDERATIE DUTCH CREATIVE INDUSTRIES

"Een wake-upcall was het eigenlijk, die inmiddels beruchte gele kaart die KPN-topman Ad Scheepbouwer in mei 2009 uitdeelde aan de creatieve industrie. Want pas na de evaluatie van het sleutelgebiedenbeleid van het kabinet Balkenende werd de creatieve industrie zich bewust van haar sleutelpositie. Scheepbouwer toen: 'Het momentum van 2004 is al grotendeels verloren gegaan.' Of korter: niets mee te beginnen, met die creatieven. De reflex om in de verdediging te gaan kon worden onderdrukt en al een half jaar later was de als koepel voor de creatieve zakelijke dienstverlening bedoelde Federatie Dutch Creative Industries een feit.

Stichtende leden waren de branche- en beroepsorganisaties BNA, BNO, BNI, DGA en MODINT en als snel sloten ook de VEA, de FotografenFederatie en PIBN zich bij de Federatie aan. Onder voorzitterschap van voormalig OCW-minister Hedy d'Ancona werd een lobby ingezet waarbij het Creatief Manifest, dat in maart 2011 werd overhandigd aan 'creatief boegbeeld' Victor van der Chijs, tot uitgangspunt diende. Want inmiddels was de creatieve industrie uitgeroepen tot een van de negen kansrijke topsectoren met elk een topteam als schakel tussen de sector en de overheid. In 2014 kan worden geconstateerd dat de meeste van de tien punten van dit manifest met of door de Federatie konden worden gerealiseerd. Een aantal daarvan zoals door het onafhankelijke adviesorgaan gepresenteerde council (Dutch Creative Council) moet nog verder vorm krijgen, maar ondertussen is de Federatie de enige georganiseerde gesprekspartner in de creatieve industrie.

De Federatie Dutch Creative Industries vertegenwoordigt nu 8 branche- en beroepsorganisaties met in totaal meer dan 6.000 individuele leden en bijna 2.500 creatieve bedrijven met een gezamenlijke bijdrage aan het bruto nationaal product van ruim 11 miljard euro.

De Federatie is ontstaan door de inzet van twee mensen, Rob Huisman (toenmalig directeur van de BNO) en Gerbrand Bas (directeur van Designlink) die van mening waren dat de sector alleen via krachtenbundeling een geloofwaardige gesprekspartner zou kunnen worden en blijven. Er was vervolgens overigens niet veel tijd nodig om andere beroeps- en brancheorganisaties van dit belang te overtuigen.

De aanvankelijke betrokkenheid van Pakhuis de Zwijger maar ook de daaropvolgende gastvrijheid van de BNO bleek de positionering van de Federatie nadelig te beïnvloeden. Kansen werden en worden nog steeds gemist bij de uitvoering van verschillende maatregelen en bijvoorbeeld de uitvoering van de internationaliseringstrategie. Niet in het bijzonder voor de Federatie maar in het algemeen geldt dat de creatieve industrie zich te veel laat dwingen in opgelegde structuren waardoor het momentum verloren gaat en de geloofwaardigheid naar de achterban in het geding raakt.

Belangrijk en misschien zelfs wel doorslaggevend, was de bereidheid van de geëngageerde voormalige minister Hedy d'Ancona om het voorzitterschap op zich te nemen. Hierdoor kon niet alleen weinig productieve interne discussie worden voorkomen, maar kon de Federatie ook gebruik maken van haar enorme bestuurlijke ervaring en netwerk bij het realiseren van haar doelstellingen.

Desondanks en ondanks de betrokkenheid van een lobbyist, speelde de Federatie geen rol van betekenis bij het samenstellen van het topteam en het aanstellen van het boegbeeld. De daaruit voortvloeiende frustratie beïnvloedde de relatie tussen het topteam en de Federatie tot het aftreden van Victor van der Chijs eind 2013 in nadelige zin.

Daar tegenover staat dat Federatie aanzienlijk aan invloed had kunnen winnen als de leden zich niet alleen in woord hadden gecommitteerd, maar ook door middel van een substantiële contributie en als een klein apparaat had kunnen worden ingericht. Maar zelfs schaalvoordeel door middel van een gezamenlijke huisvesting bleek voor de meesten van hen een brug te ver. Inmiddels staat voor een aantal van de leden het water aan de lippen en lijkt een nauwere samenwerking op korte termijn zelfs onontkoombaar.

Ruim vier en een half jaar na haar oprichting vervult de Federatie eerder een dienstbare dan een initiërende rol, maar is tegelijkertijd moeilijk meer weg te denken als een loyale, betrouwbare en representatieve partner. Op den duur zal de Federatie de enige constante factor blijken te zijn in het steeds weer wisselende krachtenveld van oude en nieuwe politiek en nieuwe en verdwijnende organisaties. Invloed zal de Federatie pas krijgen als ze de belangen van de sector via een efficiënte lobby weet te vertalen in beleidsvoorstellen en beleid. Daarvoor zijn behalve de bundeling van kennis en ervaring ook veel meer middelen nodig. Kansen liggen er ook buiten Nederland waar tegen deze ongebruikelijke combinatie van disciplines jaloers wordt aangekeken."

DUTCH DESIGN, FASHION AND ARCHITECTURE

Dutch Design, Fashion and Architecture, is sinds 2009 de gezamenlijke beleidsmatige activiteit geweest van de departementen EZ, OCW en Buitenlandse Zaken om internationalisering van de creatieve industrie te stimuleren. Dit impulsprogramma met een omvang van 12 miljoen euro was primair gericht op de focuslanden China, India, Duitsland en Turkije. Met ingang van 2013 is deze internationalisingsactiviteit opgegaan in het Stimuleringsfonds, waarover verderop in dit boek meer.

TWEEDE BRIEF CULTUUR EN ECONOMIE

Als aansluitend beleidsprogramma op de eerste brief Cultuur en Economie in 2005 is in 2009 een nieuwe Tweede Kamerbrief 'Cultuur en Economie' uitgebracht met daarin zes actielijnen voor de periode 2009-2013. Dit is mede het resultaat geweest van de motie Van der Ham c.s. waarin de Tweede Kamer werd opgeroepen initiatieven van de creatieve industrie niet te beëindigen.

De zes actielijnen, die een aanscherping zijn van de vijf actielijnen uit de Tweede Kamerbrief van 2005, zijn de volgende:

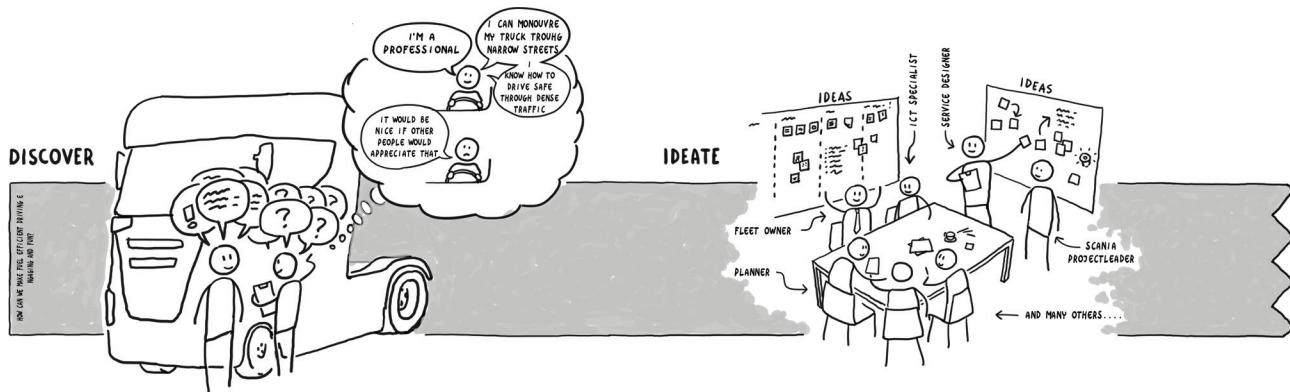
1. Opstellen van een strategische agenda voor en door de creatieve industrie;
2. Verbeteren van de kennis over en de benutting van intellectuele eigendomsrechten;
3. Stimuleren van onderzoek, onderwijs en ondernemerschap;
4. Vergroten van de internationale oriëntatie en verbeteren van de toegang tot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

Fashion - Mode biennale Arnhem 2011
https://nl.wikipedia.org/wiki/Arnhem_Mode_Bi%C3%ABnnale. Fotograaf: Gerbrand Bas.

TOOLBOX OF INSTRUMENTS

"Over the years the DutchDFA programme developed a 'toolbox' of specific instruments for the creative industry. Multidisciplinary, themed travelling exhibitions such as 'Connecting Concepts', initiated by Premsela, provided platforms for international dialogue as well as a basis for scripted trade missions. Matchmaking projects like those initiated by the Netherlands Architecture Institute in China and India established joint models of collaboration for tackling urgent local issues. The Dutch Design Workspaces & Desks helped facilitate the process of doing business in the focus countries while the popular Dutch Profiles video interviews offered valuable, visual insights into the designers' processes and thinking."⁶²

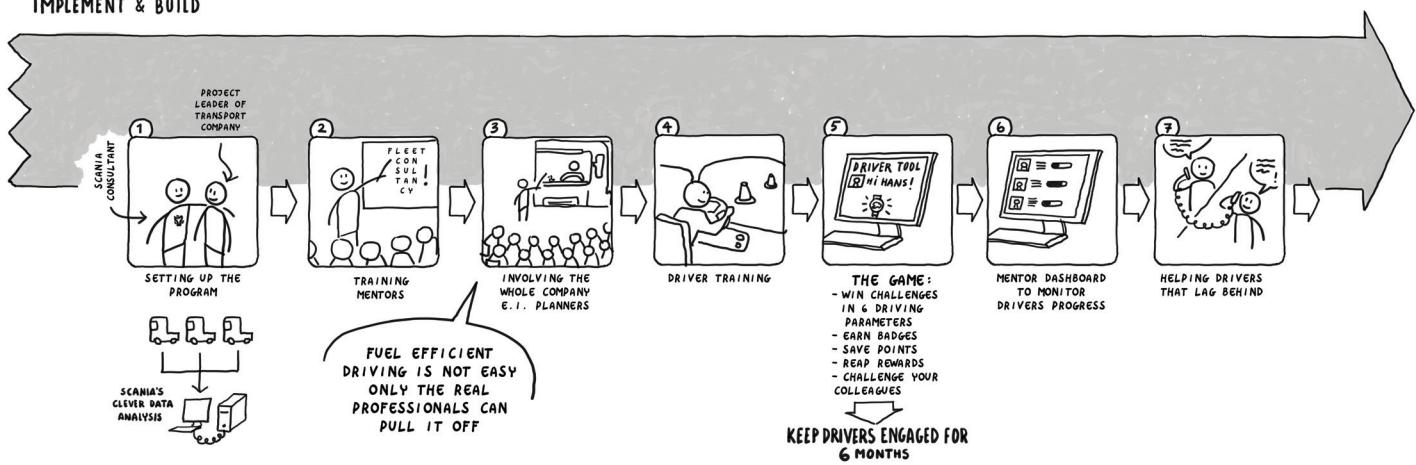




2010

HOW SERVICE DESIGN AND GAMIFICATION HELPED TRUCKDRIVERS TO MAKE FUEL EFFICIENT DRIVING A HABIT (SAVING THOUSANDS OF LITERS OF FUEL, DAY IN DAY OUT)

IMPLEMENT & BUILD



Service Design in de praktijk - “How service design and gamification helped truck drivers to make fuel efficient driving a habit saving thousands liters off fuel, day in, day out.” Een project van Ideate, Scania en CGI. Met dank aan Onno van de Veen, Zeeno.

WAARDE VAN CREATIE

Na de ontwikkeling van het diensteninnovatieprogramma SII is in nauwe afstemming met het ministerie van EZ sinds medio 2009 en 2010 gewerkt aan de ontwikkeling van een innovatieprogramma voor de breedte van de creatieve industrie. Dit innovatieprogrammavoorstel Waarde van Creatie is op 14 oktober 2010 in de Strategische Adviescommissie, onder voorzitterschap van Alexander Rinnooy Kan, besproken en van een positief advies voorzien. Echter met het aantreden, diezelfde dag(!), van het kabinet Rutte I en het nieuwe topsectorenbeleid wat werd ingezet, is het innovatieprogrammavoorstel Waarde van Creatie nooit van de grond gekomen.

Een gideonsbende onder leiding van Geleyn Meijer met de vooruitstrevende actoren uit de verschillende eerdere initiatieven had in korte tijd een programmavoorstel uitgewerkt. Dit programmavoorstel richtte zich op het creëren van een volwassen industrietak die zowel een eigen onderzoeks- en innovatiecultuur kent als een model om de sociaal-economische waarde van de creatieve professie vast te stellen.

Zoals de naam al suggereert was de kern van dit programma dat de creatieve industrie waarde toevoegt aan andere maatschappelijke en economische domeinen. Het innovatieprogrammavoorstel was opgebouwd langs twee hoofdlijnen: projecten en flankerende activiteiten om de met projecten opgebouwde kennis te verduurzamen. Binnen de beoogde projecten werd een onderscheid gemaakt naar pilotprojecten, kickstartprojecten en opschalingsprojecten. De flankerende activiteiten zouden worden gericht op zelf-organisatie (ontwikkeling samenwerkingsverbanden), creatief leiderschap, kennisontwikkeling (o.a. in relatie tot creative thinking) en financiële en fiscale condities. Een deel van deze ambities is teruggekomen in de latere topsector Creatieve Industrie.

Bijdrage van Ruurd Priester,
voormalig directeur strategie DigitasLBi
en research fellow HvA, 8 april 2014

"Het idee achter het Waarde van Creatie-programma was om de strategische bijdrage van de creatieve industrie aan de bv Nederland krachtig te stimuleren. Met een duidelijk doel: In 2018 bij de top 3 van de meest creatieve economieën ter wereld horen.

Dat zou je kunnen proberen door onze creatieve toppers te helpen en ze nog meer in de schijnwerpers te zetten. Die hoogvliegers hebben echter doorgaans weinig hulp nodig en krijgen al veel aandacht, daar zijn het hoogvliegers voor. De andere aanpak is de creatieve industrie in bredere zin meer laten renderen op haar unieke kwaliteiten en potentie. Dit impliceert onderzoeken wat er nou zo eigen is aan de benadering van succesvolle creatieve bedrijven en daar doelgericht en via nieuwe samenwerkingen op kapitaliseren. Dit is de route waar Waarde van Creatie voor koos.

Het programma kende op hoofdlijnen twee sporen. In het eerste spoor zouden projecten worden uitgevoerd waar creatieve bedrijven een strategische rol in spelen. Dit betekent dat partijen en specialisten op het gebied van business, technologie en creativiteit vanaf de start gelijkwaardig en intensief samenwerken, met volop ruimte voor een benadering die kenmerkend is voor creatieve bedrijven: mensgericht, met verbeelding, integraal, interdisciplinair, iteratief en afwisselend divergerend en convergerend. Een aanpak die we in het programma creative thinking zullen gaan noemen. Het doel van deze projecten was zichtbare successen creëren en daarvan leren, om die kennis vervolgens steeds beter en breder toegankelijk te maken. Dit projectenspoor vormde de motor van het programma en zou driekwart van het programmabudget beslaan.

WAARDE VAN CREATIE- PROGRAMMA VOOR DE CREATIEVE INDUSTRIE

Naast deze projecten waren er 'flankerende activiteiten' gepland. Deze waren bedoeld ter ondersteuning van de projecten, om specifieke knelpunten voor de creatieve industrie op te heffen en om te verduurzamen. De belangrijkste thema's die we hadden geïdentificeerd waren zelforganisatie/samenwerkingsverbanden, creatief leiderschap (Dutch Creative Council), kennisontwikkeling (creative thinking) en financiële en fiscale condities (beoordelingsmodellen en fiscale instrumenten). Rond deze thema's zou zoveel mogelijk worden aangesloten op bestaande best practices. De flankerende activiteiten zouden een kwart van het programmabudget beslaan.

Een grote groep representanten van de creatieve industrie heeft een jaar lang hard aan het plan gewerkt. Overwegend waren dit mensen uit het creatieve MKB. Ze werden min of meer gedwongen hun bijdrage te leveren binnen de processen en aansturing van EZ en AgentschapNL; een benadering die stuurt op controle, lineair is ingericht en eigenlijk in bijna alles haaks staat op creative thinking. Het is dan ook niet vreemd dat dit leidde tot een heuse clash of cultures. In dat licht is het een compliment voor zowel de creatieve industrie als de overheid dat het plan überhaupt de eindstreep heeft gehaald. De goede wil die daaruit blijkt mag hoop geven op een toekomst waarin creative thinking en 'verlicht opdrachtgeverschap' elkaar vanzelfsprekend ontmoeten. Met behoud overigens van de gezonde frictie die een goed creatief proces altijd nodig heeft.

Op 14 oktober 2010 stond premier Rutte met zijn nieuwe kabinet op het bordes. Letterlijk op diezelfde dag presenteerden we ons plan aan de Strategische Adviescommissie onder leiding van Alexander Rinnooy Kan. We kregen een positief advies, maar wisten eigenlijk al dat een nieuw kabinet een nieuw plan zou willen."



CRISP - "CRISP Smart Textile Services is about the development of successful methods, platforms, guiding principles and the business models required to understand the multi-disciplinary opportunities and challenges of creating Smart Textile Product Service Systems". <http://www.crisp-platform.nl/smart-textile-services/smart-textile-services>. The four pictures represent the Textales Dream Bear edition. Developed by: Kristi Kuusk, TU/e, Johan van den Acker Textielfabriek, Unito40 and Kerstin Zabransky. Photography: Katrina Tang, 2015; Models: Linda, Nete, Airon and Taavi.

FES CRISP EN FES COMMIT

Vanuit het Fonds Economische Structuurversterking (FES) zijn onder meer grootschalige onderzoeksprogramma's gefinancierd. Drie van deze programma's raken in sterke mate aan de creatieve industrie. Eerder was in 2007 het FES-programma GATE, op het gebied van games en ICT opgezet. In 2011 zijn de FES-programma's CRISP op het gebied van design en FES COMMIT voor ICT-onderzoek gestart. Met deze programma's is een belangrijk fundament gelegd voor structureel onderzoek in de creatieve industrie.

FES CRISP

Het FES-programma Creative Industry Scientific Programme (CRISP) startte formeel in het voorjaar van 2011 met een looptijd tot medio 2015. CRISP was gericht op de ontwikkeling van product-servicessystemen en het genereren van kennis en methoden daarbij. In 2013 heeft CRISP een eigen magazine uitgebracht, waarvan de eerste editie de titel had: *Don't you design chairs anymore?* De naam is illustratief voor de veranderende rol van design naar het ontwikkelen van complexe product-servicessystemen. Een belangrijke kiem van de oorsprong van dit programma was de eerder

beschreven Business of Design Week in Hong Kong in 2008. Een eerste, nog te open, programmavoorstel haalde het niet, na consultaties bij het Centraal Planbureau en de toenmalige Commissie van Wijzen welke alle FES-voorstelen toetste. Het tweede voorstel CRISP was meer inhoudelijk gefocust en kon bogen op een wetenschappelijk fundamenteel. Cees de Bont heeft hier een cruciale rol gespeeld.

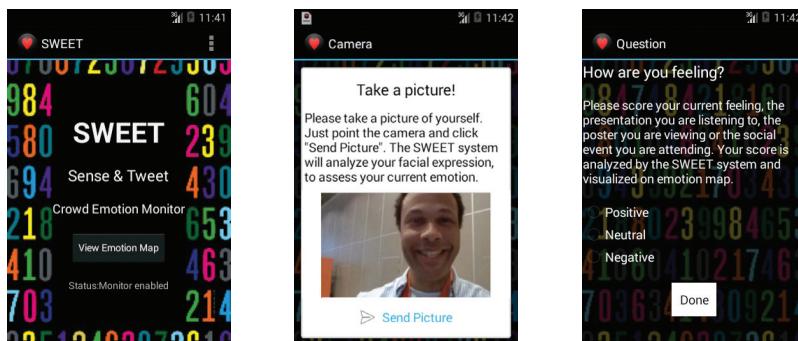
CRISP

*"The Creative Industry Scientific Programme will develop a knowledge infrastructure that will consolidate its leadership position as pioneer research programme within the Dutch Design Sector and Creative Industries and will stimulate its continuing growth. CRISP focuses on the development of Product Service Systems and on generating and disseminating the knowledge, tools and methods that are needed to design complex combinations of intelligent products and services with a highly effective user experience."*⁶³

FES COMMIT

Het FES COMMIT-programma is mede tot stand gekomen dankzij het voormalige ICTRegie-orgaan dat een belangrijke rol heeft gespeeld in de lobby om middelen uit het Fonds Economische Structuurversterking te laten reserveren voor ICT-onderzoek en -innovatie. COMMIT staat voor: "*a public-private research community solving grand challenges in information and communication science shaping tomorrow's society*"⁶⁴.

COMMIT richt zich op onderzoek waarbij ICT een cruciale rol speelt bij het ontwikkelen van maatschappelijke uitdagingen en lijkt daarmee in de kern mogelijk minder relevant voor de creatieve industrie. Niets is minder waar. De meerderheid van de zestien projecten uit het programma raakt direct aan de creatieve industrie omdat de verwerking van data uit sociale netwerken, sensoren en de interpretatie daarvan aan de basis staan van succesvolle toepassingen zoals in de muziekindustrie of gezondheidszorg. Digitale kennis en kunde is niet weg te denken uit de creatieve industrie.



Crowd Emotion Monitor - SWEET, which was developed in the context of COMMIT, is a software tool combining state-of-the-art sensing, event processing, reasoning and data communication technologies. The result of this development is a Crowd Emotion Monitor, an application that is able to assess the behavior and emotion of groups of people and relay that information to stakeholders. Met dank aan Noldus Information Technology.

Het programma, onder leiding van Arnold Smeulders, heeft in oktober 2014 met een evenement met ruim vijftig demonstraties, laten zien dat academisch onderzoek en creatieve industrie uitstekend samen kunnen gaan. Ook de geboorte van dit FES-programma is overigens geen sinecure geweest. Iets wat met een succesvol programma snel vergeten wordt, maar te meer laat zien dat de investeringen met de FES-middelen veel hebben opgeleverd en om structurele opvolging vragen.

VAN SLEUTEL- GEBIED TOT TOPSECTOR

Met het voortijdig vallen van het derde kabinet Balkenende en het aantreden van het eerste kabinet Rutte op 14 oktober 2010 heeft begin 2011 het topsectorenbeleid haar intrede gedaan in de persoon van toenmalig minister Verhagen van EZ. Dit deel schetst de ontwikkeling van het ontstaan van de topsector Creatieve Industrie en het Topconsortium voor Kennis en Innovatie CLICKNL, afgekort TKI CLICKNL.



2011

De Ceuvel - “De Ceuvel is a planned workplace for creative and social enterprises adjacent to the van Hasselt kanaal off the river IJ in Amsterdam North. The former industrial plot will be turned into the most unique and sustainable urban developments in Europe. The site, which is now heavily polluted, will feature imaginatively retrofitted houseboats placed around a winding bamboo walkway and surrounded by an undulating landscape of soil-cleaning plants. Each of the upgraded boats will house offices, ateliers, or workshops for creative and social enterprises. The plan also includes a public restaurant, Ceuvel Café, and a bed & breakfast.” <http://deceuvel.nl>. Fotograaf: Maarten Pedrol, Dutch Creative Residency Network.

TOPSECTOR, TOPTeam EN DUTCH CREATIVE COUNCIL

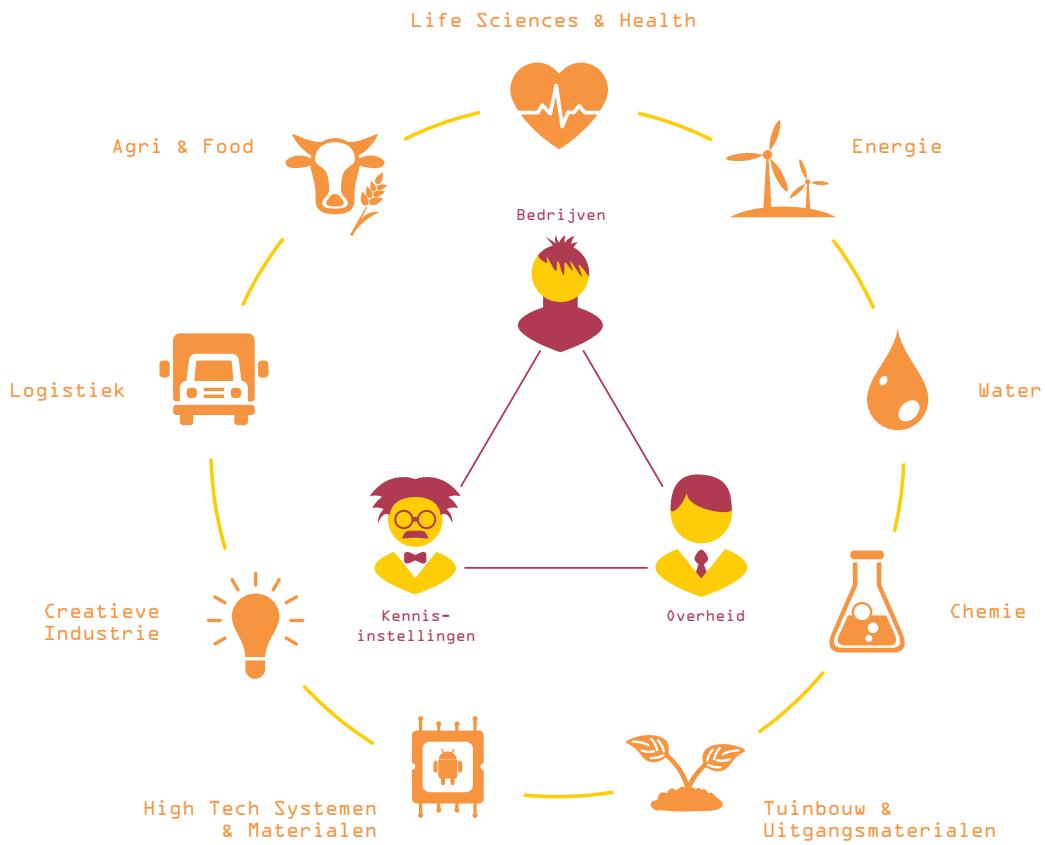
TOPSECTOREN

Het eerste kabinet Rutte heeft aan het begin van 2011 negen topsectoren benoemd om de Nederlandse economie te versterken en te stimuleren: Water, Agri & Food, Tuinbouw & Uitgangsmaterialen, High Tech Systemen en Materialen, Life Sciences & Health, Chemie, Energie, Logistiek en Creatieve Industrie. Elke topsector heeft een innovatiecontract afgesloten tussen overheden, bedrijfsleven en kennisinstellingen. Hierin worden per topsector afspraken vastgelegd over gezamenlijke investeringen en publiek-private samenwerking in onderzoek en ontwikkeling.

TOPTeam

Met het topsectorenbeleid zijn zogenaamde topteams benoemd door de minister van EZ die de verschillende topsectoren verder moesten organiseren en ontwikkelen.

NEGEN TOPSECTOREN TER VERSTERKING VAN DE NEDERLANDSE ECONOMIE



In elk topteam zit een vertegenwoordiger vanuit de overheid, grootbedrijf, MKB en wetenschap. De voorzitter van elk topteam neemt deel in het boegbeeldenoverleg dat wordt voorgezeten door de minister van EZ. De topteamen kennen een brede agenda, van human capital tot internationalisering en van randvoorwaarden voor financiering tot kennis en innovatie. Voor de topsector Creatieve Industrie is deze agenda nog aangevuld met cross-overs, de waarde van creatie. Op basis van de evaluatie door het topteam Creatieve Industrie over de periode 2011-2013 wordt hiernaast een update geschatst van de verschillende agenda-onderdelen⁶⁵.

Deze vijf agendaonderdelen van het topteam worden hieronder uitgewerkt. Het grootste agendaonderdeel Kennis en Innovatie wordt door TKI CLICKNL ingevuld.

Human capital

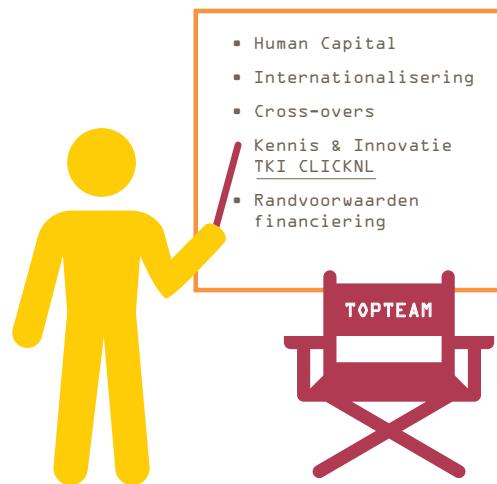
Bij dit agendaonderdeel is de ambitie om creatief talent zodanig op te kunnen leiden en faciliteren dat men tot de wereldtop kan behoren. Dat betekent onder meer creatief ondernemerschap onderwijzen en stimuleren, incubators voor creatief MKB opzetten en randvoorwaarden organiseren. Zo is in 2012 het platform HBO Creatieve industrie ingericht, zijn de afgelopen jaren drie creatieve industrie Centers of Expertise gestart en is in 2013 het techniekpact door de gezamenlijke topsectoren opgesteld. De creatieve industrie ontwikkelde in het verlengde van het techniekpact het domein Creative Technology. Ook wordt door de verschillende topsectoren steeds meer samengewerkt rond human capital, gegeven de gezamenlijke uitdagingen die veelal generiek zijn.

Internationalisering

Als focuslanden zijn in eerste instantie Brazilië, India, China en Turkije gekozen. Zo zijn er strategische missies geweest naar Brazilië (najaar 2012) en China (najaar 2013), waarbij ook samenwerking tussen creatief bedrijfsleven en kennisinstellingen tot stand is gekomen.

In 2014 was Nederland partnerland op de Hannover Messe in Duitsland. Daarnaast waren er in 2014 missies naar het South by Southwest festival (SXSW) in Austin (VS) en in Kaapstad (Zuid-Afrika).

AGENDA TOPTEAM CREATIEVE INDUSTRIE



CENTERS OF EXPERTISE

Om de centrale rol van het Hoger Beroeps Onderwijs en de daarmee verbonden lectoraten te steunen zijn Centers of Expertise ingesteld. De afgelopen jaren zijn drie van deze centra gestart op het gebied van de creatieve industrie: Center of Expertise voor de creatieve industrie 'U CREATE' in Utrecht, Center voor de creatieve industrie en ICT 'Amsterdam Creative Industries Network' in Amsterdam en Centre of Expertise 'Future Makers in Fashion & Design' in Arnhem. Daarnaast kunnen ook een aantal voor de creatieve industrie relevante centra voor innovatief vakmanschap worden onderscheiden.

In 2015 is opnieuw een delegatie naar SXSW afgereisd alsmede naar Gamescom in San Francisco (VS). Duitsland is voor de periode 2015-2016 als focusland gekozen. Hier wordt in diverse events geparticipeerd, van de München Design Week tot Hamburg waar mobiliteitsconcepten begin 2015 centraal stonden in het kader van de Stad van de toekomst.

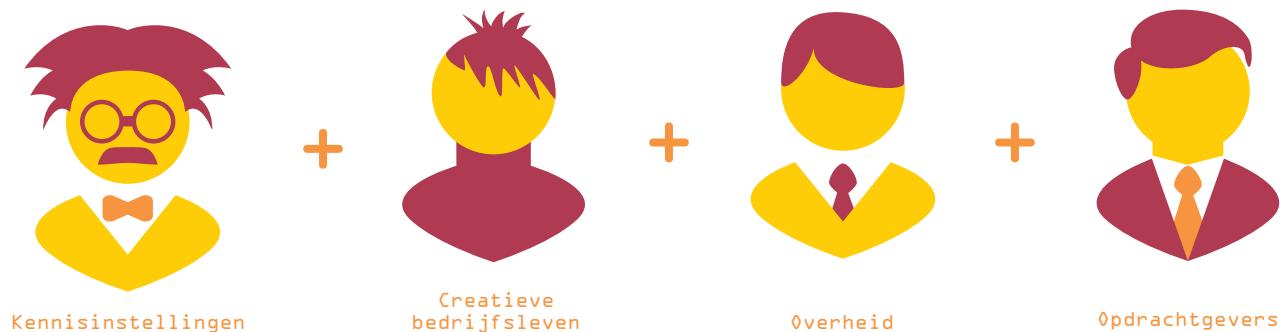
Verder bestaat er uitwisseling bijvoorbeeld Azië en Europa voor wat betreft de creatieve industrie. In het najaar van 2014 was Nederland gastland voor de zesde Asia-Europe Culture Ministers Meeting (ASEM), mede mogelijk gemaakt door de Asia-Europe Foundation (ASEF). Hier stond de creatieve industrie centraal, juist ook vanuit het groeiende inzicht dat de creatieve sector als motor voor banengroei en waardecreatie kan werken. De ASEM-top heeft geresulteerd in de publicatie Enabling Cross-Overs: *Good Practices in the Creative Industries*⁶⁶.

In het voorjaar van 2015 is een door de verderop in dit boek beschreven Creative Council en de Federatie Dutch Creative Industries een gezamenlijk portal gelanceerd: www.creativeholland.com. Daarnaast bestaan nog andere websites, zoals DAFNE, <http://www.dafne.com>, welke zich specifiek richten op dance, design, architectuur, fashion en entertainment. Dit initiatief bouwt voort op het eerdere internationaliseringssprogramma Dutch Design, Fashion and Architecture. Tot slot is de kennismigrantenregeling versoepeld voor innovatieve ondernemers buiten de EU om zich in Nederland te vestigen.

Op het gebied van internationalisering wordt door het top-team actief samengewerkt met de Federatie Dutch Creative Industries, het Stimuleringsfonds, Het Nieuwe Instituut en TKI CLICKNL. Voor CLICKNL is met name de kennis- en innovatiekant van internationalisering relevant. Daarnaast werkt CLICKNL met het topteam samen in een aantal bredere internationaliseringssactiviteiten. Denk aan de Hannover Messe en de München Design Week, die voor CLICKNL een waardevolle podium- en netwerkfunctie hebben.

IT TAKES 4 TO TANGO (IT4TT)

Het topteam en bestuur van CLICKNL hebben samen een taskforce It takes 4 to tango ingericht, vanuit de ambitie meer bedrijven en opdrachtgevers aan (onderzoek in) de creatieve industrie te binden. Ook vanuit de overtuiging dat naast overheid, kennisinstellingen en (creatief) bedrijfsleven, als vierde partij opdrachtgevers nodig zijn in het verder ontwikkelen van de sector.



Cross-overs

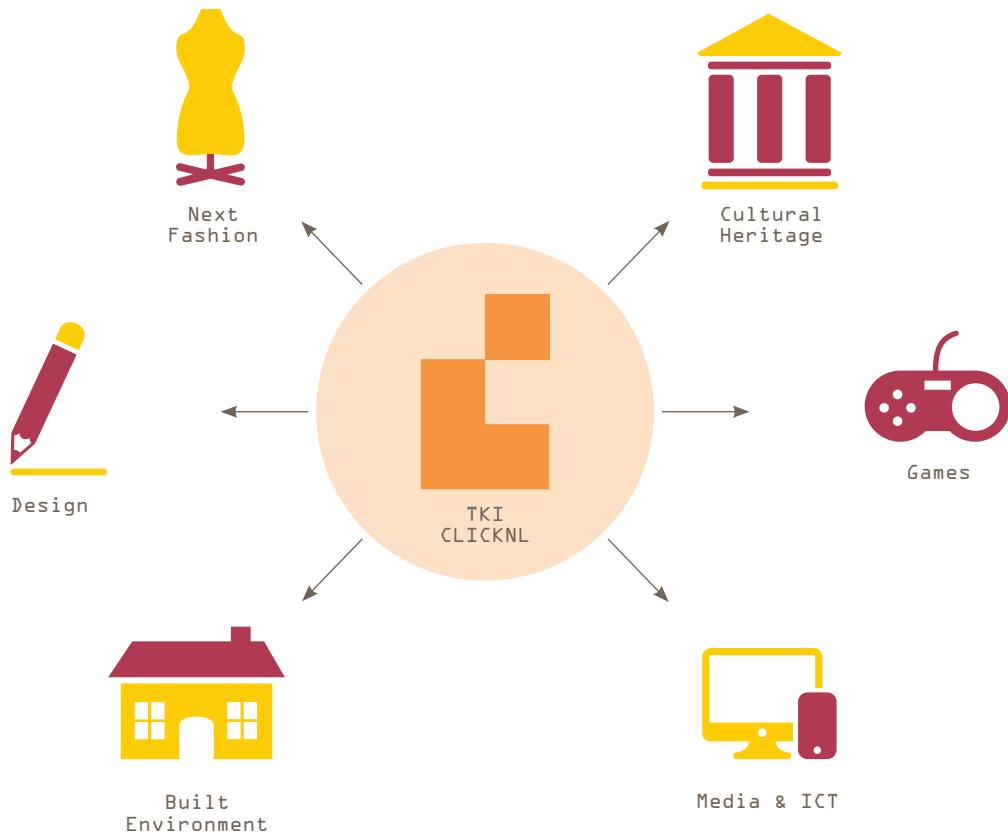
Vanuit de overtuiging dat de creatieve industrie waarde kan toevoegen voor andere topsectoren en maatschappelijke domeinen wordt veel aandacht besteed aan cross-overs. Naast de driehoek van overheid, bedrijfsleven en kennisinstellingen vormen opdrachtgevers een belangrijke partij. TKI CLICKNL speelt hier een belangrijke rol.

Kennis en Innovatie

Voor dit agendapunt is als ambitie geformuleerd om meer samenhang in onderzoek te brengen, vraagsturing en -articulatie te stimuleren, de toegang van bedrijven tot kennis en onderzoek te verbeteren en de uitwisseling van kennis en toepassing tussen creatieve bedrijven en kennisinstellingen te faciliteren. Het Topconsortium voor Kennis en Innovatie, TKI CLICKNL, staat hiervoor aan de basis.

TKI CLICKNL is georganiseerd met zes thematische netwerken waar vele onderzoekers en honderden bedrijven bij zijn aangesloten: CLICKNL Next Fashion, Games, Design, Cultural Heritage, Built Environment en Media & ICT.

TKI CLICKNL EN DE ZES CLICKNL NETWERKEN



Gezamenlijk is een Strategische Research en Innovatie-agenda ontwikkeld welke fungeert als baken voor de verschillende activiteiten, waaronder onderzoeksprogramma's, innovatieregelingen en cross-overs.

Randvoorwaarden financiering

Voor creatief MKB is het vaak moeilijk om financiering te organiseren voor activiteiten. Dit heeft diverse oorzaken, waaronder onbekendheid met de regelgeving en mogelijkheden voor creatief MKB zelf, maar ook doordat mogelijke financiers de creatieve industrie lastig te begrijpen vinden. Het gaat in de creatieve industrie meestal niet om klassieke

productieprocessen of grote opschaalbare bedrijvigheid, maar eerder om innovatieve kortcyclische innovatie door kleine bedrijven. Ook voor de overheid ligt hier een rol weggelegd om naast generiek beleid meer maatwerk te bieden. Begin juni 2015 is de publicatie *Show me the money*⁶⁷ uitgebracht, waarin het spectrum van financieringsmogelijkheden voor de creatieve industrie op een rij wordt gezet.

Vanuit het topteam is sterk op de randvoorwaarden voor financiering ingezet wat onder meer heeft bijgedragen aan het in november 2013 gelanceerde StartupNL-plan in de Tweede Kamer, waarmee het start-upklimaat wordt verbeterd. Ook zijn wetsvoorstellingen aangenomen waarmee microfinanciering en crowdfunding legaal zijn geworden. Verder wordt gewerkt aan een specifiek investeringsfonds voor de creatieve industrie. Tot slot zijn in 2014 het ecosysteem Open House voor dance & events opgezet, alsmede de filmregeling Netherlands Film Production Incentive, waarmee de concurrentiepositie van de Nederlandse filmindustrie wordt versterkt.

Open House is een initiatief van ID&T, SFX Entertainment Company en het ministerie van EZ. Creatieve ondernemers krijgen hier de kans hun ideeën en concepten om te zetten in nieuwe business. Daarbij worden drie fasen onderscheiden: Challenge me, om vraagstukken voor bedrijven in de dance-industrie op te lossen, Develop me, om het eigen businessmodel en product verder te ontwikkelen en Launch me, wanneer het ‘product’ rijp is om in de markt gezet te worden.

