

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer,

**Creativiteit is
belangrijk
essentieel om
een welvarende,
duurzame en
innovatieve
samenleving te
realiseren.**

Let op: u ziet een PDF-versie van
deze brief, bedoeld voor archivering.

Lees de rijk geïllustreerde versie van deze brief online
door op onderstaande link te klikken:

www.creatieveindustrieinbeeld.nl

De creatieve industrie verbeeldt ideeën, creëert innovaties en biedt oplossingen voor maatschappelijke opgaven. Daarom ondersteunen de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en minister van Economische Zaken, de creatieve industrie. Dit doen we met verschillende maatregelen, onder andere vanuit het cultuurbeleid, het topsectorenbeleid en het generieke bedrijvenbeleid. We doen dit samen met onder meer het Ministerie van Buitenlandse Zaken en de andere overheden.

In deze brief geven wij een kabinetsreactie op het gezamenlijke advies [De waarde van creativiteit](#) van de Raad voor Cultuur en de Adviesraad voor Wetenschap, Technologie en Innovatie. We schetsen daarnaast de ontwikkelingen die de creatieve sector de afgelopen jaren heeft doorgemaakt en beschrijven hoe wij samen met ondernemers, instellingen en andere overheden de creatieve industrie verder willen versterken. We doen dat aan de hand van de thema's die voor de verdere groei van de creatieve industrie van groot belang zijn, nadat we eerst kenmerken van de sector geschetst hebben:

- 1 leren en ontwikkelen
- 2 internationalisering
- 3 onderzoek

De scope van deze brief is daarmee breder dan het advies van de raden.

Wij vragen de raden ook in de toekomst de vinger aan de pols te houden en ons te adviseren over deze sector, elk vanuit hun eigen kennis, verantwoordelijkheden en doelstellingen. Juist de samenkomst van expertise bij deze raden is van belang vanwege de verschillende culturele en economische waarden die de creatieve industrie vertegenwoordigt.

Kenmerken van de sector

Als verzameling van diverse marktgeoriënteerde culturele sectoren¹ – variërend van mode tot architectuur en van gaming tot dance – is de creatieve industrie een bron van toegepaste creativiteit. Die creativiteit zet de sector in bij het ontwerpen van haar producten en diensten, van jurk tot tv-format en van app tot gebouw.

De creatieve industrie kenmerkt zich niet alleen door innovatieve producten en diensten met artistieke of economische waarde, maar onderscheidt zich ook door haar werkwijze. Een creatieve ondernemer stelt de behoefte van de gebruiker centraal en gebruikt onder meer verbeelding en prototyping om het resultaat al vanaf het begin tastbaar te maken. Daardoor is de creatieve industrie in staat complexe vraagstukken te doorgronden en met onverwachte oplossingen te komen, waarbij vaak gebruik wordt gemaakt van de nieuwste technologieën. Ook zien we dat deze sector creativiteit inzet om maatschappelijke opgaven aan te pakken. Zoals het Nederlandse kledingmerk G-STAR, dat samen met Pharrell Williams [kleding](#) maakt van plastic afval uit zee. Andere voorbeelden zijn te vinden in: *Crossover Works* ([deel 1](#), [deel 2](#), [deel 3](#)).

Daarnaast kenmerkt de creatieve industrie zich door haar dynamische karakter: de creatieve industrie is bij uitstek een voorbeeld van de sterk groeiende netwerkeconomie van mkb'ers, zzp'ers, en start ups, naast een kleiner aantal grote bedrijven.

Deze dynamiek heeft voordelen. Door het werken in flexibele, internationale netwerken is de sector in staat snel op nieuwe ontwikkelingen in te spelen. Door de grote hoeveelheid start ups is er sprake van een sterke vernieuwingskracht en vele innovatieve ideeën. Kennis of vaardigheden die ontbreken, worden gevonden in een netwerk met andere creatieve bedrijven en er wordt nauw samengewerkt in interdisciplinaire, internationale teams.



Raw for the oceans – G-STAR. Denim van gerecycled plastic uit zee.

Een sector met een dergelijke dynamiek kent ook risico's. Het aantal bedrijven is de afgelopen jaren aanmerkelijk sterker [toegenomen](#) dan het aantal werkzame personen. Deze schaalverkleining gaat samen met een verlies aan productiviteit en toegevoegde waarde. Het zorgt er tevens voor dat creatieve ondernemers vaak weinig tijd, capaciteit en financiële middelen hebben voor een toekomstbestendige ontwikkeling van hun product, bedrijf of medewerkers. Traditionele financieringsinstrumenten zijn vanwege de omvang of aard van creatieve bedrijven vaak niet toegankelijk. Daar tegenover staat dat de creatieve industrie een voorloper is in het ontwikkelen en benutten van alternatieve financieringsvormen zoals *crowdfunding* (bijvoorbeeld [Kickstarter](#) of [Voordekunst](#)) of microkredieten (zoals [Qredits](#)).

1) De creatieve industrie is een optelsom van een aantal sectoren, die met elkaar gemeenschappelijk hebben dat zij het vermogen hebben vernieuwing te creëren, te verbeelden, betekenis te genereren en die vervolgens te exploiteren. Er bestaan verschillende [definities en afbakeningen](#) van de creatieve industrie. In deze brief zullen wij focussen op het gebied waar OCW en EZ samenwerken aan beleid. Dit is een gebied waar met name, maar niet uitsluitend, de ontwerpende disciplines onder vallen, zoals mode en vormgeving, gaming en digital design en architectuur en stedenbouw.

De introductie van de term *creatieve industrie* heeft veel losgemaakt in de sector. Het aanwijzen van de creatieve industrie als Topsector in 2011 heeft geleid tot de oprichting van het Topteam Creatieve Industrie². Het Topteam fungeert als aanjager van samenwerking tussen bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheid. Bovendien is de sector zich [beter gaan organiseren](#). Voorbeelden hiervan zijn de oprichting van de adviesraad Dutch Creative Council³, van de koepel van brancheverenigingen Federatie Dutch Creative Industries⁴ en van het Topconsortium voor Kennis en Innovatie CLICKNL⁵. Ongeveer gelijktijdig is uit een fusie van verschillende publieke cultuurfondsen het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie⁶ gevormd en uit een fusie van drie culturele sectorinstituten Het Nieuwe Instituut⁷. Met deze ontwikkelingen heeft de creatieve industrie zich als sector op de kaart gezet.



Markthal Rotterdam – MVRDV.
Multidisciplinair ontwerp, multifunctioneel eindresultaat.
Fotocredit: Ossip van Duivenbode

Leren en ontwikkelen: van creatieve vaardigheden tot permanent leren

De maatschappij verandert in een hoog tempo en vraagt om flexibele, [responsieve professionals](#) met vaardigheden die passen bij de 21^{ste} eeuw. Vanwege het dynamische karakter van de creatieve industrie is de behoefte aan professionals met deze vaardigheden des te groter.

Het kunnen werken in een interdisciplinaire omgeving vraagt om mensen die open staan voor samenwerking over de grens van hun vakgebied heen. Mensen die een ondernemende houding hebben, technologie begrijpen en bovenal een groot creatief vermogen hebben. De negen topsectoren hebben de handen ineengeslagen en hiertoe een gezamenlijke human capital agenda opgesteld waarin onder andere vaardigheden voor de toekomst en permanent leren thema's zijn. Dit zijn thema's die ook wij ondersteunen.

Onderwijs voor creativiteit en ondernemerschap

De vraag naar responsieve professionals betekent allereerst iets voor het onderwijs. Onderwijs moet mensen voorbereiden op de wereld die we nu nog niet kennen. Het gaat niet alleen om welke kennis je meebrengt, maar vooral om je vermogen om nieuwe kennis te ontwikkelen en in te spelen op veranderingen in je omgeving.

2) Voor iedere topsector is een [Topteam](#) samengesteld. Dit team adviseert het kabinet. In het Topteam zitten vertegenwoordigers vanuit de overheid, kennisinstellingen en het bedrijfsleven, de 'gouden driehoek'. Het Topteam Creatieve Industrie houdt zich bezig met de agenda's internationalisering, human capital en kennis & innovatie. Vanuit al deze agenda's is speciale aandacht voor crossovers tussen sectoren.

3) De [Dutch Creative Council](#) is de onafhankelijke strategische adviesraad. De leden van de Council zijn werkzaam in het creatief bedrijfsleven of kennisinstellingen en nemen deel op eigen titel. De Council is aanspreekpunt en gesprekspartner voor de andere economische (top)sectoren en de overheid.

4) De [Federatie Dutch Creative Industries](#) vertegenwoordigt momenteel acht branchen en beroepsorganisaties met in totaal bijna 6.000 individuele leden en ca. 2.500 creatieve bedrijven.

5) [CLICKNL](#) is het [Topconsortium voor Kennis en Innovatie \(TKI's\)](#) voor de Topsector Creatieve Industrie. CLICKNL is een netwerkorganisatie die samen met het Topteam Creatieve Industrie en haar netwerk een breed gedragen [innovatieagenda](#) opstelt. De samenwerking tussen onderzoek, bedrijfsleven en overheid staat hierbij centraal.

6) Het [Stimuleringsfonds Creatieve Industrie](#) is een door overheid gefinancierd cultuurfonds. Het fonds ondersteunt culturele projecten en instellingen op het terrein van e-cultuur en gaming, productontwerp, grafisch ontwerp en mode, architectuur, stedenbouw en landschapsarchitectuur en allerlei mogelijke samenwerkingen met en tussen deze disciplines. Talentontwikkeling, onderzoek en experiment en internationalisering zijn speerpunten van het fonds.