Naast gerichte initiatieven zoals Open House zijn ‘broedplaatsen’ en faciliteiten voor start-ups van groot belang voor de ‘humuslaag’ van de creatieve industrie.

DUTCH CREATIVE COUNCIL

Naast het topteam is de Dutch Creative Council ingericht, een brede onafhankelijke strategische adviesraad van en voor de creatieve industrie. Deze adviesraad heeft evenals het topteam een vergelijkbare agenda met specifieke werkgroepen.

OPEN HOUSE

“We are Open House - an initiative of the founders of ID&T, SFX Entertainment Company and the Dutch Ministry of Economic Affairs. We are an Amsterdam based Innovation & Business Accelerator for the Event, Dance & Music Industry. We convert ideas into Innovation Driven Enterprises. The market determines the innovations needed, Open House guarantees a launching customer for successfully developed challenges.”⁶⁸

Het topteam van de creatieve industrie heeft tevens zitting in de Dutch Creative Council. Waar het topteam vooral onderwerpen agendeert en de regie voert, zet de Dutch Creative Council met specifieke werkgroepen de spade een slag dieper per onderwerp. De Dutch Creative Council vormt ook de adviesraad voor het TKI CLICKNL, voor het onderwerp kennis en innovatie.

BROEDPLAATSEN EN START-UPS

Aan de voorkant van de innovatieketen staan start-ups, welke cruciaal zijn voor vernieuwing en economische groei. De creatieve industrie kent een long tail van start-ups en MKB. Deze kunnen goed gedijen in zogenaamde broedplaatsen. In Nederland zijn diverse broedplaatsen, waaronder vaak ook incubators op universiteitsterreinen worden geschaard. In Nederland vormt het Dutch Creative Residency Network sinds 2010 een belangrijke rol als verbinders van, anno 2015, "33 creatieve hubs in 18 steden en 11 provincies"⁶⁹. Daarmee fungeert het Dutch Creative Residency Network als platform voor uitwisseling tussen deze hubs, maar ook als belangrijke partij naar bedrijven en de overheid.

Neelie Smit Kroes is voor de periode 2015-2016 ambassadeur van Nederlandse start-ups. De ambitie is om voor jonge bedrijven met potentie de kans op doorgroeien te vergroten. De meeste start-ups groeien niet verder om verschillende redenen. Een belangrijke faalfactor is gebrek aan financiering in de verschillende levensfasen van een nieuw bedrijf.

Ook internationaal bestaan diverse netwerken waar creatieve ondernemers, investeerders en opdrachtgevers elkaar ontmoeten. De Creative Business Cup is zo'n internationaal netwerk en platform voor ondernemers om hun ideeën en innovaties naar de markt te brengen en op te kunnen schalen.⁷⁰

2012



Villa 4.o, Dick van Gameren - “Dutch architect Dick van Gameren has converted a family house outside Hilversum by punching three faceted skylights through the roof and driving a corridor through the middle. The project has been named Villa 4.o since this is the fourth major rebuilding of the single-storey house, which was built in the sixties and which has a plan based on hexagons. The design received the BNA building of the year award 2012”. Dick van Gameren is currently partner at Mecanoo Architects. Photo: Dick van Gameren Architecten. <http://www.mecanoo.nl/Projects/project/74/Villa-4-o?t=o>

DE GEBORTE VAN TKI CLICKNL: VAN MUITERIJ TOT EEN INNOVATIECONTRACT

Een belangrijk onderdeel van het topsectorenbeleid zijn de TKI's, de Topconsortia voor Kennis en Innovatie. Voor de creatieve industrie is dat de stichting TKI CLICKNL. CLICK is de afkorting voor Creativity, Learning, Innovation, Co-Creation, and Knowledge. Andere topsectoren maakten bijvoorbeeld gebruik van bestaande infrastructuren, zoals de voormalige technologische topinstituten bij de inrichting van een TKI. Voor CLICKNL was dit een andere situatie zonder een duidelijke organisatie waarop het TKI kon voortbouwen, maar met meerdere organisaties die onderdelen van de creatieve industrie afdekkten. In dit geval is een ‘netwerk van netwerken’ ingericht, ten dele gebaseerd op bestaande organisaties en infrastructuren, ten dele nieuw ingericht.

De TKI's vormen een cruciaal onderdeel van de ambities van de topsectoren, omdat zij raken aan de verschillende agendaonderdelen van de topteamen, maar met name in

relatie tot kennis en innovatie. Tegelijkertijd heeft de overheid specifiek beleid ontwikkeld voor de TKI's in de vorm van diverse instrumenten waarover meer in de volgende paragrafen. In dit deel over 2012 wordt ingegaan op het ontstaan van CLICKNL, op haar organisatie als netwerk van netwerken, op kennis en innovatie en internationalisering.

EEN MOEIZAME BEVALLING

Ontstaan TKI CLICKNL

In de tweede helft van 2011 werden reeds de eerste stappen gezet om te komen tot een strategie, activiteiten en een organisatie om het TKI CLICKNL op te zetten. Daartoe werden grote bijeenkomsten georganiseerd met representanten vanuit het bedrijfsleven, kennisinstellingen, overheden, initiatieven vanuit de regio's en alle latere CLICKNL Netwerken plus nog andere onderdelen van de creatieve industrie.

Gedurende dit proces ontstond gestaag meer richting en focus in relatie tot wat haalbaar en wenselijk zou zijn en op welke wijze dit optimaal georganiseerd kon worden.

Op 2 april 2012 is het eerste innovatiecontract van de top-sector Creatieve Industrie ondertekend, waar een gedeelde kennis- en innovatieagenda aan ten grondslag ligt die de basis vormt voor onderzoek en innovatie. Onderzoeksorganisatie NWO maar ook TNO bepalen op basis hiervan hun investeringen in de sector.

De ambitie van de topsector Creatieve Industrie is dat de Nederlandse creatieve industrie in 2020 tot de internationale top behoort, met een nummer 1-positie in Europa. Een sterk kennisfundament is daarbij essentieel. CLICKNL heeft als missie het verbinden van creativiteit, kennis, middelen en ondernemerschap en het stimuleren van samenwerking en daarmee het versterken van de groei en innovatiekracht van de creatieve industrie.

Dit doet CLICKNL door te bouwen aan een economisch sterke creatieve sector en door de 'klik' van het creatieve bedrijfsleven met kennisinstellingen tot stand te brengen. CLICKNL stimuleert zowel de verbinding in de waardeketen (kennis-kunde-kassa) als in de kennisketen (van fundamenteel onderzoek tot innovatie).

Muiterij?

In juni 2012 is een bijeenkomst georganiseerd op initiatief van diverse creatieven over het topsectorenbeleid, waarbij creatieven uit de meeste regio's en van de meeste onderdelen van de creatieve industrie aanwezig waren. De teneur was grimmig, in een sfeer van onbehagen over het voorgenomen beleid rond topsectoren en meer specifiek over de topsector Creatieve Industrie.

Wat bij een deel van de aanwezigen hierbij meespeelde was dat men al sinds 2005 meedeed met de diverse overheidsinitiatieven voor de creatieve industrie, maar hier weinig uit meende te halen. Waarom zou TKI CLICKNL hier wel verandering in brengen? Dit had ook te maken met wederzijdse verwachtingen van overheid, kennisinstellingen en creatief MKB.

Vanuit de overheid is in 2011 het topsectorenbeleid ingezet op basis waarvan per topsector een of meerdere TKI's zijn geformeerd met als doel kennis en innovatie te stimuleren. De kern van het verdienmodel hierbij is dat een TKI meer geld kon 'verdienen' van de overheid naar gelang meer private partijen in cash bijdragen aan onderzoek. Voor de creatieve industrie is dit een enorme uitdaging, gegeven de long tail van kleinbedrijf. Het creatief MKB is juist gericht op korte-termijnonderzoek, gericht op innovatie, waarbij 'korte termijn' maximaal een paar maanden is.

Kennisinstellingen zijn gewend aan onderzoeksprojecten van jaren, zo ook was oorspronkelijk het instrumentarium van onderzoeksorganisatie NWO ingericht. Als experiment heeft NWO in 2012 'kortlopend' onderzoek gefaciliteerd, geheten embedded research. In dit type onderzoeksprojecten werkt een onderzoeker tijdelijk, maar minimaal een half jaar, in een bedrijf of werkt iemand uit de creatieve industrie een periode in een onderzoeksomgeving.

De creatieve industrie kende tot die tijd nauwelijks een onderzoekstraditie en was beperkt bekend met de verschillende instrumenten. Langzaam raakt een steeds groter deel van de creatieve industrie eraan gewend hoe een overheid werkt, hoe onderzoeksorganisaties als NWO en TNO werken en op welke manier men kan samenwerken met kennisinstellingen. Een ander deel van de sector vindt dit nog moeilijk, maar is wel bereid hieraan te werken, waarbij TKI CLICKNL ook ondersteunt. Een ander deel tot slot zal nooit op deze manier kunnen of willen werken.

In de bijeenkomst klonken diverse geluiden over het stopzetten van medewerking aan de topsector Creatieve Industrie en TKI CLICKNL om een eigen plan te gaan trekken. Tegelijkertijd was er voldoende realisme aanwezig

'DE Gouden DRIEHOEK' IN SPAGAAT

om te beseffen dat dit de sector niet duurzaam verder zou gaan brengen.

Een van de besluiten van de bijeenkomst was desalniettemin een vervolg te organiseren, een heidedag van reflectie en alternatieve plannen. De animo hiervoor bleek uiteindelijk zo gering dat dit idee een vroegtijdige dood stierf. Sindsdien zijn de rijen naar buiten weer redelijk gesloten. Het gaf echter wel aan dat de er achter de schermen de eerste periode nog veel ontevredenheid en onrust bleef bestaan.

NETWERK VAN NETWERKEN

Organisatie

CLICKNL bestaat uit de stichting TKI CLICKNL met een bestuur en klein bureau en zes CLICKNL Netwerken welke elk een onderdeel van de creatieve industrie representeren. De stichting TKI CLICKNL is op 28 augustus 2012 opgericht. Het bestuur wordt geadviseerd door de Dutch Creative Council, welke fungeert als onafhankelijke adviesraad van TKI CLICKNL.

Het bestuur van TKI CLICKNL wordt vertegenwoordigd door NWO, TNO, een vertegenwoordiger van elk van de zes CLICKNL Netwerken en een onafhankelijk voorzitter. Het bestuur van CLICKNL en de CLICKNL Netwerken worden ondersteund door een lean-and-mean bureau dat activiteiten initieert, faciliteert en coördineert. Het bureau heeft door de jaren heen verschillende (al dan niet tijdelijke) werkgroepen ingesteld, waaronder een werkgroep Instrumentarium en een werkgroep Internationalisering.

De zes CLICKNL Netwerken zijn: Built Environment, Next Fashion, Cultural Heritage, Design, Media & ICT en Games. De CLICKNL Netwerken hebben een eigen organisatie waarbij in de meeste gevallen gebruik wordt gemaakt van bestaande infrastructuren. In eerste instantie was de ambitie Creative Industries Next (CI NEXT) als zevende netwerk in te richten. CI NEXT is gericht op de ontwikkeling van onder andere nieuwe businessmodellen. CI NEXT heeft zichzelf

niet zozeer als ‘netwerk’ ontwikkeld, gerepresenteerd door een juridische organisatie, maar als een relevante activiteit die raakt aan de andere CLICKNL Netwerken.

Diverse CLICKNL Netwerken kenden al een historie in de vorm van een bestaande organisatie zoals de CLICKNL Netwerken Media & ICT en Games die respectievelijk gebruik maken van de stichting iMMovator en de vereniging Dutch Games Association als bestaande organisaties die al jaren op dit thema actief zijn, meestal met een sterk regionaal accent. Andere CLICKNL Netwerken zijn echt opgebouwd vanuit geen tot beperkte organisatiekracht, zoals de CLICKNL Netwerken Built Environment en Next Fashion.

CLICKNL | BUILT ENVIRONMENT

Bijdrage van Machteld Kors,
UNStudio en bestuurslid TKI CLICKNL,
en Franklin van der Hoeven, TUD en
CLICKNL Built Environment, 25 mei 2014

“CLICKNL | Built Environment werkt aan het leggen van verbindingen binnen het Nederlandse speelveld van architectuur, stedenbouw, landschapsarchitectuur en interieurarchitectuur, een terrein dat pluriform is, maar ook erg versnipperd.

De beroepstitels architect, stedenbouwkundige, tuin- en landschapsarchitect en interieurarchitect zijn wettelijk beschermd en vastgelegd in het architectenregister. Universitair onderwijs en onderzoek op het gebied van ruimtelijk ontwerp vindt plaats aan de TU Delft, de TU Eindhoven en Wageningen Universiteit (landschapsarchitectuur). Naast deze instellingen zijn er tal van Academies van Bouwkunst die opleidingen verzorgen die toegang geven tot het register. In Europa is alleen de architectentitel beschermd, niet de overige titels.

De aan de titel verbonden beroepen zijn formeel vertegenwoordigd door de BNA (Branchevereniging van Nederlandse Architectenbureaus), de BNSP (Beroepsvereniging van Stedenbouwkundigen en Planologen), de NVTL (Nederlandse Vereniging van Tuin- en Landschapsarchitecten) en de BNI (Beroepsvereniging van Nederlandse Interieurarchitecten). Van deze organisaties is de BNA de enige brancheorganisatie en verreweg de invloedrijkste. De overige verbanden zijn beroepsverenigingen.

Nederland kent een langjarig architectuurbeleid dat destijds door het ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer ontwikkeld werd, tegenwoordig is dat het ministerie van Infrastructuur en Milieu. Een aantal steden heeft ook lokaal architectuurbeleid zoals de gemeente Rotterdam.

Verschillende partners en uiteenlopende belangen

Het Nieuwe Instituut (voormalig Nederlands Architectuur Instituut) is een prominent nationaal platform. Op lokaal niveau zijn er talloze architectuurcentra waar bijeenkomsten en debatten worden georganiseerd. Daarnaast kent de sector kenniscentra en -netwerken als bijvoorbeeld Architectuur Lokaal en SBRCURnet.

De veelheid van collectieve spelers gecombineerd met een groot aantal kleine en middelgrote ontwerpbureaus resulteert in een levendige en hoogstaande cultuur van ontwerpen zonder een duidelijke vertegenwoordiging in het beleid ten aanzien van de creatieve industrie. Vijf partijen zijn in 2011/2012 gezamenlijk in dit gat gesprongen: TU Delft, BNA, UNStudio en de gemeente Rotterdam. In een later stadium is SBRCURnet hierbij aangehaakt. Zij hebben onder de noemer BEAU (Built Environment Architecture Urbanism) een eerste Kennis- en Innovatieagenda opgesteld op basis van rondetafelgesprekken met sleutelspelers in het veld. Die agenda gaf richting aan de eerste grote gezamenlijke NWO/TNO-call. De call bood de mogelijkheid om nogal wat dynamiek te veroorzaken rond het netwerk. De call leidde echter ook tot teleurstellingen. Ontwerpbureaus merkten tot hun verbazing dat ze geen aanspraak konden maken op de gelden van NWO/TNO. En voorstellen van universiteiten werden ondanks hun hoge scores in de review niet gehonoreerd op basis van ontoereikende middelen.

Stand van zaken van CLICKNL | Built Environment

De ontwikkelingen rond CLICKNL zijn in 2013 gestagneerd als gevolg van het ontrafelen van regels, verantwoordelijkheden en bevoegdheden over het geld dat vrijgemaakt was voor het TKI van de creatieve industrie. Die situatie duurde voort tot eind 2013. Het netwerk Built Environment is in dat najaar tot de conclusie gekomen dat het bestaansrecht van het netwerk losgekoppeld moet zijn van de toekomst van het TKI. De bestaansreden ligt in het bijeenbrengen van de partijen in een versnipperd landschap. Dat is dan ook de missie die in 2014 wordt opgepakt met de middelen die eindelijk wel verkregen zijn. Dit jaar worden de beroepsorganisaties betrokken bij het netwerk, de academische partijen die horen bij de ETU-BOUW, een aantal architectuurcentra, individuele bureaus en lokale overheden. Het potentieel aan kernspelers op het terrein van CLICKNL | Built Environment schatten we in op circa 40-50 partijen. De doelstelling voor het jaar 2014 was het betrekken van de helft van dit aantal (20-25) partijen bij (de activiteiten van) het netwerk.

Publiek-private samenwerking

Samenwerking tussen academische partners, overheden en ontwerpbureaus zijn gebruikelijk en bestaan volop. Het organiseren van die uitwisseling op basis van een strategische agenda is echter een uitdaging. Een hardnekkig probleem daarbij is dat de financiering in het kader van het topsectorenbeleid óf voor kennisinstellingen is, óf voor bedrijven maar nooit zoals bij EU-projecten voor zowel kennisinstellingen, bedrijven en lokale/regionale overheden. Vanuit dat perspectief zou het netwerk zich beter op een internationalisering kunnen richten. Een toekomstperspectief is lastig te geven omdat deze sterk afhangt van de conlecturele ontwikkeling op de Nederlandse markt.

Een tweede uitdaging voor het realiseren van samenwerking tussen academische partners, overheden en bedrijfsleven vormt het grote gat tussen fundamenteel onderzoek met de daarbij behorende tijdlijn (minimaal vier jaar) en de urgente in de markt die gedreven wordt door de ontwikkelende partijen zoals ontwikkelaars, aannemers en gemeenten.

Kritische succesfactoren

Bij een aantrekkelijke markt, waarbij ontwerpbureaus en ontwikkelaars weer sterker gedreven worden door projectdeadlines bestaat het gevaar dat onderzoek op een tweede plan komt te staan en dat de geslechte schotten tussen de drie hoeken van de gouden driehoek weer worden opgetrokken. Een kritische succesfactor is dan ook dat het belang van onderzoek en dus innovatie, het wint van lopende marktontwikkelingen. De keus voor ontwerpbureaus om te werken aan een betaalde opdracht of te investeren in (onbetaald) onderzoek is er een die bewust genomen moet worden. Redelijke en gefaseerde financiering van de inspanningen van alle onderzoekpartners, zoals dit in Europa reeds wordt gedaan, is een kritische succesfactor voor de stimulering van onderzoek naar de Built Environment."

Dienst Uitvoering Onderwijs & Belastingdienst,
Groningen - Fotograaf: Ronald Tilleman.



CLICKNL | NEXT FASHION

Bijdrage van José Teunissen,
lector modevormgeving ArteZ en
CLICKNL Next Fashion, 29 juni 2014

"De discipline Mode kent niet echt een R&D-traditie. Er wordt wel eens gezegd dat de mode zo snel verandert dat het uitsluitend om het nieuwe gaat en niet om innovatie. De velden die van oudsher wel open staan voor innovatie zijn de sportkledingindustrie, maar bijvoorbeeld ook defensie. Tegelijkertijd kent mode ook binnen de wetenschap nauwelijks een traditie, behalve dat het binnen kunstgeschiedenis als een stijlgeschiedenis werd bestudeerd. Pas met de komst van culturele studies, visuele cultuur en dergelijke is men mode gaan zien als een belangrijk cultuurfenomeen.

Dat heeft gemaakt dat moderesearch wereldwijd met name is ingebed in modescholen (polytechnics en kunstacademies) die meer en meer (sinds ze university zijn geworden) aan onderzoek zijn gaan doen. Ook in Nederland geldt dat mode-onderzoek opgestart is door hogescholen die een lectoraat benoemden in die richting.

Het netwerk Next Fashion vindt zijn allereerste begin in de samenwerking van de drie lectoraten Dany Jacobs (AMFI), Michiel Scheffer (Saxion), José Teunissen (ArteZ) en de Radboud Universiteit (Anneke Smelik) in het NWO-project Dutch Identity in a Globalised World: een interdisciplinair project binnen de culturale dynamiek dat in 2008 van start ging en waarin het bedrijfsleven via Modint en Mitex participeerde.

Vanuit deze samenwerking ontstonden meerdere projecten met Europa, de gemeente Arnhem etc. en zij werden bij de start van Next Fashion ook de kernpartners in het netwerk. Next Fashion is een netwerkorganisatie die getrokken wordt door ArteZ als kennisinstelling en Modint als vertegenwoordiger van de modebranche, met projectsteun van de gemeente Arnhem en de provincie Gelderland.

De agenda van Next Fashion is opgesteld met het netwerk van relevante lectoren, hoogleraren en een afspiegeling van bedrijven en wordt doorlopend geüpdateerd in matchmakingbijeenkomsten en gecheckt via routekaartenbijeenkomsten bij Modint. De start van Next Fashion heeft de inter- en crossdisciplinaire samenwerking met andere kennisinstellingen versterkt.

Next Fashion is een heel klein netwerk. Dat maakt het overzichtelijk, maar we kunnen daardoor ook minder op kansen inspringen. Nadeel is ook dat dit netwerk vooral is ingebed in hogescholen. De sterke kant daarvan is dat Saxion, ArteZ en AMFI deel uitmaken van een wereldwijd netwerk van modescholen (IFFTI) en dat deze weer gelieerd zijn aan IAF (de internationale branchevereniging van mode waarin Modint een actieve secretarisrol vervult). Aangezien de modebedrijven doorgaans wereldwijde spelers zijn verenigen ze zich enkel op wereldniveau en niet binnen een nationale context.

Binnen de mode- en textielwereld domineren twee belangrijke toekomstvragen. De eerste is: welke invloed gaat technologie op het maakproces en andere facetten krijgen en hoe gaat dit mode als systeem veranderen? De tweede vraag is: hoe moeten we de enorme overproductie (40% blijft onverkocht) reduceren en een goed recyclingmechanisme opzetten? Beide vragen maken dat mode veel meer dan daarvoor uit zijn comfortzone moet komen en met andere disciplines/sectoren (htsm, energie, biobased) onontkoombaar aan grotere vraagstukken moet gaan werken. Duidelijk is dat deze vraagstukken door bedrijven steeds meer erkend worden. Het netwerk Next Fashion blijkt een prima netwerk om bedrijven en instellingen op deze vraagstukken aan elkaar te koppelen."

CLICKNL | CULTURAL HERITAGE

Bijdrage van Patricia Alkhoven,
Meertens Instituut en CLICKNL
Cultural Heritage, 7 juli 2014

"Het netwerk Cultural Heritage is ontstaan vanuit de gedachte dat de erfgoed-sector een eigen dynamiek en terrein bestrijkt, waaronder als belangrijkste: musea, archieven en bibliotheken. Het netwerk wordt getrokken door drie (semi-) publieke kennisinstellingen: het Meertens Instituut (KNAW), het Nederlands Instituut voor Beeld & Geluid en de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed. De Gemeenten Amsterdam (via de Amsterdam Economic Board), Hilversum en Amersfoort leveren een bijdrage vanuit de regio.

Na in 2012 en 2013 enkele grote matchmakingevents te hebben georganiseerd voor-afgaand aan calls, heeft het netwerk zich de afgelopen periode meer geconcentreerd op kleinschaliger bijeenkomsten. De hoogtepunten van het netwerk liggen geconcentreerd rond de begeleiding en advisering bij calls en de daarmee samenhangende door het netwerk georganiseerde bijeenkomsten.

Op dit moment geniet het netwerk bekendheid bij een steeds bredere groep onderzoekers en bedrijven. Het netwerk wordt regelmatig benaderd door erfgoedpartijen, maar ook door bedrijven en zzp'ers die advies vragen hoe gezamenlijk projecten aan te pakken. De vruchten kunnen nu geplukt worden van de inspanningen van de afgelopen jaren en het netwerk wordt in toenemende mate door verschillende partijen als vanzelfsprekende partner benaderd.

Projecten

In de afgelopen periode zijn er minstens twaalf onderzoeksprojecten binnen de creatieve industrie tot stand gekomen die zijn aangesloten bij het netwerk Cultural Heritage. Niet alle projecten zijn echter direct bij het netwerk aangemeld. De projecten worden gefinancierd door NWO (open calls, KIEM, embedded research en

strategisch research), terwijl er tevens publiek-private projecten zijn gestart bij het Center for Digital Humanities, CHAT (KNAW, UvA, VU en Netherlands Science Center) en CLARIAH, dat beoogt een digitale infrastructuur voor de geesteswetenschappen te bouwen. Internationaal is het netwerk betrokken bij o.a. het JPI (Joint Programming Initiative), Europeana en Vlaams-Nederlandse betrekkingen.

Events

Cultural Heritage heeft jaarlijks twee grote en diverse kleinere matchmakings-events georganiseerd die goed bezocht werden en aantoonbaar hebben geleid tot projecten. Samen met Games en Syntens/Kamer van Koophandel zijn er inmiddels vier H20-bijeenkomsten (Heritage, Onderzoek en Onderneming) georganiseerd rond actuele thema's zoals crowdsourcing, storytelling en new business for museums.

ICT

De inzet van een online tool om matches tussen partijen tot stand te brengen zal na de testperiode sterker worden, ook de inzet ervan door de andere netwerken. Deze tool stelt ons in staat de groei van de achterban en de totstandkoming van relaties te registreren.

Daarnaast is er een nauwe samenwerking met de door OCW ingestelde 'Erfgoedsoftwaremakelaar' die de duurzaamheid van softwarereproducten voor de erfgoedsector moet verbeteren.



Retro Game Experience in Beeld en Geluid

- "Pong, Space Invaders, Pac-Man, Donkey Kong en Mario Bros. Deze en nog veel meer gameklassiekers zijn drie dagen lang te zien én te spelen tijdens de tweede editie van de Retro Game Experience bij Beeld en Geluid. Op vrijdag 12, zaterdag 13 en zondag 14 september verandert het hele instituut in een compleet retro game-paradijs met enorme aantallen consoles, home computers en een grote collectie klassieke arcadekasten." <http://pers.beeldengeluid.nl/84176-retro-game-experience-in-beeld-en-geluid>. Met dank aan Johan Oomen.

Toekomst en doelstellingen

Het doel van Cultural Heritage is om individuele erfgoedinstellingen met elkaar te verbinden en in het bijzonder musea, door het organiseren van (middel)grote events met maatschappelijk urgente thema's als herbestemming en connected data. Daarnaast is het inhoudelijk binden van partijen belangrijk. Een ander doel is om (grote) bedrijven makkelijker te laten aansluiten door samenwerking aantrekkelijker voor hen te maken. Het netwerk is tevens nauw verbonden met de strategische agenda van het JPI voor Cultural Heritage and Global Change en beoogt enkele thema's voor Nederland uit te werken. Doel daarbij is om rond de thema's meer samenhang te creëren waaruit vernieuwende projecten voortkomen."

Creatieve industrie en de regio

Ook de regio's hebben een belangrijke rol in CLICKNL. De regio Rotterdam ondersteunt het CLICKNL Netwerk Built Environment, regio Utrecht het CLICKNL Netwerk Games, regio Arnhem het CLICKNL Netwerk Next Fashion, regio Eindhoven het CLICKNL Netwerk Design, regio Hilversum het CLICKNL Netwerk Media & ICT en regio Amsterdam het CLICKNL Netwerk Cultural Heritage.

Vanuit verschillende regio's en steden was de creatieve industrie de jaren voorafgaand al op de kaart gezet. Amsterdam, Utrecht en Eindhoven waren hierin voorlopers: in de metropoolregio Amsterdam had de toenmalige Amsterdamse Innovatie Motor (AIM), wat is opgegaan in de Amsterdam Economic Board (AEB), de creatieve industrie al snel als een van haar speerpunten benoemd. In de regio Utrecht had de toenmalige Task Force Innovatie (TFI), wat is opgegaan in de Economic Board Utrecht (EBU), de creatieve industrie ook omarmd, met het accent op games. Eindhoven had met Brainport al vroeg de koppeling met design en technologie gemaakt. Het beleid was per regio echter erg variabel van aard: van huisvesting (broedplaatsen) tot projectensubsidies of bijvoorbeeld cultuureel ondernemerschap.

CREATIEVE STAD AMSTERDAM

In de regio Amsterdam is al bijna vijftien jaar sprake van divers beleid gericht op de creatieve en culturele industrie: ruimtelijk beleid (broedplaatsen), cultuurbeleid (kunstenplan) en economisch- en innovatiebeleid (programma creatieve industrie). In de periode 2000-2005 waren deze lijnen niet verbonden. Sinds 2005 wordt meer geïntegreerd beleid ontwikkeld. Door de jaren heen zijn vier tendensen zichtbaar welke ook op nationaal niveau zijn door te trekken: van ruimtelijk beleid naar economisch- en innovatiebeleid, aanjagen van clusterontwikkeling in een jonge ongeorganiseerde sector, van clusterontwikkeling naar clusterstrategie en van publiek naar privaat klimaat.⁷¹

Regionaal beleid voor de creatieve industrie wordt steeds beter afgestemd op nationaal beleid en vice versa. De samenwerking tussen regio's en de CLICKNL Netwerken is bestendigd in een samenwerkingsovereenkomst. Elk jaar vindt een bestuurlijk overleg plaats met het topteam, bestuur CLICKNL en regiobestuurders. Daarnaast vindt op ambtelijk niveau meerdere keren per jaar overleg plaats.

De samenwerking varieert per regio: de ene regio krijgt personele ondersteuning bij een van de CLICKNL Netwerken, andere regio's ondersteunen door samenwerking op specifieke thema's zoals internationalisering of cross-overs. De regio Eindhoven, waar de stichting TKI CLICKNL is gevestigd, biedt additioneel ondersteuning voor het bureau van CLICKNL. Daarnaast is langzaamaan ook een verschuiving zichtbaar waarbij instrumentariums van de regio's en de landelijke overheid meer op elkaar worden afgestemd.

KENNIS EN INNOVATIE

CLICKNL ontwikkelt diverse activiteiten om haar ambities gestalte te geven. Deze activiteiten zijn weergegeven in een meerjarenplan. Daarnaast wordt elk jaar een jaarwerkplan opgesteld. De activiteiten hierin zijn verdeeld naar werk-pakketten, waaronder de ontwikkeling van een strategische research- en innovatieagenda (SRIA). Daarbij werd onder meer voortgebouwd op de ervaringen die eerder bij IIP/Create waren opgedaan. De derde editie van deze CLICKNL agenda 2016-2019 werd kennis- en innovatieagenda (KIA) genoemd, in lijn met de terminologie van de andere top-sectoren.

Op basis van deze kennis- en innovatieagenda worden instrumenten en regelingen ontwikkeld voor onderzoeks- en innovatieprojecten. De agenda 2016-2019 kent zes zogenaamde solution spaces, die de CLICKNL Netwerken representeren. Daarnaast wordt de relatie met de Europese societal challenges gelegd, alsmede met vijf creative research areas: inhoudelijke onderzoeksvraagstukken.

Vanuit zes de CLICKNL Netwerken (solution spaces) worden onderzoeksconsortia geformeerd die zich inhoudelijk richten op vijf creative industries research areas. De opgedane

KENNIS- EN INNOVATIEAGENDA CLICKNL⁷²



kennis en inzichten van dit onderzoek dragen direct bij aan maatschappelijke vraagstukken, de societal challenges.

Ter illustratie: vanuit diverse CLICKNL Netwerken als solution space, zoals CLICKNL Games en Media & ICT, wordt onderzoek gedaan naar oplossingsrichtingen om mensen met dementie langer zelfstandig te kunnen laten functioneren, zoals in hun thuisomgeving. De societal challenge is onderdeel van langer en gezonder leven en de creative industries research area is in dit voorbeeld Smart Society, waarbij onderzoek wordt gedaan naar slimme e-health-oplossingen en gamificationconcepten in relatie tot dementie en langer zelfstandig kunnen functioneren.

ILLUSTRATIE PROGRAMMATISCHE INVULLING



Langer Gezonder
Leven



Games en
Media & ICT



Smart Societies

Illustratie van programmatische invulling van onderdelen van de KIA met een programma over langer zelfstandig functioneren met dementie, waarbij onderzoek wordt gedaan naar slimme e-health oplossingen. Dit is tevens een illustratie van publiek-private samenwerking in de cross-over tussen TKI CLICKNL en TKI Life Sciences & Health.

Naast de zes solution spaces van de thematische CLICKNL Netwerken kunnen ook andere gebieden relevant zijn, zoals de muziekindustrie. In 2014 hebben het knooppunt muziekindustrie Noord-Nederland en de Nederlandse popcoalitie een gezamenlijke onderzoeksagenda ontwikkeld. Deze agenda is ingebed in het CLICKNL Netwerk Media & ICT. Ook smart culture is een nieuw thema dat begin 2015 door NWO is uitgewerkt in een roadmap en goed aansluit bij de ambities van CLICKNL. Zo ontwikkelt de kennis- en innovatie-agenda zich op basis van nieuwe inzichten en wordt deze om de paar jaar ook bijgesteld en aangescherpt. Medio 2015 is de derde editie 2016-2019 gepubliceerd. Daarbij wordt gebalanceerd tussen een helder en afgebakend kader zonder een te rigide format te creëren waarin (nieuwe) relevante onderdelen worden buitengesloten.

Innovatiecontract

De kennis- en innovatieagenda ligt aan de basis van tweejaarlijkse innovatiecontracten, waar stakeholders zoals de ministeries van EZ en OCW, maar ook NWO en TNO afspraken in vastleggen rond toekomstige programmering in instrumenten en regelingen. In de eerste helft van 2015 werken alle TKI's bijvoorbeeld aan het actualiseren van hun kennis- en innovatieagenda's. Daarbij worden ook crossovers tussen de TKI's benoemd. Daarnaast leveren alle TKI's input aan voor de nationale wetenschapsagenda welke in 2015 gestalte krijgt onder voorzitterschap van Alexander Rinnooy Kan.

NWO speelt een belangrijke rol voor het TKI CLICKNL. NWO zet een fors deel van haar onderzoeksgelden in langs de lijnen van de kennis- en innovatieagenda's van de topsectoren, waaronder de kennis- en innovatieagenda van het TKI CLICKNL. Deze afspraken worden steeds vastgelegd in een innovatiecontract voor een periode van twee jaar. Ook TNO investeert in de topsectoren, waaronder de creatieve industrie. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt naar instrumenten gericht op vraagarticulatie (zoals de Branche Innovatieagenda), kennisoverdracht (zoals Technologie Cluster) en kennisontwikkeling (zoals het Shared Research Program).

Voor de periode 2012-2013 hadden NWO en TNO in een gezamenlijke open call voor projecten van de creatieve industrie 8,5 miljoen euro gereserveerd: NWO 6,5 miljoen euro en TNO 2 miljoen euro. Het totaalbedrag over de periode 2012-2013 dat NWO investeerde was bijna 13 miljoen euro in nieuwe activiteiten binnen de creatieve industrie. In de periode 2014-2015 zijn door NWO in het innovatiecontract middelen gereserveerd ter waarde van in totaal 19,4 miljoen euro⁷³.

Voorbeeld van een strategisch onderzoeksproject

"Steeds vaker berichten de media van escalerend gedrag, vaak gepaard gaand met verbale of fysieke agressie. In dit onderzoek worden lichtscenario's ontwikkeld die bijdragen aan de-escalatie. Deze mechanismen worden getest in laboratorium-omgevingen en vervolgens vertaald naar interactieve scenario's en geïntegreerd in twee real-life testbeds, in het domein van de mentale gezondheid en dat van openbare veiligheid. Consortiumpartners: Crimineel, Gemeente Eindhoven, GGzE, ET LUX LAB, Philips, Polyground, Radboud Universiteit, Technische Universiteit Eindhoven, Universiteit Tilburg."⁷⁴

Naast strategische onderzoeksprojecten met een looptijd van twee jaar worden ook embedded research-projecten uitgevoerd met een looptijd van een half jaar waarbij uitwisseling plaats heeft tussen onderzoekers in het bedrijfsleven en of creëren in een onderzoeksomgeving.

Voorbeeld van een embedded research-project

"Het project The Hackable City onderzoekt hoe de opkomst van sociale media platforms en big data de manier verandert waarop de stad vorm krijgt. Hoe kunnen burgers, ontwerpers en overheden deze technologieën inzetten om op nieuwe manieren met elkaar samen te werken in het proces van 'stadmaken'? Partners: One Architecture, Coöperatieve Vereniging Buiksloterham i.o., 4xM Mixed Media Match Makers, Pakhuis de Zwijger, The Mobile City, Ministry of the Interior and Kingdom Relations."⁷⁵

Verder is er sprake van meer maatwerk voor de creatieve industrie in het beschikbare instrumentarium van NWO. Waar er in 2012-2013 een open call was voor de breedte van de creatieve industrie zijn er in de propositie 2014-2015 meer instrumenten en is meer maatwerk georganiseerd zoals een specifieke call Research through Design voor de zogenaamde ontwerpende disciplines.

GEDRAG DE-ESCALEREN MET BEHALP VAN INTERACTIEVE LICHTSCENARIO'S

THE HACKABLE CITY

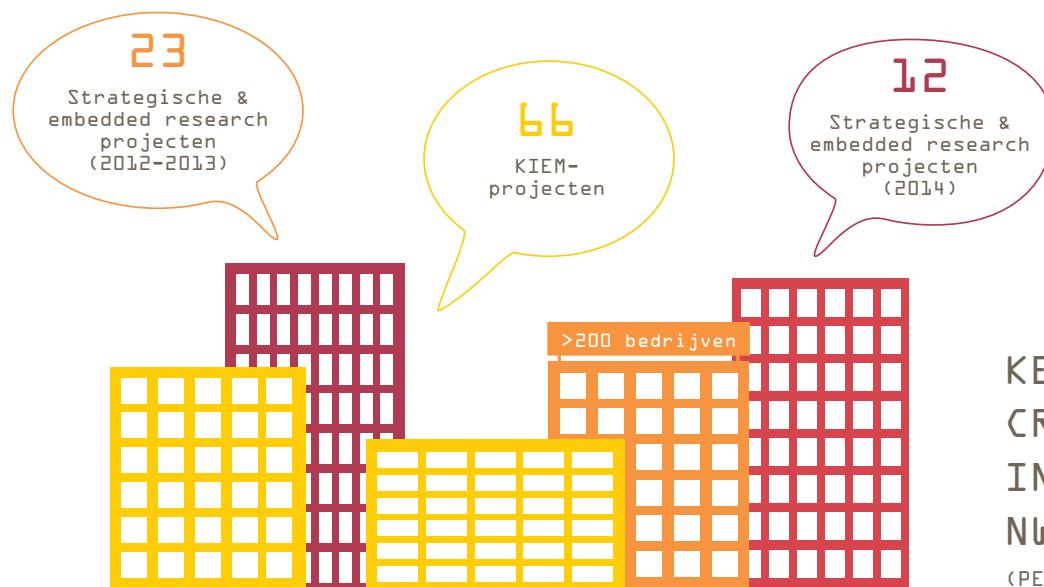
ZWEMKLEDING ALS TWEEDE HUID

Voorbeeld van een KIEM-project

"Om met plezier en met goede prestatie te kunnen zwemmen of een triatlon te volbrengen, is nauwpassende, goed vormgegeven zwemkleding nodig. Huub-Ltd is een van de marktleiders en wil graag samen met VU, HvA, Sizing Science de nieuwste kennis over 3D-scanning en virtueel ontwerp verwerken in hun systemen. Partners: Huub-Ltd, Sizing Science, Modint"⁷⁶

Ook heeft NWO zogenaamde KIEM-projecten als onderzoeksinstrument mogelijk gemaakt in het innovatiecontract 2014-2015. De gedachte achter het instrument KIEM (Kennis Innovatie Mapping) is om samenwerkingsverbanden tussen kennisinstellingen en private partijen (inclusief MKB) te stimuleren. Een kortlopend KIEM-project kan dienen als springplank voor een groter onderzoeksproject.

Op basis van de innovatiecontracten 2012-2013 en 2014-2015 zijn in de periode 2012-2014 in totaal 66 KIEM-projecten gehonoreerd, alsmede 35 strategische en embedded research-projecten. Bij deze ruim 100 onderzoeks-projecten zijn meer dan 200 bedrijven als partner in consortia betrokken⁷⁷.



KERNCIJFERS
CREATIEVE
INDUSTRIE
NWO EN TNO
(PERIODE 2012-2014)

Kennisontwikkeling en creatief MKB

Er heerst een misvatting dat kennis uitsluitend in kennisinstellingen, zoals universiteiten en HBO, wordt ontwikkeld. Juist ook in het creatief MKB en creatieve organisaties zoals Waag Society wordt veel relevante kennis ontwikkeld. Dit vooruitstrevende, veelal experimentele, onderzoekswerk vormt een soort humuslaag voor nieuwe kennisontwikkeling. De creatieve industrie loopt hiermee ver voorop in nieuwe ontwikkelingen die vaak pas jaren later als trends worden gesigneerd.

Ook daarom is de interactie (nadrukkelijk geen eenrichtingsverkeer) zo belangrijk tussen creatief MKB en kennisinstellingen. Door vraagarticulatie, gebaseerd op behoefte vanuit bedrijfsleven of maatschappij, te koppelen aan academische kennis ontstaan nieuwe inzichten. Door open te staan voor deze ontmoeting in een actieve interactie versterken beide werelden elkaar en wordt voortgebouwd op nieuwe combinaties. Het huidige instrumentarium biedt voor deze interactie helaas nog geen mogelijkheden.

Zo kunnen innovatievouchers door creatief MKB bij kennisinstellingen worden ingezet. Een innovatievoucher wordt door RVO gedefinieerd als “een ‘waardebon’ waarmee een MKB-ondernehmer een kennisvraag kan laten beantwoorden door een kennisinstelling”⁷⁹. Het zou interessant zijn ook het omgekeerde mogelijk te maken: dat kennisinstellingen bij creatief MKB kennis kunnen inkopen met innovatie-vouchers.

INTERNATIONALISERING

Ook in Europa is de creatieve industrie verdeeld in de zin dat er zowel wordt gesproken over creative industries als over cultural industries. In termen van beleid zijn meerdere directoraten-generaal van de Europese Commissie relevant voor de creatieve industrie. Denk aan DG Research and Innovation, DG Enterprise and Industry of DG Informatics voor TKI CLICKNL. Voor kunst en cultuur is DG Education and Culture meer relevant.

In termen van programma's is voor TKI CLICKNL, waar het accent sterker ligt op de economische kant van de creatieve

OPEN DESIGN LAB, WAAG SOCIETY

“Binnen het Open Design Lab wordt design innovatie een open, gezamenlijke en gedistribueerde inspanning, zoals we dat al hebben gezien in de open content en open source ontwikkeling. De manier waarop alles om ons heen wordt ontworpen, gemaakt en gedistribueerd gaat veranderen. Dit vindt zijn oorsprong in zowel sociale als technologische ontwikkelingen. Aan de ene kant heb je de snel groeiende doe-het-zelf (DIY) cultuur die zich baseert op transparantie en kennisdeling en aan de andere kant heb je de democratisering van betaalbare en flexibele fabricage-technologieën, die deze personal fabrication mogelijk maken. Deze ontwikkelingen zorgen er samen voor dat er een globaal netwerk ontstaat van makers, die een groot deel van de fysieke wereld gaan bepalen door de virtuele wereld optimaal te benutten.”⁸⁰

industrie, met name het kaderprogramma Horizon 2020 relevant. Zeker in relatie tot de Grand Societal Challenges waar de creatieve industrie een rol kan spelen. Voor wat betreft het ‘cultuurdeel’ van de creatieve industrie is het Creative Europe-programma relevanter. Sinds 1 januari 2014 is de Creative Europe Desk NL/DutchCulture-centre for international cooperation hiervoor het contactpunt. Dit is de opvolger van de oude programma’s Cultuur, MEDIA en MEDIA Mundus⁸⁰.

Bijdrage van Joke van Antwerpen,
Innovatie-adviseur Amsterdam Economic Board,
Coördinator European Creative Industries Alliance,
27 maart 2014

CREATIVE INDUSTRIES IN EUROPA

“De European Creative Industries Alliance (ECIA) is een initiatief van de Europese Commissie DG Enterprise. Het is een project van drie jaar, dat loopt van 2012 t/m 2014. Het doel van ECIA is om met op de praktijk gebaseerde beleidsaanbevelingen te komen voor beleidsmakers op Europees, nationaal en regionaal niveau, gericht op het toekomstig beleid om de creatieve industrie te stimuleren.

In het kader van de Strategie 2020 van de Europese Commissie is men op zoek naar nieuwe kansen om de concurrentiepositie van de Europese economie te versterken. Men verwacht dat de creatieve industrie hierin een grote rol kan spelen. De creatieve industrie bestaat uit hoog innovatieve bedrijven met een groot economisch en groeipotentieel en wordt gezien als een van Europa's meest dynamische sectoren. Naast het innovatieve karakter van de sector zelf verwacht men ook veel van de innovatieve invloed van de creatieve sector op andere sectoren (spillover-effect en cross-sectorale innovatie).

ECIA wordt uitgevoerd door een consortium van zes creatieve steden: Amsterdam (coördinator), Barcelona, Berlijn, Milaan, Nantes en Tampere. Zij bereiden een eindrapport met beleidsaanbevelingen voor aan de hand van de thema's: cluster-excellence, innovation vouchers, access to finance, spillovers, internationalisation en demand driven innovation.

Binnen ECIA zijn 8 Concrete Actions gestart, 8 projecten uit 12 landen, waar nieuwe instrumenten worden getest om de creatieve industrie te stimuleren. De ervaringen vanuit deze projecten vormen in combinatie met andere Europese cases de basis voor de beleidsaanbevelingen van ECIA. Een Policy Learning Platform, bestaande uit 25 experts uit diverse EU-landen begeleidt het project en is eindverantwoordelijk voor de resultaten.

Op 27 november 2014 wordt het eindrapport van ECIA gepresenteerd op de slotconferentie in Amsterdam. Beleidsmakers op Europees, nationaal en regionaal niveau zullen dan aanwezig zijn om over de implementatie van de aanbevelingen te praten.”

Zoals in de bijdrage van Joke van Antwerpen genoemd heeft ECIA tijdens haar slotconferentie eind 2014 haar eindrapportage ‘Create, Innovate, Grow’ gepresenteerd. Daarin stonden tien concrete aanbevelingen voor toekomstig beleid voor de creatieve industrie⁸¹:

1. Introduce creative innovation voucher schemes;
2. Stimulate cross-sectoral innovation through public-private innovation challenges;
3. Test new and review existing business support services and financing schemes;
4. Develop and support capacity building in regional clusters;
5. Enable and support SME internationalisation efforts;
6. Launch new and innovative financial schemes to support creative SMEs;
7. Stimulate investments in creative industries through effective regional ecosystems;
8. Support new initiatives to achieve better Intellectual Property Valuation for creative SMEs;
9. Map and measure the effects and value of the creative industries in the wider economy;
10. Incentivise and support stronger advocacy for cultural and creative industries.

Daarnaast liggen ook buiten Europa kansen op het gebied van onderzoek en innovatie. Zo is in 2015 onder het thema Creatieve Industrie een NWO-programma gelanceerd voor gezamenlijke onderzoeksprojecten met partners uit China en Nederland. Ook is in 2014 op het gebied van ICT een gezamenlijk NWO-onderzoeksprogramma Indo-Dutch gestart voor partners uit India en Nederland, met onder andere serious gaming als onderzoeksonderwerp.



2013

3D printing - “Tijdens PICNIC'10 stonden drie verschillende 3D printers opgesteld in het (Un)limited Design Lab op 23 september: de RepRap, de MakerBot en de Ultimaker.” Fotografie: Marco Baiwir. Met dank aan Waag Society.

EEN GRILLIG JAAR EN KAFKAIANSE SITUATIES

De praktijk van uitvoering van de plannen is weerbarstig gebleken. Er is door de departementen EZ en OCW 6 miljoen euro gereserveerd voor het TKI CLICKNL gedurende de periode 2012-2015. Deze eenmalige subsidie was echter ‘uniek’ in de zin dat er geen juridisch kader voor bestond, noch enige jurisprudentie. Dit maakte 2013 tot een uitdagend jaar van een lange adem voordat committeringen rond kon komen en meer duidelijkheid ontstond over de (on)mogelijkheden voor het TKI.

Eind 2012 zijn activiteiten in relatie tot de basisorganisatie en communicatie van TKI CLICKNL en de CLICKNL Netwerken gecommitteerd voor de periode 2012-2013. De andere activiteiten, internationalisering, valorisatie en cross-overs zijn uiteindelijk een jaar later grotendeels voor de meeste CLICKNL Netwerken gecommitteerd, beoordeeld naar het staatssteunkader van innovatieclusters. Daarmee konden (grote delen van) de oorspronkelijke plannen van de meeste CLICKNL Netwerken in 2014 met een jaar vertraging alsnog tot uitvoering worden gebracht.

Voor TKI CLICKNL is voor de beoogde activiteiten, internationaaliserings, valorisatie en cross-overs na anderhalf jaar aangegeven dat dit niet via de EZ-middelen mogelijk is, gegeven de ontwikkeling van een generiek staatssteunkader waarbij TKI's als 'Special Purpose Vehicle' worden beschouwd. Als gevolg daarvan hebben diverse ambities voor een langere periode fors vertraging opgelopen. Met behulp van andere subsidies (zoals via het ministerie van OCW) en instrumenten (zoals de MKB Innovatieregeling Topsectoren) zijn alsnog activiteiten ontplooid gericht op cross-overs. Daarnaast zijn door het TKI-bureau ook activiteiten ontplooid gericht op kennisontwikkeling over nieuwe businessmodellen (CI Next). De oorspronkelijke ambitie was om hier een separaat CLICKNL Netwerk voor in te richten.

De uitdaging voor het ministerie van EZ was te laveren tussen de wens van CLICKNL om een spoedige maatwerk beschikking te verkrijgen voor alle beoogde activiteiten aan de ene kant. Aan de andere kant lag de uitdaging van het ontwikkelen van een generiek kader voor alle TKI's, dat voldoet aan de nationale en vooral ook Europese regelgeving. Daarnaast is het voor EZ balanceren tussen beleidskaders en de uitvoering hiervan welke bij de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO), voorheen AgentschapNL, is belegd. Dit resulteert soms in kafkaiaanse situaties, ondanks de welwillendheid van medewerkers in beide organisaties.

In 2013 zijn meerdere patstellingen ontstaan in het overleg tussen het bureau en bestuur van CLICKNL enerzijds en het ministerie van EZ en RVO anderzijds. Het heeft er in zeker twee gevallen toe geleid dat het bestuur op het punt stond haar opdracht terug te geven. Crisisoverleg met de betrokkenen bij EZ kon dit afwenden.

Het risico van dit stroperige proces is het wegvloeien van energie en vertrouwen bij een deel van de achterban. Vanuit het ministerie van EZ echter geredeneerd speelt de discussie breder dan alleen voor de creatieve industrie. Andere TKI's worstelen weer met uitdagingen in de transitie van voormalig technologisch topinstituut naar TKI. Daarbij is weliswaar sprake van overgangsregelingen, maar de onderzoeks middelen zijn veel lager dan eerder; de oud

technologische topinstituten moeten nu via de TKI-regeling in middelen voor onderzoek voorzien.

In de volgende paragrafen wordt uitgebreider stilgestaan bij deze TKI-regeling, alsmede bij de MKB Innovatieregeling Topsectoren (MIT). Deze twee generieke EZ-regelingen staan aan de basis van het topsectorenbeleid en zijn in 2013 gestart.

MIT-REGELING

Binnen de MKB Innovatieregeling Topsectoren (MIT) kan per topsector worden gekozen welke instrumenten men voor 2 miljoen euro in wil zetten gericht op het stimuleren van het MKB. Onder de oorspronkelijke MIT-regeling vielen in eerste instantie de instrumenten innovatievouchers, innovatiemakelaars, netwerkactiviteiten, R&D-samenwerkingsprojecten, haalbaarheidsstudies, innovatieprestatiecontracten en inhuren hoogopgeleid personeel.

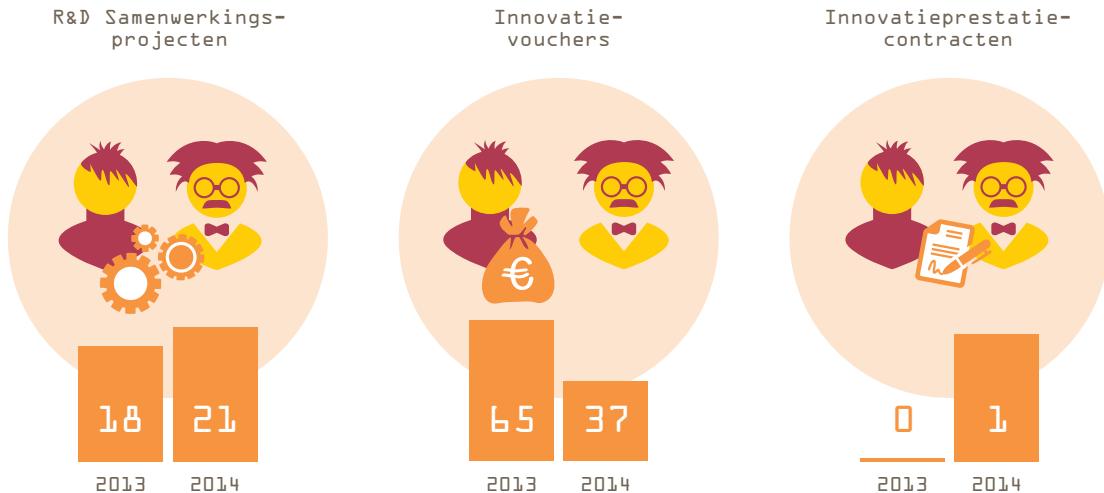
Voorbeeld van een MIT R&D-samenwerkingsproject

3D Print Canal House

"Onder leiding van DUS Architects worden in het 3D Print Canal House project de benodigde printtechnieken, (biobased) printmaterialen, constructietechnieken en softwaretools ontwikkeld om een 3D geprint huis te kunnen bouwen. Industrialisering van dergelijke technieken kan leiden tot tal van economische voordelen, zoals: materiaalbesparing door effectiever bouwen, vermindering van transportkosten door lokale bouw, vermindering van benodigde manuren door automatische productie en eliminatie van traditionele hulpmiddelen als mallen en bekisting. Vanuit creatief oogpunt zijn maatwerk op industriële schaal, vergrote vormvrijheid en democratisering van productieprocessen de grootse voordelen. In het pilotproject wordt samengewerkt met tal van binnen- en buitenlandse partners uit de triple helix. Dit R&D-samenwerkingsproject zal zich volledig concentreren op veilig bouwen met geprinte bouwmodules. Hiertoe werkt DUS Architects samen met Tentech B.V., een expert op het gebied van lichtgewicht bouwen. De doelstelling van dit project is om (1) een ontwerp voor de te bouwen modules en de bevestigingstechnieken te ontwikkelen, (2) inzicht te krijgen in de karakteristieken van deze modules middels praktijkproeven en (3) op basis van de verkregen data nieuwe rekentools voor 3D geprinte modules te ontwikkelen."⁶²

Het topteam Creatieve Industrie heeft in 2013 na afstemming met CLICKNL gekozen voor innovatievouchers en R&D-samenwerkingsprojecten binnen de keuzemogelijkheden

KERNCIJFERS MIT 2013 EN 2014



voor instrumenten. Voor 2014 is daarnaast ingezet op innovatieprestatiecontracten (IPC) vanuit de cross-overambities van de creatieve industrie. Met IPC-projecten kunnen MKB-consortia gevormd worden die samenwerken aan een meerjarig innovatietraject in dezelfde keten, branche of regio.

In 2015 is de MIT-regeling verder aangepast door het ministerie van EZ. Daarbij wordt samengewerkt met de regio's vanuit de ambitie de verschillende instrumenten op regionaal en nationaal niveau beter op elkaar aan te laten sluiten. Dit moet leiden tot een eenduidiger instrumentarium voor ondernemers.

MKB-LOKET

CLICKNL heeft in samenwerking met de Kamer van Koophandel (tot 2014 Syntens) het MKB-loket opgezet als landelijk aanspreekpunt voor creatieve ondernemers. Enerzijds helpt het MKB-loket met informatie en advies over regelingen, zoals de MIT-regeling met verschillende instrumenten. Anderzijds ondersteunt het MKB-loket bij het vinden van relevante onderzoekers in de kenniswereld. Daarbij kent elk van de CLICKNL Netwerken een eigen MKB-specialist.⁸³

Binnen de MIT-regeling kan het TKI zelf subsidie aanvragen voor de instrumenten innovatiemakelaars en netwerkactiviteiten. Innovatiemakelaars kunnen worden ingezet voor ondersteuning van MKB met (innovatie)adviesdiensten.

Met netwerkactiviteiten kan een TKI onder meer workshops of conferenties organiseren gericht op kennisdeling en netwerkvorming tussen MKB.

Bijdrage van Marieke Rietbergen,
oprichter Design Innovation Group,
11 mei 2015

INNOVATIEVOUCHER

"Design Innovation Group (DIG) was partner in een meerjarenprogramma van Stichting Droog Design. Dit programma had tot doel om de impact van speculatief ontwerp te vergroten door het verder te brengen in de realiteit. Met speculatief ontwerp wordt bedoeld: ontwerpen die gebaseerd zijn op de realiteit maar die geen rekening houdt met de huidige grenzen van dezelfde realiteit. Op basis van vier casussen wilde DIG onderzoeken of er aangrijppingspunten voor een methodologie zijn. Een innovatievoucher werd aangevraagd om in samenwerking met de Hogeschool Utrecht (lectoraat co-design) een opzet te maken waarmee data vergaard konden worden en het lectoraat hielp bij het analyseren van de data. Doordat het lectoraat - met de voucher - betrokken kon worden, werd het opzetten, analyseren en de stap naar een methodologieontwikkeling een stuk laagdrempeliger. De kennis en methoden van het lectoraat co-design kwamen zeer goed van pas in het ontwikkelen van de aangrijppingspunten voor een methodologie. De methodologieontwikkeling maakte het mogelijk om speculatief ontwerp meer bewust en daarmee meer strategisch in te zetten in (technologische) innovatieprocessen. Hierdoor is de rol van dit soort ontwerp duidelijker."

TKI-REGELING

Deze regeling voor alle negentien Topconsortia voor Kennis en Innovatie heeft als basisgedachte dat een TKI een toeslag (subsidie) kan 'verdienen' op basis van private investeringen in onderzoek en ontwikkeling. Hierover mag 25% worden gerekend als grondslag voor de aanvraag van de TKI-toeslag. Voor de eerste 20.000 euro mag 40% worden meegerekend. Met deze prikkel wil het ministerie van EZ publiek-private samenwerking stimuleren en investeringen van het bedrijfsleven in onderzoek.

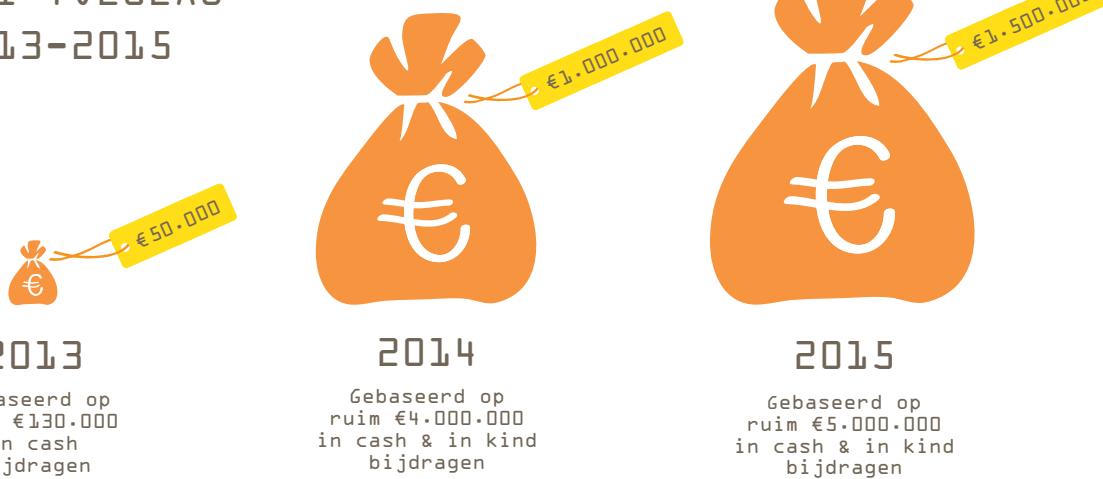
Op basis van werkelijke realisatie worden achteraf de definitieve grondslag en daarmee de hoogte van de toeslag vastgesteld. Het bestuur van een TKI bepaalt de inzet van de TKI-toeslag bij deze samenwerkingsprojecten. Dit kan gaan naar (fundamenteel, industrieel of experimenteel) onderzoek of via de MIT-regeling naar netwerkactiviteiten en innovatiemakelaars. Naast TKI-samenwerkingsprojecten

worden ook onderzoeksopdrachten onderscheiden. Daarbij is veelal sprake van een business-to-business-relatie. Deze projecten mogen nog niet zijn gestart voor indiening van de TKI-toeslag als onderzoeksopdracht.

In eerste instantie was in 2013 de grondslag gebaseerd op in cash bijdragen van private partijen, wat een uitdaging was voor de creatieve industrie met haar long tail van kleine bedrijven. Op basis daarvan was de TKI-toeslag erg beperkt met circa 50.000 euro (gebaseerd op ruim 130.000 euro private in cash investeringen in onderzoek), mede ook als gevolg van onbekendheid met de regeling. Er is toen veel discussie gevoerd of het wel zin had om hieraan mee te doen gegeven de beperkte verwachte TKI-toeslag in relatie tot de administratieve inspanningen en lasten.

In tweede instantie is in 2014 de TKI-regeling verruimd waarbij tot 20.000 euro ook in natura bijdragen mogen worden meegeteld naast investeringen in onderzoek van zogenaamde ANBI's (Algemeen Nut Beogende Instellingen), waarbij tenminste één private partij en kennisinstellingen in betreffend consortium deelnemen. Met de verruiming en eerdere ervaringen uit de TKI-aanvraag van 2013 kon in 2014 een factor twintig! meer als TKI-aanvraag worden ingediend, bijna 1 miljoen euro (gebaseerd op ruim 4 miljoen private

KERNCIJFERS TKI-TOESLAG 2013-2015



in cash- plus in natura-investeringen in onderzoek). Voor 2015 groeit de TKI-toeslag gestaag verder met een factor 1,5 naar circa 1,5 miljoen euro (gebaseerd op naar verwachting ruim 5 miljoen private in cash- plus in natura-investeringen in onderzoek). Het perspectief is reëel dat dit de komende jaren verder blijft groeien. Op deze manier kan het vlieg wiel echt gaan werken, waarbij op basis van nieuw onderzoek (gefinancierd met TKI-toeslag) weer nieuwe TKI-toeslag wordt gegenereerd.

Uitdagingen TKI-regeling

Uitdagingen in de TKI-regeling voor alle TKI's raken aan de complexiteit van de regeling, de concurrentiegevoeligheid en veranderingen in de regelgeving.

Complexiteit

De TKI-regeling is niet eenduidig noch eenvoudig over te brengen. Dit hangt samen met de complexiteit van de regeling, waarbij het onderscheid in samenwerkingsprojecten versus onderzoeksopdrachten dit verder versterkt. Ook is het de uitdaging organisaties mee te krijgen terwijl er alleen indirect iets tegenover staat, in geval van samenwerkings-projecten. Het bestuur van een TKI beslist daarbij over de inzet van de TKI-toeslag, terwijl private partijen hierover een administratieve verplichting hebben in relatie tot verantwoording van bijvoorbeeld opgevoerde uren.

Concurrentiegevoigheden

Diverse onderzoeksprojecten en -programma's raken aan meerdere topsectoren. Zo zijn ICT en creatieve industrie typische sectoren die aan meerdere andere topsectoren raken. Welke projecten passen echter onder welke TKI-aanvraag en wie bepaalt dit? Zo worden er door TKI's zelf, maar ook door universiteiten, TNO en NWO inventarisaties gemaakt. Ook is er soms sprake van 'concurrentie' tussen TKI's binnen dezelfde topsectoren om bedrijven aan zich te binden en zo de TKI-toeslag naar zich toe te trekken. Daarnaast is er sprake van concurrentiegevoeligheid in relatie tot de controleverplichtingen die TKI's hebben bij de verantwoording van de TKI-inzet. Contracten met grotere bedrijven kennen bijvoorbeeld vaak een clausule dat betreffend document niet met derden gedeeld mag worden.

Veranderingen in de regelgeving

Sinds de start van de TKI-regeling zijn er wijzigingen aangebracht: wijzigingen voor wat betreft het mogen meetellen van in natura bijdragen van private partijen met een drempel tot 20.000 euro, de grondslag. Ook zijn wijzigingen aangebracht voor wat betreft regels rond de inzet van de TKI-toeslag. Ten slotte zijn per 2015 de inventarisatie en

OVERZICHT INSTRUMENTEN EN REGELINGEN

NWO- EN TNO-ONDERZOEK	MIT-REGELING	TKI-REGELING
<p>EEN KENNISINSTELLING IS HOOFDANVRAGER VAN EEN ONDERZOEKSPROJECT, IN EEN CONSORTIUM MET TEN MINSTE 1 BEDRIJF</p> 	<p>EEN MKB VRAAGT AAN, AL DAN NIET IN EEN CONSORTIUM MET EEN KENNISINSTELLING IN GEVAL VAN EEN R&D SAMENWERKINGSPROJECT</p> 	<p>HET TKI 'VERDIENT' EEN BONUS VAN 25% OP BASIS VAN PRIVATE INVESTERINGEN IN ONDERZOEK: DE TKI-TOESLAG</p> 
<p>NWO-INSTRUMENTEN:</p> <ul style="list-style-type: none">KIEM-PROJECTENEMBEDDED RESEARCH PROJECTENSTRATEGISCH RESEARCH PROJECTENRESEARCH THROUGH DESIGN (OP BASIS VAN INNOVATIECONTRACT 2014-2015)  <p>TNO-INSTRUMENTEN:</p> <ul style="list-style-type: none">SHARED RESEARCH PROGRAMGEZAMELIJK NWO-TNO ONDERZOEKSPROGRAMMA 2012-2013	<p>INSTRUMENTEN MIT:</p> <ul style="list-style-type: none">INNOVATIEVOUCHERR&D SAMENWERKINGSPROJECTENHAALBAARHEIDSSTUDIESINNOVATIEPRESTRATIE-CONTRACTENINHUUR HOOGOPGELEID PERSONEEL  <p>ENKEL DOOR TKI AAN TE VRAGEN:</p> <ul style="list-style-type: none">INNOVATIEMAKELAARSNETWERKACTIVITEITEN	<p>DE TKI-TOESLAG KAN DOOR HET TKI-BESTUUR WORDEN INGEZET OF IN ONDERZOEK OF VIA DE MIT-REGELING</p>

realisatie ineengeschoven, waardoor er vooraf duidelijkheid is over de beoogde toeslag, die nu wordt gebaseerd op de realisatie van het jaar ervoor. Met deze wijzigingen is de regeling weliswaar eenduidiger en beter geworden, maar in de overgang geeft dit de nodige uitdagingen.

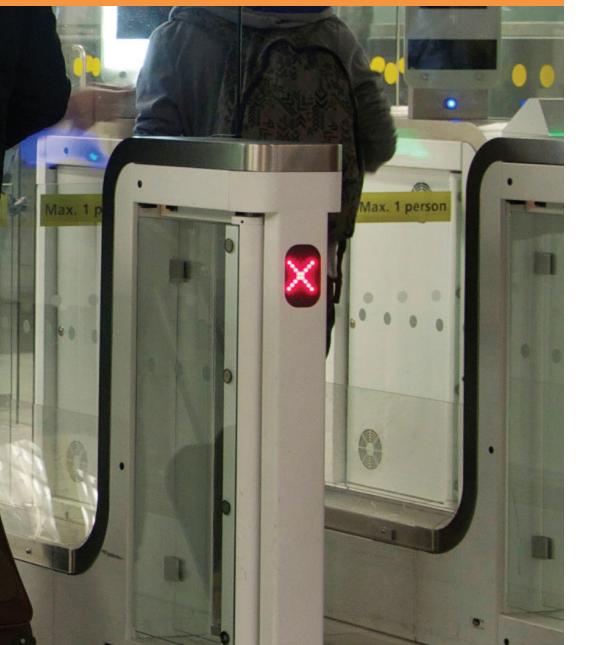
Al met al is het topsectorenbeleid moeizaam uit de startblokken gekomen. Hans de Jongh van het Financieele Dagblad geeft medio maart 2014 in zijn analyse weer dat er over 2013 30% minder is gerealiseerd dan beoogd voor wat betreft de TKI-regeling, een verschil van enkele tientallen miljoenen euro's die de topsectoren daarmee minder ontvangen⁸⁴.

Inzet TKI-toeslag

TKI CLICKNL heeft in 2015 langs twee lijnen TKI-toeslag ingezet: een eerste bedrag in samenwerking met TKI Life Sciences & Health gericht op onderzoek naar langer zelfstandig functioneren met dementie⁸⁵. Dit als invulling van de cross-overambitie Create Health van CLICKNL. Een tweede bedrag is in 2015 geïnvesteerd in toegepaste onderzoeksprojecten in samenwerking met TNO⁸⁶. Zo begint het wiel steeds harder te draaien waarbij de inzet van TKI-gelden moet gaan leiden tot nieuwe TKI-toeslag.



2014



a.u.b.

Please wait here. Even wachten a.u.b.

Please wait here. Even wachten a.u.b.

Automatische paspoortcontrole op Schiphol - "De nieuwe automatische paspoortcontrole op Schiphol is zo ingericht dat mensen zelf soepel door de douane kunnen lopen, zonder tussenkomst van douaniers. De belevening op het vliegveld wordt daarmee prettiger, zonder dat het gevoel van veiligheid eronder lijdt. Ook de wachttijden worden zo verkort. Met dank aan Jeroen van Erp, Fabrique.

CROSS-OVERS

Op het gebied van cross-overs zijn meerdere partijen actief binnen de creatieve industrie. Zo wordt er ook samengewerkt met de Kamer van Koophandel, de Dutch Creative Council, het Stimuleringsfonds en de Federatie Dutch Creative Industries in de reeks *Cross-overs Works*⁸⁷-boekjes. Hier wordt in elke editie een pallet van actuele cross-overs geschatst binnen (deelsectoren van) de creatieve industrie alsmede tussen de creatieve industrie en andere sectoren.

Cross-overs zijn een belangrijke uitdaging voor de creatieve industrie. Zoals ook in het innovatieprogramma-voorstel Waarde van Creatie uit 2010 geschatst, juist de creatieve industrie kan waarde toevoegen aan andere topsectoren en maatschappelijke domeinen. Ook in de Europese context is dit evident met het Horizon 2020 kaderprogramma waar zogenaamde Grand Societal Challenges centraal staan.

CLICKNL zet voor wat betreft cross-overs actief in op health, energy, smart retail en smart industry. Hierbij wordt waar mogelijk samengewerkt met andere topsectoren en TKI's.

Daarnaast worden verkenningen uitgevoerd naar andere mogelijk relevante cross-overs, zoals op het gebied van veiligheid, agrifood en smart cities.

SMART RETAIL

Smart retail is een cross-over waar verschillende onderdelen van de creatieve industrie een rol spelen. Smart retail gaat over het inspelen op de grote veranderingen van het winkelen. Deze veranderingen zijn ingegeven door de economische crisis, alsmede door de digitalisering en het internetwinkelen. De combinatie van deze ontwikkelingen hebben in een kort tijdsbestek al geresulteerd in een fors aantal faillissementen van bestaande winkelketens. De creatieve industrie kan hier van betekenis zijn in relatie tot onder meer het herinrichten van winkelgebieden, internetwinkelen en digitaal (kleding of accessoires) passen. In het voormalige onderzoeksprogramma Shopping2020 waren meerdere CLICKNL Netwerken betrokken.

SHOPPING 2020

“Branches en bedrijven hebben te maken met grote veranderingen op het gebied van (online) verkoop van producten en diensten aan consumenten. Denk bijvoorbeeld aan: veranderend consumentengedrag, nieuwe posities in de keten, verschuivingen van omzet, digitalisering van producten en diensten en internationale concurrentie. Hoe shoppt de consument online in 2020 en welke acties moeten worden ondernomen op nationaal, branche- en bedrijfsniveau opdat B2C ondernemend Nederland succesvol hier op in kan spelen, nationaal én internationaal?

Thuiswinkel.org heeft het initiatief genomen voor Shopping2020, een onderzoeksprogramma dat toekomstvisie wil ontwikkelen en op basis daarvan een actieplan over de toekomst van onlineverkoop van producten en diensten. Het doel van het onderzoeksprogramma Shopping2020 is het ontwikkelen van een toekomstvisie op de onlineverkoop van producten en diensten in een breed maatschappelijk perspectief”⁸⁸

Shopping2020 krijgt een vervolg binnen de ambities rond het platform De Nieuwe Winkelstraat. Dit platform is een initiatief van TKI CLICKNL, Thuiswinkel en Inretail. Binnen De Nieuwe Winkelstraat worden vier activiteiten onderscheiden waaronder ‘onderzoek’ waar TKI CLICKNL trekker van is.

Minister Kamp van EZ heeft op 17 maart 2015 de Tweede Kamer zijn retailagenda aangeboden. Hierin zet hij de problematiek uiteen waar de retailsector mee kampt, maar ook

voor welke kansen de sector staat. Het platform De Nieuwe Winkelstraat is hier goed op aangesloten als een van de uitvoerende partijen binnen het pallet aan beoogde activiteiten.

CREATE ENERGY

Op 12 november 2013 zijn in de RAI tijdens de Innovatieestafette zeven Green Deals getekend door minister Kamp van EZ. Een majeure ambitie is om in 2019 meer dan 100.000 energieslimme gebouwen te hebben gerealiseerd. Het TKI CLICKNL en vier TKI's van de topsector Energie werken hierin samen met vijf gemeenten, Netbeheer Nederland en het ministerie van EZ. De CLICKNL Netwerken Built Environment, Design, Media & ICT en Games zijn actief betrokken. Diverse projectlocaties van de betrokken gemeenten Arnhem, Groningen, Amsterdam, Eindhoven en Enschede worden gebruikt in de Green Deal.

De rol van de creatieve industrie ligt onder meer in het ontwikkelen van toepassingen die het gedrag van eindgebruikers beïnvloeden en veranderen op een manier die aansluit bij de wensen en behoeften van die gebruikers. Daarbij wordt door interactie met eindgebruikers gebruik gemaakt van creatieve methoden zoals design thinking, service design en gamification.

CREATIVE PRODUCERS

"Creative producers vertalen de projectcontext naar een aanpak waarin de gebruiker centraal wordt gesteld. Zij zorgen dat de kwaliteiten van diverse creatieve bedrijven worden ingezet voor het inrichten van het project en het betrekken van de gebruikers en eigenaren van de gebouwen. Daarbij gaat het om kernvaardigheden als:

- User centered design (producten, diensten, systemen én projecten)
- Open data & applicaties (Apps4Energy)
- Support/activeren communities
- Redesigning built environment (m.n. renovatie)
- Ontwerpen voor gedragsverandering
- Storytelling/communicatie
- Frisse benadering/aanpak: design thinking, service design, gamification, apps/social, co-creatie"⁶⁹

De eerste opstartfase en tweede fase van het kwartier maken zijn in het voorjaar van 2015 afgerekond. In 2015 wordt gestart met de implementatie van de concrete projecten op locaties van de betrokken vijf gemeenten.

CREATE HEALTH

In 2014 is door CLICKNL gewerkt aan een landelijk platform Create Health. Daarbij wordt onder meer samengewerkt met TKI Life Sciences & Health en het Center of Expertise U Create. Binnen Create Health worden bestaande (regionale) initiatieven en organisaties verbonden op de cross-over tussen creatieve industrie en health. Dit resulteert in 2015 reeds in een eerste gezamenlijk programma van TKI CLICKNL en TKI Life Sciences & Health. Dit programma gaat zich richten op het vraagstuk hoe mensen met dementie langer zelfstandig kunnen functioneren.



abcdeSIM - In een online realistische virtuele spoedeisen-de hulp omgeving worden cursisten/spelers uitgedaagd om ernstige zieke patiënten te behandelen. Er worden acuut en ernstig zieke patiënten binnengebracht en de cursist leert de gezondheidstoestand van elke patiënt snel en accuraat te inventariseren en op volgorde van prioriteit te behandelen volgens de internationale ABCDE-methode (het controleren van Airway, Breathing, Circulation, Disability en Exposure). Er zijn verschillende versies voor (huis)artsen en verpleegkundigen. Afbeelding: ©IJsfontein. Met dank aan Mir Wermuth, Growing Games.

AMBITIES CREATE HEALTH

"De hoofddoelstelling is het ontwikkelen en opschalen van slimme zorginnovaties voor maatschappelijke zorgvraagstukken waarmee nieuwe waarde gecreëerd kan worden. Daarbinnen kiest Create Health 'gezond en actief ouder worden' (Healthy & Active Ageing) als centraal thema. Opschaling van succesvolle innovaties en diensten is van groot belang. Alleen door opschaling kan de potentie van de zorginnovatie benut worden en de maatschappelijke impact en de waardecreatie ten volle gerealiseerd worden. Doelstelling van het programma Create Health is daar-naast het creëren van nieuwe businesskansen voor de creatieve industrie. Succesvolle innovaties en diensten in Nederland bieden commerciële kansen in Europa. De Nederlandse creatieve industrie kan hier een leidende rol in krijgen.

Create Health wil een impuls geven aan kennisontwikkeling. Door het delen van kennis van methoden, onderzoeksprogramma's goed laten aansluiten en inzetten bij de zorginnovaties, het slimmer opzetten en organiseren van publiek-private samenwerking en meer ervaring met de aanpak van wicked problems. Create Health wil ten slotte een duurzame samenwerking tussen de creatieve industrie en de zorgsector tot stand brengen door het verbinden van netwerken waarin de samenwerking optimaal kan ontstaan en concreet wordt."¹⁰

SMART INDUSTRIES/HIGH TECH

Een vierde cross-over waar CLICKNL aan werkt is op het snijvlak met Smart Industries/High Tech. Dit is geen sinecure gegeven de sterk technologiegedreven hightechwereld met een heel andere cultuur dan die van de creatieve industrie. Voor de creatieve industrie vergt het een aanpassing om niet alleen op basis van uurtje-factuurtje te willen samenwerken, maar ook te kunnen mee-investeren. Voor de hightechsector vraagt het een omslag in denken en openstaan voor andere manieren van werken waarbij de gebruiker steeds meer centraal komt te staan.

De ontwikkeling van nieuwe producten en diensten vergt een andere aanpak dan voorheen. Dit wordt langzaam maar zeker onderkend door de hightechwereld. De creatieve industrie kan hier van betekenis zijn. Niet zozeer in het 'mooi maken' van een nieuw product aan de 'achterkant', maar eerder als strategische partner aan de 'voorkant' van onderzoek en ontwikkeling.

DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN DE CREATIEVE SECTOR

"De Nederlandse creatieve industrie kan en gaat daar een rol spelen die (inter)nationaal het verschil gaat maken doordat ondernemingen in de creatieve industrie:

- de kracht van verbeelding in hun systeem hebben (wij bedenken het);
- de mens centraal zetten bij het ontwerpen van diensten en producten (wij weten wat de gebruiker wenst nu en in de toekomst);
- daarbij gebruik maken (en nog meer kunnen gaan maken) van state of the art technologie;
- door hun schaal extreem flexibel zijn."⁹¹

Naast specifieke cross-overs richt bijvoorbeeld Growing Games zich als programma op drie maatschappelijke domeinen: gezondheidszorg, educatie en defensie. CLICKNL Games is hier partner in de relatie tussen kenniswereld en bedrijfsleven.

GROWING GAMES

Op het gebied van games is in 2013 het Growing Games-initiatief ontstaan. Door de handen ineen te slaan vanuit de overheid (provincie en stad Utrecht via de Economic Board Utrecht), kennisinstellingen (waaronder TNO) en het bedrijfsleven, is de ambitie te groeien naar een marktwaarde van ruim 10 miljard euro in 2015⁹².



Moodbot - Moodbot werkt als een interactieve coach, die mensen met een psychiatrische aandoening aanspoort signalen van terugval te noteren. Dagelijks wordt naar de stemming van dat moment gevraagd en opdrachten gegeven. Ook stimuleert Moodbot om andere cliënten virtueel te bezoeken, zodat een netwerkfunctie ontstaat. Door het spelen van de game krijgt de cliënt meer inzicht in zijn eigen herstelproces en ervaart hij meer eigen regie. Uiteindelijk komt Moodbot ook beschikbaar voor dierbaren van cliënten, zodat zij kunnen helpen met signaleren. Afbeelding: ©Altrecht/HKU, st. Moodbot. Met dank aan Mir Wermuth, Growing Games.