7) [Het Nieuwe Instituut](#) is het culturele sectorinstituut voor de creatieve industrie en richt zich op de disciplines mode en vormgeving, architectuur en stedenbouw, e-cultuur en gaming. Ze ondersteunt netwerkvorming en kennisdeling in de sector, biedt een podium, ondersteunt internationalisering en heeft museale- en archieftaken op het gebied van architectuur.

Het [Platform Onderwijs2032](#) buigt zich met input van betrokken partijen over de vraag wat dit betekent voor het basis- en voortgezet onderwijs en adviseert hierover binnenkort de staatssecretaris van OCW. Zij [signaleert](#) dat onderwijs de creativiteit en de nieuwsgierigheid van leerlingen moet prikkelen en toekomstige burgers moet helpen buiten bestaande kaders te leren denken en werken. Wij zien op verschillende plaatsen goede ontwikkelingen op dit gebied. Bijvoorbeeld in [techniekonderwijs](#) en [cultuuronderwijs](#), waar samenwerken, expressie, werken met je handen en kritisch denken belangrijke ingrediënten zijn.

Ook in het middelbaar en hoger onderwijs zien we steeds meer innovatieve onderwijsvormen, waar creativiteit en nieuwsgierigheid belangrijke thema's zijn. Zoals het vorig jaar opgerichte hbo-domein [creative technologies](#), dat ontwerpende en technische disciplines combineert. En in het wetenschappelijk onderwijs werkt bijvoorbeeld de TUdelft in het project [Design innovation for healthcare](#)⁸ met studenten aan ontwerpvragestukken uit de zorg. Het kabinet investeert in Centra voor Innovatief Vakmanschap (CIV) in het mbo⁹ en de Centres of Expertise (CoE)¹⁰ in het hbo, waar vragen van het bedrijfsleven centraal staan en onderzoek en onderwijs gecombineerd worden. Dergelijke onderwijsvormen prikkelen het creatief denken, stimuleren een ondernemende houding en stellen de toekomstig creatief ondernemer in staat om meer dan zijn eigen vaktaal te spreken.

Met al dat creatief vermogen is het niet verwonderlijk dat veel creatieven tijdens of na hun studie een idee voor een product of dienst hebben en een bedrijf starten waarin dat idee vorm krijgt. Nederland heeft een indrukwekkende infrastructuur van groeiprogramma's (zoals incubators en accelerators), creatieve broedplaatsen¹¹ en het netwerk [StartupDelta](#), om de verdere ontwikkeling van startups te ondersteunen. Een voorbeeld van een groeiprogramma dat innovatieve bedrijven ondersteunt vanuit de creatieve industrie is [Open House](#).

Permanent leren

Juist in een sector waar creativiteit zo centraal staat, is vernieuwing essentieel. Persoonlijke ontwikkeling, blijven leren, is daarvoor van groot belang. Dit is dan ook een [speerpunt van dit kabinet](#), waarvoor verschillende middelen en instrumenten worden ingezet.

Wij constateren dat de creatieve industrie als geheel geen sterke traditie heeft in het koppelen van het denken over bedrijfsontwikkeling aan een bewust ontwikkel- of leerplan voor de medewerkers van een bedrijf; dat geldt ook voor de vele zzp'ers in de sector. Dit hangt onder andere samen met de omvang van de meeste creatieve ondernemingen. Bovendien ligt de prioriteit van veel ondernemers bij het verwerven en uitvoeren van opdrachten. Daar tegenover staat dat de creatieve industrie uitstekend in staat is om kennis uit te wisselen en werklust te verdelen in netwerken en coöperaties. Datzelfde samenwerkingsvoordeel kan ze op het gebied van talentontwikkeling en permanent leren uit haar netwerk halen. Hiervan zijn al goede voorbeelden. Zo wordt er in creatieve broedplaatsen, zowel georganiseerd als informeel, veel kennis uitgewisseld tussen ondernemers. En er zijn creatief ondernemers die samenkomen met een [mentor](#) of in intervisiegroepen, om samen te werken en van elkaar te leren.

Toch gebeurt dit nog onvoldoende. Er moet nog een professionaliseringsslag gemaakt worden. Wij zien het als een belangrijke rol voor de brancheverenigingen, coöperaties en netwerken om hun leden bewust te maken van het belang van permanent leren en

8) Een mooi voorbeeld is [Konnekt](#), voor het Princess Maxima Centrum voor kinderoncologie, dat sociale interactie tussen kinderen in het ziekenhuis stimuleert.

9) Een voorbeeld is CIV [Denim City](#), waar voor ambachtelijke spijkerstof nieuwe toepassingen worden gevonden en wordt geëxperimenteerd met recyclmethoden. Deze CIV wordt met behulp van het [Regionaal Investeringsfonds MBQ](#) bekostigd.