GROWING GAMES

"Growing Games is een meerjarig stimuleringsprogramma (2013-2016) om duurzame groei van de Nederlandse applied gamessector te bevorderen. Het programma heeft een omvang van zo'n 4 miljoen euro, opgebracht door 25 partners bestaande uit bedrijven, sectororganisaties en kennisinstellingen en gematcht met enkele overheidssubsidies.

De applied gamessector is nu nog relatief klein, maar heeft een enorme groeipotentie. De Nederlandse game-industrie heeft een uitstekende startpositie om bovengemiddeld van die verwachte groei te profiteren: zowel in kwantiteit als kwaliteit steekt Nederland ruim boven het internationale maaiveld uit. Uit de Games Monitor 2012 bleek echter ook dat een aantal factoren die groei (kunnen) belemmeren. Growing Games wil die belemmeringen wegnemen en de kansen uitnutten.

Om de groeipotentie te benutten dient een sterker en innovatiever ecosysteem in de game-industrie ontwikkeld te worden, waarin cross-overs met andere industrieën worden ontwikkeld en ondernemerschap wordt geprofessionaliseerd.

Het programma bouwt nadrukkelijk voort op reeds bestaande activiteiten die de partners ook nu al uitvoeren. Door alle activiteiten van de consortiumpartners te bundelen en te richten ontstaat meerwaarde. Door gamebedrijven via Growing Games-coaching optimaal klaar te stomen voor de tweedefasegroei, zijn zij bijvoorbeeld interessanter voor de investeerders die aan Growing Games zijn verbonden.

Dergelijke activiteiten binnen het programma kunnen de partijen - de markt zelf - prima zelf opbrengen. Om echter het maximale uit de samenwerkingsverbanden te kunnen halen, kan de markt de hulp van de overheid (op verschillende niveaus) goed gebruiken. Dit geldt ook om gamebedrijven over de streep te halen om geld en tijd te investeren in hun eigen professionalisering en innovatiekracht.

De subsidiegelden die Growing Games heeft verworven, worden daarom met name op die activiteiten ingezet: scholing, aanbieden van goedkope bedrijfshuisvesting, realisatie van internationale showcases, validatieonderzoeken die gamebedrijven niet zelf kunnen financieren en waarvoor samenwerking met de kennisinstellingen noodzakelijk is. Na afloop van het programma moet samenwerking in het ecosysteem zo vanzelfsprekend geworden zijn, dat de markt dit op eigen kracht blijft continueren.

CLICKNL Games is, als een van de consortiumpartners, de partij die die samenwerking tussen kennisinstellingen en bedrijven op gang helpt. Growing Games is daarmee een mooi voorbeeld van hoe het topsectorenbeleid ontkiemende initiatieven uit de markt een extra boost kan geven."



Renovatie Metro Oostlijn Amsterdam - "Een samenwerking tussen architecten en ontwerpers: hoe de Metro Oostlijn zodanig in te richten dat gebruikers zich prettig en veilig voelen, maar ook snel hun weg kunnen vinden." Met dank aan Renovatie Metro Oostlijn en Groep A / Fabrique.

STAND VAN ZAKEN EN TOEKOMST CLICKNL IN HET BREDERE CREATIEVE LANDSCHAP

STAND VAN ZAKEN

Het topteam Creatieve Industrie, met de Dutch Creative Council als onafhankelijke adviesraad, heeft de afgelopen jaren een sterk fundament gelegd langs de verschillende taakvelden van internationalisering, cross-overs, randvoorwaarden, human-capitalagenda en kennis en innovatie. Naast deze inhoudelijke dossiers heeft dit ook geresulteerd in meer coördinatie van bestaande organisaties en infrastructuren in het creatieve landschap, waaronder de Federatie Dutch Creative Industries, het stimuleringsfonds, Het Nieuwe Instituut en TKI CLICKNL.

Toegespitst op kennis en innovatie is CLICKNL, als netwerk van netwerken, een belangrijk resultaat: de organisatiegraad die in de periode 2012-2015 tot stand is gekomen dan wel verder is versterkt met de zes CLICKNL Netwerken,

de regio's en stakeholders zoals NWO, TNO en de Kamer van Koophandel (MKB-loket) is van groot belang geweest voor de creatieve industrie. Naast het TKI-bureau spelen de zes CLICKNL Netwerken een cruciale rol met hun eigen achterban van kennisinstellingen, bedrijven, culturele en maatschappelijke organisaties. Het TKI CLICKNL is uniek in vergelijking met de andere TKI's in haar organisatiestructuur en inbedding van de CLICKNL Netwerken bij verschillende regio's.

Verder is de gezamenlijke kennis- en innovatieagenda een belangrijk document omdat het aan de basis ligt van de verschillende regelingen: instrumenten en calls van bijvoorbeeld NWO, maar ook de MIT-regeling en inzet van de TKI-toeslag, worden gebaseerd op de kaders van deze agenda. Vanuit verschillende CLICKNL Netwerken wordt geparticeerd in Horizon 2020-onderzoeksprogramma's. Verder is input gegeven voor de nationale wetenschapsagenda en worden relaties met andere TKI's en cross-overs benoemd in de kennis- en innovatieagenda, op basis waarvan programma's worden gebouwd en samenwerking gestalte krijgt. Met TKI's van de topsectoren Life Sciences & Health en Energie heeft deze samenwerking al geresulteerd in concrete projecten.

Niet te onderschatten is outreach: communiceren, inspireren en informeren van de volle breedte van de achterban. Denk aan het jaarlijkse event van CLICKNL, de regioconferentie en het Design Research & Innovation Festival DRIVE tijdens de Dutch Design Week. Daarnaast organiseren de verschillende CLICKNL Netwerken nog hun eigen events. Naast events waar projecten en innovaties worden getoond, spelen de website, nieuwsbrief en social media een belangrijke rol in het informeren en bereiken van de achterban zoals bij het opengaan van een nieuwe call of andere regeling waar partijen op in kunnen spelen. Ook worden voorlichtingsbijeenkomsten georganiseerd in samenwerking met RVO, het ministerie van EZ, alsmede het MKB-loket (KvK).

Key performance indicators

Naast het belang van een sterke organisatiegraad, de strategische research- en innovatieagenda, cross-overs, inter-

nationalisering, alsmede outreach, kijkt TKI CLICKNL specifiek naar drie belangrijke key performance indicators (KPI's):

- *Meer publiek-private samenwerking*

Dit heeft uiting gekregen in bijna 150 nieuwe project-consortia die de afgelopen jaren zijn gestart. Deze publiek-private samenwerkingsprojecten zijn vooral mogelijk geweest door forse NWO-inzet, TNO-inzet, alsmede het ministerie van EZ met haar instrumenten binnen de MIT-regeling en de TKI-regeling. Daarnaast is de goede wisselwerking met de CLICKNL Netwerken, maar ook het MKB-loket (KvK) van belang geweest in voorlichting, het betrekken van partijen en waar nodig faciliteren en matchmaken gericht op nieuwe consortia.

- *Meer private investeringen in de creatieve industrie*

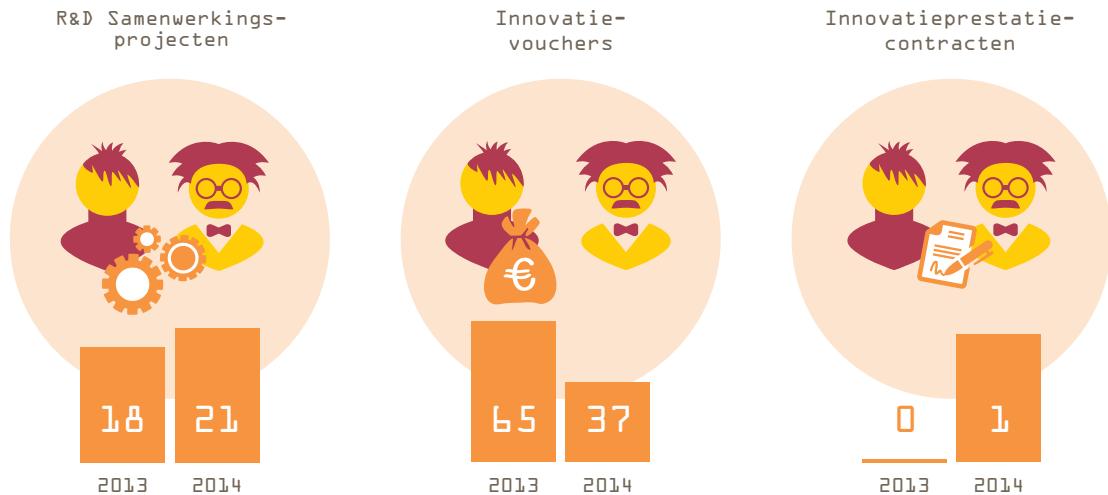
Uit bovenstaande publiek-private samenwerkingsprojecten blijkt indirect ook dat private partijen hebben meegeïnvesteerd in onderzoeksprojecten. Dit is namelijk een matchingvereiste bij NWO-projecten. Direct worden deze resultaten zichtbaar in de overzichten van de gerealiseerde TKI-toeslag, de TKI-regeling. Alleen al in 2014 is door enkele honderden private partners bij elkaar ruim 4 miljoen euro geïnvesteerd in onderzoek.

De verwachting is dat de groei over de afgelopen jaren hierin goed zal doorzetten nu partijen bekend raken met de regeling en het netwerk gestaag groeit. Ook helpt meer maatwerk in calls van NWO, alsmede de verruiming van de MIT-regeling op cross-overs wat relevant is voor de creatieve industrie. Verder groeit de betrokkenheid van hogescholen waardoor ook de bedrijven die in deze projecten participeren als zodanig geregistreerd worden. Tot slot komen steeds meer nieuwe Europese onderzoeksprojecten tot stand waar de creatieve industrie haar weg weet te vinden.

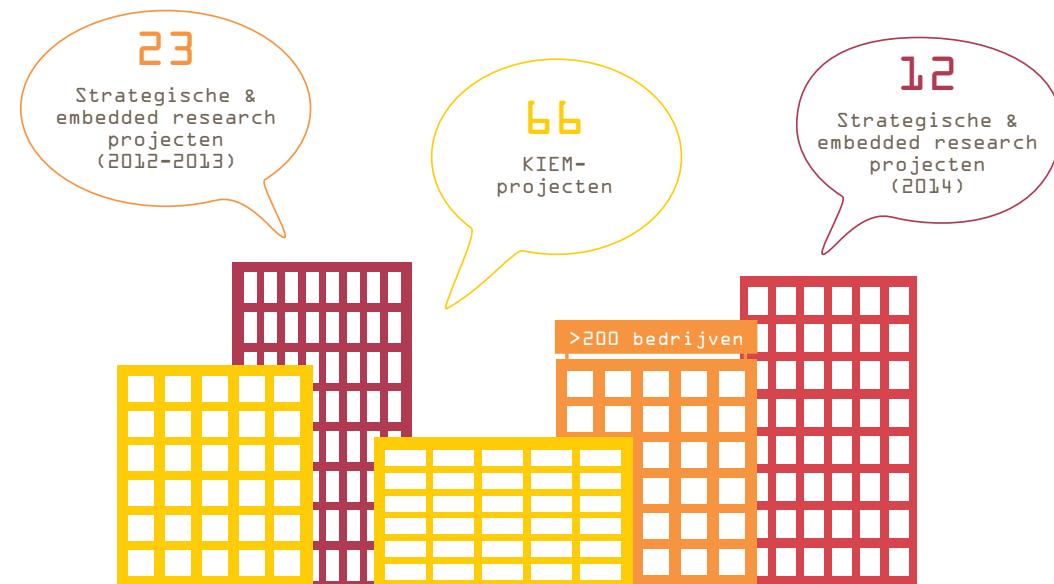
- *Meer opdrachtgevers binden aan de creatieve industrie*

Deze derde KPI hangt samen met de private investeringen in onderzoek. Er zijn diverse grote bedrijven die al fors investeren in onderzoek in de creatieve industrie, maar die nog niet zijn aangehaakt, al dan niet door onbekendheid. Er wordt hard aan gewerkt om deze

KERNCIJFERS MIT



KERNCIJFERS NWO



KERNCIJFERS TKI



2013

Gebaseerd op
ruim €130.000
in cash
bijdragen

2014

Gebaseerd op
ruim €4.000.000
in cash & in kind
bijdragen

2015

Gebaseerd op
ruim €5.000.000
in cash & in kind
bijdragen

CLICKNL RESULTATEN

- Totaal ruim 150 nieuwe PPS projecten in de periode 2012-2014.
- Private investeringen in onderzoeksprojecten in 2014 alleen al ruim €4.000.000 door meer dan 200 bedrijven.
- Forse groei zichtbaar in TKI-toeslagen van €50.000 euro in 2013 tot circa €1.000.000 in 2014 en een verwachting van €1.500.000 voor 2015 (op basis van private investeringen in creatieve industrieonderzoeksprojecten).

KENNIS EN INNOVATIE
GEDURENDE DE PERIODE
2012-2015

partijen die nog niet altijd zichtbaar zijn boven water te krijgen. Dit kunnen overigens ook andere bedrijven zijn dan ‘creatieve bedrijven’, denk aan cross-overprojecten. Ook zijn er bedrijven internationaal actief, die in Nederlands onderzoek investeren, maar die nog niet zijn aangesloten. Voor deze bedrijven is het vaak ook zinvol aangehaakt te raken omdat men veelal ook niet bekend is met de verschillende regelingen en mogelijkheden die er bestaan.

Het topteam en bestuur van TKI CLICKNL zijn in 2014 gezamenlijk de taskforce It takes 4 to tango gestart met als doelstelling meer grote bedrijven en opdrachtgevers aan (onderzoek binnen) de topsector Creatieve Industrie te binden (zie ook pagina 87). Deze activiteit bouwt voort op bestaande relaties, onder andere in programma's zoals FES CRISP. Daarnaast worden nieuwe relaties aangeboord en aangehaakt, al dan niet langs de lijn van de CLICKNL cross-overs.

TOEKOMST TKI CLICKNL

Naar een duurzaam businessmodel

Een uitdaging voor CLICKNL is het verder ontwikkelen van een duurzaam businessmodel, zowel op het niveau van TKI CLICKNL, het CLICKNL coördinerende bureau, als de CLICKNL Netwerken. De eerste jaren is door het Ministerie van EZ een extra subsidie beschikbaar gesteld, welke gestaag wordt afgebouwd. Daarbij bleek de subsidie niet eenvoudig in te zetten, gegeven de vele staatssteunuitdagingen in relatie tot het generieke topsectorenbeleid.

In het kader van een duurzaam businessmodel zijn verschillende mogelijkheden verkend, waaronder een lidmaatschapsmodel voor TKI CLICKNL. Dit zou echter concurrerend zijn met de CLICKNL Netwerken, die ook een duurzaam businessmodel dienen te ontwikkelen, alsmede met andere initiatieven binnen de sector zoals de brancheorganisaties.

In de kern blijft het TKI-bureau vooralsnog grotendeels afhankelijk van verschillende subsidiemiddelen.

De CLICKNL Netwerken werken naar een combinatie toe van geldstromen van subsidies enerzijds, alsmede via lidmaatschapsgelden of bijdragen van derden anderzijds voor hun basisorganisatie en kernactiviteiten. Enkele CLICKNL Netwerken zijn nu al zo georganiseerd.

Daarnaast is projectfinanciering fundamenteel voor onderzoek en innovatie, zoals via NWO-calls, TNO-instrumenten, de MIT-regeling en inzet van TKI-toeslag. De ambitie hierbij is meer private bijdragen te realiseren van opdrachtgevers en industrie maar ook van maatschappelijke organisaties. Daartoe is onder andere de taskforce It takes 4 to tango ingericht. Tevens wordt gewerkt aan de contouren van een vervolgprogramma op het FES programma CRISP, in samenwerking met CLICKNL. Op 18 juni 2015 vond het slotevent van CRISP plaats waar de resultaten van de voorgaande jaren werden gepresenteerd.

De andere uitdaging voor de creatieve industrie die met het businessmodel samenhangt, is de waarde van creatie naar andere sectoren toe verder te ontwikkelen. De in dit hoofdstuk geschatste cross-overambities raken hier direct aan. Potentiële opdrachtgevers, mogelijk ook regionale overheden en organisaties uit andere sectoren dienen hieraan bij te dragen op basis van relevante en unieke proposities vanuit de creatieve industrie. Daarbij kan juist in de samenwerking tussen CLICKNL Netwerken synergie worden gerealiseerd.

Het creatief MKB werkt veelal op basis van uurtje-factuurtje-dienstverlening, meestal afgebakend in een eenmalige opdracht. Daartegenover staat investeren voor eigen rekening en risico wat een heel ander type creatief ondernemerschap vergt. Dit spanningsveld komt terug in opdrachten voor grotere organisaties, maar ook in onderzoeksprojecten waar creatief MKB in participeert. Dat vraagt een investering en langere tijdshorizon, soms zonder een direct rendement. Een deel van de creatieve sector kan hier moeilijk of niet in mee, wat samenhangt met het businessmodel en de omvang van (vaak kleine) creatief MKB. Een ander deel van de creatieve industrie groeit hier gestaag in en bouwt daarmee een basis voor een volgende generatie creatieve ondernemers in publiek-private samenwerking.

Variaties tussen de CLICKNL Netwerken

Binnen de zes CLICKNL Netwerken kunnen verschillende dwarsdoorsneden worden gemaakt, zoals langs de lijn van ontwerpende disciplines voor de CLICKNL Netwerken Design, Built Environment en Next Fashion. Dit komt onder andere tot uiting in het NWO-instrument Research through Design voor de ontwerpende disciplines in het innovatiecontract 2014-2015. Daarnaast is digitalisering voor alle netwerken relevant, weliswaar op verschillende manieren. Dit is onder meer zichtbaar in de samenwerking van de CLICKNL Netwerken Media & ICT en Games in het Growing Games-programma. Voor CLICKNL Netwerk Cultural Heritage is deze lijn ruim tien jaar geleden al ingezet met het programma CATCH. Het CLICKNL Netwerk Design is actief betrokken bij de ontwikkeling rond Smart Industry.

Dit laatste voorbeeld hangt samen met het onderscheid naar innoveren in de creatieve industrie en mét de creatieve industrie: naast onderzoek en kennisontwikkeling binnen de creatieve industrie zelf, wat essentieel is om vernieuwend te blijven, is het van belang kennis te ontwikkelen en te innoveren in de cross-over relaties met de creatieve industrie. Zo heeft eind 2014 een aantal CLICKNL Netwerken, waaronder Design, sterk ingezet op cross-overs.

Een ander onderscheid tussen de CLICKNL Netwerken hangt samen met de ontwikkelfase en organisatiegraad. Enkele CLICKNL Netwerken bouwen voort op reeds bestaande organisaties en infrastructuren: CLICKNL Games (via Dutch Games Association), CLICKNL Media & ICT (via iMMovator) en CLICKNL Cultural Heritage (via het Meertens Instituut) zijn zulke netwerken. De CLICKNL Netwerken Built Environment, Design en Next Fashion bouwden een nieuwe structuur.

Verder kan onderscheid worden gemaakt naar de verhouding kennisinstellingen en private partners per CLICKNL Netwerk. Daarmee samenhangend ook naar het business-model en de private bijdragen in de organisatie van het CLICKNL Netwerk, maar ook in onderzoeksprojecten. Tot slot kan worden gekeken naar ‘succesvol’ zijn in termen van gehonoreerde publiek-private samenwerkingsprojecten over de afgelopen periode. Het zal duidelijk zijn dat er een stevige dynamiek bestaat welke de komende jaren verder zal uitkristalliseren. Daarbij zullen de mate van afhankelijkheid

van subsidies versus bijdragen van derden en de relevantie en potentie voor cross-overs belangrijke indicatoren zijn.

HET BREDERE CREATIEVE LANDSCHAP

Het accent in dit hoofdstuk ligt sterk op het TKI CLICKNL, als topconsortium voor kennis en innovatie, in relatie tot publiek-private samenwerking. De topsector Creatieve Industrie is natuurlijk breder. Het topteam en de Dutch Creative Council zitten ook in een volgende fase, waarin de gezamenlijke ambities en prioriteiten de afgelopen periode zijn bepaald en vertaald naar concrete activiteiten. Daarnaast is er de koepel voor brancheorganisaties, de Federatie Dutch Creative Industries, maar zijn er ook diverse andere spelers zoals de drie Centers of Expertise op het gebied van de creatieve industrie in Amsterdam, Utrecht en Arnhem. Daarnaast zijn het Stimuleringsfonds en Het Nieuwe Instituut, welke vanuit het ministerie van OCW worden ondersteund, belangrijke actoren in het creatieve landschap.

POSITIONERING CULTUUR EN ECONOMIE

De term 'creatieve industrie' heeft schizofrene trekken. In Nederland zijn twee departementen die zich met de creatieve industrie bezig houden: EZ en OCW, waarbij EZ 'economie' vertegenwoordigd en OCW 'cultuur'. De gezamenlijke beleidsbrieven over de creatieve industrie naar de Tweede Kamer zijn ook niet voor niets Cultuur en Economie genaamd vanuit de gedachte dat beide elkaar versterken. In de praktijk ligt het accent in sterke mate op EZ voor het TKI CLICKNL. Daarnaast richt OCW zich logischerwijs op cultuur, meer specifiek met haar cultuurnota.

Dit levert in de praktijk een deelverzameling op van ambities en activiteiten waarbij de uitdaging is deze waar mogelijk en relevant te stroomlijnen. Naast de activiteiten uit de brede toteamagenda en specifiek die van TKI CLICKNL, worden Het Nieuwe Instituut en het Stimuleringsfonds voor de Creatieve Industrie via OCW gesubsidieerd. De sectorinstituten voor theater en muziek zijn de afgelopen jaren echter opgeheven.

Het Nieuwe Instituut

In 2013 zijn het Virtuele Platform (kennisinstituut voor e-cultuur), het Nederlandse Architectuurinstituut (NAI) en Premsela (instituut voor Design en Mode) gefuseerd tot Het Nieuwe Instituut (HNI). HNI maakt economische, sociale, culturele en technologische veranderingen zichtbaar waarmee maatschappelijke discussie wordt gevoerd. Dat doet HNI onder meer met onderzoeken, tentoonstellingen, publicaties en lezingen. CLICKNL en HNI raken elkaar in de multidisciplinariteit (cross-overs) van deze ontwikkelingen en in het onderzoek. Daarbij zijn beide organisaties complementair. In het najaar van 2013 heeft CLICKNL haar jaarevent samen met HNI georganiseerd waar cross-overs centraal stonden.

Het Stimuleringsfonds

Het stimuleringsfonds voor de architectuur is in 2012 veranderd in het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. Naast architectuur zijn er twee focussen bijgekomen: e-cultuur en vormgeving (in lijn met de speerpunten van Het Nieuwe Instituut). Voor het Stimuleringsfonds is internationalisering een prioriteit. Het voormalige Dutch Design, Fashion and Architecture-initiatief is hier geïncorporeerd. Het accent voor internationalisering is wezenlijk anders dan dat bij CLICKNL waar vooral de kennis en innovatiekant van internationalisering aan de orde is. In 2014 heeft CLICKNL internationalisering als hoofdthema voor haar jaarevent gekozen, waarbij ook is samengewerkt met het Stimuleringsfonds.

Buitenlandse Zaken

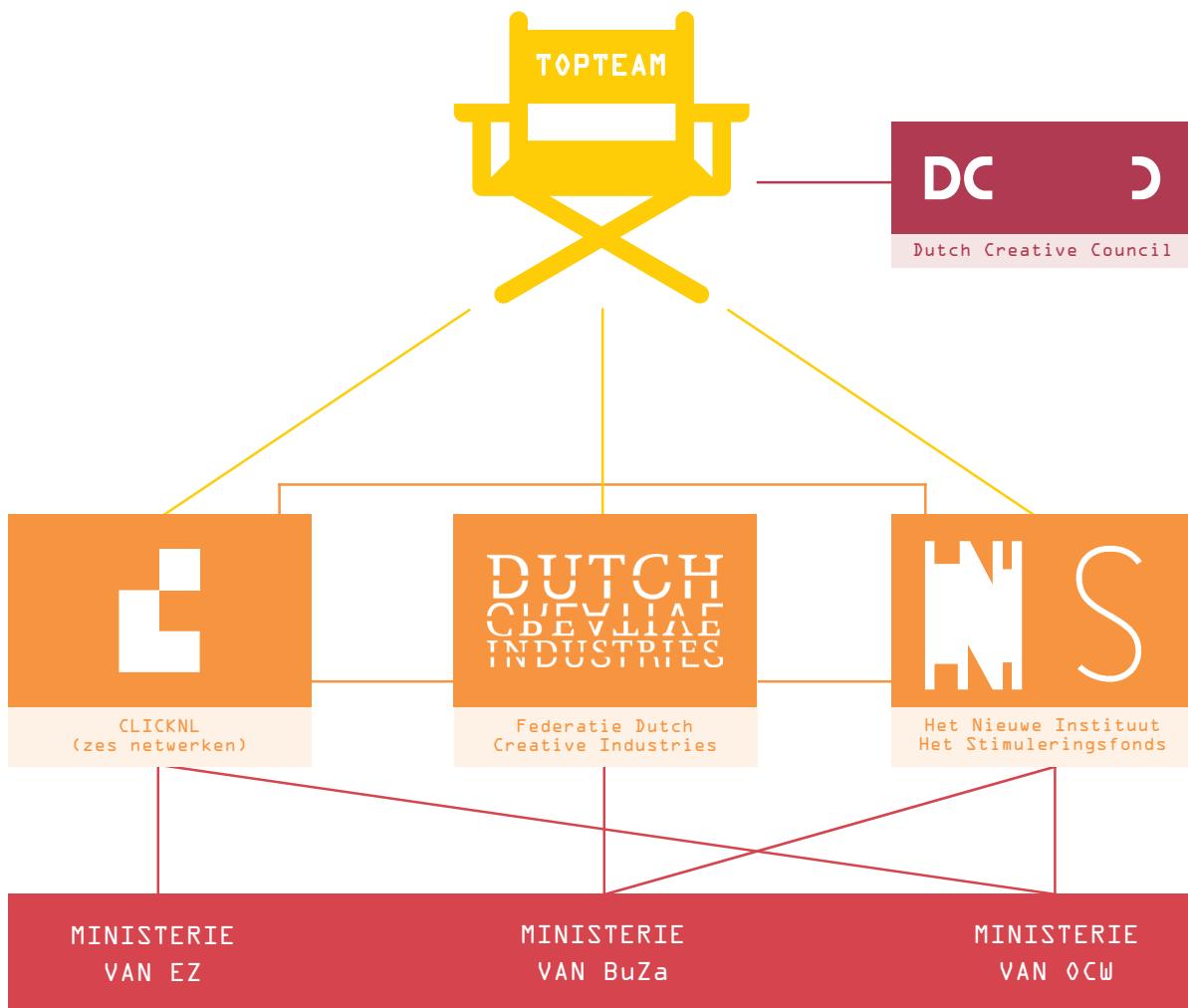
Daarnaast heeft het ministerie van Buitenlandse Zaken, als derde departement naast OCW en EZ, directe betrokkenheid bij de creatieve industrie. Juist ook met de internationaliseringagenda topteambreed is het van belang dat de activiteiten goed met elkaar sporen en elkaar waar mogelijk ook versterken zoals bij handelsmissies.

De komende periode zal het creatieve landschap verder uitkristalliseren. Op termijn zal het topteam mogelijk als regisseur opgaan in de Dutch Creative Council met een sterk coördinerende functie namens de breedte van de creatieve industrie. Daarbij is de vraag hoe de verschillende taakgebieden worden belegd. Het ligt voor de hand dat TKI CLICKNL kennis en innovatie blijft representeren. Voor wat betreft de breedte van internationalisering lijken het Stimuleringsfonds en de Federatie Dutch Creative Industries aangewezen partijen. Voor wat betreft de human-capital-agenda is de vraag waar en hoe dit het beste kan worden georganiseerd. Mogelijk kan de Federatie Dutch Creative Industries hier een belangrijke rol spelen; ook is er iets voor te zeggen aansluiting te zoeken bij TKI CLICKNL vanuit de redenatie dat human-capitaldevelopment de basis vormt voor onderzoek en innovatie in de kennisketen. Cross-overs is ook een dossier waar meerdere partijen inclusief Het Nieuwe Instituut, de Federatie Dutch Creative Industries en TKI CLICKNL actief op zijn. De tijd zal leren op welke wijze dit optimaal kan worden georganiseerd. Het onderdeel ‘randvoorwaarden’ ten slotte zou vanuit een adviserende rol bij de Dutch Creative Council kunnen komen te liggen.

Daarnaast kunnen ook andere voor de breedte van de creatieve industrie relevante activiteiten worden onderscheiden, zoals communicatie en politieke lobby waar-

mee bijvoorbeeld de Federatie Dutch Creative Industries actief is in Den Haag. Ook hierin ligt verdergaande samenwerking tussen bestaande organisaties voor de hand. Ondanks de grote stappen die afgelopen jaren in organisatiegraad, is de creatieve industrie voor de buitenwereld nog steeds versnipperd en is voor creatief MKB niet altijd helder waar men met welke vraag terecht kan. Aan het topteam de schone taak hier de komende periode nog in te regisseren!

STAKEHOLDERS IN HET CREATIEVE LANDSCHAP





DEEL III

DE OVERHEID ALS HOVENIER

‘Nederland als proeftuin’, met deze beeldspraak is dit boek gestart. Enerzijds vanuit de beeldende gedachte van de proeftuin waar in real-life omgevingen concepten en prototypen voor nieuwe producten en diensten worden getest, gevalideerd en ontwikkeld. Anderzijds in termen van een tuin en een hovenier die experimenteert, accepteert dat een deel van wat hij zaait niet tot bloei komt en waar nodig ook pokon hanteert.

POKON

"CLICKNL is een rariteitenkabinet, een soort dierentuin met allemaal verschillende soorten dieren. De CLICKNL Netwerken verschillen sterk van elkaar. Games is als een bijenkolonie die verbindingen legt en zo honing maakt. Fashion zie ik bijvoorbeeld als vlinders die van de ene mooie bloem naar de andere vliegen. Economische Zaken zorgt voor een goed klimaat, misschien is EZ wel de pokon..."⁹³

In dit hoofdstuk wordt het overheidsbeleid van de afgelopen decennia onder de loep genomen, mede in relatie tot de creatieve industrie. Verder worden de topsectoren vergeleken langs diverse dimensies op basis waarvan inzichtelijk wordt dat generiek beleid niet zonder slag of stoot kan worden geïmplementeerd. In het laatste deel ten slotte wordt ingegaan op oogsten, na het zaaien.

KLIMAATBEHEERSING

Het overheidsbeleid is door de jaren heen aan verandering onderhevig. De overheid laveert daarbij tussen een overheid die (pro-)actief stimuleert en coördineert versus een meer passieve overheid die alleen faciliteert in termen van randvoorwaarden: het vrijemarktdenken. Een klassiek overheidsdilemma waar economen vandaag de dag nog steeds van mening over verschillen. Asje van Dijk heeft hierover in 1986 een interessante dissertatie geschreven '*Innovatie en overheidsbeleid: duwen en trekken in de industriebeleid*'⁹⁵.

Evert-Jan Velzing bouwt enkele decennia later onder ander hierop voort in zijn proefschrift '*Innovatiebeleid: een reconstructie van het innovatiebeleid van het ministerie van Economische Zaken van 1976 tot en met 2010*'. Daarbij onderscheidt hij zeven hoofdlijnen in het innovatiebeleid van de afgelopen 35 jaren⁹⁶:

1. De opkomst van het innovatiebeleid;
2. Overheersing van technologisch gericht R&D-beleid;
3. Discussie over de verhouding tussen generiek en specifiek beleid;
4. De invloed van lobbyactiviteiten op het identificeren van sterke gebieden;
5. Toenemende nadruk op samenwerking;

DOEL-REGELGEVING

Secretaris-generaal Camps van het ministerie van EZ gaat in zijn nieuwjaarsartikel begin januari 2015⁹⁴ onder andere in op het spanningsveld tussen regelgeving en vernieuwing. Daarbij raakt hij aan voorbeelden zoals Airbnb en UberPop, waarbij de uitdaging is meer in kansen te kijken, naast risicobeheersing: 'Doelregelgeving', het sturen op hoofdlijnen in plaats van details.

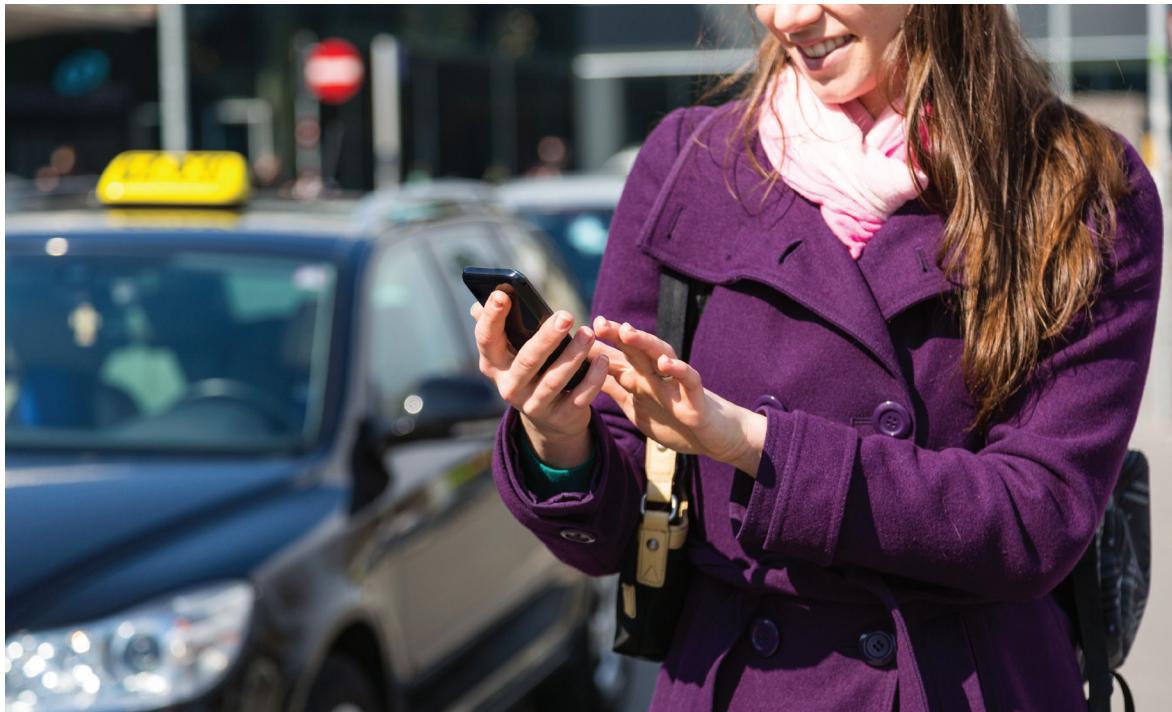
6. Steeds verdere scheiding tussen maken en uitvoeren van beleid;
7. Pogingen om het innovatiebeleid transparanter te maken.

Velzing besluit zijn analyse van 35 jaar innovatiebeleid met zeven aanbevelingen voor toekomstig innovatiebeleid:

1. Zorg voor continuïteit;
2. Bouw voort op de ervaringen met innovatiebeleid;
3. Kijk verder dan R&D alleen;
4. Kies eerder voor specifiek dan voor generiek beleid;
5. Voer geen incidentenpolitiek, maar anticipeer op incidenten;
6. Verbeter de transparantie en verantwoording;
7. Vermijd kortademigheid.

Dit pleit ervoor, ook bij een nieuw kabinet, het topsectorenbeleid de komende jaren door te zetten. Daarbij wel met de nodige aanpassingen en meer maatwerk, op basis van de leerpunten van de afgelopen jaren. Wanneer op korte termijn dit beleid weer zou worden losgelaten gaat veel energie, draagvlak en opgebouwde kennis verloren. Partijen beginnen nu juist bekend te raken met de verschillende regelingen en hier gestaag ook beter op in te spelen.

Innoveren in de wereld van taxivervoer - Het voorbeeld van UberPop: laveren tussen risicobeheersing en het faciliteren van innovatie wat vaak gepaard gaat met nieuwe business modellen.



Cycli in innovatiebeleid

De afgelopen twee decennia, van 1994-2010, is de overheid actief geweest met het stimuleren van de economie vanuit meevallers uit de aardgasbaten, het Fonds Economische Structuurversterking (FES). Tussen 1994 en 2003 is dit in de vorm van een stimuleringsprogramma ICES-KIS (Interdepartementale Commissie Economische Structuurversterking-Kennisinfrastructuur) geweest⁹⁷. Vanaf 2004 zijn ca. veertig BSIK (Besluit Subsidie Investeringen Kennisinfrastructuur)-projecten ondersteund.

Bij het sleutelgebiedenbeleid dat in 2004 werd geïntroduceerd werden zogenaamde innovatieprogramma's ontwikkeld waar fors overheidssubsidie in werd geïnvesteerd. Met het topsectorenbeleid, sinds 2011, zijn de innovatieprogramma's afgebouwd en soms zelfs voortijdig stopgezet zoals bij het Diensteninnovatieprogramma Service Innovation & ICT. Negentien TKI's zijn de afgelopen jaren ingericht voor de negen topsectoren, waarbij zoveel mogelijk wordt voortgebouwd op de bestaande structuren zoals van technologische topinstututen. Dit verloopt niet altijd zonder herten of stoten.

Sinds 2011 is het accent van het overheidsbeleid meer verlegd naar het vrijemarktdenken, wat resultert in minder subsidiegelden en meer gericht op publiek-privaat onderzoek en ontwikkeling. Waar bedrijven voorheen juist (vaak gesubsidieerd!) eigen onderzoeksafdelingen opbouwden is de teneur nu dat het bedrijfsleven wordt gestimuleerd mee te investeren in onderzoek bij kennisinstellingen. Op basis van deze private bijdragen kunnen TKI's een TKI-toeslag verdienen van 25%. Deze TKI-toeslag kan onder meer worden ingezet voor nieuw onderzoek, zoals in het vorige hoofdstuk uiteengezet.

Naar een ‘brede beleidsmix’

Technopolis heeft in opdracht van het ministerie van EZ in 2014 gekeken naar de effecten van ruimtelijk economisch beleid over de periode 2004-2014⁹⁸. Er worden twee paradigmaverschuivingen gesignaleerd: rond 2005 met het Pieken in de Delta-beleid dat was gericht op het versterken van krachtige regio's in plaats van het egaliseren van economische achterstand van regio's. In 2010 is met het kabi-

net Rutte een tweede verschuiving zichtbaar waarbij de verantwoordelijkheid voor ruimtelijk-economisch beleid meer bij de regio is komen te liggen.

De eerste verschuiving, stimuleren van kansrijke clusters, lijkt positief te hebben gewerkt voor de ontwikkeling van jonge opkomende clusters. Een van de casestudies is de creatieve industrie die in de Noordvleugel in sterke mate profiteert van deze impuls. Daarbij wordt geconcludeerd dat het Piekenbeleid in sterke mate heeft bijgedragen aan het organisatorisch vermogen en innovatievermogen van clusters. Tegelijkertijd wordt in de Technopolis-studie gepleit voor een ‘brede beleidsmix’, waarbij ruimtelijk economisch beleid slechts een bouwsteen is.

TOPSECTOREN VERGELEKEN

De negen topsectoren die Nederland kent zijn sterk divers, zowel qua cultuur en structuur alsmede qua omvang en achtergrond. Zo bouwt een aantal topsectoren voort op een lange geschiedenis en bestaande infrastructuren zoals technologische topinstituten, waar andere nog beperkt georganiseerd zijn. Dit uit zich ook in de diversiteit aan TKI's. In 2012 is gestart met 21 TKI's, waarbij de topsector Energie 7 TKI's kende, de topsector Chemie 4, de topsector Water 3, de topsector Tuinbouw en Uitgangsmaterialen 2 en de andere topsectoren Agri&Food, High Tech Systemen en Materialen, Creatieve Industrie, Life Sciences & Health en Logistiek allemaal 1 TKI. Het lijkt dan ook meer dan logisch dat hier geen eenduidig beleid op past.

Coördinatiestrategieën publiek-private samenwerking

Het Rathenau Instituut toont aan in haar publicatie van begin 2013 over coördinatie van publiek-private samenwerking op het gebied van onderzoek en innovatie, dat maatwerk vereist is⁹⁹. Daarbij dient de overheid te accepteren dat een deel van het gezaaide mogelijk op niet-vruchtbare akkers terechtkomt. Een ander deel is wel kansrijk, hier moet je op door willen pakken, vanuit de gouden driehoek van overheid, bedrijfsleven en kennisinstellingen. Dat vergt maatwerk, ruimte om samen te exploreren en een lange adem. Het Rathenau Instituut zoomt met name in op coördinatiestrategieën vanuit vijf invalshoeken voor alle topsectoren,

waarbij hier tussen haakjes specifiek wordt aangegeven wat dit betekende voor de creatieve industrie:

1. Focus in de onderzoeksagenda aanbrengen (relatief veel ruimte in de eerste open call 2012/2013; later in de 2014/2015-propositie meer gerichte instrumenten, zoals Research through Design),
2. Hun achterbannen betrekken (opbouwen nieuwe structuren: topteam en Dutch Creative Council; het TKI-bureau met de zes CLICKNL Netwerken),
3. Het onderzoek organiseren (experimenteel met verschillende calls en instrumenten in 2012/2013 en 2014/2015),
4. De TKI-toeslag inzetten (pas in 2015 wordt de TKI toeslag ingezet: een deel in samenwerking met TKI Life Sciences & Health en een deel via toegepast onderzoek met TNO),
5. Het MKB betrekken (creatief MKB waarbij onder meer wordt ingezet op de relatie met het grootbedrijf en in de vorm van cross-overs).

Verder worden door het Rathenau Instituut vier coördinatieproblemen voor topsectoren onderscheiden:

1. Organisatievermogen in sector,
2. Aandeel grootbedrijf,
3. Ervaring met publiek-private samenwerking (PPS),
4. Organisatievermogen in onderzoeksgebied

De topsector Creatieve Industrie scoorde laag op deze onderdelen. De topsector Logistiek scoorde eveneens laag op de onderdelen organisatievermogen in sector en organisatievermogen in onderzoeksgebied. De topsectoren Life Sciences & Health en Energie scoorden laag op het organisatievermogen in sector. De topsector Water scoorde laag op ervaring met publiek-private samenwerking (PPS). De andere topsectoren scoorden allemaal gemiddeld tot hoog op alle onderdelen.

Hoe top zijn de topsectoren eigenlijk?

Jacobs en Dankbaar¹⁰¹ reflecteren in Economisch Statistische Berichten (ESB) op het rapport van de Wetenschappelijk Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) ‘Naar een lerende economie’, najaar 2013. Daarbij wordt geconclu-

Topsector	Organisatie-vermogen in sector	Aandeel grootbedrijf	Ervaring met PPS	Organisatievermogen in onderzoeksgebied
Chemie	Hoog	Hoog	Hoog	Hoog
HTSM	Hoog	Hoog	Hoog	Gemiddeld
Agri & Food	Gemiddeld	Hoog	Hoog	Hoog
Tuinbouw & Uitgangsmaterialen	Gemiddeld	Gemiddeld	Gemiddeld	Hoog
Life Sciences & Health	Laag	Gemiddeld	Hoog	Hoog
Water	Hoog	Gemiddeld	Laag	Gemiddeld
Energie	Laag	Hoog	Gemiddeld	Gemiddeld
Logistiek	Gemiddeld	Laag	Gemiddeld	Laag
Creatieve Industrie	Laag	Laag	Laag	Laag

deerd dat sectorspecialisatie niet zo snel verandert, in relatie tot de vraag waar Nederland over twintig jaar haar brood mee verdient. Dat pleit voor het voortbouwen op het eerdere backing winners principe wat via de sleutelgebieden heeft geresulteerd in de topsectoren.

Echter de onderbouwing van de topsectoren wordt door Jacobs en Dankbaar als zwak bestempeld. Agrofood, tuinbouw, chemie, hightech en de helft van de topsector water ('natte bouw') worden als 'echt top' beschouwd. Logistiek en de creatieve industrie worden alleen in relatie tot deze topsectoren als echt sterk beschouwd. Energie en life sciences & health worden overigens helemaal niet als sterke sectoren gezien.

Een andere uitdaging voor de overheid, in lijn met het WRR-rapport 'Naar een lerende economie'¹⁰², is de topsectoren beter te koppelen aan maatschappelijke uitdagingen.

Dit in analogie met de ontwikkeling van de Duitse High Tech Strategie en de visie ‘Industrie 4.0’, in Nederland vertaald naar de Smart Industry-agenda, waarbij wordt gekeken naar maatschappelijke uitdagingen vanuit een holistisch perspectief. Ook Nederland zal daartoe breder moeten kijken dan alleen naar afzonderlijke topsectoren. Dit proces is in 2015 verder in gang gezet via de lijnen van de nieuwe kennis- en innovatieagenda’s van de topsectoren, alsmede via de ontwikkeling van de nationale wetenschapsagenda.

Topsectoren in cijfers

Op drie niveaus worden in deze paragraaf kerncijfers weergegeven in relatie tot de topsectoren:

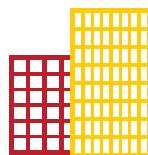
1. Economisch belang topsectoren (CBS)
2. Monitor bedrijvenbeleid inzake de TKI-regeling
(ministerie van EZ)
3. Terugblik TKI-inzet door TKI's (RVO)

De CBS-cijfers uit de Monitor Topsectoren 2014 geven een beeld over de periode 2010-2012. Hieruit wordt in ieder geval al duidelijk dat het enkele jaren kan duren voordat cijfers inzichtelijk worden uit de verschillende statistieken. Daardoor is het een paar jaar na aanvang van het topsectorenbeleid nog steeds moeilijk de ontwikkeling goed te vergelijken in de tijd. Daarbij speelt ook mee dat de eerste cijfers licht ‘vertekend’ kunnen zijn als gevolg van het moeten wennen aan het nieuwe topsectorenbeleid en dito instrumentarium de eerste periode.

CBS-CIJFERS TOPSECTOREN 2012

“Wat is het (economisch) belang van de topsectoren voor Nederland? De figuur rechts vat dit samen. Bijna een kwart van de Nederlandse bedrijven behoort in 2012 tot een of meerdere topsectoren. Deze bedrijven zijn verantwoordelijk voor 36% van de Nederlandse productie. Het aandeel van de negen topsectoren in de toegevoegde waarde van Nederland en werkzame personen (in fte) bedraagt respectievelijk 25 en 20%. Ongeveer 40% van de uitvoer van goederen in Nederland is afkomstig van de topsectoren. Een belangrijk kenmerk van de topsectoren is dat ze innovatief zijn. In 2012 wordt 87% van de R&D-uitgaven aan eigen onderzoek in Nederland gedaan door de topsectoren. In de periode 2010-2012 volgde de ontwikkeling van de topsectoren grotendeels de trend van de Nederlandse economie, alleen de productie nam met een stijging van 11% bovengemiddeld toe.”¹⁰³

CBS-CIJFERS TOPSECTOREN 2012



25% van alle NL bedrijven
behoort bij één of meerdere topsectoren



36% van de NL productie komt van
bedrijven behorende bij de topsectoren



20% van alle werkzame personen
werkt in één of meerdere topsectoren



25% is het aandeel in de
toegevoegde waarde van NL



40% van de uitvoer van goederen
wordt door de topsectoren gerealiseerd



87% van de R&D uitgaven aan eigen
onderzoek wordt gedaan door de topsectoren

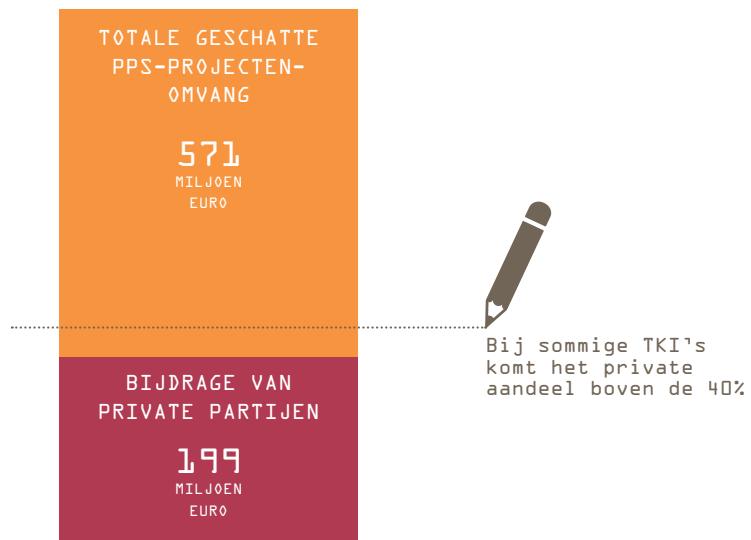


11% bovengemiddelde toename
van productie in de topsectoren

In de Monitor Bedrijvenbeleid 2014 van het ministerie van EZ komen de topsectoren terug in relatie tot de TKI-regeling en de realisatie van private bijdragen in publiek-private samenwerking over 2013.

EZ CIJFERS TKI REGELING 2013

"Voor het eerst zijn kwantitatieve resultaten beschikbaar over de TKI's (voor het jaar 2013). Private partijen hebben € 199 mln. (cash) bijgedragen aan publiek-private samenwerkingsprojecten (PPS), op basis waarvan de TKI's toeslag hebben aangevraagd. De totale geschatte PPS-projectenomvang (waarvoor TKI-toeslag is aangevraagd) bedraagt € 571 mln. Het private aandeel van de topsectoren in de TKI's komt daarmee voor het jaar 2013 uit op 35%. Binnen de topsectoren zijn er een aantal TKI's waarvan het private aandeel in 2013 boven de 40% uitkomt."¹⁰⁴

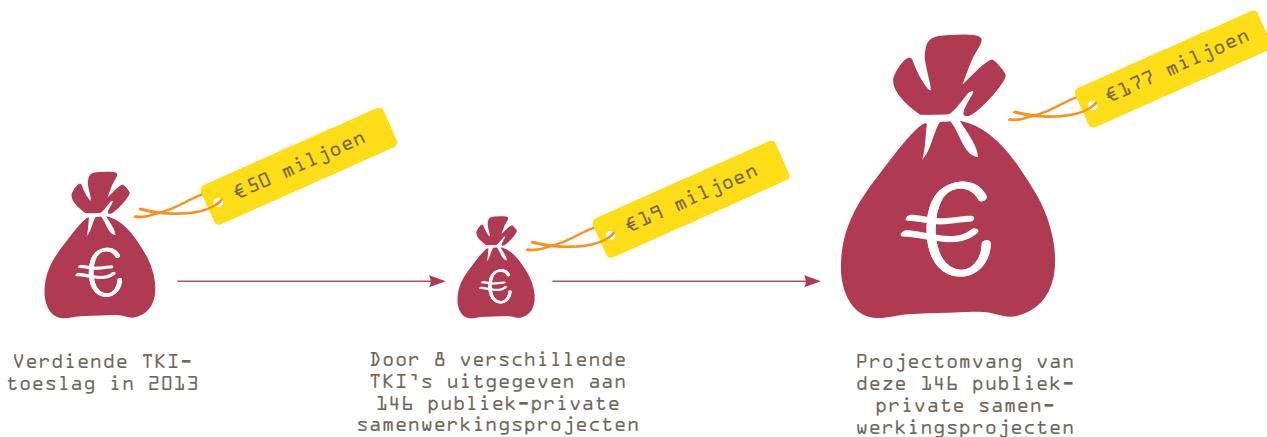


Ook in 'Topconsortia voor Kennis en Innovatie: Een terugblik op het jaar 2013' wordt door RVO begin 2015 teruggekeken op het topsectorenbeleid, uitgewerkt naar cijfers over 2013 van onder meer de inzet van TKI-toeslag. De verwachting is dat de aangevraagde en gerealiseerde TKI-toeslag in 2014 verdubbeld is ten opzichte van 2013, van 50 miljoen euro naar ruim 100 miljoen euro.

RVO CIJFERS INZET TKI-TOESLAG 2013

"Van de ongeveer €50 miljoen aan verdiende TKI-toeslag is in 2013 ongeveer €19 miljoen uitgegeven door 8 verschillende TKI's. Hiermee zijn 146 publiek-private samenwerkingsprojecten opgestart, met een totale projectomvang van ongeveer €177 miljoen. In 2013, het eerste jaar van de TKI-toeslag, is dus nog niet alle toe-

slag die de TKI's in dat jaar hebben verdiened ook meteen al ingezet in projecten. TKI's hebben veel energie gestoken in o.a. het stimuleren van vorming van nieuwe samenwerkingsprojecten. Naar verwachting zullen de instituten in 2014 en 2015 een inhaalslag maken en meer TKI-toeslagmiddelen inzetten."¹⁰⁵



De topsectoren bezien als organisatieculturen

Naast deze meer ‘harde’ coördinatieaspecten en cijfers is de ‘zachtere’ cultuurkant van de topsectoren een niet te onderschatten element in het succes van publiek-private samenwerking en meer specifiek in relatie tot het generieke topsectorenbeleid. Dit aspect kan worden belicht met behulp van een indeling van het Competing Values Framework van Quinn en Rohrbaugh¹⁰⁶. In dit model worden twee dimensies onderscheiden op basis waarvan organisatieculturen kunnen worden afgeleid. Deze dimensies zijn interne versus externe oriëntatie en de mate van flexibiliteit versus beheersing. Op basis daarvan worden vier typen organisatieculturen geduid waar de topsectoren op kunnen worden geplot:

- *Innovatiegericht*

Hoge mate van flexibiliteit en extern gericht. Dit is typisch de creatieve industrie met haar long tail van innovatief MKB. Ook de topsectoren Logistiek en Tuinbouw (in mindere mate) en Uitgangsmaterialen (in meerdere mate) raken hieraan. Logistiek is flexibel en innovatief in de keten, tegelijkertijd is hier ook sprake van een sterke structuur en organisatiegraad.

- *Mensgericht*

Flexibel, maar intern gericht. Geen van de topsectoren past deze typering volledig. De topsector Water past nog het meest bij deze typologie, met de nuance dat watertechnologie en vooral ook deltatechnologie meer intergericht en beheersmatig van aard zijn. Maritieme technologie verschilt hiervan en is relatief meer extern gericht en flexibel behalve voor het defensieonderdeel.

- *Beheersgericht*

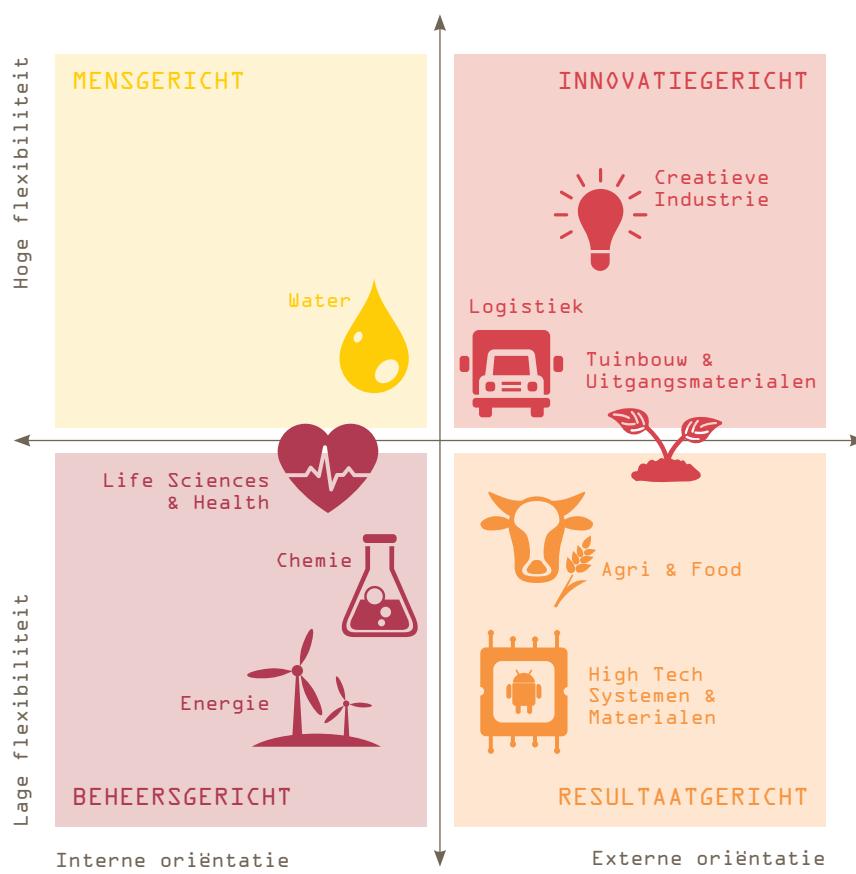
Intern en beperkt flexibel of wendbaar. De topsectoren Chemie, Energie en Life Sciences & Health komen in de buurt van deze typologie, hoewel hier een verschuiving gaande is: solide stabiele sectoren waar controle en beheersing centraal staan. De topsector Energie kent weliswaar dynamiek, maar is nog relatief naar binnen gekeerd. Binnen de topsector Life Sciences & Health zijn ook veel kleinere bedrijven waar dit in mindere mate opgaat. Tot slot is in de chemiesector eveneens een verschuiving zichtbaar van traditionele bedrijven naar meer innovatieve bedrijven zoals in kunststof en rubber, naast de hele biotechontwikkeling.

- *Resultaatgericht*

Een extern gerichte sector die sterk gericht is op prestatie en rendement. De topsector High Tech Systemen en Materialen heeft hier veel gelijkenis, evenals de topsector Agri & Food. In de topsector Agri & Food is enige nuance aan te brengen waar enerzijds sprake is van beheersmatigheid in relatie tot voedselveiligheid, anderzijds functioneert deze topsector heel wendbaar en flexibel. Vooral de foodkant is erg innovatief.

Ook zijn hybride vormen denkbaar, zoals bij de topsector Water met meerdere heel verschillende TKI's, maar meestal is een type cultuur dominant. Ook is er veelal sprake van een dynamiek, waardoor het moeilijk blijft de topsectoren rigide in deze typologie te passen: veel topsectoren zitten in een transitie van meer traditionele bedrijven naar meer innovatieve bedrijven, zoals in de Chemie en Agri & Food. Ook veranderende wet- en regelgeving spelen hier een rol voor topsectoren zoals Life Sciences & Health en Energie. In onderstaand figuur worden de topsectoren met de nodige nuances geplot naar (dominantie op een van) deze vier cultuurtypen.

CULTUURTYPOLOGIE VAN DE TOPSECTOREN



TIJD VOOR EEN NIEUW SEIZOEN

Door de jaren heen heeft de creatieve industrie zich gestaag georganiseerd en verder uitgekristalliseerd. In termen van organisatiekracht heeft zich een speelveld afgetekend van het Stimuleringsfonds voor de Creatieve Industrie (als opvolger van het programma Dutch Design, Fashion and Architecture) en Het Nieuwe Instituut (als fusie van Prem-sela, het Virtueel Platform en het NAI) aan de ‘cultuurkant’ en het TKI CLICKNL met het topteam en de Dutch Creative Council aan de ‘economiekant’. Daarnaast speelt de Federatie Dutch Creative Industries een belangrijke rol als koppel voor de verschillende brancheorganisaties.

Programmatisch en daarmee gepaard gaand ook organisatorisch, heeft de creatieve industrie met het NWO-programma CATCH, drie relevante FES-programma's, GATE, CRISP en COMMIT en het diensteninnovatieprogramma Service Innovation and ICT sterke impulsen gekregen. Onderzoeksorganisatie NWO heeft een groot deel van haar middelen sinds 2012 specifiek gericht op de topsectoren. Ook wordt samengewerkt met TNO. Hiermee is een kennisfundament ontstaan waarop de komende jaren kan worden voortgebouwd. Daartoe is het wel zaak dat de overheid haar topsectorenbeleid in stand houdt, al dan niet met de nodige verfijningen.

Naar een duurzaam innovatiebeleid

In haar balans van de topsectoren 2014 constateert de Adviesraad voor Wetenschap, Technologie en Innovatie¹⁰⁷ dat het topsectorenbeleid een nieuwe dynamiek teweeg heeft gebracht die ten minste tien jaar nodig heeft om te kunnen bestendigen en succesvol te kunnen zijn: met het topsectorenbeleid is tegelijk ingezet op nieuwe instrumenten (vormen van financiering) en op nieuwe vormen van organisatie van publiek-private samenwerking.

TOPSECTORENBELEID BETREFT SYSTEEMVERANDERING

"Met de komst van de topsectorenaanpak in 2010 is er sprake van een ingrijpende systeemverandering. Deze systeemverandering kent twee aspecten: ten eerste is er sprake van een sectorale en integrale benadering en ten tweede is er sprake van een nieuwe wijze van financiering en organisatie van publiek-private samenwerking met meer vraagsturing. Tegelijkertijd met de invoering van deze sectorale en integrale benadering zijn middelen uit het Fonds Economische Structuurversterking (FES) voor kennis en innovatie weggevallen, is de financiering van bestaande instituten en programma's afgebouwd en is het fiscale innovatie-instrumentarium uitgebreid. Elke topsector moet een nieuwe vorm van organisatie en financiering van publiek-private samenwerking opzetten. Ook de rol en sturingsfilosofie van de overheid is veranderd: van sturing via subsidies naar netwerksturing. Met name de gelijktijdige combinatie van deze aspecten, in een tijd van budgettaire krapte, maakt dat deze systeemverandering verstrekend en ingrijpend is."¹⁰⁸

Daarbij komt de Adviesraad voor Wetenschap, Technologie en Innovatie tot drie aanbevelingen om bestaande lacunes te overkomen en het topsectorenbeleid te verduurzamen:

- *Zorg voor een gedeelde visie*

Het topsectorenbeleid wordt nog niet door alle partijen evenzeer gedragen. Een sterkere verbinding en betrokkenheid met onder meer start-ups, hogescholen, regionale overheden en vakdepartementen is gewenst.

- *Verbeter de governance*

De ‘bestuurlijke drukte’ dient te worden verminderd. Ook is er meer maatwerk in instrumentarium benodigd. Daarbij pleit de Adviesraad voor Wetenschap, Technologie en Innovatie voor additionele middelen zodat de budgetten voor de MIT-regeling en TKI-regeling omhoog kunnen. Daarmee vergroot de slaagkans voor de MIT en ontstaat een betere balans in de baten en (administratieve) lasten van de TKI-regeling die nu naar verhouding erg hoog zijn.

- *Verbind alle spelers in de gouden driehoek*

Cross-sectorale samenwerking tussen topsectoren is essentieel om maatschappelijke vraagstukken te adresseren. Ook dienen de topsectoren open te staan voor ‘nieuwe’ spelers in het veld en hen waar mogelijk actief te betrekken. Mogelijk is hiervoor additioneel instrumentarium benodigd.

Cultuur en economie revisited

De Raad voor Cultuur en de Adviesraad voor Wetenschap, Technologie en Innovatie hebben in het voorjaar van 2015 een gezamenlijk advies uitgebracht aan de bewindslieden van de ministeries van OCW en EZ over de waarde van creativiteit. Hierin wordt het spanningsveld tussen de creatieve industrie als economische topsector aan de ene kant en de kunst- en cultuursector aan de andere kant aangekaart. Tevens wordt in het advies gesteld dat het beleid dat beide ministeries voeren niet voldoende op elkaar is aangesloten. Op basis daarvan komen de gezamenlijke raden met een drieledig advies.

NAAR EEN GEÏNTEGREERD BELEID VAN EZ EN OCW?

1. "Betere afstemming realiseren tussen de relevante instrumenten van innovatie-, wetenschaps- en cultuurbeleid, zodat ruimte wordt geboden aan de culturele, economische en maatschappelijke waarde van creativiteit, binnen en buiten de creatieve industrie. In concreto zouden de middelen voor het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en de middelen voor onderzoek in de Topsector Creatieve Industrie tot één logisch geheel voor de aanvragers kunnen worden gemaakt. Hierbij moet een gecombineerde inzet op één project ook mogelijk zijn."
2. Mogelijkheden creëren om ondersteuning op maat te bieden aan internationale ambities van de creatieve industrie, onder meer door het instrumentarium beter op elkaar te laten aansluiten; door samenwerking met andere topsectoren te vergemakkelijken; door de gebundelde inzet van culturele en innovatieattachés en de middelen voor culturele, wetenschappelijke en economische diplomatie.
3. Een geïntegreerd programma ontwerpen voor wetenschappelijk, praktijkgericht en ontwerpend onderzoek met bijbehorend geoormerk budget voor de creatieve industrie, langs de lijnen van het voorbeeld van de NWO-call Research through Design."¹⁰⁹

Het debat over ‘cultuur en economie’ is in de basis niet nieuw, maar wel nog steeds actueel en relevant. Zo bracht begin 2015 ook de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid een ‘Verkenning Cultuur herwaarderen’¹¹⁰ uit, waarin uitgebreid wordt ingegaan op diverse aspecten van cultuur, meer specifiek op de waarde van cultuur.

Tot slot

Er is de afgelopen tien jaar veel gezaaid. Een deel is niet op vruchtbare bodem terecht gekomen, een ander deel zeker wel. Ook zijn er onverwachte combinaties ontstaan. Juist deze combinaties kunnen heel vernieuwend zijn. De uitdaging voor de komende jaren is te komen tot oogsten door verder te bouwen op de bestaande infrastructuren, daarbij meer samen te werken en slimmer gebruik te maken van bestaande instrumenten.

Samenwerking door TKI CLICKNL met onderzoeksorganisatie NWO is daarbij essentieel, juist ook in de afstemming over maatwerk van instrumenten die goed passen bij de creatieve industrie.

Aan de overheid de uitdaging om naast generiek beleid meer maatwerk te bieden, gegeven de variatie tussen de topsectoren en TKI's. In de Verkenning Creatieve Industrie van het ministerie van EZ uit juni 2009 werd een soortgelijke conclusie al getrokken: *"One size fits all bestaat niet: een innovatieprogramma voor de creatieve industrie zal bijna even divers zijn in aanpak en instrumentkeuze als de creatieve industrie zelf"*¹¹².

Verder wordt ook in het OECD-rapport 'Reviews of Innovation Policy' in het voorjaar van 2014¹¹³ aangegeven dat de wisselingen in het innovatiebeleid een zwakte zijn voor Nederland, naast de relatief lage R&D-uitgaven en beperkte samenwerking tussen bedrijfsleven en kennisinstellingen in delen van de economie. Een pleidooi kortom voor een stabiel overheidsbeleid met ruimte voor maatwerk!

Daarnaast kan in lijn met het advies van de Raad voor Cultuur en de Adviesraad voor Wetenschap, Technologie en Innovatie voor de topsector Creatieve Industrie mogelijk ook de relatie tussen het instrumentarium van de ministeries van OCW, EZ en Buitenlandse Zaken nog beter op elkaar worden afgestemd. Ook is er behoefte aan instrumenten die specifiek cross-overs stimuleren, mede met het oog op de maatschappelijke uitdagingen waar fragmentarische antwoorden niet meer volstaan. Tot slot, een centrale opgave voor de creatieve industrie blijft om opdrachtgevers vanuit de industrie, maatschappelijke organisaties en de overheid sterker aan zich te binden. Samenwerking en cross-overs zijn daarbij de twee sleutelbegrippen. De vraagstukken van morgen vragen om integrale oplossingen waar voor de creatieve industrie bij uitstek een rol is weggelegd!

'CREATIEVE INDUSTRIE ZOEKT GROTERE ECONOMISCHE IMPACT'

De creatieve industrie begint zich te 'bewijzen', maar er is ook nog een weg te gaan. De sector staat op de kaart, is internationaal toonaangevend, maar laat ook nog te veel liggen. Het verzilveren van die waarde blijft een uitdaging. Dit wordt raak geïllustreerd door Rutger Betlem in het Financiële Dagblad van 13 maart 2015:

"Om ook de economische waarde te vergroten zou de creatieve industrie veel meer moeten samenwerken met andere disciplines, vindt Jeroen Verbrugge, lid van de Dutch Creative Council, een adviesraad die de ontwikkeling van de creatieve industrie moet stimuleren. Verbrugge noemt onder andere de combinaties creativiteit en watermanagement, musea en digitale toepassingen en online-retail en mode.....

'We zijn een land van overlegstructuren, dat remt innovatie. Bedrijven en de politiek kunnen nog wel wat aan snelheid winnen. De overheid is taai. Ze zien de potentie wel, maar bewegen moeilijk mee.' Ook de industrie heeft nog veel te leren. 'We zitten overal aan tafel en geven ons product weg. We zijn de brenger, maar halen er te weinig uit', zegt Verbrugge."¹¹¹



Perspectieven op tien jaar Creatieve Industrie

In dit deel van het boek worden verschillende perspectieven op de creatieve industrie weergegeven door middel van interviews met de volgende personen:

- *Emile Aarts*
Rector magnificus, Tilburg University, lid Creative Council, voormalig voorzitter bestuur IIP/Create
- *Cees de Bont*
Voormalig decaan faculteit Industrieel Ontwerpen Technische Universiteit Delft, decaan School of Design & Swire Hong Kong Polytechnic University
- *Annemiek Eggenkamp*
Voormalig lid topteam (Human Capital Agenda, Internationalisering)
- *Valerie Frissen*
Directeur SIDN (Stichting Internet Domeinregistratie Nederland), voormalig directeur TKI CLICKNL
- *Marjan Hammersma*
Directeur-generaal OCW, lid topteam Creatieve Industrie (Overheid)
- *Erik Huizer*
Chief Technology Officer SURFnet, lid topteam Creatieve Industrie (Kennis en Innovatie)
- *Dany Jacobs (t 2015)*
Voorheen hoogleraar UvA en lector Creatieve Economie, Hogeschool voor de Kunsten Utrecht
- *Luuk Klomp*
Plaatsvervarend directeur Innovatie en Kennis, ministerie EZ
- *Harry Starren*
Voorzitter Federatie Dutch Creative Industries
- *Marleen Stikker*
Oprichter De Digitale Stad en Waag Society
- *Victor van der Chijs*
Bestuursvoorzitter Universiteit Twente, voormalig boegbeeld topsector Creatieve Industrie
- *Jeroen van Erp*
Creatief directeur Fabrique, lid topteam Creatieve Industrie (MKB)
- *Bas Verhart*
Voormalig lid Innovatieplatform, creatief ondernemer, medeoprichter THNK en PICNIC
- *Mathieu Weggeman*
Hoogleraar Technische Universiteit Eindhoven, lid Raad voor Cultuur

Enerzijds is gekozen voor invalshoeken vanuit overheid (EZ en OCW), bedrijfsleven (industrie en creatief MKB) en kennisinstellingen (HBO en WO). Anderzijds vertegenwoordigen de geïnterviewde personen de tijdslijn van tien jaar creatieve industrie doordat velen van hen aan de wieg hebben gestaan van de verscheidenheid aan initiatieven die zijn genomen en doorleven in de topsector Creatieve Industrie.

EMILE AARTS

Rector magnificus, Tilburg University, lid Creative Council, voormalig voorzitter bestuur IIP/Create (datum interview: 29 april 2014)

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

Dat is voor mij de industrietak die op basis van onder andere ontwerp (van functie en vorm) en digitale vormgeving in kleine nichemarkten werkt waarin business wordt gegenereerd.

Hoe kijkt u aan tegen de dynamiek in de creatieve industrie van de afgelopen tien jaar?

Dat is een wisselend beeld, dat gaat op en neer. Het hele gebied heeft inmiddels een zelfstandige positie ingenomen die ook erkend wordt. Wat in de topsector Creatieve Industrie is gebeurd is heel positief, ook met CLICKNL en alle netwerken. Het lijkt ook wel op het oude IIP-denken, meet in the middle. IIP's waren ICT-Innovatieplatforms op verschillende onderwerpen waaronder de creatieve industrie. Je ziet een balans tussen vrijheid en structuur: structuur met de netwerken en een hoge mate van vrijheid daarbinnen en variatie tussen de netwerken. Maar denk ook aan de Dutch Design Week, het CRISP-programma, of wat er rond fashion en gaming gebeurt.

Wat zou u graag anders hebben willen zien?

De overheid had bereid mogen zijn meer geld te investeren in programma's. Dit is een wereld die veel minder dan de grote industrie een lange traditie heeft met een grote R&D-component; dit verloopt dus ook moeilijker. Wat dat betreft was er een gebrek aan visie voor de langere termijn.

Waar zou je dan aan kunnen denken?

Je zou kunnen denken aan een meerjarenonderzoeksprogramma met een looptijd van tien jaar met meerdere portefeuilles, qua opzet vergelijkbaar met de IOP's, gebaseerd op een visie en ondersteund met geld vanuit de overheid om onderzoek uit te voeren.

Wat zijn keerpunten geweest de afgelopen jaren?

Ik denk dat de rol van iemand als Alexander Rinnooy Kan onschabbaar is geweest. Hij heeft meermalen de creatieve industrie actief gestimuleerd om zichzelf beter te organiseren.

Een belangrijk moment was dat EZ de creatieve industrie als topsector heeft benoemd met het TKI CLICKNL. Dat terwijl de dynamiek binnen de creatieve industrie nog moeizaam was.

De rol van NWO om daar ook middelen voor vrij te maken was erg belangrijk. Ik herinner me nog een sessie waar jij ook bij was, waar we de volle breedte van de netwerken overeind wisten te houden in plaats van dat er een valse start zou ontstaan met een first class waar middelen voor zouden worden vrijgemaakt en een second class van netwerken.

Dan nog de lijn die met IIP/Create is ingezet naar het innovatieprogrammavoorstel Waarde van Creatie. Daarbij was IIP/Create misschien te nauw met het snijvlak van ICT, waar ik de Waarde van Creatie te breed vond. Nu hebben we een goede synthese met CLICKNL en de zeven netwerken als een bijna natuurlijke ontwikkeling, dialektisch van aard.

Wat zijn kritische succesfactoren?

De dialoog tussen de beroepsgroep en het wetenschappelijke onderzoeksgebied is goed op gang gekomen, zoals bij CRISP. Ik zie dat ook in discussies bij NWO, of bijvoorbeeld bij de faculteiten industrieel ontwerpen. Het is echt uniek dat de drie designfaculteiten elkaar zo weten te vinden en gezamenlijk de toegevoegde waarde van ontwerponderzoek naar buiten brengen. Maar ook dat NWO een programma heeft voor ontwerpgericht onderzoek, dat was vijf jaar geleden echt ondenkbaar.

Is de creatieve industrie een volwaardige topsector?

In potentie wel ja. Maar functioneert het ook echt zo, moeilijk. Ik vind dat het hele topsectorenbeleid niet goed werkt, het is te complex. Als ik dat al zie bij de grootste topsector HTSM, hoe moeilijk dat gaat...

Hoe verhoudt de creatieve industrie zich tot andere topsectoren?

De creatieve industrie kent een andere dynamiek omdat er geen grote industrie is, er zijn geen grote laboratoria of roadmaps. Veel is nog nieuw, het is wel een sprankelende topsector.

Hoe verloopt de samenwerking in 'de gouden driehoek'?

Dat gaat heel moeizaam. Ik geloof ook steeds minder in open publiek-private samenwerking. Je ziet dat one-to-one public-private partnerships vaak goed werken. Als je met teveel partijen consortia vormt verwatert het al gauw tot pelotondenken versus denken in kopgroepen die tempo kunnen maken.

Verder blijft het moeilijk voor MKB, een vierjarig onderzoekstraject is veel te lang. Men is tussentijds vaak al een keer failliet geweest...

Hoe kijkt u aan tegen de Creative Council?

Leuke club van interessante mensen, al wisselt dit wel qua bemensing. Ook dit heeft tijd nodig van elkaar leren kennen en slagkracht ontwikkelen. De Council mag op termijn meer operationeel worden.

Wat is het perspectief voor de creatieve industrie?

Heel positief, de creatieve industrie is een belangrijke tak van sport die we beter moeten leren begrijpen om op een hoger niveau te tillen.

Wat is er nodig voor dit toekomstperspectief?

Er zijn meer onderzoeksprogramma's nodig, meer geld, denk aan een fiscale box voor creatieve-industrie-onderzoek.

CEES DE BONT

Voormalig decaan faculteit Industrieel Ontwerpen Technische Universiteit Delft, decaan School of Design & Swire Hong Kong Polytechnic University (datum interview: 17 april 2014)

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

Creatie op een manier die vernieuwend is, die gebruik maakt van nieuwe technieken, maar wel human centered of in het proces zelf al vanuit een hoog empathisch gehalte. Uiteindelijk moet er wel iemand zijn die bereid is hier ook voor te betalen...

Hoe kijkt u aan tegen de dynamiek in de creatieve industrie van de afgelopen tien jaar?

Nederland staat altijd wel bekend met autonome kunst, mode, design. Denk aan Droog Design. Aan het oude mechanisme komt een einde, er wordt ook veel gekopieerd. Vernieuwing zit in het leggen van nieuwe verbanden, cross-mediaal, een verhoogde kennisintensiteit en ook complexiteit. Daarbij moet je waken voor ‘naïef optimisme’, vernieuwing moet wel worden gestoeld op bestaande kennis, het moet evidence based zijn.

Wat zijn keerpunten geweest de afgelopen jaren?

De Business of Design Week in Hong Kong in 2008, daar kon Nederland zich presenteren en leerde men elkaar ook goed kennen, creatieven, overheid en mensen van kennisinstellingen. Hier is ook een begin voor CRISP gelegd.

Hoe is het proces van CRISP verlopen?

Het eerste programmavoorstel was te open qua inhoud. Het idee was dat we op basis van een vorm van tendering projecten konden toekennen. Dit voorstel heeft het dan ook niet gehaald. Het tweede programmavoorstel had inhoudelijke focus waarbij product-servicestystemen centraal stonden. De wetenschappelijke kennis die aanwezig was had vooral betrekking op het productontwerpen. Door ons te richten op product-servicestystemen creëren we juist de mogelijkheid om nieuwe kennis te genereren die voortbouwt op bestaande kennis. Tegelijkertijd ontstaat de mogelijkheid om strategischer te opereren. De keuze voor product-servicestystemen was daarmee daadwerkelijk een schot in de roos. Nu wordt overigens het service-designdeel zo belangrijk dat op enig moment de service-designers de dienst uit maken en dat zij de productontwerpers gaan inhuren.

We hebben het project echt voor de poorten van de hel moeten wegslepen. We moesten door allerlei hoepels springen, van het CBP tot de Commissie van Wijzen. Er bestond enorm veel wantrouwen, vooral ook om het wetenschappelijk gehalte van de creatieve industrie. Het doorrekenen van de plannen, de verplichte lagen van governance, het aansluiten van bepaalde personen was zelfs noodzaak om voldoende ‘vertrouwen’ te creëren in het programma. Maar ook in Nederland zelf bestond discussie over betrokkenheid omdat ik aan de TU Delft verbonden was, in hoeverre ook andere steden betrokken waren. Daar ben ik nog door een burgemeester op aangesproken...wat geld allemaal niet losmaakt.

We maken nu een sterke ontwikkeling door op het gebied van design, waarbij dit veel meer strategisch wordt. Ook ontwerpers zelf moeten we meenemen naar de volgende fase, waarbij we de complexiteit ook moeten onderkennen. Je ziet dat service bijna belangrijker wordt dan het product of de technologie.

Hoe kijkt u aan tegen het topsectorenbeleid?

Het is goed om keuzes te maken en geld ook te kunnen kanaliseren. Ook naar het buitenland toe is het helder waar je voor staat.

Is de creatieve industrie een volwaardige topsector?

Qua economisch volume nee, qua dynamiek en groei wel. De impact op de samenleving en de potentie, ja. Juist dat vliegwieleffect van de creatieve industrie is waardevol.

Hoe verloopt de samenwerking in ‘de gouden driehoek’?

Best goed, hoewel in de beginperiode chaotisch. Je moet veel ruimte laten om zelf te evalueren en partijen laten mee-organizeren. Soms zit er ook een dwingend element in, we moeten af van te knellende structuren.

Hoe vergelijkt u de Nederlandse creatieve industrie ten opzichte van het buitenland?

De Verenigde Staten doen het erg goed, men staat open voor het experiment. De waarde van de creatieve industrie wordt daar echt onderkend. In de USA zijn de designers steeds meer in de leidende rol. Zij huren niet alleen technologen in, zij huren ook mensen in met een businessachtergrond.

Europa zit ertussenin. In het Verre Oosten vindt men het verschil tussen kunsten en creatie, of het inzetten voor economische waarde, nog moeilijk. Er zijn wel uitzonderingen zoals in Beijing waar grote Chinese en westerse technologiebedrijven elkaar hebben opgezocht. In Azië heeft men een heel sterk zelfvertrouwen, de potentie is enorm, heel spannend als dat verder gaat opschalen. Amerika is nu nog dominant, maar in Azië groeit men heel hard...