10) Een ander voorbeeld is COE [UCreate](#) waar studenten, ontwerpers en gedragswetenschappers samen onderzoeken hoe met behulp van ontwerp gedrag kan worden beïnvloed.

11) Een groeiprogramma, zoals een incubator of accelerator, is een programma waarbij jonge, talentvolle ondernemers en/of studenten ondersteund worden in het opbouwen van hun bedrijf en ze vaak direct een platform krijgen. Een creatieve broedplaats is doorgaans een fysieke plek waar verschillende (creatieve) disciplines goedkoop kunnen werken omdat ze faciliteiten delen, zoals een gebouw en nutsvoorzieningen, maar ook juridisch advies, marketingkennis, etc. Door veel (georganiseerde) uitwisseling tussen de bedrijven, ontstaan nieuwe netwerken, ideeën en oplossingen. Ook zijn er veel mengvormen en ecosystemen, waar een broedplaats bijvoorbeeld ook een incubatorprogramma heeft. De creatieve broedplaatsen zijn onder andere verenigd in het [Dutch Creative Residencies Network](#).

het hebben van een visie op toekomstgericht HRM-beleid. Daar hoort bij dat zij relevante netwerken, platforms en instrumenten in kaart brengen of zelf organiseren, en hun achterban hierover informeren.

Creatief vakmanschap

Een onderdeel van de creatieve industrie waar leren en ontwikkelen extra aandacht verdienen, is het terrein van creatief vakmanschap. Naast elke goede ontwerper staat een vakman die zijn ideeën tot uitvoering kan brengen, van meubelmaker tot programmeur. Hoewel deze expertise in het buitenland vaak goedkoper aanwezig is, zien wij dat er steeds meer behoefte is aan kwalitatieve vakmensen in Nederland. Vakmensen die onderdeel kunnen zijn van het hele ontwerpproces, van idee tot product. Samen zoeken ontwerper en vakman de grenzen van het materiaal en de vorm op.



Wandtapijt - Claudy Jongstra. De gehele keten in één bedrijf: van schapen houden tot wandtapijt.
Fotocredit: Fries Museum Leewarden – 2013

Sommige specialismes dreigen echter te verdwijnen. In de [Kamerbrief](#) over het behoud van kleinschalige, specialistische beroepsopleidingen is een aantal waarborgen geïntroduceerd om kleine, unieke opleidingen te behouden. Maar we zien dat hier ook buiten opleiding aan wordt gewerkt; bijvoorbeeld in het [Zuiderzeemuseum](#), waar in meester-gezel constructies zeven oude ambachten worden overgedragen en zo ook het immaterieel erfgoed levend gehouden wordt. Daarnaast zit vakkennis veelal bij hobbyisten en is er behoefte bij ondernemers en het beroepsonderwijs om te weten waar ze die kennis kunnen vinden. Een mooi particulier initiatief dat specialistische kennis verbindt aan specifieke behoeftes in bedrijfsleven en beroepsonderwijs is de [Crafts Council Nederland](#).

We gaan de komende tijd in gesprek met verschillende partijen om te verkennen wat er nodig om het aanwezige vakmanschap zichtbaar te maken en te koppelen aan behoefte in onderwijs en bedrijfsleven.

Internationalisering: van artistieke uitwisseling tot handelsbevordering

[Veel creatieve ondernemers, bedrijven en instellingen zijn actief in het buitenland.](#) Zij houden zich bezig met handel, het uitvoeren van opdrachten voor buitenlandse opdrachtgevers, onderzoekssamenwerking of artistieke uitwisseling.

Nederland staat in het buitenland bekend om zijn *Dutch Design*, DJ's en tv-formats. Meer en meer wordt ook de *Dutch Approach* een exportproduct. Dit is een multidisciplinaire werkwijze die de Nederlandse creatieve industrie hanteert bij ontwerpopgaven. Een voorbeeld hiervan is [Rebuild by Design](#).

Het kabinet stimuleert verdere internationale oriëntatie, zowel vanuit economisch, cultureel, als maatschappelijk oogpunt. Culturele doelen zijn bijvoorbeeld [talentontwikkeling door artistieke uitwisseling](#) of het [vergroten van het werkteerrein](#). Economische doelen zijn [vergroting van het handelsvolume](#) van bedrijven in de creatieve industrie en het [naar Nederland halen](#) van buitenlandse investeringen. Daarnaast zijn er nog doelen die de individuele creatieve ondernemer overstijgen, zoals de promotie van Nederland als innovatief land. *Sustainable Urban Delta*, de slogan waarmee [Holland Branding](#) Nederland promoot, is hiervan een voorbeeld. Culturele, economische en promotionele doelen zijn verschillend, maar vullen elkaar wel aan. De Ministeries van EZ, OCW en BZ trekken daarom samen op in de ondersteuning van de creatieve industrie bij internationalisering.