ANNEMIEKE EGGENKAMP

Voormalig lid topteam (Human Capital Agenda, Internationalisering)
(datum interview: 17 april 2014)

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

Eigenlijk het hele pallet, het netwerk van bedrijven, industrie en kennisinstellingen behoort daartoe vanuit een creërend vermogen. Dit hoeft niet noodzakelijk strak afgebakend te zijn, al start je vanuit een basispallet waarvandaan je kleuren kunt mengen.

Hoe kijkt u aan tegen de dynamiek in de creatieve industrie van de afgelopen tien jaar?

Een jaar of tien tot vijftien terug waren de domeinen veel meer op zichzelf bezig. Toen zag je ook al dat vraagstukken niet alleen met ICT konden worden opgelost. Op verschillende gebieden was al veel gaande.

Wat zijn keerpunten geweest de afgelopen jaren?

Vanuit de opleidingen werden vraagstukken meer interdisciplinair ingericht. De Design Academy Eindhoven was alweer bijna dertig jaar geleden niet meer mono-disciplinair ingericht, voor die tijd was dat echt revolutionair. Andere opleidingen namen dat gestaag over. Denk aan Hilversum en Utrecht waar de game-opleidingen deze tendens hadden gesigneerd, vertaald en geïntegreerd in de curricula eind jaren negentig, begin tweeduizend.

Wat zijn kritische succesfactoren?

Dat het er is, dat de creatieve industrie wordt erkend, dat het is gelabeld als topsector. Mensen geloven erin. Eerder was het wel verkokerd, klein, versnipperd, zowel horizontaal (de breedte van de creatieve industrie) als verticaal (onderwijs, onderzoek, ondernehmerschap). Er waren veel vragen over wat dat dan is, de waarde van creatie. Het gesprek met de overheid was nog moeizaam, veel mensen ontbrak het aan een (gezamenlijk) referentiekader, maar ook ons eigen verhaal was nog niet helder genoeg.

Is de creatieve industrie een volwaardige topsector?

Ja, ook in vergelijking met de andere topsectoren, al zijn er veel systeemdiscussies. We zijn steeds beter in staat kennisvragen te articuleren, onze kunde te tonen en ervaring te delen.

Hoe kijkt u vanuit uw achtergrond aan tegen het onderwijs in relatie tot de creatieve industrie?

Vanuit het topteam was ik verantwoordelijk voor de Human Capital Agenda. In 2009-2010 is in onderwijsland een proces in gang gezet gericht op prestatieafspraken (commissie Veerman). Alle opleidingen werken aan een duidelijk profiel, regionale inbedding en de relatie onderwijs en ondernehmerschap. Grote thema's daarbij waren: ondernehmerschap (attitude), relatie bedrijfsleven en overheid, internationalisering en alumnibeleid (talentontwikkeling). Voor een periode van vier jaar, tot 2016, zijn prestatieafspraken vastgelegd.

Ook in het techniekpact, een resultante van het platform bētatechnologie, komen deze thema's terug, naast vakmanschap 2.0. Er ontstaan nu hele nieuwe vormen van onderwijs, meer value-based education waarbij talent en motivatie centraal staan.

Wat zijn uw ervaringen rond internationalisering?

Vanuit het topteam had ik ook internationalisering in mijn portefeuille. Waar ik me rond de human-capitalagenda af en toe een ‘missiezuster’ voelde, zo voelde ik me een ‘verkeersleider’ rond het thema internationalisering. Hier was sprake van veel bevlogenheid, maar minder saamhorigheid. Het gebeurde waar je bij stond, zoveel spelers die actief waren.

We hebben een plattegrond gemaakt om alle spelers in kaart te brengen. Er is nog niet een loket, maar wel hebben we een beeld van wat er allemaal loopt. Dat helpt al in het samen optrekken. Zo worden er focuslanden benoemd en is er gezamenlijk overleg met de departementen over het huidige instrumentarium. De kunst is slim aansluiten op bestaande infrastructuren, we hebben vanuit het topteam geen coördinatiekracht.

Het is een proces van learning-by-doing geweest, zoeken naar legitimatie zonder hard mandaat. Achteraf hadden we misschien Dutch Design, Fashion and Architecture, zover dat al mogelijk was, beter moeten borgen.

Hoe kijkt u aan tegen ondernemerschap?

Vanuit zowel MBO, HBO als WO is de visie van Robbert Dijkgraaf rond ondernemerschap omarmd. Het is echter een denkfout om ‘ondernemers’ op te leiden, wat is een ondernemer? Het gaat er eerder om mensen breed op te leiden en diverse basisvaardigheden mee te geven. Een ondernemer maak je niet, het is eerder een combinatie van motivatie en vaardigheden.

VALERIE FRISSEN

Directeur SIDN (Stichting Internet Domeinregistratie Nederland),
voormalig directeur TKI CLICKNL (datum interview: 14 maart 2014)

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

Dat deel van de creatieve sector dat ondernemend is, die creativiteit weet om te zetten in business.

Hoe kijkt u aan tegen de dynamiek in de creatieve industrie van de afgelopen tien jaar?

Een groot deel van de sector heeft zich waarschijnlijk nooit echt als ‘creatieve industrie’ gezien. Er heeft zich een soort emancipatieproces voltrokken dat men zich zelf ook is gaan zien als creatieve industrie met een zekere economische waarde. Dit is eigenlijk gestart met Richard Florida, daarna vanuit de overheid in beleid vertaald, maar nog niet uitgekristalliseerd. Gestaaig ontstaat er van fragmentatie meer organisatie. Ook is er een sterke digitaliseringontwikkeling zichtbaar als belangrijke driver voor de creatieve industrie.

Wat zou u graag anders hebben willen zien?

Ik ben zelf vooral actief vanaf het topsectorenbeleid, maar wat vooral belangrijk is geweest is dat de creatieve industrie de kans heeft gekregen zich serieus te organiseren.

Verder denk ik aan het MKB-profiel en het diensteninnovatie-aspect van de creatieve industrie dat nooit echt in het topsectorenbeleid heeft gepast.

Het topsectorenbeleid is een soort ‘eerherstel’ van de industriepolitiek waarbij we nu eigenlijk weer een stapje terug zetten met het verdwijnen van de MKB-kant en dat van diensteninnovatie. De maakindustrie heeft juist een impuls gekregen, terwijl de nieuwe maakindustrie juist de long tail van de creatieve industrie vertegenwoordigt voor de toekomst. Dat is een weeffout in het systeem. Vergelijk Brainport waar dit beter is georganiseerd. Het nationale beleid zou wat mij betreft ook meer dienstbaar mogen zijn aan het regionale beleid.

Tot slot wordt cultuurbeleid (met middelen voor cultuur) gevoerd vanuit OCW en daarnaast is er EZ-beleid met middelen voor de topsectoren. Dit werkt niet goed.

Wat zijn keerpunten geweest de afgelopen jaren?

- Het topsectorenbeleid zelf, al is dit slecht uitgewerkt.
- De MIT-regeling, wat een klein herstel (beperkte omvang) is van een grotere weeffout.
- Andere weeffout is dat het beleid niet op cross-overs is gericht, innovatie vindt juist plaats op kruispunten, ‘neue combinationen’.

Wat zijn kritische succesfactoren?

Moeten misschien nog wel komen, we zitten nu in de fase van het opbouwen van het ecosysteem. Er is meer groei nodig van creatieve bedrijven, maar ook de zichtbaarheid van de creatieve industrie als innovatiemotor voor andere sectoren. Dit is nu nog te latent en gebaseerd op uurtje-factuurtje. De waarde van de creatieve industrie zit nog niet tussen de oren van andere sectoren.

Is de creatieve industrie een volwaardige topsector?

De hoeksteen van het topsectorenbeleid is intensieve samenwerking op het gebied van R&D, dit is eigenlijk nog heel beperkt voor de creatieve industrie.

Waar staan we anno 2014 met de creatieve industrie?

In korte tijd is er een goede voedingsbodem gelegd. In de tuinmetafoor: het een komt op, het ander valt in slechte aarde, of weer een ander (over)woekert. Mogelijk krijg je straks twee hoofddelen: een gedigitaliseerd deel en een ontwerpstuk.

Verder begint men CLICKNL te herkennen, het TKI is goed bekend met haar organisatie, structuur van CLICKNL Netwerken en inbedding in de regio's. Ook is er nog veel werk, nog genoeg te realiseren, zoals cross-overs.

De effecten voor het bedrijfsleven moeten zich nog meer gaan tonen en bewijzen, al is er ook zichtbaarheid zoals aan de Games-kant. Games heeft weliswaar een voorgeschiedenis waar nu op wordt voortgebouwd. Hier zijn duurzame samenwerkingsverbanden groeiend met investeerders. Andere netwerken zijn vaker nog in opbouw, gestart van scratch af aan. Binnen het netwerk Next Fashion ontstaat van alles als netwerk in een groter netwerk.

Hoe verhoudt de creatieve industrie zich tot andere topsectoren?

Deels heeft de creatieve industrie haar eigen (intrinsieke) waarde, zoals in gebouwen, games of (media) formats. De meerwaarde zit juist naar andere sectoren, het blijft een lastige ‘enabling’ positie die de creatieve industrie inneemt. De sterkte is dat je onmisbaar bent, maar tegelijkertijd is het een zwakte dat je steeds moet bewijzen. Vaak zie je in de creatieve industrie juist voortekenen voor de nieuwe economie als geheel, de creatieve industrie heeft een soort proeftuinfunctie, denk aan de virtualisering van diensten of 3D-printing.

Hoe verloopt de samenwerking in ‘de gouden driehoek’?

Het is meer dan dat, een gouden vierkant. Ook de relatie met andere sectoren is van belang. Naast de bedrijfskant is er een sterke verbinding met maatschappelijke partijen in het veld, denk aan sociale innovatie, crowdfunding. Misschien wel meer maatschappelijke dan economische dynamiek; daar ligt een kracht van de creatieve industrie, om dat te integreren. Dus komen we eigenlijk uit op een ster met vijf punten. Voor wat betreft kennisinstellingen, de onderzoeksrand, ligt er bij de creatieve industrie minder exclusieve focus op de academische kant, juist ook het HBO is van belang, meer kort-cyclisch met sterke betrokkenheid van MKB.

Wat is het perspectief voor de creatieve industrie?

Het topsectorenbeleid zal op termijn een andere invulling krijgen, minder verkokerd. Dit is gunstig voor de creatieve industrie, hier ligt juist een kans om zich te profileren met cross-overs. Dit regime met alle weeffouten is erg moeizaam gebleken.

Wat is nodig voor dit toekomstperspectief?

Meer focus op het MKB, betere integratie met diensten (naast het accent op de maakindustrie) en cross-overs.

MARJAN HAMMERSMA

Directeur-generaal OCW, lid topteam Creatieve Industrie (Overheid)
(datum interview: 24 maart 2014)

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

Ik hanteer zelf een brede omschrijving van de creatieve industrie. Bij OCW ligt het accent sterk op cultuur en media. Ik denk dat alle sectoren die raken aan cultuur en media horen bij de creatieve industrie. In de praktijk hebben we niet aan alle onderdelen evenredig veel aandacht gegeven. Denk aan de muzieksector of de grafische industrie. Sectoren die zich nooit zo bij de overheid hebben gemeld hebben we ook nooit echt meegenomen. Het is goed hen ook toegang te geven tot het instrumentarium dat we de afgelopen jaren hebben ontwikkeld voor de creatieve industrie.

Is dit reëel?

De onwetendheid is vrij groot bij een aantal sectoren, dus wat dat betreft zeker reëel. Vaak was er eerder ook geen noodzaak. De vraag is dan nog wat de directe betrokkenheid is van nieuwe sectoren, maar als men met goede plannen en ideeën komt staan we daar voor open. Het grootste probleem is dat sectoren vaak te laat en te weinig bezig zijn geweest met innovatie en het delen van kennis.

Hoe is de creatieve industrie ontstaan als aandachtsgebied voor beleid?

De oorsprong lag denk ik bij bewindslieden zoals Rick van der Ploeg en daarna Medy van der Laan. Zij keken vanuit de invalshoek van Richard Florida, creatieve steden en een creatieve economie: de ondernemerskant van cultuur. D66 is hier vanuit het kabinet toen actief bij betrokken geweest. Het fundament is toen goed onderzocht. De creatieve industrie was toen nog een ongepolijste parel, nu veel beter georganiseerd, hoewel het instrumentarium nog een uitdaging blijft.

Hoe kijkt u tegen de dynamiek in de creatieve industrie van de afgelopen tien jaar?

De eerste drie jaar 2005-2007 zijn er veel casestudy's geweest, is er een goed beeld ontstaan van wat er was, wat de vraagstukken zijn. Deze periode is vooral gericht geweest op het in kaart brengen en het leggen van verbindingen. Ook was er veel aandacht voor de cultuursector om ondernemerschap te stimuleren.

De tweede drie jaar 2008-2010 is er sprake geweest van consolidatie, een aanloop naar een grotere dynamiek. Denk aan het FES-programma CRISP waar de cross-overgedachte en de aansluiting bij maatschappelijke vraagstukken al in terugkwam.

De derde drie jaar 2011-2013 is met het ontstaan van de topsector meer dynamiek gekomen. Juist ook vanuit een economisch perspectief dat deze sector van belang kan zijn voor toekomstige banen. De eerste zes jaar was een erg los verband. De uitdaging met het topsectorenbeleid was een soort eenduidige 'mal' op je economisch beleid te plaatsen. Aan de randen van het generieke beleid moet je soms specifieke acties ontwikkelen...

Wat zou u graag anders hebben willen zien?

Meer en eerder besef bij de sector zelf willen bijbrengen dat dingen ook anders moeten zoals investeren in de kennisbasis, er is eerst een goed fundament nodig om op te kunnen bouwen.

Rond het economische beleid had ook eerder besef mogen zijn voor niet-technologische innovatie en maatwerk. De creatieve industrie moet ook wel langzaamaan bedenken dat men zelf ook moet investeren, dat het ook wat op moet leveren.

Wat zijn keerpunten geweest de afgelopen jaren?

Het ontstaan van het FES-programma CRISP was een belangrijke ontwikkeling. Voor het eerst deed de creatieve industrie mee met economische structuurversterking. Eerder was ook het FES-programma GATE rond ICT en games ontstaan, nu een FES-programma CRISP rond ontwerp.

Is de creatieve industrie een volwaardige topsector?

Ja, weliswaar nog te bescheiden. In de creatieve industrie is sprake van veel innovaties wat op langere termijn van belang is voor de economie en maatschappij. Vooral ook in niet-technologische innovatie.

Waar staan we anno 2014 met de creatieve industrie?

We staan nu op het punt make it or break it. Dit is een belangrijke periode: aan het einde van deze kabinetsperiode moet de creatieve industrie er echt staan, onomstreden, niet weg te denken.

Hoe verhoudt de creatieve industrie zich tot andere topsectoren?

Er zijn met eigenlijk alle topsectoren wel cross-overs denkbaar vanuit de creatieve industrie.

Hoe verloopt de samenwerking in ‘de gouden driehoek’?

Het is vallen en opstaan. De relatie met de kennisinfrastructuur heeft zich goed ontvocht. Het is pech dat het topsectorenbeleid gepaard is gegaan met generiek beleid. Uiteindelijk gaat het erom dat je kunt tonen dat het meer oplevert dan de subsidie zelf.

Wat is de rol van de regionale overheden?

De creatieve industrie is er, denk ik, als beste van de topsectoren in geslaagd om de regio’s aan te haken. Ook landelijk beleid blijft relevant.

Hoe verloopt de samenwerking tussen EZ en OCW als hoeders van de creatieve industrie?

Rond de creatieve industrie loopt dat heel goed, we leren veel van elkaar. We hebben samen programma’s getrokken en er is over en weer begrip ontstaan.

Wat is het perspectief voor de creatieve industrie?

Dit is immens, zie ook het recente WRR-rapport, regionaal, ook internationaal. De behoefte aan creatieve oplossingen is overal groot.

ERIK HUIZER

Chief Technology Officer SURFnet, lid topteam Creatieve Industrie
(Kennis en Innovatie) (datum interview: 22 april 2014)

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

Het is moeilijk om een eenduidige definitie te geven. De creatieve industrie is een verzameling van alle bedrijfstakken die gebruik maken van creativiteit in het toevoegen van waarde aan nieuwe producten en diensten waarmee geld wordt verdiend.

Hoe kijkt u tegen de dynamiek in de creatieve industrie van de afgelopen tien jaar?

Er is nauwelijks sprake geweest van een industrietak, veel partijen zijn zelfstandig bezig. In projecten ontstaat samenwerking, maar als het project is afgelopen gaat dat ook vaak op voor die samenwerking. De creatieve industrie is erg fluïde. Vergelijk het met de filmsector waar voor een specifieke film een samenwerking ontstaat en men zoekt naar de beste acteurs, filmploeg, et cetera.

De ontwikkeling over de afgelopen jaren is het bewustzijn, dat men als industrietak volwassener moet worden en positie moet claimen in de industriepolitiek. Misschien is er ook wel meer sprake van erkenning als topsector, dit is langzamerhand gegroeid.

Verder zijn de crisis en de digitalisering van grote invloed. Vergelijk de popindustrie waar men zich eerder nooit hoefde te organiseren. Met de digitalisering is de noodzaak ontstaan tot vernieuwing. Veel bedrijfstakken zijn op hun kop gezet, andere zijn daardoor juist gecreëerd. Deze ontwikkelingen stimuleren ook nieuwe businessmodellen en hebben daarmee invloed op nieuwe vormen van bijvoorbeeld bezit, denk aan muziek en film. Met boeken maakt men tien jaar later helaas nog dezelfde fouten als die in de muziekindustrie eerder al zijn gemaakt...

Wat zou u graag anders hebben willen zien?

Er is nog zo weinig erkenning in andere topsectoren voor de waarde van de creatieve industrie. De creatieve industrie vindt zichzelf uit als sector, ook in het buitenland. Andere sectoren kunnen hun eigen producten en diensten nog beter maken door beter gebruik te maken van de creatieve industrie, daarmee hun afzetgebied vergroten en hun concurrentiekracht vergroten. Er is lef nodig om andersdenkenden toe te laten in je productstrategie. Angst en onbekendheid zijn hier drempels.

Hoe kan dit worden veranderd?

Door bewijzen te verzamelen en te delen met ondernemers. Behoefte en aanbod kunnen beter op elkaar worden afgestemd. Denk aan de slimme elektriciteitsmeter die de energiebedrijven hebben geprobeerd te verkopen. Dit is moeizaam gegaan omdat men dit te aanbodgedreven heeft neergezet, om zelf beter inzicht te krijgen. Wanneer de creatieve industrie had mee kunnen denken om de gebruiker mee te krijgen had je een heel ander product gehad. Dat het elektriciteitsbedrijf daarmee dan relevante data verkrijgt was dan secundair geweest.

Wat zijn kritische succesfactoren?

Ik denk de keuze tot topsector.

Wat als de creatieve industrie geen topsector was?

Tja, er was wel momentum, maar dan had je geen topteam gehad welke een belangrijke interface is tussen de creatieve industrie, overheid en andere sectoren. Nu hebben we een uniforme manier van naar buiten treden, ook in het buitenland. Daar worden design, maar ook gaming steeds serieuzer genomen.

Is de creatieve industrie een volwaardige topsector?

Nu wel, we functioneren echt als topsector, ook met de TKI-regeling waar we een miljoen ophalen. We beginnen echt mee te tellen.

Wat is de potentie van de creatieve industrie?

De groei zit in omzetgroei van de andere sectoren, in de cross-overs. Daarmee zou je van 2-3% naar 4-5% moeten kunnen groeien. Discussie blijft natuurlijk hoe je dat dan meet.

Hoe staat het met het topteam-agendaonderdeel Kennis en Innovatie?

Dit is eigenlijk nog het minst ontwikkelde onderdeel van onze agenda. Dat komt doordat veel creatief MKB denken dat er geen onderzoek nodig is, de link tussen onderzoek en industrie is nog zwak. Ook de mentaliteit is sterk om zelf oplossingen te bedenken, men is nog te weinig gewend aan een wetenschappelijke basis van feiten en resultaten. Programma's zoals CRISP tonen aan dat het wel kan, maar er is meer bewijs nodig.

Hoe realiseer je dat?

Onder andere door het nieuwe instrumentarium dat via NWO voor de creatieve industrie beschikbaar is. Nieuwe projecten waar de industrie in mee moet investeren. We zijn vanuit het topteam met verschillende initiatieven bezig, zoals It takes 4 to tango om opdrachtgevers actief te betrekken. Ook maak ik een ronde langs kennisinstellingen en HBO. Veel consortia zijn gebaseerd op bestaande relaties, terwijl vernieuwing juist komt van nieuwe combinaties.

Hoe verloopt de (publiek-private) samenwerking in ‘de gouden driehoek’?

Er zijn veel mogelijkheden. Deels zien we dat instrumenten worden overtekend, voor andere is weer weinig belangstelling. Daar leren we van, instrumenten worden verder aangepast.

Wat is het perspectief voor de creatieve industrie?

De creatieve industrie is volwassen genoeg nu om ons te meten aan de andere topsectoren, al is er nog veel sprake van ad hoc samenwerking. De relatie met kennisinstellingen en HBO blijft een grote stap.

Wat is de rol van de overheid hierbij?

De overheid mag veel meer faciliteren in plaats van sturend optreden. Er zijn vanuit het ministerie van EZ nog te veel regels. Denk aan de eenmalige impuls voor de creatieve industrie die moeizaam los komt. Er is te veel angst voor staatssteun, men zou meer durf mogen hebben. Denk ook aan innovatief aanbesteden vanuit de overheid. Het ministerie van OCW zit er meer vanuit de inhoud in. Zo durfde toenmalig minister Deetman in 1986 ook te

investeren in Surfnet wat een groot succes is geworden; niet door jarenlang subsidie te krijgen, maar wel een stevige impuls.

Heeft de creatieve industrie toekomst?

Zeker, de creatieve industrie heeft als topsector de meeste toekomst. Juist met de creatieve industrie kunnen we ons als Nederland onderscheiden!

DANY JACOBS

Voorheen hoogleraar UvA en lector Creatieve Economie, Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, † 2015 (datum interview: 25 maart 2014)

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

Ik hang de bekende TNO-driedeling aan waarbij ongeveer 3% van het BNP wordt aangemerkt als creatieve industrie. De uitdaging zit eerder in de verbreding naar een creatieve economie die eigenlijk alle bedrijfstakken beslaat. Het gaat uiteindelijk om vernieuwende concepten die leiden tot mooie nieuwe producten en diensten.

Hoe is de aandacht voor de creatieve industrie in Nederland gegroeid?

Mensen als Rick van der Ploeg hebben de cultuursector de economiekant opgetrokken. Daarmee is dit wel geagendeerd.

Binnen de sector zelf denk ik aan mensen zoals Rob Huisman (toen BNO), Dingeman Kuilman (toen Premsela), Marleen Stikker (toen Digitale Stad en Waag Society) of Walter Amerika met de Creatieve Industrie Bank. Jammer genoeg mocht het niet zo heten en werd het Creative Sofa, wat minder weerklink had.

Hoe kijkt u aan tegen de dynamiek in de creatieve industrie van de afgelopen tien jaar?

De selectie van de creatieve industrie als sleutelgebied op zichzelf was een belangrijk moment. Eigenlijk daarvoor al met Richard Florida's boek in 2002 die als een soort katalysator werkte. Sindsdien staat de creatieve industrie op de agenda. Daarmee ook het groeiende besef dat het niet alleen om technologische innovatie gaat.

Je ziet dit ook bijvoorbeeld bij Philips die 'Electronics' van haar naam af heeft gehaald en al vele jaren een apart onderdeel Philips Design had gedoopt. Een ander voorbeeld is de opkomst van het internet en de beeldvisualisatie, recenter natuurlijk de iPod en iPhone. Met dit soort toepassingen wordt het 'ingenieursdenken' doorbroken. Ondanks alles zitten we nog steeds in het profetenstadium met maar blijven uitleggen, terwijl Apple intussen in korte tijd is doorgebroken tot het meest waardevolle bedrijf ter wereld (in termen van beurswaarde).

Hoe werd de creatieve industrie beschouwd door de Commissie van Wijzen Kennis en Innovatie waarvan u deel uitmaakte?

Deze onafhankelijke en multidisciplinaire commissie beoordeelde FES-voorstellen (grote innovatieprojecten mede gefinancierd vanuit de aardgasbaten). De creatieve industrie had voor de commissie een grote aantrekkelijkheid, waarmee ik bedoel dat het als interessant en relevant werd gezien, maar ook nog jong met een beperkte traditie. Het eerste FES-voorstel voor de creatieve industrie heeft het niet gehaald, dit was echt te onvoldragen. Het volgende FES-voorstel dat in de commissie is besproken was CRISP. Dit is wel gehonoreerd met aanpassingen waarbij een aantal academische onderdelen eruit zijn gehaald, de kracht lag juist in de toepassingsgerichtheid.

Is de creatieve industrie een volwaardige topsector?

Nee, strikt genomen niet. In het rapport 'Clusters en Niches' dat Hendrik Snijders en ik voor de WRR gemaakt hebben, wordt ook een geobjectiveerde analyse gegeven over de sterktes van de Nederlandse economie. Daaruit komen 4,5 topsectoren naar voren: Agrofood, Tuinbouw, Chemie, High Tech Systemen en Materialen en ten dele

Water (met name het onderdeel Deltatechnologie). De huidige twee topsectoren Creatieve Industrie en Logistiek zijn sterk in hun relatie met bovengenoemde topsectoren. De twee topsectoren Energie en Life Sciences and Health komen niet sterk naar voren uit onze analyse, tenzij waar het gaat over sterkte in lobbyen.

Hoe kijkt u aan tegen het topsectorenbeleid?

Dit is veel te bureaucratisch georganiseerd. De overheid moet niet teveel de leiding uit handen geven, maar het maatschappelijke belang verdedigen. Hoezo *“het bedrijfsleven aan het stuur”*? Er is geen land waar de overheid geen rol heeft. Denk ook aan de Verenigde Staten waar veel innovatie direct voortkomt uit initiatieven vanuit de overheid, zoals het internet (oorspronkelijk Arpanet van het ministerie van Defensie). Als overheid moet je het veld overzien en dus over een eigen strategische intelligence beschikken. Zo brengen bedrijven veelal hun second best-project naar voren voor samenwerkingsprojecten met overheidssteun, terwijl ze de echt strategische projecten zelf doen.

Hoe zou het topsectorenbeleid anders kunnen worden ingericht?

Minder zwaar met al die overlegorganen en meer bottom-up met open tenders voor grote innovatieprojecten. Die moeten dan objectief beoordeeld worden door een autonome club mensen, zoals de voormalige Commissie van Wijzen, die de overheid dan vanuit een constructief collectief belang adviseert. Je zou ook kunnen zeggen dat NWO die rol nu vervult, maar je merkt dat die nog te weinig feeling heeft voor toegepast onderzoek. Dat laatste moet een veel zwaarder gewicht krijgen, want we hebben het wel over innovatie. Bij de FES-projecten zagen we altijd weer dat de universiteiten het probeerden in de richting van proefschriften te trekken en zo de toepassingsgerichtheid ondergroeven.

De overheid zelf is ook een collectief van verschillende belangen. Ook het monitoren van projecten is met toenmalig minister Verhagen ineens weggevallen, zonde, net als het afschaffen van door het door de jaren heen verfijnde instrumentarium. Door te monitoren neemt de kwaliteit van projecten navenant toe. Naast generiek beleid en budget is vooral veel maatwerk benodigd.

Wat is het perspectief voor de creatieve industrie?

Cross-overs! De Nederlandse creatieve industrie heeft nu nog een relatieve voorsprong in vergelijking met de meeste andere landen, maar is toch nog te veel naar binnen gekeerd. Omgekeerd zien de traditionele sectoren nog net te weinig de toegevoegde waarde van de creatieven. Die moet we nu beter verzilveren. De industrie en diensten hebben de creatieve industrie nodig en vice versa.

De overheid zou haar middelen moeten richten op het toekomstgericht verder versterken van de 4,5 topsectoren die de sterke van Nederland vormen, in interactie met de creatieve industrie en logistiek.

LUUK KLOMP

Plaatsvervangend directeur Innovatie en Kennis, ministerie EZ
(datum interview: 30 april 2014)

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

Dan denk ik aan de CBS-indeling, dit is lastig te benoemen, heel divers. Ik ben waarnemer namens de overheid geweest in de commissie Scheepbouwer, ook daar was dat al een worsteling met de verschillende deelsectoren. Een grote gemene deler is dat er veel MKB'ers zijn, ook erg autonoom, die niet per se een groeiambitie hebben. Een deel van de sector stelt waarschijnlijk contact met en belangstelling van de overheid waarschijnlijk ook niet op prijs. Dat is prima.

Hoe kijkt u aan tegen de dynamiek in de creatieve industrie van de afgelopen tien jaar?

De benoeming in 2004 van het sleutelgebied en in 2005 de nota Ons Creatieve Vermogen heeft de creatieve industrie denk ik geholpen. Zonder het uit te vergroten, denk ik dat de overheid met de creatieve industrie heeft laten zien responsief te zijn op de samenleving en ook goed aanspreekbaar te zijn als partner. Waarbij ik niet ontken dat er natuurlijk ook wrijving is. Vanuit de commissie Scheepbouwer, maar ook bij de Strategische Adviescommissie onder leiding van Alexander Rinnooy Kan heb ik veel adhesie gezien voor de dynamiek in de sector en de overheid die tracht als netwerkpartner de creatieve industrie te stimuleren.

Het blijft soms wel lastig, wie spreekt je nu aan in de creatieve industrie. De branches zijn ook niet allemaal even goed georganiseerd. Er is een beperkt aantal grotere bedrijven, in vergelijking met bijvoorbeeld de topsector HTSM met een aantal grote bedrijven met brede netwerkrelaties, ook in de keten.

Moet de creatieve industrie meer inzetten op cross-overs?

Voor wat betreft cross-overs, daar ligt een belangrijke legitimatie voor de overheid om meer te ondersteunen dan randvoorwaardelijk. Waar heb je als sector toegevoegde waarde? Met derden, waaronder de AWI, hebben we ook veel discussies gevoerd over diensteninnovatie. In hoeverre is deze markt nu goed ontwikkeld met dienstverlening en in hoeverre is er sprake van spill-overs of externe effecten? Zijn die externe effecten er beperkt en kunnen bedrijven de (zakelijke) diensten goed kopen op de markt, dan zijn dienstenbedrijven eigenlijk zelf aan zet om daar gebruik van te maken. Dan ligt de rol van de overheid meer in de randvoorwaarden. Veel dienstenbedrijven veranderen weliswaar hun eigen businessmodel, maar plukken daar direct zelf de vruchten van en dat heeft weinig impact op andere bedrijven of de bredere markt. Dan is de technologiesector gemakkelijker te 'verkopen' voor de overheid, omdat daar spill-overs gemakkelijker aan te tonen zijn. Het is niet voor niets dat bijvoorbeeld in de WBSO-regeling de focus ligt op technologische R&D en innovatie. Dit overigens conform internationale definities zoals in de Frascati manual voor R&D en de Oslo manual voor innovatie. De uitdaging zit erin te laten zien waar je sterk in bent, hoe je dit kunt opschalen, op welke manier je het concurrentievermogen van Nederland versterkt. Als je dat kunt, sta je als sector met 1-0 voor.

Is de creatieve industrie een volwaardige topsector?

Moeilijke vraag, ik vind anno 2014 van wel. De gele kaart in 2009 vond ik ook terecht, de creatieve industrie had toen nog een hoog Calimerogehalte. Die gele kaart heeft volgens mij louterend gewerkt. Het is goed dat de creatieve industrie nu een topsector is, ook internationaal bezien. Op onderdelen behoort het tot de absolute

top. Ook export is voor de creatieve industrie belangrijk, onderdelen van de sector hebben internationale uitstraling. Verder speelt in de ontwikkeling van talent de creatieve industrie een belangrijke rol, denk aan de T-shaped professional. Dat biedt voor de creatieve industrie mogelijkheden, via de horizontale balk van de T, verbindingen te leggen tussen specialismes in het verticale deel van de T.

Soms zijn discussies wel ingewikkeld: is R&D nu het belangrijkste voor een topsector en specifiek voor de creatieve industrie? Ik denk van niet. Juist in deze sector gaat het om een integrale aanpak, in de moderne samenleving draait het om multidisciplinaire vraagstukken. Het is goed dat NWO mee-investeert in onderzoek. Ook het TKI CLICKNL heeft een belangrijke taak om verbindingen te realiseren. De regionale inbedding is daarbij sterk, juist ook gericht op concrete toepassing van kennis. Het is de kunst de kennisvraag aan een breder verdienmodel te verbinden. Daarvoor heb je een aantal frontrunners nodig met enige omvang.

Hoe verhoudt de creatieve industrie zich tot andere topsectoren?

Zowel de topsector Creatieve Industrie als de topsector Logistiek zijn dienstverlenend en moeten het hebben van hun toegevoegde waarde voor andere sectoren. Kennis moet je denk ik breder trekken dan alleen R&D-intensiteit. Op lange termijn gaat het om het kunnen leveren van een hoge toegevoegde waarde, waar de creatieve industrie denk ik aan voldoet. Ook heeft het exportpotentieel en draagt bij aan het concurrentievermogen van Nederland op de langere termijn. Ook als je kijkt naar de verschillende deelsectoren, die zitten in de internationale top 3 langs de lat van diverse economische indicatoren.

De topsectoren komen bijna een-op-een overeen met de eerdere sleutelgebieden en domeinen waar innovatieprogramma's voor zijn geweest. Ook Life Sciences & Health en Logistiek, wat toen geen sleutelgebieden waren, hadden een innovatieprogramma omdat men aan de criteria van de Strategische Adviescommissie voldeed. De negen topsectoren zijn overigens niet in beton gegoten, we houden ook oog voor de dynamiek waarbij het op termijn zou kunnen dat er een topsector bijkomt of afgaat.

HARRY STARREN

Voorzitter Federatie Dutch Creative Industries (datum interview: 16 april 2014)

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

Dan denk ik aan creatieve beroepen van mensen met een relatief hoge autonomie, waar de uitwerking van ideeën centraal staat bij wat ze leveren. De kern van het vak is vaak ondefinieerbaar van buiten. Voor een opdrachtgever is dat ook niet zo belangrijk zolang het creatieve bedrijf maar binnen de kaders (grenzen van vrijheid) werkt. Tegelijkertijd worden steeds meer beroepen creatief, maar hier bedoel ik de zuivere kern van creatieven.

Hoe kijkt u aan tegen de dynamiek in de creatieve industrie van de afgelopen tien jaar?

De waardering voor het onderscheidende is toegenomen. Een eigen identiteit is belangrijker geworden, waarmee associeer je je. Het besef groeit van het belang van creatieve industrie, het eigenzinnige, vrijzinnige misschien wel.

Wat zijn keerpunten geweest de afgelopen jaren?

Een tijdlang was het industriebeleid afwezig. Toen is er een periode geweest van het steunen van zwakke sectoren, nu gevolgd door het stimuleren van de sterke sectoren met de sleutelgebiedenaanpak en het topsectorenbeleid nu.

Is de creatieve industrie een volwaardige topsector?

Dat is wel een misvatting, de creatieve industrie voegt juist waarde toe aan andere sectoren. Daartoe zijn weliswaar sterke kernactiviteiten benodigd. Vergelijk het weefgetouw waar de creatieve industrie de 'inslag' kan zijn voor de 'schering' van andere sectoren.

Wat is er benodigd voor een bloeiende creatieve industrie?

Het onderwijs is van groot belang, dit is van hoge kwaliteit in Nederland. Voor de toekomst heb je gedurfde keuzes nodig, gemengde financiering waarbij overheid en bedrijfsleven samen investeren in bijvoorbeeld postdoctorale opleidingen. Ook moeten we meer voorbij de grenzen durven gaan, we zijn nu nog zo provinciaals ingericht en bang dat buitenlanders gebruik maken van onderwijs dat met ons belastinggeld is ontwikkeld. We hebben een meer Europese oriëntatie nodig. Dutch Design is ook maar een fase.

Waar staan we anno 2014 met de creatieve industrie, in relatie tot de verschillende initiatieven?

Het moet uitlegbaar blijven. Er ontstaat een ordening die voor de creatieve industrie niet optimaal werkt. Je moet geen branche worden, geen institutionalisering. Het gaat eerder om tijdelijke organen, regulier overleg. Een loket kan zinvol zijn. Er gebeurt veel, al wordt dat niet altijd gezien door mensen die er heel diep inzitten. Buitenstaanders zien echt de ontwikkeling.

Wat is de rol van de overheid hierin?

Geldsturing werkt tot bepaalde hoogte. Je moet ervoor waken dat nieuwe verbindingen ook duurzaam zijn, dat die ook als het geld op is in stand kunnen blijven. Er liggen goede kansen internationaal, ook om te verduurzamen.

Een actieve overheid is zinvol zolang men zich niet met de inhoud bemoeit; eerder als bewaker van de diversiteit en het stimuleren van internationalisering. Definieer maatschappelijke problemen, stel eisen aan internationale samenwerking. Zit minder op economische groei alleen als politieke legitimatie.

Hoe kijkt u aan tegen de continuïteit van de Federatie Creatieve Industrie?

Het gaat bij de Federatie om de associaties zelf. De Federatie is eigenlijk een lege huls, een regulier overleg-orgaan zonder eigen bureau. Dit moet je ook niet te ver organiseren, dat resulteert in verlies van de verbinding. Op termijn ga je steeds meer toe naar het combineren van activiteiten, samenwerking vanzelfsprekend maken; de dubbelingen gaan er langzaam uit.

De Federatie streeft naar 1. meer samenwerking met verwante beroepsgroepen (culturele federatie), 2. verbreding tot representatie van alle zakelijk creatieve beroepen en 3. opschaling internationaal.

Hoe verhoudt de Federatie zich tot de Creative Council?

De Federatie is een representatie van beroepsbeoefenaren. De Creative Council is een onafhankelijke adviesraad, zonder last of ruggenspraak. Vergelijk de Council met de Raad voor Cultuur.

Hoe verhoudt de creatieve industrie zich tot andere topsectoren?

Ik zie twee typen topsectoren: de oude gevestigde orde, zoals Chemie. Daarnaast zijn er een aantal meer thematische jongere topsectoren zoals Water en de Creatieve Industrie, welke meer raken aan maatschappelijke vraagstukken. Vergelijk Europa: economie volgt de maatschappelijke issues.

Bij alle topsectoren liggen wel kansen voor de creatieve industrie. Creativiteit wordt echter nog vaak geassocieerd met producten, nog te weinig met (creatieve) productie(processen) of dienstverlening.

Hoe beschouwt u van het (creatieve) MKB in relatie tot de overheid?

Het MKB is eigenlijk afnemer van goedopgeleide mensen, daarmee komt er indirect veel geld terecht vanuit de dure opleidingen. MKB klaagt wel dat de meeste subsidie bij grootbedrijf landt, maar dat is dus relatief. Het MKB kun je beter fiscaal stimuleren, wat ook al gebeurt. Voor de langere termijn zal het MKB haar samenwerkende vermogen beter moeten ontwikkelen om gezamenlijk ook proposities te bouwen naar opdrachtgevers toe. Tegelijkertijd moeten er in tenders ook kansen worden geboden voor MKB om hierin mee te doen, zoals door de criteria aan te passen en de mogelijkheid van participatie van een collectief van MKB.

Tot slot, hoe kijkt u aan tegen de kenniswereld?

Eigenlijk wil je toe naar het beschikbaar maken van academische kennis, vergelijk creative commons. Vanuit het publieke domein wordt geïnvesteerd in fundamenteel onderzoek. Een fase later pakt het bedrijfsleven dit pas op en patenteert dan de kennis, voortbouwende op met belastinggeld uitgevoerd onderzoek. Universiteiten vercommercialiseren met het grootbedrijf wat geld oplevert...lastig. Voor het MKB liggen eerder kansen in meer toegepast onderzoek, zoals via het HBO. Relevante vraag hierbij is welke actoren echt innovatief zijn: zijn dat wel universiteiten, grootbedrijf of TNO?

MARLEEN STIKKER

Oprichter De Digitale Stad en Waag Society (datum interview: 11 april 2014)

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

De creatieve industrie gaat voor mij over nieuwsgierigheid-gedreven onderzoek naar betekenis, daarmee vooral ook over de kunsten. Daarbij kun je drie fasen onderscheiden:

- *Vorm*
Dit gaat over het experimenteren met materiaal, wat natuurlijk erg subjectief is, de inventie zelf. Creativiteit start vaak bij vertrouwen in je eigen subjectiviteit.
- *Context*
Dit gaat over proof of concept, het uitproberen van de vorm in diverse contexten wat podia kunnen zijn maar ook de samenleving zelf, de zorg, onderwijs, enzovoorts.
- *Transformatie*
Dit is het echte innoveren wat vaak ook disruptief van aard kan zijn. Dit gaat ook over systeemdenken, heel fundamenteel.

Daarna pas komt de volgende fase van productontwikkeling die voor de industrie echt relevant is, het omzetten naar toepassingen.

Waar zit de waarde van de creatieve industrie?

Je kunt het langs drie lijnen bekijken:

- in de creatieve domeinen zelf, de oude beleidmatige opzet van (podium)kunsten, media en entertainment en creatieve zakelijke dienstverlening
- als ‘wereldverbeteraar’, waar de invloed meer aan de veranderingskant van gedrag zit, denk aan een documentaire van bijvoorbeeld Tegenlicht. Daar gaat het meer over wat je kunt noemen de ‘betekeniseconomie’.
- naar andere domeinen, de maatschappelijke lijn (cross-overs)

Hoe is de creatieve industrie ‘ontstaan’, wat was de betrokkenheid van Waag Society?

In het voorjaar van 2004 hebben leden van het Innovatieplatform, onder leiding van Balkenende, een verkenning uitgevoerd om sleutelgebieden te identificeren. Vanuit Waag Society hadden we rond 2002 al contacten met ICE, een creatieve club in Londen die vooruit liepen op Nederland. Frank Boyd was daar een van de eersten die onderzoek deed naar de creatieve industrie. Het Innovatieplatform voerde meerdere gesprekken met ‘de creatieve industrie’, waaronder met ons als Waag Society. We hebben toen samen een sessie georganiseerd met deze partijen waaronder KPN, Endemol en Nederland Kennisland. In de zomer van 2004 hebben we een document ingediend bij het Innovatieplatform. Ook Premsela (later gefuseerd in Het Nieuwe Instituut) was toen betrokken vanuit de mode. In het latere Cultuur en Economie-programma kwamen vier van de twaalf actiepunten terug die we toen hadden voorgesteld. Andere actiepunten zijn nu nog steeds actueel... Vanuit Waag Society hebben we twee projectvoorstellen ingediend onder de Creative Challenge Call: IIP/Create en het Creative Learning Lab.

U bent een van de founders van PICNIC, hoe is dit ontstaan?

Rond 2004 ontstond er een enorme kracht binnen de creatieve industrie, zeker in Amsterdam; de creatieve industrie werd in die tijd echter nog niet echt begrepen.

In 2005 konden we via het programma van EZ Amsterdam HERMEZ (Het Economische Resultaat Moet Er Zijn) een verkenning uitvoeren voor een internationale contentbeurs rond oude en nieuwe media, PICNIC. Dit heb ik toen samen met Bas Verhart opgezet. Begin 2006 was er een missiereis naar Los Angeles en San Francisco, daar is de lobby echt gevoerd.

Sinds 2011 is er geen publieke financiering meer voor PICNIC, dat heeft er ook in geresulteerd dat er in 2013 alleen een kleiner event heeft plaatsgehad, overigens heel goed. Internationaal is er ook veel interesse. PICNIC brengt disruptieve krachten (de hackerswereld) en de formele krachten bij elkaar, dat maakt PICNIC juist zo spannend!

Hoe is FES ontstaan, vanuit uw betrokkenheid bezien?

De basis voor het eerste programmavoorstel voor FES werd gelegd in Hong Kong in 2008 tijdens de Business of Design Week. In zes weken tijd is er toen een plan ontwikkeld met behulp van Ronald Berger Strategy Consultants. Het was zoeken naar de goede vorm om een eenduidig programma te bouwen dat paste in het beoordelingskader van het CPB en de Commissie van Wijzen. Maar de creatieve industrie paste niet in het bestaande kader: aan de ene kant moesten we marktfalen aantonen, aan de andere kant moesten we bewijzen dat er sprake was van een nieuwe markt. Er werden vragen gesteld over het aantal wetenschappelijke publicaties, terwijl dit programma juist voor onderzoek en publicaties moest gaan zorgen, er was nog nauwelijks sprake van een onderzoekstraditie. Het was een ‘kip-ei’-discussie. Het plan haalde het dan ook niet en werd helemaal herschreven. Het tweede plan haalde het wel, weliswaar fors afgeslankt.

Hoe ziet de toekomst eruit voor de creatieve industrie?

Het beleid is nu veel te bureaucratisch ingericht, terwijl er geen fundamentele veranderingen zijn waar dat eigenlijk nodig is. Het is klassiek denken dat alle kennis alleen bij universiteiten aanwezig is en dat het MKB hiernaar op zoek is, terwijl het instrumentarium hier wel op is ingericht. Zo verwacht men dat het MKB vierjarig PhD-onderzoek wil matchen...

Wat is er dan benodigd voor een krachtiger toekomstperspectief?

Het lijkt nauwelijks bekend dat innovatie juist ook buiten de kennisinstellingen ontstaat, bij het creatief MKB. Je moet meer ruimte geven aan nieuwsgierigheid-gedreven onderzoek: voor inventief onderzoek, naar context en naar de transfer ervan. Daarbij zijn wel allianties met de kennisinstellingen nodig, maar minder hard gestuurd door het kader van de wetenschap. De eisen vanuit de overheid zijn nu te stringent voor een uptake vanuit de bedrijven, ook voor wat betreft matching.

VICTOR VAN DER CHIJS

Bestuursvoorzitter Universiteit Twente, voormalig boegbeeld topsector Creatieve Industrie (datum interview: 20 juni 2014)

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

Hier bestaat geen eenduidig antwoord. Het is afhankelijk van de context waarover je spreekt. Vanuit het topsectorenperspectief: het deel van de creatieve industrie dat een economische bijdrage levert aan Nederland. Een deel van de culturele sector valt hier dus buiten met deze definitie. Toen het topsectorenbeleid werd ingezet werden ook grote bezuinigingen aangekondigd in de cultuursector. Er waren destijds wel insinuaties dat er een causaal verband zou liggen tussen het topsectorenbeleid en het cultuurbeleid. Volgens mij is dat niet aan de orde geweest. De definitiekwestie is ingewikkeld, ook omdat bijvoorbeeld onderdelen van een groot bedrijf, zoals de Philips Design-afdeling, niet worden meegeteld in de cijfers over de creatieve industrie. Verder heeft de creatieve industrie naast een economische bijdrage een duidelijke maatschappelijke bijdrage. De samenwerking tussen EZ en OCW bevestigt in die zin het bijzondere karakter van de creatieve industrie.

Hoe ontstond het topteam Creatieve Industrie?

Ik was in die tijd directeur van OMA en lid van de Dutch Trade Board waar ik de creatieve industrie vertegenwoordigde. Ik kreeg een telefoontje van Bernard Wientjes met de vraag of ik boegbeeld voor de topsector Creatieve Industrie wilde worden. De invulling van de leden van het topteam is toen in samenspraak samengesteld.

Kunt u iets vertellen over het boegbeeldenoverleg?

Het boegbeeldenoverleg was eigenlijk het enige moment dat de boegbeelden elkaar ontmoetten. Later ontstonden er natuurlijk bilaterale afspraken, maar in eerste instantie was iedereen heel erg bezig met de eigen topsector. De creatieve industrie heeft haar eigen methode gekozen en in het veld de belangrijke thema's geïdentificeerd. De creatieve industrie moest ook meedraaien in hetzelfde format, al hebben we zelf bijvoorbeeld het thema financiering aangedragen als cruciale factor voor succes: juist de creatieve industrie kent disproportioneel veel MKB, waar opschalen een grote uitdaging is onder andere door een gebrek aan fondsen.

Hoe verhield de creatieve industrie zich tot de andere topsectoren?

Elke topteam kreeg dezelfde eenduidige opdracht mee. Dat was ook gelijk de belangrijkste kritiek op het topsectorenbeleid; er werd geprobeerd eenduidigheid te creëren waar dat nauwelijks mogelijk is. Dit werkt voor een aantal topsectoren niet goed. Dat is echt een weeffout, hoewel begrijpelijk vanuit EZ geredeneerd. De negen topsectoren waren en zijn qua karakter, opzet en uitdagingen zeer divers. Zoals het nu gaat, gaat het niet echt goed. De topsectoren hebben totaal verschillende behoeften. Energie en HTSM bijvoorbeeld kennen een andere samenwerking met kennisinstellingen en bedrijven dan de Creatieve Industrie of Logistiek.

Een evaluatie zou nuttig zijn, even pas op de plaats. Waar het om gaat is dat je een aantal sectoren hebt geïdentificeerd die echt verschil maken voor innovatie en economische groei van de BV Nederland. Er moet beter worden gekeken naar de behoeften en structuur en daar zou je de regelgeving op af moeten stemmen. Ik denk dat dit kan, maar er zijn wel aanpassingen nodig. Als je vanuit generiek beleid probeert uitzonderingen te creëren wordt het lastig. Dit wordt al duidelijk als je naar de TKI's kijkt; die opereren volstrekt verschillend.

Wat is het beeld nu terugkijkend op het topsectorenbeleid?

Positief-kritisch. De creatieve industrie heeft ook profijt gehad van dit beleid, niet alleen financieel. De erkenning als topsector en vertrouwen, het bewustzijn binnen de sector, het besef dat de creatieve industrie er economisch toe doet. Maar ook de zelforganisatie, structuren, de weg in Den Haag weten te vinden. Er was nog een erg lage mate van zelforganisatie en bovendien was de sector in kolommen opgeknippt. Daarom was er beperkt slagkracht, geen gevoel van gezamenlijkheid. Dat is echt veranderd! Denk aan CLICKNL en de Creative Council. Het benoemen tot topsector is ook wel een wake-upcall geweest, een stimulans voor de sector om samen te werken.

Waarom is de creatieve industrie een topsector geworden?

Dat weet ik niet zo goed, maar raakt aan de kansen en mogelijkheden die de creatieve industrie biedt voor innovatie, juist ook disruptief, haar toepassingen naar andere sectoren en sterke naam in het buitenland. Denk aan het begrip ‘Dutch Design’. Tegelijkertijd is de absolute bijdrage aan het BNP beperkt. Bij EZ is veel discussie geweest over de topsector Creatieve Industrie, onder andere vanuit de vraag naar maatwerk. Deze discussie speelt niet meer. Je ziet ook dat de creatieve industrie juist vooruitloopt op ontwikkelingen in vergelijking met andere sectoren.

Zou de creatieve industrie niet beter als dwarsverband kunnen worden georganiseerd?

Nee, zeker niet. Het gaat niet alleen om het ‘aantakken’ van andere sectoren. Een onbedoeld effect van het topsectorenbeleid is dat dit ook tot verkokerig heeft geleid. Een deel van de creatieve industrie functioneert ‘zelfstandig’, zoals architectuur. Waar dwarsverbanden zijn moet je dat stimuleren en aantrekkelijker maken. Het blijft overigens een uitdaging de toegevoegde waarde van de creatieve industrie uit te leggen. Cross-overs zijn heel belangrijk voor de creatieve industrie, maar andere topsectoren profiteren vaak meer van de gecreëerde meerwaarde, niet zozeer de creatieve industrie zelf.

Hoe kunnen we dit ondervangen?

Daar heb ik nog geen antwoord op, dat blijft ingewikkeld. Een paar bedrijven en individuen hebben die status wel; bij hen wordt de economische meerwaarde van hun ideeën wel onmiddellijk herkend. Denk aan OMA, en recent natuurlijk Daan Roosegaarde.

Hoe verhouden EZ en OCW zich tot de creatieve industrie?

EZ is de regisseur van dit proces en ook opdrachtgever. Met OCW bestaat ook een intense relatie, welke tevens is geborgd in het topteam. Dit ministerie beschouwt de creatieve industrie nu als haar paradijs en het OCW-beleid raakt hier direct aan. De laatste jaren is begrip gegroeid voor de werkwijze en het belang van de creatieve industrie. Veranderingen in het cultuurbeleid zijn overigens ook meegenomen in het topsectorenbeleid, zoals het Stimuleringsfonds.

Kunt u iets vertellen over de topteamagenda?

Deze is op hoofdlijnen vooraf door EZ neergelegd. In een aantal gevallen is dat goed gegaan, in andere minder. Dit werkte niet altijd optimaal voor de creatieve industrie, zoals toen voor de Human Capital Agenda. Nu gaat dat beter, is er ook een betere infrastructuur om invulling te geven. Internationalisering is minder goed gelukt. Wel op centraal niveau met beurzen, maar niet zozeer met het slim organiseren van handelsmissies of kennisuitwisseling

met het buitenland. Ook het Stimuleringsfonds is heel erg traag gaan draaien, na het Dutch Design, Fashion and Architecture-programma. Voor financiering is het beeld gemengd: de issues zijn bekend, pilotprojecten lopen nu. Er is destijds een format opgelegd als agenda, voor elk topteam. Een groot aantal van die agenda's moet tegelijk worden opgesteld, er lag teveel op het bord. Achteraf hadden we dat beter successievelijk kunnen oppakken.

Hoe kijkt u tot slot aan tegen de toekomst van de topsector Creatieve Industrie?

Met optimisme, er is een goede basis waarmee gewerkt kan worden. Er staat een professioneel topteam, het is minder pionieren dan toen. Mensen weten elkaar beter te vinden. Er is echt veel bereikt, zeker gegeven de beperkingen in middelen.

JEROEN VAN ERP

Creatief directeur Fabrique, lid topteam Creatieve Industrie (MKB)
(datum interview: 16 april 2014)

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

Ik maak vaak een onderscheid tussen creatieven die gedreven worden door persoonlijke motieven en creatieven die kunnen anticiperen op uitdagingen van buitenaf. Vaak zie je dat de eerste categorie opereert aan de cultuurkant, zoals bijvoorbeeld de podiumkunsten, maar ook ontwerpers die van de klassieke designopleidingen komen. Daarnaast heb je dus de ‘probleemoplossende’ creatieven. Die zeggen: geef me een probleem en ik los het voor je op. Daar zit alles tussenin en je kan ook van de ene categorie langzaam opschuiven naar de andere. Zo zijn Viktor en Rolf door de jaren heen langzaam opgeschoven van ‘cultuur naar economie’, waarbij niet alleen de creativiteit maar ook de bedrijfsvoering en de markt een rol zijn gaan spelen.

Interview Jeroen van Erp, FotografenFederatie (nu DutchPhotographers), 2 april 2014

“Fotografen wordt geleerd om hun persoonlijke motieven en handschrift te ontwikkelen, maar 90% functioneert in een omgeving met opdrachten van buiten en is ook niet meer dan een pion, omdat hij altijd als het laatste wagonnetje van de trein opereert. Er liggen kansen door meer vanuit het doel te gaan denken in plaats vanuit het middel. En dat is interessant, want daardoor zit je niet meer in het achterste wagonnetje. Daar is echt een culturomslag voor nodig. De fotograaf moet leren communiceren over de betekenis van zijn foto, wat het oproept, in plaats van de techniek. Architecten hebben er ook last van. Geef een architect een wereldprobleem en hij lost het altijd op met een gebouw. Ook hij zit gevangen in zijn middel.”¹¹⁴

Het gaat in de creatieve industrie minder dan bij andere sectoren om ‘de gouden driehoek’, maar eerder om een tetraëder waarbij de vierde hoek staat voor de opdrachtgevers, veelal het (grottere) bedrijfsleven. Vanuit het topteam hebben we een werkgroep It takes 4 to tango geïnitieerd om meer opdrachtgevers te betrekken bij onderzoek gerelateerd aan de creatieve industrie. Daarbij is het zaak te kunnen duiden wat dit onderzoek de creatieve industrie en onze opdrachtgevers oplevert.

Hoe kijkt u aan tegen de dynamiek in de creatieve industrie van de afgelopen tien jaar?

Daar wordt ik wel blij van. De creatieve industrie is eigenlijk voor het eerst op de kaart gekomen door toedoen van Richard Florida, daarna gebeurde er van alles en was het vallen en opstaan. We werden sleutelgebied, maar kregen ook een gele kaart van Scheepbouwer, het was echter een nuttig proces van bewustwording. Met horten en stoten is daarna ook het CRISP-programma tot stand gekomen, het eerste grote onderzoeksprogramma in de creatieve industrie. En het hoogtepunt was natuurlijk de benoeming tot topsector.

Eigenlijk is de aanloop al veel eerder begonnen met de komst van het internet en de digitale revolutie waar de creatieve industrie als eerste in is gedoken, zonder dat we het in de gaten hadden lagen we op kop. Van de ruim 200.000 creatieven denk ik dat nu een kwart heel succesvol actief is in aan internet en technologie gerelateerde werkzaamheden op een creatieve manier. Niet te verwarren met de traditionele ICT-sector overigens.

Het topteam 1.0 heeft de weg bereid, vooral ook naar de overheid. Het topteam 2.0 is veel meer naar buiten gericht en dat is goed. Er wordt actief samengewerkt met partijen als de Dutch Creative Council, het Stimuleringsfonds en de Federatie Creatieve Industrie. Dit naar buiten treden uitte zich ook bijvoorbeeld op de Hannover

Messe waar een paar topsectoren aanwezig waren, maar waar vooral de creatieve industrie heel zichtbaar was en het goed gedaan heeft. In de pikorde van de topsectoren stonden we aanvankelijk onderaan – we waren niet eens een sector maar onze weten harder-mentaliteit heeft ons ver gebracht! We organiseren ons ook steeds beter, profileren ons en er ontstaat meer loyaliteitsgevoel, we trekken samen op. We zijn steeds minder Calimero en drukken zachtjes tegen het generieke overheidskader aan, we hebben al her en der de spelregels veranderd. We zijn overigens niet de enige topsector die af en toe moeite hebben met de regels.

Wat zijn kritische succesfactoren geweest, waar was het spannend?

We krijgen steeds meer massa, er raken steeds meer subsectoren actief aangehaakt, zoals de muziekindustrie en de film. Daarnaast merk je dat we een sector zijn in transitie en dan is het mooi dat er sectoren zijn die zichzelf opnieuw op de kaart weten te zetten, terwijl ze aanvankelijk te maken hadden met dalende omzetten. Zo heeft de muziekindustrie zichzelf opnieuw uitgevonden. Denk aan 3FM: van radiostation naar sociaal platform met events als Serious Request, maar ook het succes van complexe producties als festivals. Zo'n zelfde beweging zijn de architecten nu aan het maken. Die hebben het diepste dal gehad. Overigens doen een heleboel subsectoren het erg goed, zoals de gamers en de digital designers.

In de sector van productontwerpen is men meer gaan nadenken over het eigen product. CRISP heeft hier ook geholpen met product-servicesystemen als kern van het programma. Daarmee trek je mensen en bedrijven mee en realiseer je impact.

Hoe kijkt u aan tegen het MKB vanuit uw rol in het topteam?

Het MKB is zo'n rotterm, niemand in de sector herkent zich daarin. Eigenlijk kun je stellen dat het topteam en de council een beperkte reach hebben naar het MKB. De eerste ring daarom heen met Het Nieuwe Instituut, het Stimuleringsfonds en de Federatie Creatieve Industrie hebben veel meer MKB in hun achterban, dus via hen bereiken wij het MKB. Communicatie is daarbij essentieel. Zelfs de 'willers en kunners' hebben een beperkte horizon, niet raar geredeneerd vanuit een MKB-standpunt, maar dat betekent wel dat we meer voorhoedespelers nodig hebben die de weg wijzen. Ook brancheorganisaties hebben daar een rol om de boel aan te jagen: zo heeft BNO een tiental jaren geleden een platform opgericht waar gezamenlijk kennis werd ontwikkeld en gedeeld waarmee men de ontwerpers op de kaart heeft gezet als merkdenkers, zodat deze ook op board-niveau aan tafel zit. Dat was een goed voorbeeld waarin de koplopers de rest mee op sleeptouw namen en dat heeft z'n uitwerking niet gemist. Het is de uitdaging om het MKB meer te laten denken in termen van het doel in plaats van denken in termen van het middel.

Hoe verloopt het boegbeeldenoverleg?

De creatieve industrie is wel bijzonder, we zitten er anders in. Victor paste er bijna naadloos in, ik was al meer een vreemde eend in de bijt. Nu met Barbara als vrouwelijk boegbeeld val je wel op in de mannenwereld. We initiëren veel vragen, die ook vaak worden opgepakt.

Is de creatieve industrie een volwaardige topsector?

Dat denk ik wel, als je kijkt naar de criteria van groei, potentie en hefboomeffect. Aan de andere kant ook nog niet, we zitten nog erg in een groefase van zelforganisatie. Daarin zijn we nog niet volwassen genoeg.

Wat is het perspectief voor de creatieve industrie, wat is daarvoor nodig?

We moeten ons de komende tien jaar meer ontwikkelen als onafhankelijke probleemoplosser, dus ook discipline-onafhankelijk kunnen denken. Daar is wel een omslag in de opleidingen voor nodig. Voor een deel is dat al in gang gezet, denk aan de multidisciplinaire opleiding industrieel ontwerpen in Delft, daar mag ‘industrieel’ er inmiddels wel vanaf. Het probleemoplossend vermogen moeten we verder ontwikkelen, meer aan het doel denken in plaats van het middel. Een voorbeeld is een project in de energiesector. Deze is in transitie en vanuit Fabrique hebben we in samenwerking met de Boston Consulting Group geholpen bij de ontwikkeling van een nieuw marktmodel, waar het oude model gewoonweg niet werkte. Dat was een nieuw ontwerp op systeemniveau, uitermate complex. De communicatie (beeldvorming door visualisatie, storytelling) speelde hier een belangrijke rol en dat is iets wat we als ontwerpers heel goed kunnen. Ik heb zelden aan een project gewerkt dat zoveel impact heeft gehad.

BAS VERHART

Voormalig lid Innovatieplatform, creatief ondernemer, medeoprichter THNK en PICNIC (datum interview: 10 juni 2014)

Wat was uw rol als creatief MKB'er in het Innovatieplatform?

Ik was in het tweede Innovatieplatform gevraagd als vertegenwoordiger van de creatieve industrie, wat door het eerste Innovatieplatform (IP) als sleutelgebied was benoemd. Vanuit het IP bestond veel support voor de creatieve industrie. Ik kon dit nog zwaarder op de agenda zetten vanuit mijn achtergrond als creatief MKB'er. De creatieve industrie was toen nog nauwelijks georganiseerd. In die zin heeft de gele kaart van Scheepbouwer wel wat losgemaakt. Ik zei toen in het IP "*een kind geef je geen gele kaart*", de sector was nog erg in ontwikkeling. De gele kaart heeft uiteindelijk wel geholpen, de sector heeft zich beter georganiseerd.

Bent u tevreden over uw periode bij het IP?

Toen niet, maar terugkijkend ja. We hebben de boel in beweging gebracht wat al heel wat was. Je moet het doen met de politieke realiteit. In Nederland zijn we niet goed in het langetermijndenken en daarmee ook opschalen van initiatieven. Steeds nieuw beleid en nieuwe projecten op de korte termijn. In Finland hebben ze een kamercommissie voor de toekomst; eigenlijk moet je naar zo iets toe, met een meerjarenconvenant op het gebied van innovatie tussen de politieke partijen.

Wat was de Club van Twaalf?

Marcel Wanders had toen een groep bij elkaar gebracht van creatieven, met onder andere Jos van Tilburg (GStar), Raymond Spanjar (Hyves), Ben van Berkel (UN Studio), Lidewej Edelkoort (Design Academy Eindhoven) en mijzelf. Het was een informele club die nadacht over wat je zou kunnen met Nederland en Amsterdam als Creative Capital. Gedreven om iets terug te kunnen doen, zonder agenda of subsidie. Er zijn diverse individuele initiatieven uit voortgekomen. Zo kwam Ben van Berkel met het idee van een topinstituut voor creatief leiderschap, wat hij al had besproken met Robbert Dijkgraaf. Ik ben later vanuit de gemeente Amsterdam gevraagd om dit vorm te geven, nu bestaat THNK alweer een paar jaar.

Hoe ontwikkelt THNK zich als topinstituut voor creatief leiderschap?

THNK is nog jong, maar we hebben alle tussentijdse doelstellingen meer dan gehaald: meer dan 175 deelnemers uit ruim 40 landen en een heel hoge waardering! Ook zijn we een joint venture met Stanford aangegaan. De ambitie is het nummer 1-programma voor creatief leiderschap te worden in Europa, eigenlijk ook internationaal. Amerika is erg op zichzelf gericht.

Er wordt vaak het onderscheid gemaakt naar Business Schools (B Schools) en Design Schools (D Schools). Wij zitten hier tussenin als 'C School' wat staat voor Chief, Creative, Creation. Het gaat bij ons over termen als business design, leadership en innovation strategy.

Vanuit THNK richten we ons sterk op opkomende economieën. We beperken ons tot 20% Nederlandse deelnemers. Veel THNK-deelnemers blijven overigens in Nederland. Je kunt je richten op een influx van talent naar Nederland. Tegelijkertijd is Nederland een exportland, wat juist ook goed is.

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

Ik geloof niet zo in de term ‘creatieve industrie’. Het is eerder een cluster van subsectoren die creativiteit in hun genen hebben. Eigenlijk gaat het zelfs meer over een creative economy dan creatieve industrie. Je ziet ook in onderzoek dat design-led organizations het beter doen dan non design-led organizations.

Hoe kijkt u als MKB'er aan tegen de topsector Creatieve Industrie?

Voor het MKB is het topsectorenbeleid moeilijk toegankelijk, al is het al wat makkelijker dan eerder. Succesvolle MKB'ers hebben hun handen al vol aan hun business, weinig ruimte om dan in regels te duiken. Je wilt eigenlijk toe naar een ‘acceleratorprogramma’ voor MKB: bijvoorbeeld tien bedrijven die allemaal 10.000 euro bijdragen, naast de overheid die investeert. Gezamenlijk bouw je een excellent programma.

Wat is het perspectief voor de creatieve industrie?

Ik zie drie scenario's:

1. We zitten op een kruispunt. De Nederlandse overheid zou dit als belangrijkste topsector moeten maken. De oude manier van problemen oplossen is niet meer genoeg, we moeten vernieuwen om wereldwijd het verschil te kunnen maken. De ‘Nederlandse school’ van het voetbal moet je ook voor de Nederlandse economie willen, maar daarvoor is wel ontzuiling en lef nodig.
2. De voorhoede van de Nederlandse creatieve industrie wordt internationaal steeds meer gezien als de plek waar creatief talent vandaan komt, met het risico dat dit talent ook weggehaald wordt...
3. Terugvallen tot ‘wereldberoemd in Nederland’. Teveel navelstaren, geen opschalen. Een marginale rol in de wereld.

MATHIEU WEGGEMAN

Hoogleraar Technische Universiteit Eindhoven, lid Raad voor Cultuur
(datum interview: 1 mei 2014)

Wat verstaat u onder de creatieve industrie?

Een verzameling van organisaties, vooral private organisaties, waar mensen werken die unieke oplossingen voor unieke problemen bedenken, materieel of immaterieel, waarbij ze een bovengemiddelde aandacht hebben voor esthetiek, voor het design.

Het gaat dus niet om massaproductie, betreft in principe geen publieke organisaties. Naast WO- en HBO- zijn veel creatieven ook MBO-geschoold. Veelal werken zij inside-out, in plaats van precies te doen wat de klant vraagt. Eerder, ik maak iets en kijk of daar markt voor is.

Hoe kijkt u aan tegen de dynamiek in de creatieve industrie van de afgelopen tien jaar?

Met het boek The rise of the creative class heeft Richard Florida de creatieve industrie op de kaart gezet. Dit had twee grote effecten: organisaties die zich eerst niet zo noemden zijn zich zo gaan noemen en we konden een naam geven aan die dingen die we zagen bij Seats2Meet, de Caballero-fabriek en op Strijp S. Er is een naam gegeven aan een beweging die al aan de gang was. De sector blijft wat geassocieerd met kleinschaligheid.

Is de creatieve industrie een volwaardige topsector?

Tja, met de indeling van het Innovatieplatform ben ik nooit zo gelukkig geweest. De creatieve industrie doet mee aan het spel waar iedereen aan meedoet. Ik heb wel het idee dat de sector sterk wordt gedomineerd door ICT en Design.

Als het geen sleutelgebied was geworden, of topsector, had dat uitgemaakt?

Ik denk het niet echt, het zijn veelal jonge mensen die zich nauwelijks of niet eens bewust zijn van dit label. Er is een heel grote kloof tussen EZ en deze jonge generatie.

Hoe kijkt u aan tegen het topsectorenbeleid?

In Nederland durven we geen keuzes te maken. Eigenlijk is de keuze, ga je voor Nederland als Kennisland of Handelsland.

Bij Nederland Kennisland kun je denken aan watermanagement, biotechnologie en de hele agrobusiness in Wageningen en de materialen en hightechsystemen.

Bij Nederland Handelsland moet je denken aan het uitbouwen van Schiphol, de tweede Maasvlakte, de aansluiting met het Ruhrgebied enzovoorts. Ook het Nederlandse Instituut voor het Buitenland kun je dan weer van stal halen. Zeg maar de VOC-mentaliteit. Handel is geweldig georganiseerd in Nederland.

Nu laat je 1.000 bloemen bloeien zonder excellentie. Met wat rituelen kun je geld je kant uit laten stromen.

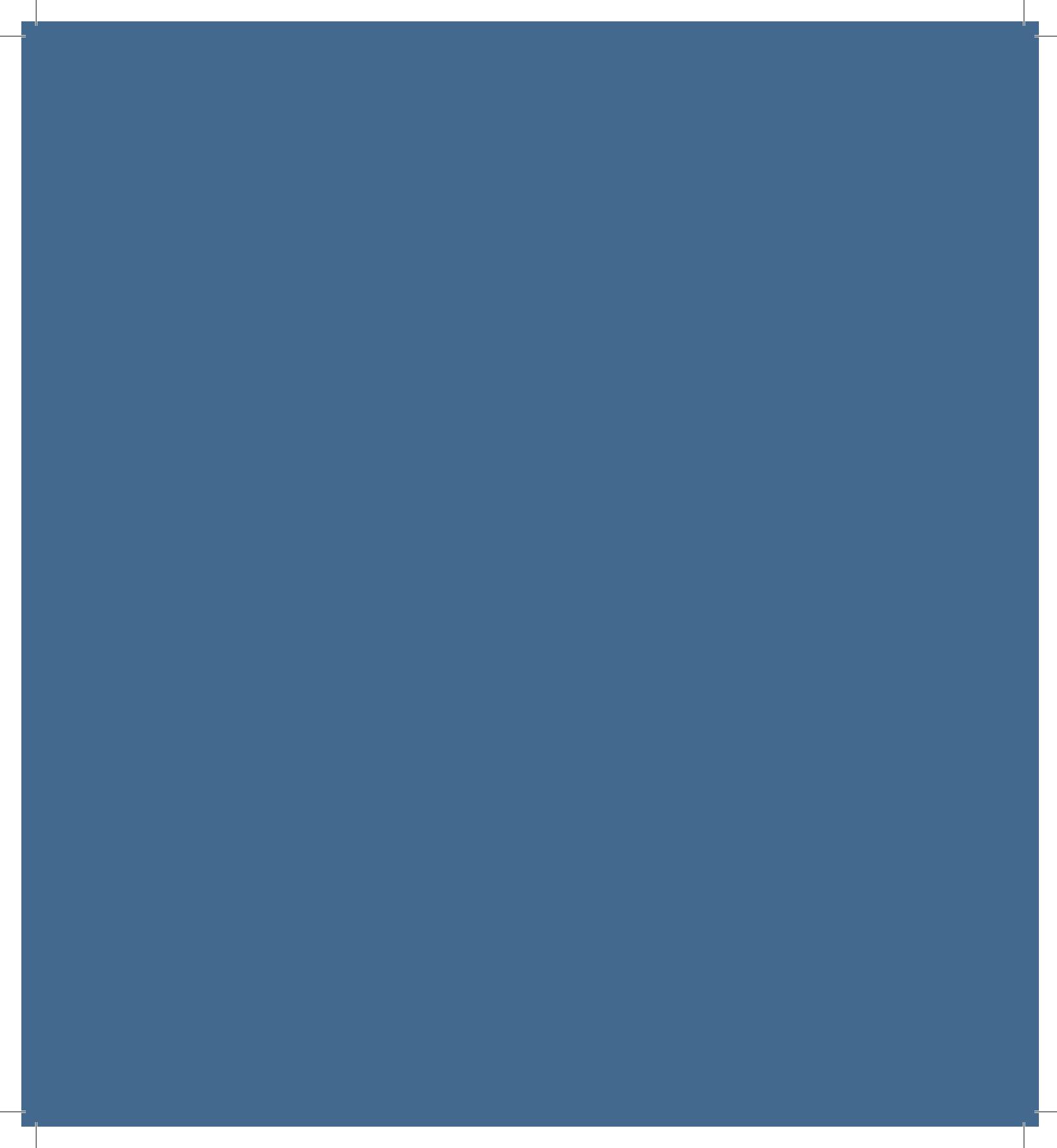
Hoe verhoudt zich de Raad voor Cultuur tot de topsector Creatieve Industrie?

Er is wel betrokkenheid, maar de link is niet per se heel sterk. Vanuit de Raad voor Cultuur heeft een lid de creatieve industrie in portefeuille en is er ook afstemming met vertegenwoordigers van de creatieve industrie. Het blijft wel lastig vind ik, er zijn zoveel organen die roepen dat ze verstand hebben van de creatieve industrie en dat ze die vertegenwoordigen.

In de laatste cultuurnota wordt ook gesteld dat kunstenaars een bijdrage moeten leveren aan maatschappelijke problemen. Daarbij worden dan Daan Roosegaarde en dergelijke genoemd als voorbeeld van hoe zij hun prestaties koppelen aan maatschappelijke uitdagingen.

Wat is het perspectief voor de creatieve industrie?

Daar verwacht ik veel van, juist in de creatieve industrie kunnen mensen meer doen met zelforganisatie, het zijn autonome mensen. De scheiding tussen werk en privé vervalt, zelfrealisatie is een hoog goed. Het onderwijs wordt daar ook steeds beter op toegesneden, men kan leren via internet, ook zijn er veel goede tools. Van de contacten die ik heb met veel creatieven hoor ik dat men gewoon z'n ding doet, ze hebben niets met beleid.



Perspectieven op het topsectoren- beleid

Tot slot worden in dit laatste deel van het boek verschillende perspectieven op het topsectorenbeleid en meer specifiek op een drietal Topconsortia voor Kennis en Innovatie weergegeven. Daartoe zijn interviews gehouden met de volgende personen:

- *Kees de Gooijer*
Directeur TKI Agri&Food en TKI Biobased Economy
- *Jacques Joosten*
Directeur TKI Smart Polymeric Materials
- *Nico van Meeteren en Colja Laanen*
Directeur TKI Life Sciences & Health en voormalig interim directeur LS&H

KEES DE GOOIJER

Directeur TKI Agri&Food en TKI Biobased Economy (datum interview: 8 april 2015)

Kunt u kort en kernachtig aangeven waar het TKI Agri&Food voor staat?

TKI Agri&Food staat voor de breedte van de agriwereld in relatie tot kennis en innovatie. Daarbij zijn drie hoofdzaken relevant:

- verduurzaming (license to produce)
 - vanuit de merkbeloftegedachte (denk aan Coca Cola)
 - druk vanuit de financiële wereld
- gezondheid in de breedte, denk aan de obesitasproblematiek
- cost-leadership: het pannenkoek-effect waarbij je tegen kostprijs zelf pannenkoeken kunt bakken, in de winkel kant-en-klaar kunt kopen, of in een restaurant tegen een veel hogere prijs dezelfde pannenkoek eet.

TKI Agri&Food vindt haar oorsprong in het Topinstituut Food & Nutrition (TIFN) en een eerder innovatieprogramma Food & Nutrition Delta dat meer was gericht op de valorisatiekant.

Agri&Food is overigens de grootste werkgever van Nederland, alsmede de grootste beheerder van landschap in Nederland.

Kunt u kort en kernachtig aangeven waar het TKI Biobased Economy voor staat?

Dit TKI vormt een dwarsdoorsnede met drie topsectoren: Agri&Food, Chemie en Energie. Formeel is de topsector Chemie penvoerder van het TKI Biobased Economy.

Daarbij spelen twee ontwikkelingen een grote rol:

- onafhankelijker willen worden van fossiele brandstoffen
- producten kunnen maken die beter zijn dan fossiel

TKI Biobased Economy vindt haar oorsprong in zowel Chemie als Energie. Ook in de eerdere Agri&Food-agenda's kwam biobased al als thema terug. Nu is het dan als dwarsdoorsnede georganiseerd.

Hoe verloopt de samenwerking in 'de gouden driehoek'?

Prima, voor TKI Agri&Food loopt de samenwerking in de gouden driehoek van overheid, kenniswereld en bedrijven al meer dan dertig jaar. Natuurlijk verschillen de belangen. Verder hebben we verschillende roadmapcommissies die sturen op de kennis- en innovatieagenda.

Hoe verhouden TKI Agri&Food en TKI Biobased Economy zich tot andere topsectoren?

TKI Agri&Food heeft natuurlijke relaties met Energie, Chemie en Biobased Economy. Daarnaast hebben we een cross-over met HTSM, denk aan de hele machinerie, robotisering en ICT in de Agri&Foodwereld. Ook hebben we een relatie met TKI Tuinbouw en Uitgangsmaterialen, met name dan de uitgangsmaterialen. Denk aan bodemkwaliteit. Verder LS&H in relatie tot voeding en ook diergezondheid. En creatieve industrie in relatie tot gedragsbeïnvloeding.

TKI Biobased Economy met Agri&Food, Energie en Chemie. Verder ook met andere TKI's, zoals Water.

Hoe kijkt u aan tegen de dynamiek van het topsectorenbeleid de afgelopen paar jaar?

Het is een timing issue: het duurt vijf tot zes jaar voordat nieuw beleid goed werkt. Men heeft de weerstanden van het kennis- en innovatiesysteem onderschat.

Met de basisgedachte met negen topsectoren en een deel co-funding bij de wetenschap is niets mis. In de uitvoering is het erg complex. Als je naar de cijfers kijkt is het geld van publiek-private samenwerking niet zo veel: NWO stopt ongeveer de helft van haar geld in de topsectoren, circa 275 miljoen euro. Daarvan gaat ongeveer een derde, 100 miljoen euro, in publiek-private samenwerking en dan nog 175 miljoen euro in ‘vrije programmering’.

Wat had u graag anders willen zien?

Budgettair vooral: er is nu te weinig geld voor fundamenteel onderzoek. De flexibiliteit van NWO mag ook groter zijn dan alleen de open call als instrument.

Voor wat betreft toegepast onderzoek, dat verschilt per TKI. Deze middelen zijn ook gekort. De invloed op de TO2's ligt bij EZ, niet bij de topsectoren...

Het valorisatiestuk is integraal geschrapt. Daar is het grootste gat geslagen met het helemaal wegvalLEN van de innovatieprogramma's.

Wat zijn uw ervaringen met de MIT- en TKI-regeling?

De meeste TKI's hebben geen goed administratiesysteem voor de TKI-regeling. Vaak zijn het ‘zachte bedragen’ die worden opgevoerd in de inventarisatie. In de realisatie bleek dan minder te zijn bijgedragen of dat bijdragen zijn vertraagd. In het begin gold voor alle topsectoren dat maar iets van 60% werd gerealiseerd...

Het blijft een moeilijke regeling, waarbij op basis van de grondslag middelen terugvloeien. Levert ook discussie met TO2's op, naast veel administratie.

Bij de MIT-regeling is nu de slag naar de regio's gemaakt, dat is goed. Met 55 miljoen euro hebben we weer een redelijk serieus budget. Coördinatie tussen fundamenteel en toegepast onderzoek en valorisatie (via MIT) kan nog beter.

Waar bent u heel tevreden mee?

Het losmaken van capaciteit van DLO voor de topsector Agri&Food en deels Biobased Economy. Daarmee wordt ook de vraagsturing sterker.

Wat is het perspectief voor de beide TKI's, wat zijn de majeure ambities?

Agri&Food: nu nog tekortschieten in valorisatie. Ontwikkelsubsidies zijn cruciaal voor startende bedrijven, juist omdat het dan niet op de vermogensstructuur drukt. Voor Agri&Food gaat het uiteindelijk om het vergroten van levensjaren en levenskwaliteit.