Omdat de doelen voor internationalisering verschillen, zijn de instrumenten en programma's divers. Noodzakelijk is dat er goede samenhang is tussen de instrumenten zodat deze goed aansluiten op de behoeften van creatieve ondernemers. Het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie ondersteunt ontwerpers, creatieve ondernemers en culturele instellingen met subsidies en programma's. Het hanteert hierbij een cultureel of maatschappelijk doel als vertrekpunt. Het Nieuwe Instituut wordt eveneens uit de cultuurbegroting gefinancierd en fungeert op het terrein van internationalisering als platform en expertisecentrum. De RVO¹² werkt in opdracht van de ministeries van BZ en EZ en kent instrumenten die gericht zijn op handelsbevordering en versterking van het vestigingsklimaat.

Knelpunten en oplossingen

De Raad voor Cultuur en de AWTI doen een aantal aanbevelingen voor verbeteringen van het internationaliseringsbeleid voor de creatieve industrie. De raden signaleren allereerst een diversiteit aan instrumenten in hun advies en stellen dat er winst te behalen is wanneer de beleidsinstrumenten van de ministeries van OCW, EZ en BZ beter op elkaar aansluiten. Tegelijk erkennen de raden dat de instrumenten verschillende doelen dienen. Uit gesprekken met de sector blijkt dat niet zozeer de aansluiting van de instrumenten van de verschillende ministeries als een probleem wordt ervaren, maar blijkt dat deze instrumenten niet altijd de doelgroep bereiken.

12) De Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) is een uitvoeringsorganisatie van het Ministerie van EZ. RVO ondersteunt ondernemers in Nederland met subsidies, helpt ondernemers aan zakenpartners en biedt kennis over wet- en regelgeving.

Het kabinet is van mening dat een betere afstemming en samenwerking in de dienstverlening aan creatieve ondernemers noodzakelijk is. Als de verschillende organisaties die internationalisering ondersteunen van elkaar weten en naar elkaar kunnen doorverwijzen, ontstaat meerwaarde. Wanneer een ontwerper bijvoorbeeld door middel van een programma van het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie zijn werk heeft getoond op de [designbeurs in Milaan](#) en daar eerste contacten heeft opgedaan, is het goed als hij wordt doorverwezen naar het juiste loket bij de RVO om een volgende stap te zetten. We nemen daarom het initiatief om RVO, het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, Het Nieuwe Instituut en Dutch Culture hun werkzaamheden en activiteiten beter op elkaar af te laten stemmen.

De Federatie Dutch Creative Industries en de ministeries van OCW, BZ en EZ hebben het afgelopen jaar de handen reeds ineen geslagen, wat geleid heeft tot de website [Creative Holland](#). Dit is een website voor creatieve ondernemers en bedrijven die willen internationaliseren, alsook voor buitenlandse posten en andere partijen die zich willen informeren over de Nederlandse creatieve industrie. Creative Holland biedt informatie over financieringsinstrumenten, ondersteuningsmogelijkheden, best-practices, do's and don'ts.

De raden stellen ten tweede dat, om de mogelijkheden van de creatieve industrie in het buitenland te vergroten, beleidsmaatregelen beter moeten worden afgestemd op de praktijk. Wij zien echter dat de creatieve industrie niet altijd een scherp geformuleerde en goed gecoördineerde vraag bij de overheid neer heeft weten te leggen. Mede door de inzet van het Topteam en de Dutch Creative Council is de afgelopen jaren een aantal stappen gezet op dit terrein. Dit heeft onder andere geleid tot een gedragen internationaliseringsagenda van de Federatie Dutch Creative Industries, het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, het Nieuwe Instituut en de Dutch Creative Council. Voor 2015 en 2016 is bijvoorbeeld de keuze gemaakt te focussen op Duitsland¹³ en zijn er afspraken gemaakt over gezamenlijke promotie op een aantal 'strategische beurzen'. Het kabinet ziet een rol weggelegd voor de Federatie Dutch Creative Industries om het formuleren van scherpe en gedragen vragen verder te coördineren.

Voor activiteiten gericht op culturele doelen zijn Het Nieuwe Instituut en het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie de aangewezen organisaties om een coördinerende rol te vervullen. Het Nieuwe Instituut start hiervoor vanaf eind 2015 een coördinatiepunt. Het Nieuwe Instituut ontvangt vanaf 2017 jaarlijks 300.000 euro [extra](#) uit de cultuurbegroting ten behoeve van internationalisering van ontwerpdisciplines. Hiermee kan Het Nieuwe Instituut ook invulling geven aan een betere informatievoorziening aan de buitenlandse posten. We vragen het Stimuleringsfonds en Het Nieuwe Instituut om hun activiteiten en werkzaamheden goed op elkaar af te stemmen en op de meer economisch georiënteerde Federatie Dutch Creative Industries, zodat lacunes worden weggenomen en overlap wordt voorkomen.

De Raad voor Cultuur en de AWTI adviseren ten derde dat binnen de buitenlandse posten tussen de culturele-, economische- en innovatieafdelingen beter moet worden samengewerkt. Via het programma *Modernisering diplomatie* werken wij momenteel aan het versterken van deze samenwerking.

Er is regelmatig afstemming met de topsectoren over de invulling van inkomende en uitgaande missies. Wij zijn van mening dat er een kans ligt voor platforms als de [Dutch Design Week](#), [Amsterdam Dance Event](#), [What Design Can Do](#) en brancheorganisaties en overheden om de handen ineen te slaan en samen inkomende missies

13) Hiervoor is het [Duitslandprogramma 2015 en 2016](#) gestart, waarmee de creatieve sector samen via strategische beurzen, economische missies en een gezamenlijke branding de waarde van de creatieve industrie in Duitsland over het voetlicht brengt.

voor de creatieve industrie te organiseren. Zodat ook in Nederland de kracht van de creatieve industrie aan het buitenland kan worden getoond.



Sandwichbike - Pedalfactory. Prijswinnende fiets overal ter wereld in klein pakketje thuisbezorgd.
Fotocredit: Raw Herring

De raden stellen in de vierde plaats dat er behoefte is aan een flexibele inzet van middelen, onder meer voor cross-sectorale samenwerking met andere topsectoren. In het strategische beurzen programma, een ondersteuningsfaciliteit voor collectieve promotie van de topsectoren in het buitenland vanuit het Ministerie van Buitenlandse Zaken is in 2015-2016 een pilot gestart onder anderen gericht op het faciliteren van cross-overs met andere (top) sectoren. Doel van de pilot is ook dat het, zoals de Raden ook constateren, nuttig is naast grote beurzen ook te kunnen aansluiten op festivals en tentoonstellingen. De resultaten van deze pilot worden meegenomen in de evaluatie van het strategische-beurzen-programma.

Vanuit verschillende organisaties en verschillende doelstellingen wordt er gewerkt aan verdere internationalisering van de creatieve industrie. Een goede afstemming, samenwerking en communicatie is hierbij onontbeerlijk. We zullen ons de komende tijd inzetten dit te verbeteren, onder andere door eventuele belemmeringen vanuit de overheid weg te nemen.

Onderzoek: van experiment tot innovatie

Bij een volwassen creatieve sector hoort een stevige kennisbasis. Hiervoor is onderzoek en experiment nodig. Hiermee wordt het innovatievermogen van de sector versterkt waardoor de creatieve industrie bijdraagt aan oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen en haar concurrentievermogen vergroot.

Onderzoek, experiment en innovatie binnen de creatieve industrie kent vele vormen: van een kunstenaar [die experimenteert met materialen](#) tot een wetenschapper die [fundamenteel wetenschappelijk onderzoek](#) doet en van puur [nieuwsgierigheidsgedreven onderzoek](#) tot een [consortium](#) van ontwerpers, instellingen en wetenschappers die samen een complex praktijkvraagstuk ter hand nemen. Al deze vormen dragen bij aan nieuwe inzichten en innovaties. Daarnaast maakt het wetenschappelijk valideren van bijvoorbeeld ontwerpprincipes, businessmodellen of methoden het mogelijk om creatieve oplossingen te onderbouwen richting opdrachtgevers.

Experiment en onderzoek via prototyping zijn eigen aan de creatieve sector. Ook is de creatieve industrie een zeer belangrijke initiator van innovatie in andere sectoren en levert hiermee een belangrijke bijdrage aan het oplossen van maatschappelijke vragen. Een voorbeeld hiervan is de zorgrobot [Alice](#).

Met ons beleid stimuleren wij de verschillende vormen van onderzoek. Sinds 2006 programmeert NWO¹⁴ nationaal en internationaal onderzoek voor de creatieve industrie. Met de komst van het Topteam Creatieve Industrie, het Topconsortium voor Kennis en Innovatie CLICKNL, het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en programma's zoals CRISP zijn er verdere stappen gezet in het creëren van een kennisinfrastructuur voor de creatieve industrie. Publiek-private samenwerking in de gouden driehoek van bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheid is het uitgangspunt. Hiervoor is onlangs het derde [innovatiecontract](#) afgesloten, waarin het budget voor onderzoek in de creatieve industrie is vastgelegd.

In een publiek-private samenwerking bedenken creatieve ondernemers, organisaties buiten de creatieve sector, overheden, onderwijs- en kennisinstellingen gezamenlijk de onderzoeksvragen en -methoden, gericht op resultaten die voor alle partijen relevant zijn en aan alle manieren van verantwoording voldoen. Een mooi voorbeeld is het programma [CRISP](#), dat meer dan 150 wetenschappelijke publicaties opgeleverde, alsook concrete producten, zoals de [Tovertafel](#) voor dementerenden, waarvan er al meer dan 100 verkocht zijn.