Biobased Economy: concreet het openen van nieuwe installaties. Denk aan de eerste pyrolysefabriek ter wereld die in Nederland is neergezet. Daarbij wordt biomassa omgezet in vloeistof, een soort olie. Bedrijven als FrieslandCampina gebruiken die olie dan weer en AkzoNobel de restwarmte. In juni wordt in Gemert, Noord-Brabant, de eerste compostverwerker geopend. Dit gaat over gecontroleerde broei, biologisch drogen, waarbij de warmte bijvoorbeeld voor het eigen bedrijf wordt benut en de stroom weer bij de buren die een aardbeienkwekerij hebben.

JACQUES JOOSTEN

Directeur TKI Smart Polymeric Materials (datum interview: 10 april 2015)

Wat is uw betrokkenheid bij het Nederlandse innovatiebeleid geweest?

Sinds 1998 ben ik betrokken bij het nationale innovatiebeleid. In eerste instantie als lid van de Technologie Commissie van VNO-NCW. Vanaf 2005 ben ik intensief betrokken geweest bij het initiatief voor de sleutelgebieden, meer specifiek bij het sleutelgebied Chemie.

Als governance voor het sleutelgebied hebben we toen een regiegroep Chemie ingericht, waarvan ik de eerste voorzitter was. De commissie Scheepbouwer heeft bij de evaluatie van de sleutelgebieden in 2009 onze governance nog als best practice benoemd voor de sleutelgebieden.

Er zijn toen verschillende initiatieven genomen, waarvan er nog een aantal bestaan, waaronder het Sectorplan Natuur- en Scheikunde met als doel het versterken van de eerste geldstroom bij de universiteiten. Ook zijn er publiek-private samenwerkingen opgezet, onder andere de tweede fase van het Dutch Polymer Instituut (DPI), het DPI Value Center en ISPT op het gebied van procestechnologie.

De volgende stappen in de keten van kennis naar (nieuwe) bedrijvigheid waren de innovatielabs (IL's) en Centers for Open Chemical Innovation (COCI's). Bij de COCI's ging het om opschalen van activiteiten (o.a. productie) buiten de universiteit, op een campus of bedrijventerrein. Onze ambitie was hier ten minste acht jaar aan te kunnen bouwen, maar met de komst van het kabinet Rutte I en het topsectorenbeleid werd dat niet gehaald.

Ikzelf heb tot midden 2014 betrokkenheid met het landelijke beleid gehad. Nu staan er kleine topteamen aan het roer in plaats van bredere regiegroepen met experts. Verder geldt specifiek voor de Chemie dat er vanuit een bottom-up aanpak geopereerd werd terwijl de benadering nu veel meer als top down gekarakteriseerd kan worden. De (kleinere) overheid is afwezig maar laat vervolgens veel onderzoekende en uitvoerende activiteiten over aan private partijen zonder dat het duidelijk is wat men er voor terug krijgt. De overheid heeft zich nu zogenaamd teruggetrokken maar bemoeit zich op de achtergrond met veel details. Mijn indruk is dat de transactiekosten in dit land alleen maar toegenomen zijn terwijl er behoorlijk bezuinigd is op publieke middelen voor het uitvoeren van projecten (minimaal 500 miljoen euro per jaar).

Kunt u het ontstaan van TKI Smart Polymeric Materials (SPM) in relatie tot het Dutch Polymer Instituut schetsen?

Het DPI is midden jaren 90 ontstaan als technologisch topinstituut. Toenmalig minister Weijers van EZ wilde zo samenwerking tussen bedrijven en universiteiten stimuleren. Er zijn toen veertien topinstituutvoorstellingen ingediend, waarvan er vier werden gehonoreerd in 1996, inclusief het DPI. Naast het borgen van kwaliteit is heel sterk gestuurd op de aansluiting van talent in Nederlandse opleidingen bij de industriële behoefte.

Het DPI bestaat nog steeds en is fors gegroeid van 8 bedrijven en 5 universitaire groepen tot 37 bedrijven en 40 universitaire groepen; een omzet van 0,5 miljoen euro in 1997 tot 32 miljard euro in 2012.

Binnen de chemiesector kennen we vier TKI's: Smart Polymeric Materials, Biobased Economy, Procestechnologie en Nieuwe Chemische Innovaties.

Het TKI SPM bestaat uit drie partijen: het DPI, DPI Value Center en een onderzoeksprogramma van Wageningen Universiteit (Biobased Performance Materials, BPM). Het TKI SPM is heel lean-and-mean ingericht met inzet en capaciteit uit deze drie groepen d.w.z. het TKI SPM heeft geen staf en het programma komt tot stand middels de input van de drie samenstellende delen.

Vorig jaar is het besluit onder zware druk van het ministerie van EZ genomen de vier TKI's samen te voegen naar een TKI Chemie. Daarmee vervagen de activiteiten, het onderscheid en de zichtbaarheid naar buiten toe d.w.z. naar 'klanten' (bedrijven) en 'toeleveranciers' (kennisinstellingen). Het is nog steeds niet scherp hoe de relaties tussen de voormalige technologische topinstituten/TKI's en die ene TKI Chemie nu liggen.

Hoe verhoudt TKI SPM zich tot andere topsectoren?

Vanuit de toeleverancierskant geredeneerd: Agri&Food, de inzet van biomassa als grondstof voor de chemische industrie.

Vanuit de afnemerkant: de automobielindustrie, verpakkingen. Dan moet je denken aan Agri&Food en HTSM.

Vanuit de procesindustrie: Energie en Agri&Food.

Hoe kijkt u aan tegen het topsectorenbeleid?

Het is een grote bezuinigingsoperatie en van een 50/50 generiek/specifiek beleid naar hoofdzakelijk generiek beleid. Deze generieke (d.w.z. fiscale) middelen zijn voor iedereen toegankelijk, waarom dan nog topsectoren? Een klein deel specifiek beleid zit in de TKI-toeslag, 90 miljoen euro op een totaal innovatiebudget van 1,5 miljard euro. De WBSO- en RDA-regelingen zijn echter voor iedereen toegankelijk. Dit geldt ook voor de Innovatiebox.

Hoe ziet u de instrumenten van het topsectorenbeleid: de TKI- en MIT-regeling?

De TKI-regeling is veel te veel op details gericht, te fijnmazig en daarmee te veel bureaucratie.

Zou meer op hoofdlijnen moeten.

De MIT-regeling lijkt een poging de bezuiniging op KvK en Syntens te herstellen met MKB-steunpunten. Er is te veel bemoeienis en te veel bureaucratie met te weinig middelen.

RVO is afgelopen jaren ook gedecimeerd, veel te ver doorgeslagen. De transactiekosten van het topsectorenbeleid zijn te veel gestegen, er is te veel bij het bedrijfsleven gelegd.

Wat is goed geweest aan het topsectorenbeleid?

Er zijn keuzes gemaakt, dat is goed.

Wat is het perspectief voor het DPI?

We zijn bezig met een doorstart van het DPI. Daarbij hebben we gekeken naar wat ons wereldwijd onderscheidt in aanpak en keuzes: vraag-gestuurd internationaal pre-competitief excellent onderzoek aan universiteiten in partnership met de industrie. Daarbij gaan we voor meer focus. Het pre-competitieve onderzoeksprogramma wordt hierbij 100% gefinancierd door het bedrijfsleven, daarmee ben je af van de gevoeligheid van nationale beleidskeuzes. Daarnaast beschouwen we subsidies als upward potential. Hierbij valt te denken aan (inter)nationale en regionale subsidies, en Horizon 2020-programma's.

Zou het topsectorenbeleid juist wel of niet moeten worden doorgedragen nu iedereen is gewend?

Vergelijk het sleutelgebiedenbeleid, dat heeft het ook nauwelijks zes jaar volgehouden. Is het te verwachten dat een toekomstig kabinet dit topsectorenbeleid dan wel doorzet?

Bovenal, er moet meer publiek geld in het innovatiesysteem en er moet geschoven worden in de balans van generiek naar meer specifiek beleid. Als je sectoren kiest dan zullen er ook meer middelen naar die gekozen sectoren moeten gaan. De WBSO is heel zinvol en efficiënt, maar hoe de RDA regeling bijv. de publiek-private samenwerking gaat bevorderen is voor mij niet duidelijk.

NICO VAN MEETEREN EN COLJA LAANEN

Directeur TKI Life Sciences & Health en voormalig interim directeur LS&H
(datum interview: 19 maart 2015)

Kunt u kort en kernachtig aangeven waar het TKI Life Sciences & Health voor staat?

TKI Life Sciences & Health (LS&H) staat voor het verbinden en bundelen, orkestreren en meerwaarde creëren tussen (intermediëren) en voor (belangen behartigen) allerlei initiatieven van relevante stakeholders. Ook wel inspireren, nu hebben te veel partijen nog hun eigen project, hoe kunnen we dat beter afstemmen en menselijk en economisch/financieel kapitaal genereren? Partijen uit verschillende hoeken beginnen nu wel te bewegen, maar hebben een lonkend collectief perspectief en gids/koers nodig.

Is deze dynamiek ontstaan met de topsectoren of al eerder?

De sense of urgency was er al wel vanaf de eeuwwisseling, bottum-up, vanuit het veld. Bundeling op de top kwam nadien stapsgewijs tot stand. Meer beweging ontstond door de sleutelgebieden in 2004, ook al was LS&H zelf nog geen sleutelgebied. Ik denk vooral ook sinds 2009 met de High Profile Group waarmee we echt stappen hebben gezet om de topsector LS&H verder te organiseren.

Wat zijn kernspelers in deze sector?

Hangt ervan af hoe je kijkt: preventie en zorg zaten en zitten thuis, op school, op het werk en de leefomgeving, in de eerste lijn. Acute care en innovaties natuurlijk vooral bij NFU (Nederlandse Federatie van Universitair Medische Centra) en de hele intramurale zorg. In de toekomst zal de zorg steeds meer lokaal/regionaal worden georganiseerd, bij gemeenten en wordt de aandacht voor preventie weer verder aangescherpt. Nu zit dat voor een groot deel nog bij kennisinstituten, maar de uptake zal meer in de regio gaan plaatshebben als gevolg van een rovverandering. Dit zie je nu heel sterk bij de zorgverzekeraars gebeuren. De zorgverzekeraars zullen hun macht gaan inleveren en wellicht zelf ophouden te bestaan, mits zij meegaan in decentralisatie en een bepaalde vorm van economische en macht-maatschappelijke democratisering.

De departementen van EZ, OCW en VWS middels NWO/ZonMW zijn actief betrokken bij LS&H. Andere departementen zoals SZW (in relatie tot de arbeidsomgeving) haken aan. Het gaat namelijk om functioneren en gezondheid is daar een belangrijk middel/instrument bij en niet meer een doel op zich. Straks worden dat ook steeds meer brancheorganisaties voor burgers (in regionale coöperaties) en patiënten. De uitdaging hier is: hoe organiseer je deze pull? Door coöperaties die nu ontstaan en ontschotting van ZWV, WMO, AWBZ, et cetera.

In eerste instantie was het LS&H-initiatief sterk hightechgedreven (life sciences). Nu is de preventie en zorgkant (health) veel nadrukkelijker betrokken. Alles is gericht op het mensen naar believen en vermogen zo veel mogelijk in staat te stellen te functioneren in hun leefcontext (participatiesamenleving). Het is goed dat hier meer balans in is gekomen, maar daar zullen we ook aan moeten blijven werken, omdat dit een waarachtige paradigmashift behelst.

Hoe verloopt de samenwerking in ‘de gouden driehoek’?

De uptake is een uitdaging, het benutten van nieuwe innovaties en toepassingen. En, misschien wel net zo of zelf meer van belang: de-implementatie. Stoppen met zaken die er niet toe doen. Als we maar blijven implementeren

– wat overigens al lastig genoeg blijkt – wordt de zorg alleen maar duurder en barst het koekoeksjong VWS uit de voegen van de riksbegroting en raken alle andere departementale begrotingen in de verdrukking.

We zijn begonnen met topinstituten zoals Pharma, PMM, NGI. Dit is afgebouwd, de middelen hiervan zijn ongeveer op. Daarmee is ons budget gereduceerd van 200 miljoen euro per jaar naar 20 miljoen per jaar...

Deze 20 miljoen euro halen we op met de TKI-regeling. Deze is echter nogal complex, waardoor er minder middelen uit de markt gehaald worden dan er in zit. Ook zitten er nog veel publiek-private samenwerkingsverbanden verborgen in de regio, de zorg, de GGZ, bouw en vastgoed, innovatiegelden van verzekeraars, de HBO-NPRO, etc. wat we nu proberen op te halen. We zitten in een transitie van veel kleine naar enkele grotere publiek-private samenwerkingsprojecten. Denk aan ONCO XL met een omvang van 25 miljoen euro op jaarbasis.

Verder kijken we naar (de haalbaarheid van) zogenaamde Health Deals, in analogie met de Green Deal: de (de-) implementatie blijkt echter even noodzakelijk als moeizaam. Dit heeft er ook mee te maken dat er in de bouw (waaronder veel verpleegtehuizen) veel leegstand is welke nog verder groeit de komende jaren. Het is van belang om de uptake/(de-) implementatie over de hele range te organiseren. We zijn nog te veel op rechten en aanbod (rupsje-nooit-genoege) en te weinig op voorzieningen, vraag- en rendementsdenken ingericht. De-implementatie is hierbij een nieuw in te zetten en op te bouwen business as usual en dát in een sector van ‘meer-meer-meer’ en subsidies. De huidige schaarste dwingt tot hele nieuwe sociaal-culturele verhoudingen en (samen)werkwijzen. Geen sinecure.

Hoe verhoudt TKI LS&H zich tot andere topsectoren?

Er zijn meerdere cross-overs met andere topsectoren: met Agri&Food, HTSM, Chemie en Creatieve Industrie. Met CLICKNL (TKI voor de creatieve industrie) werken we aan een programma rond mensen met dementie en hun mantel en het langer zelfstandig kunnen functioneren in de eigen leefcontext.

Hoe kijkt u aan tegen de dynamiek van het topsectorenbeleid de afgelopen paar jaar?

Positief is dat partijen hiermee gedwongen zijn anderen op te zoeken en meer samen te werken. Verder is het economisch rendementdenken nuttig, eerder was het te veel subsidiegedreven, alhoewel de balans nu te ver doorslaat naar kredieten en belastingmaatregelen die voor vele private partijen als te complex worden ervaren. Het idee dat bedrijven hier dan meer gebruik van gingen maken gebeurt in de praktijk nauwelijks.

De lifescienceskant was hier al verder in dan de healthkant: door schaarste gedwongen om samen te werken en langs de selectie van de topexperts komen tot topcoalities die ín en buiten Nederland het verschil kunnen en willen maken. De Nederlandse jeugdgezondheidszorg is bijvoorbeeld uniek in de wereld. Die zit zo goed in elkaar dat we dit met publieke en private partners met trackrecord internationaal moeten willen vermarkten met een verdienmodel voor de BV Nederland.

Wat is het perspectief voor TKI LS&H, wat zijn de majeure ambities?

Van beheersmatig en innovatiegericht moeten we uiteindelijk meer naar mensgericht en resultaatgericht (beter functioneren). De R&D-intensiteit is weliswaar hoog, maar nog teveel push, te weinig pull.

Wat is er nodig voor dit toekomstperspectief?

Gezondheid is een middel om te kunnen functioneren. Naast VWS dienen ook andere departementen – zoals OCW (jeugd op scholen), SZW (duurzame inzetbaarheid en arbeidsparticipatie), VWS arbeidsparticipatie en capaciteit in de preventie en zorg (human capital) – dat (belang) beter te begrijpen. Tevens zullen Infrastructuur & Milieu zorg moeten dragen voor infrastructuur die tot de gezonde keuzes verleidt of zelf afdwingt. Daarenboven moet de pull gefinancierd worden vanuit zorgverzekeraars, die naast implementatie en opschaling vooral ook moeten sturen op (de-)implementatie en ontmanteling om kostenbesparing te bewerkstelligen. Het Bedrijfslevenbeleid 2016-2019 kent de titel ‘Gaan voor groei’ en voor VWS moet ten aanzien van de Kennis- en Innovatieagenda wellicht gelden: ‘Gaan voor groei voor krimp’.

Continuïteit van beleid is nodig, nu zijn er te veel kabinetswisselingen en daarmee wisselingen van beleid ge-weest. Innovaties hebben tot wel acht tot tien jaar nodig...

Voor wat betreft de TKI-regeling: laat meer aan het veld over, run dit meer bedrijfsmatig! In plaats van controle all-over en dubbelop aan de achterkant, schenk vertrouwen en lever service/faciliteer aan de voorkant!

DANKWOORD

Vanuit mijn betrokkenheid bij de creatieve industrie als kwartiermaker, projectmanager, secretaris en voormalig interim directeur van TKI CLICKNL heb ik dit beeld van de creatieve industrie kunnen opbouwen. Dit boek is echter tot stand gekomen met dank aan de bijdragen van velen. Met de tientallen mensen achter deze bijdragen heb ik de afgelopen jaren met veel plezier samengewerkt. Enkele mensen wil ik specifiek bedanken:

Henk de Vries en Carel Rutteman van het platform Kenniseconomie van D66, met wie ik in 2004 en 2005 heb samengewerkt in een landelijke verkenning naar de Nederlandse creatieve industrie voor het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

Marleen Stikker en Bas Verhart, wat een inspirerende creatieve ondernemers die aan de basis hebben gestaan van het sleutelgebied Creatieve Industrie.

Michiel Janson vanuit het ministerie van Economische Zaken die door de jaren heen een belangrijke rol speelde vanuit de overheid bij het ontstaan van diverse onderzoeks- en innovatieprogramma's.

Emile Aarts met wie ik sinds 2005 heb samengewerkt in diverse cutting edge-projecten, waaronder IIP/Create als een van de voorlopers van CLICKNL. Ik heb veel respect voor zijn visionaire blik, heldere strategie en scherpe inzichten.

Geleyn Meijer met wie ik door de jaren heen initiatieven in de creatieve industrie heb opgezet, waaronder de ontwikkeling van het innovatieprogrammavoorstel Waarde van Creatie. Zijn verbindende vermogen en politieke inzicht waren essentieel in vele projecten. Dank voor de prettige samenwerking, waarbij een half woord vaak volstaat.

Valerie Frissen met wie ik samen heb gebouwd aan het fundament van het TKI CLICKNL: een spannende reis, uitdagend, leerzaam, soms ook erg frustrerend, maar uiteindelijk succesvol. Het was me een genoegen!

Te vaak onderschat en onderbelicht zijn de mensen van het secretariaat: in het bijzonder Patricia Heukensfeldt Jansen-Conijn en Inge van de Wiel waren van grote waarde en stonden altijd klaar. Dank jullie wel.

Dit boek draag ik op aan Beatrijs en Gijsbert. Om te eindigen in analogie met de Apple 'Think Different' campagne uit 1997, ik kijk uit naar de volgende *round pegs in square holes* van jullie iPad-generatie.

LIJST VAN AFKORTINGEN

ACIN	Amsterdam Creative Industries Network
AEB	Amsterdam Economic Board
AHK	Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten
AIM	Amsterdamse Innovatie Motor
AMFI	Amsterdam Fashion Institute
ANBI	Algemeen Nut Beogende Instellingen
ANMI	Amsterdam New Media Institute
API	Application Programming Interface
ArtEZ	Hogeschool voor de kunsten
ASEM	Asia-Europe Culture Ministers Meeting
ASEF	Asia-Europe Foundation
AWBZ	Algemene Wet Bijzondere Ziektekosten
AWTI	Adviesraad voor Wetenschap, Technologie en Innovatie
B2C	Business to Consumer
BEAU	Built Environment Architecture Urbanism
BNA	Branchevereniging van Nederlandse Architectenbureaus
BNI	Beroepsvereniging van Nederlandse Interieurarchitecten
BNO	Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers
BNSP	Bond van Stedenbouwkundigen en Planologen
BODW	Business of Design Week
BRIC	Brazilië, Rusland, India, China
BSIK	Besluit Subsidies Investeringen Kennisinfrastructuur
BuZa	Ministerie van Buitenlandse Zaken
CATCH	Continuous Access To Cultural Heritage
CBS	Centraal Bureau voor de Statistiek
CDA	ChristenDemocratisch Appel
CGI	Conseillers en Gestion et Informatique
CI	Creatieve Industrie
CIP	Competitiveness and Innovation Framework Programme
CLARIAH	Common Lab Research Infrastructure for the Arts and Humanities
CLICK	Creativity, Learning, Innovation, Co-Creation, and Knowledge
COCI	Center for Open Chemical Innovation
CoE	Center of Expertise
CRISP	Creative Industry Scientific Programme
CTO	Chief Technology Officer
D66	Democrates 66
DAFNE	Dance, Design, Architecture, Fashion, News, Entertainment
DCC	Dutch Creative Council
DCMS	Department for Culture, Media and Sports

DCRN	Dutch Creative Residency Network
DDA	Dutch Digital Agencies
DDFA	Dutch Design, Fashion and Architecture
DDW	Dutch Design Week
DG	Directoraat-Generaal
DGA	Dutch Games Association
DGG	Dutch Game Garden
DIG	Design Innovation Group
DIY	Do It Yourself
DNA	Deoxyribonucleic acid
DRIVE	Design Research & Innovation Festival
EBU	Economic Board Utrecht
ECIA	European Creative Industries Alliance
ESB	Economisch Statistische Berichten
EU	Europese Unie
ExO	Exponential Organization
EZ	Ministerie van Economische Zaken
FACTOR	Foundation Assisting Canadian Talent on Recordings
FDCI	Federation Dutch Creative Industries
FES	Fonds Economische Structuurversterking
FME	De ondernemersorganisatie voor de technologische industrie
Fte	Fulltime-equivalent
GATE	Game research for Training and Entertainment
GDP	Gross Domestic Product
GGZ	Geestelijke Gezondheidszorg
GGzE	Geestelijke Gezondheidszorg Eindhoven en de Kempen
H2020	Horizon 2020
HBO	Hoger Beroeps Onderwijs
HCA	Human Capital Agenda
HFC	Holland Financial Center
HKU	Hogeschool voor de Kunsten Utrecht
HNI	Het Nieuwe Instituut
HU	Hogeschool Utrecht
HvA	Hogeschool van Amsterdam
HTSM	Topsector High Tech Systemen en Materialen
IAF	International Apparel Federation
ICT	Informatie- en communicatietechnologie
ICES-KIS	Interdepartementale Commissie Economische Structuurversterking - Kennis Infrastructuur
IFFTI	International Foundation of Fashion Technology Institutes
IIP	ICT-Innovatieplatform
IIP/Create	ICT-Innovatieplatform Creatieve Industrie
I&M	Ministerie van Infrastructuur en Milieu

IL	Innovatie Lab
IOP	Innovatiegerichte Onderzoeksprogramma's
IPC	Innovatieprestatiecontract
IT4TT	It Takes 4 To Tango
ISPT	TKI-Institute for Sustainable Process Technology, topsector Energie
JPI	Joint Programming Initiative
KIA	Kennis- en Innovatie Agenda
KIEM	Kennis Innovatie Mapping
KNAW	Koninklijke Nederlandse Akademie van Wetenschappen
KPI	Key Performance Indicator
KPN	Koninklijke PTT Nederland NV
KvK	Kamer van Koophandel
LS&H	Topsector Life Sciences & Health
MagW	NWO-gebied Maatschappij en Gedragswetenschappen
MIT	MKB Innovatieregeling Topsectoren
MKB	Midden- en Kleinbedrijf
NAi	Nederlands Architectuurinstituut
NBIC	Nanotechnology, Biotechnology, Information technology and Cognitive Science
NESTA	National Endowment for Science, Technology and the Arts
NIHC	Nationaal Initiatief Hersenen en Cognitie
NL	Nederland
NS	Nederlandse Spoorwegen
NVTL	Nederlandse Vereniging van Tuin- en Landschapsarchitecten
NWO	Nederlandse organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek
OCW	Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OMA	Office for Metropolitan Architecture
PIBN	Platform Internet Bureaus Nederland
PPS	Publiek-private samenwerking
RDA	Research en Development Aftrek
R&D	Research & Development
RvC	Raad voor Cultuur
RVO	Rijksdienst voor Ondernemend Nederland
SBI	Standaard Bedrijfsindeling
SIDN	Stichting Internet Domeinregistratie Nederland
SII	Service Innovation & ICT
SME	Small and Medium-sized Enterprises
SPV	Special Purpose Vehicle
SRA	Strategische Research Agenda
SRIA	Strategische Research en Innovatie Agenda

STW	Stichting voor de Technische Wetenschappen
SXSW	South by Southwest festival
SZW	Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid
TFI	Task Force Innovatie
TKI	Topconsortium voor Kennis en Innovatie
TO2	Samenwerking van TNO en Groot Technologie Instituten
TUD	Technische Universiteit Delft
TNO	Nederlandse organisatie voor Toegepast-Natuurwetenschappelijk Onderzoek
TT	Topteam
TTI	Technologisch Topinstituut
TU	Technische Universiteit
TU/e	Technische Universiteit Eindhoven
UT	Universiteit Twente
UU	Universiteit Utrecht
UvA	Universiteit van Amsterdam
VCCP	Virtual Creative Collaboration Platform
VEA	Vereniging van de toonaangevende communicatie adviesbureaus in Nederland
VNO-NCW	Verbond Nederlandse Ondernemingen-Nederlands Christelijk Werkgeversverbond
VROM	voormalig ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer
VS	Verenigde Staten van Amerika
VU	Vrije Universiteit Amsterdam
VVD	Volkspartij voor Vrijheid en Democratie
VWS	Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
WBSO	Wet Bevordering Speur- en Ontwikkelingswerk
WO	Wetenschappelijk Onderwijs
WRR	Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid
WvC	Waarde van Creatie
Wmo	Wet maatschappelijke ondersteuning
ZWV	Zorgverzekeringswet

REFERENTIES

DEEL I

NETHERLAND ALS PROEFTUIN

- 1 <https://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=data-analysis>
- 2 <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/top-10/>
- 3 Mak, G. (2011). *De hond van Tisma: wat als Europa klap?*, Uitgeverij Contact
- 4 Grotenhuis, F.D.J. (2006). *Gij zult innoveren: over de 7 geboden van de Nederlandse kenniseconomie*, Dutch University Press
- 5 Grotenhuis, F.D.J. (2007), *De toekomst van creativiteit: steden als smeltkroezenvan economie, technologie en cultuur*, Dutch University Press
- 6 Feurstein, K. A. Hesmer, K.A. Hribernik, K.-D. Thoben and J. Schumacher (2008). Living Labs: a new development strategy, in: *European Living Labs: a new approach for human centric regional innovation* (Schumacher, J. and Veli-Pekka Niitamo, ed.)
- 7 <http://www.openlivinglabs.eu/livinglab/amsterdam-living-lab>
- 8 <http://www.amsterdam.nl/gemeente/organisatie-diensten/economischezaken/thema's/ams>
- 9 <http://www.scienceguide.nl/201503/lelijk-eendje-wordt-kenniswaan.aspx>
- 10 Faith Popcorn (1992). *The Popcorn Report: Faith Popcorn on the future of your company, your world, your life*, Harper Business
- 11 Bakas, A. (2005). *Megatrends Nederland*, Scriptum
- 12 Remerie, M. (2014). Zo kan Nederland eruit zien in 2050, NRC Handelsblad, 15 mei
- 13 <http://livestream.com/poi-creatives/singularity>
- 14 Grotenhuis, F.D.J. (2014). *ICT, hersenen en gedrag: publiek-private samenwerking in onderzoek, innovatie en valorisatie*
- 15 <http://www.artsenapotheke.nl/huisarts/nieuws/id169495-hersenimplantaat-voorspelt-epileptische-aanval.html>
- 16 <http://www.rathenau.nl/web-specials/nanodialoog/over-nanotechnologie/toepassingen/geneeskunde/lab-on-a-chip.html>
- 17 http://en.wikipedia.org/wiki/DIY_biology
- 18 www.smartindustry.nl
- 19 <http://www.smartindustry.nl/wp-content/uploads/2014/11/Smart-Industry-actieagenda-LR.pdf>
- 20 Kist, R. (2014). ‘Streamen, nu ook voor boeken’, NRC Handelsblad, 13 februari
- 21 Kreijveld, M. (2012). *Samen Slimmer: Hoe de ‘Wisdom of the crowds’ onze samenleving zal veranderen*, Stichting Toekomstbeeld der Techniek, Den Haag

- 22 Ismail, S., M.S. Malone and Y. van Geest (2014). ‘*Exponential Organizations: why new organizations are ten times better, faster, and cheaper than yours (and what to do about it)*’, Diversion Books: New York
- 23 Diamandis, P.H. and S. Kotler (2012). *Abundance: the future is better than you think*, Free Press: New York
- 24 Diamandis, P.H. and S. Kotler (2015). *Bold: how to go big, create wealth, and impact the world*, Simon & Schuster: New York
- 25 Visser, M. (2014). Mobiel die kon stuiteren is niet meer: Nokia kon niet op tegen smartphonerevolutie, Trouw, 24 oktober
- 26 Ostenwalder, A. and Y. Pigneur (2010). *Business model generation*, Wiley
- 27 Aarts, E. (2013). *Turning Data into Value*, TU/e symposium Data Science Center Eindhoven, 2 december
- 28 Aarts, E. (2013). *Always-on*, Intreerde, Technische Universiteit Eindhoven, 15 november
- 29 Mayer-Schönberger, V. and K. Cukier. (2013). *Big Data: a revolution that will transform how we live, work and think*, John Murray (Publishers): London
- 30 Eggers, D. (2013). *De Cirkel*, Lebowski Uitgevers, Amsterdam
- 31 Persson, M. (2014). Controle over de toekomst, De Volkskrant, 15 maart
- 32 Van Lier, H. (2014). ‘Google Glass-haat in San Francisco: vrouw aangevallen in punkbar’, De Volkskrant, 27 februari
- 33 Hijink, M. (2015). De bril die huwelijken kan maken en breken, NRC Weekend, 17-18 januari
- 34 NRC Handelsblad (2014). ‘Storing bij WhatsApp leidt tot grote groei Telegram’, 24 februari
- 35 Van Erp, J. et al, eds. (2014). *Designing a Country: Creative industries in the Netherlands*, Ministerie OCW
- 36 Rutten, P. (2014). *Kracht van verbeelding: perspectieven op creatieve industrie*, Openbare les 2 juli 2014, Hogeschool Rotterdam Uitgeverij
- 37 Olma, S. (2012). *The Serendipity Machine: a Disruptive Business Model for Society 3.0*, Society 3.0 Foundation
- 38 Neumeier, M. (2013). Metaskills: five talents for the robotica age, USA: New Riders
- 39 TNO (2004). *De creatieve industrie in Amsterdam en regio*, 21 september, TNO Strategie – Technologie en Beleid
- 40 Rutten, P. (2014). *Kracht van verbeelding: perspectieven op creatieve industrie*, Openbare les 2 juli 2014, Hogeschool Rotterdam Uitgeverij
- 41 Florida, R. (2002). *The rise of the creative class...and how it is transforming work, leisure, community, & everyday life*, Basic Books
- 42 Grotenhuis, F.D.J. (2009). *Wordt 2009 het jaar van de creatieve industrie?: een essay over innovatie en economische vitaliteit*, www.lulu.com
- 43 CBS (2014). *Monitor topsectoren 2014: uitkomsten 2010, 2011 en 2012*, Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek
- 44 <http://www.immavator.nl/system/files/documents/monitorcreatiieveindustrie2014.pdf>

VAN ZAAIEN NAAR OOGSTEN

- 45 Ministerie EZ: M. Kleijn en A. Wolters (2009). *Innovation Intelligence: Verkenning Creatieve Industrie*, publicatie-nr. 09018, juni
- 46 Grotenhuis, F.D.J., Lekanne Deprez, F.R.E., R.J. Tissen (2003). *Polderpraat of boerenverstand? Over de snelle opkomst, vroegtijdige ondergang en verwachte (weder)opstanding van de Nederlandse kennisconomie*, 't Harde Pad
- 47 http://nl.wikipedia.org/wiki/Strategie_van_Lissabon
- 48 http://nl.wikipedia.org/wiki/EU_2020-strategie
- 49 Nauta, F. (2008). *Het Innovatieplatform: Innoveren in het centrum van de macht*, SDU
- 50 Tilburg, R. van en F. Bekkers (2004). Rapport ‘Voorstellen sleutelgebieden-aanpak. Ambitie, excellentie en actie. Van Dijkgraft tot art director: voorstellen tot actie van het Innovatieplatform’, Innovatieplatform, 4 oktober
- 51 <http://www.nwo.nl/en/research-and-results/programmes/Continuous+Access+To+Cultural+Heritage+%28CATCH%29/background>
- 52 Grotenhuis, F.D.J. (2006), *De Creatieve Industrie: Sleutelgebied vol potentie of pretentie?*, www.scienceguide.nl
- 53 Grotenhuis, F.D.J. (2006), *De Creatieve Industrie: Sleutelgebied vol potentie of pretentie?*, www.scienceguide.nl
- 54 voorheen beschikbaar op: www.picnicnetwork.org
- 55 www.ddw.nl
- 56 www.whatdesigncando.nl
- 57 voorheen beschikbaar op: www.iipcreate.com
- 58 Rem, M. (2009). *Tegen de stroom in: de Nederlandse rol in de ICT*, ICTRegie, Den Haag
- 59 voorheen beschikbaar op: www.ictregie.nl
- 60 <http://www.novay.nl/nieuws/12-5-miljoen-euro-voor-service-innovation-ict/7448>
- 61 Voortgangscommissie Sleutelgebieden, *Voortgang sleutelgebieden en tussentijdse evaluatie Sleutelgebieden-aanpak*, Eindrapport in opdracht van het Innovatieplatform, 21 januari 2009
- 62 <http://www.dutchdfa.com/about>
- 63 <http://www.crispplatform.nl>
- 64 <http://www.commit-nl.nl/>
- 65 Design Innovation Group (2014). *Topsector Creatieve Industrie: tussenevaluatie 2011-2013*, evaluatie in opdracht van het topteam creatieve industrie, mei
- 66 Asia-Europe Foundation (2014). *Enabling Cross-Overs: Good Practices in the Creative Industries*, ASEF: Singapore, June

- 67 Dutch Creative Council (2015). *Show me the money: Toegang tot financiering voor de creatieve industrie*, Federatie Dutch Creative Industries, 3 juni
- 68 <http://www.open-house.nl>
- 69 De Jong, V. (2015). *Creatief broeden: complexer dan gedacht! De ontwikkeling van creatieve ondernemingen in broedplaatsen*, Dutch Creative Council en Urban Connectors
- 70 <http://www.creativebusinesscup.com>
- 71 Gemeente Amsterdam (2014). *Van culturele tot economische waarde, ontwikkeling en thema's van beleid voor de creatieve industrie in de gemeente Amsterdam: overzicht 2002-2012*, eindrapport voor European Creative Industries Alliance (ECIA)
- 72 <http://www.clicknl.nl/research-en-innovatieagenda/>
- 73 <http://www.nwo.nl/onderzoek-en-resultaten/programmas/creatieve+industrie>
- 74 <http://www.nwo.nl/onderzoek-en-resultaten/programmas/creatieve+industrie/onderzoeksprojecten+creatieve+industrie+2013>
- 75 <http://www.nwo.nl/onderzoek-en-resultaten/programmas/creatieve+industrie/onderzoeksprojecten+creatieve+industrie+2015#er>
- 76 <http://www.nwo.nl/onderzoek-en-resultaten/programmas/creatieve+industrie/onderzoeksprojecten+kiem>
- 77 <http://www.nwo.nl/onderzoek-en-resultaten/programmas/creatieve+industrie>
- 78 <http://waag.org/nl/lab/open-design-lab>
- 79 <http://www.rvo.nl/subsidies-regelingen/kennisvouchers-voor-mkb-mit>
- 80 <http://www.mediadesknederland.eu/>
- 81 ECIA (2014). *Create, Innovate, Grow: a new policy agenda to maximise the innovative contributions of Europe's creative industries*, 27 november, www.eciaplatform.eu
- 82 www.volginnovatie.nl
- 83 <http://www.clicknl.nl/mkb-loket-creatieve-industrie/>
- 84 Jongh, H. de. (2014). Topsectoren kenden beroerde start, Het Financieele Dagblad, 12 maart
- 85 <http://www.clicknl.nl/regelingen/create-health-call/>
- 86 <http://www.clicknl.nl/regelingen/clicknl-inzet-tki-toeslag/>

DEEL III DE OVERHEID ALS HOVENIER?

- 87 Kwakman, F., J. Rodermond, H. Starren, M. Stikker (2013), *Cross-over Works*, Federatie Dutch Creative Industries, #1
- 88 <http://www.clicknl.nl/media-ict/2013/07/23/shopping2020/>
- 89 <http://www.clicknl.nl/crossover-create-energy/>
- 90 <http://www.clicknl.nl/crossover-create-health/>

- 91 <http://www.clicknl.nl/cross-smart-industry-high-tech/>
- 92 <http://www.economicboardutrecht.nl/growinggames>
- 93 Citaat Pim Bouwman en Monique van Reijen, CLICKNL Games, 18 juni 2013
- 94 Redactie NRC (2015). Topambtenaar Economische Zaken pleit voor minder detailregels, NRC, 8 januari
- 95 Van Dijk, A.J.W. (1986). *Innovatie en overheidsbeleid: duwen en trekken in de industriepolitiek*, dissertatie, VU uitgeverij
- 96 Velzing, E.J. (2013). *Innovatiepolitiek: een reconstructie van het innovatiebeleid van het ministerie van Economische Zaken van 1976 tot en met 2010*, proefschrift, Delft: Eburon
- 97 <http://www.rathenau.nl/web-specials/de-nederlandse-wetenschap/financiering/overheid/fes-programmas-voor-kennis-en-innovatie.html>
- 98 Technopolis (2014). *Verschuivende paradigma's in het ruimtelijke economisch beleid: Evaluatie doorwerking ruimtelijk economisch beleid in de regio*, 12 augustus
- 99 Hessels, L. En J. Deuten (2013). *Coördinatie van publiek-privaat onderzoek: van variëteit naar maatwerk*, Rathenau Instituut
- 100 Hessels, L. En J. Deuten (2013). *Coördinatie van publiek-privaat onderzoek: van variëteit naar maatwerk*, Rathenau Instituut
- 101 Jacobs, D. en B. Dankbaar (2014). ‘Een proactieve overheid voor de lerende economie’, ESB Ondernemerschap & Innovatie, 4 april
- 102 Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, *Naar een lerende economie: investeren in het verdien-vermogen van Nederland*, Amsterdam University Press, 90, 2014
- 103 CBS (2014). *Monitor topsectoren 2014: uitkomsten 2010, 2011 en 2012*, Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek
- 104 Ministerie EZ, *Monitor Bedrijvenbeleid*, 2014
- 105 Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (2015). *Topconsortia voor Kennis en Innovatie: Een terugblik op het jaar 2013*, januari
- 106 Quinn, R.E. and J. Rohrbaugh (1983). A spatial model of effectiveness criteria: Towards a competing values approach to organizational analysis, *Management Science*, 29, 363-377
- 107 AWI (2014). *Balans van de topsectoren, september*, <http://www.awti.nl/publicaties/balans-van-de-topsectoren-2014/item697>
- 108 AWI (2014). *Balans van de topsectoren, september*, <http://www.awti.nl/publicaties/balans-van-de-topsectoren-2014/item697>
- 109 <http://www.awti.nl/upload/documents/publicaties/tekst/Briefadvies-creatieve-industrie.pdf>
- 110 Schrijvers, E., A-G. Keizer en G. Engbersen, eds. (2015). *Cultuur herwaarderen, verkenning*, Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, Amsterdam: Amsterdam University Press
- 111 Betlem, R. (2015). Creatieve industrie zoekt grotere economische impact: internationale uitstraling volop, maar waar blijven de euro's?, *Het Financiële Dagblad*, 13 maart

112 Ministerie EZ: M. Kleijn en A. Wolters (2009). *Innovation Intelligence: Verkenning Creatieve Industrie*, publicatie-nr. 090118, juni

113 <http://www.oecd.org/sti/inno/netherlands-innovation-review-recommendations.pdf>

PERSPECTIEVEN OP TIEN JAAR CREATIEVE INDUSTRIE

114 <http://www.fotografenondernemen.nl/interviews/jeroen-van-erp/>