Ook opdrachtgevers buiten de creatieve sector zijn zich steeds meer bewust van het nut om te participeren in onderzoek met en in de creatieve sector. Bedrijven als KLM en Philips lopen hierin voorop. En ook in de zorg zijn vele voorbeelden. Zo werd de [Temstem-app](#) ontwikkeld voor de Parnassia Groep, een specialist in geestelijke gezondheid. De app helpt tegen het horen van stemmen en won hiervoor de Rotterdam Designprijs. Een ander voorbeeld is het project [Art & Science of Dementia Care](#), waar zorgaanbieder Cordaan samen met ontwerpers, wetenschappers, zorgdeskundigen en producenten samen op locatie werken aan betere zorg voor mensen met dementie.

14) NWO is de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek. Zij valt onder de verantwoordelijkheid van de staatssecretaris van OCW. Haar hoofdtaak is het financieren van wetenschappelijk onderzoek aan Nederlandse publieke onderzoeksinstituten, in het bijzonder de universiteiten. NWO richt zich op alle wetenschappelijke disciplines en onderzoeksvelden. De middelen worden ingezet via nationale competitie op basis van kwaliteit en onafhankelijke beoordeling- en selectieprocedures.

Knelpunten en oplossingen

De samenwerking tussen onderzoekers en ondernemers binnen en buiten de creatieve industrie is nog lang niet vanzelfsprekend in inhoudelijke noch in financiële zin. Hun werelden en werkpraktijk liggen daarvoor te ver uit elkaar. Relevante inzichten uit onderzoek vinden daarom nog te vaak onvoldoende hun weg naar de creatieve sector. Aan het bewustzijn van de waarde van onderzoek voor de creatieve industrie moet komende jaren hard worden gewerkt. Wij zien hier een belangrijke rol weggelegd voor CLICKNL en de Federatie Creative Industries. Ook de [Wetenschapsvisie](#) en de daaruit volgende [Nationale Wetenschapsagenda](#) dragen hieraan bij.

De Raad voor Cultuur en de AWTI stellen in hun advies dat instrumenten van de verschillende ministeries niet voldoende op elkaar aansluiten en daardoor op het terrein van onderzoek kansen onbenut blijven. Evenals bij het beleid voor internationalisering, erkennen de raden dat er verschillende economische en culturele doelen achter de beleidsinstrumenten liggen, die niet zomaar inwisselbaar zijn. Naar aanleiding van het advies hebben wij met verschillende partijen uit de sector gesproken die op dit terrein een rol spelen, zoals NWO, RVO, CLICKNL en het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. Naar onze mening is van belang dat deze organisaties elkaars taal spreken en elkaars instrumenten kennen. Wij zullen ervoor zorgen dat bovengenoemde instellingen met elkaar in gesprek gaan om waar mogelijk instrumenten op elkaar af te stemmen.

Volgens de raden blijven ook kansen onbenut omdat de instrumenten niet aansluiten bij de praktijk van de creatieve industrie. Er is behoefte aan onderzoek dat aansluit bij de kortere innovatiecycli van creatieve ondernemers. Wij zien echter dat instrumenten zoals de KIEM-call¹⁵ van NWO of de MIT¹⁶ of een subsidie van het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie laagdrempelig, kleinschalig en kortlopend zijn en daarom wel goed aansluiten bij de eigenschappen van de creatieve industrie. Deze instrumenten zijn dan ook bij uitstek geschikt om creatieve ondernemers voor een eerste keer in aanraking te brengen met onderzoek.

De raden noemen SIA-Raak¹⁷ en de NWO-call *Research Through Design*¹⁸ als goede voorbeelden die navolging en meer geld verdienen, omdat ze goed aansluiten bij de creatieve industrie door hun praktijkgerichtheid. In het onlangs afgesloten innovatiecontract is voor het eerst SIA-Raak-geld, bedoeld voor toegepast onderzoek in het hbo, gedeeltelijk gelabeld voor de creatieve industrie en is er een sterkere verbinding gelegd tussen de topsectoren en SIA-Raak. Uit gesprekken blijkt dat de creatieve sector hier echter kansen laat liggen omdat veel aanvragen uit de creatieve hbo-lectoraten vergeleken met andere sectoren kwalitatief beter kunnen. De sector mist nog traditie en ervaring in het ontwikkelen en schrijven van dit soort aanvragen. Wanneer de kwaliteit van de aanvragen verbetert, zal er meer geld richting onderzoek voor de creatieve industrie gaan. Voor het continueren van de *research through design*-call biedt het innovatiecontract voldoende aanknopingspunten. Het besluit om deze werkwijze te continueren gaat NWO echter pas nemen als de onlangs afgeronde call is geëvalueerd.

Wij zien dat de belangrijkste bottleneck voor de creatieve ondernemer zit in het leveren van de vaak vereiste private bijdrage. Vanwege de geringe omvang van veel creatieve bedrijven en het ontbreken van een traditie in het samenwerken met onderzoekers, is er weinig mogelijkheid en bereidheid om in (langlopende) onderzoeken te investeren. De vaak lange doorlooptijd van wetenschappelijk onderzoek sluit niet aan bij de meer op de korte termijn gerichte creatieve sector. In het programma

15) [KIEM](#) heeft als doel om het opzetten van samenwerkingsverbanden tussen kennisinstellingen en private partijen, waaronder het midden- en klein bedrijf (MKB), te stimuleren.

16) De mkb-innovatiestimulering Regio en Topsectoren (MIT) heeft als doel innovatie te stimuleren bij het midden- en kleinbedrijf. De MIT heeft daartoe [verschillende instrumenten](#) beschikbaar.

17) Het Nationaal Regieorgaan Praktijkgericht Onderzoek [SIA](#) financiert en stimuleert praktijkgericht onderzoek van hogescholen. Het Raak-programma maakt het mogelijk dat bedrijven of instellingen samen met een hogeschool concrete innovatievragen onderzoeken. Een voorbeeld van een Raak-project voor de creatieve industrie is [Virtuele verwachtingen, fysieke beleving](#).

18) Het [Research Through Design](#)-programma is gericht op wetenschappelijk en technisch onderzoek, waarbij design wordt gebruikt als onderzoeksmethode.

CRISP zijn echter goede ervaringen opgedaan in het betrekken van mkb'ers bij (fundamenteel) onderzoek. Er is behoefte aan een aantal vergelijkbare grote, langlopende publiek-private programma's, met daarin ruimte voor projecten met kortere looptijden, toegesneden op het mkb. Dit biedt zowel wetenschappelijk talent langjarig perspectief en maakt het voor het bedrijfsleven aantrekkelijk en relevant om te participeren. Daarom gaan wij in gesprek met de sector hoe we dergelijke publiek-private programma's kunnen opzetten, hierbij zullen we nadrukkelijk de grotere bedrijven uit de creatieve industrie betrekken.

Goede informatie aan bedrijven en instellingen uit de creatieve sector en daarbuiten over de mogelijkheden voor onderzoek is noodzakelijk. Een overzicht van wat er aan financieringsinstrumenten is met daarbij per instrument doelstelling, doelgroep,

voorwaarden vermeld, is welkom. Daarnaast is het van groot belang dat resultaten van onderzoek gedeeld worden en dat kennis wordt uitgewisseld. We roepen NWO (inclusief SIA-Raak), het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en CLICKNL op om hiertoe de handen ineen te slaan en hun dienstverlening aan de sector gezamenlijk te versterken.



3D-geprinte jurk – Iris van Herpen.
Nederlandse innovatie in de traditionele mode-industrie.
Fotocredit: Bart Oomes, No 6 Studio

Gezien de aanvankelijke afwezigheid van een kennisinfrastructuur in de creatieve industrie is in de afgelopen jaren veel opgebouwd. Voor een toekomstbestendig R&D-systeem zijn nog wel veel inspanningen nodig. Door de aard van de sector zijn de onderzoeksthema's en -projecten versnipperd. Voor het verkrijgen van meer slagkracht en duurzaamheid is grote behoefte aan het formeren van een aantal grote publiek-private programma's. Deze zorgen

voor bewustwording van de toegevoegde waarde van onderzoek, laagdrempelige samenwerking binnen en buiten de creatieve industrie, gezamenlijke vraagarticulatie en kennisdeling. Wij reserveren in 2016 gezamenlijk 1 miljoen euro voor het opzetten van zo'n groot publiek-privaat programma, onder de voorwaarde dat het Topteam in overleg met TKI CLICKNL hiervoor een goed onderbouwd plan indient met voldoende privaat commitment en betrokkenheid van hbo en wetenschap.

Tot slot

De creatieve industrie is in veel opzichten een voorloper. Zowel in haar innovatieve vermogen als in haar manier van werken en bedrijfsvoering. Om het creatieve vermogen van deze sector maximaal te benutten, is het van belang dat ze zich verder professionaliseert. Dit geldt voor zowel de individuele creatieve ondernemer als de sector als geheel. Dat te doen zonder haar dynamische kenmerken te verliezen, is een blijvende uitdaging.



Sensation - ID&T. Het belevingsformat dat de hele wereld afreist.

Een professionele creatieve industrie richt zich op permanent leren, grijpt kansen in het buitenland en investeert in publiek-private samenwerkingen op het gebied van onderzoek. De overheid ondersteunt dit, waarbij een goede afstemming tussen de verschillende instrumenten essentieel is. Samenwerking tussen verschillende uitvoerende instellingen is eveneens van belang om de creatieve industrie optimaal te ondersteunen.

Deze brief vormt de kabinetsreactie op het advies De waarde van creativiteit (Raad voor Cultuur en de Adviesraad voor wetenschap, technologie en innovatie) – Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en Ministerie van Economische Zaken - November 2015