

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 zij met verschillende maatregelen, onder andere vanuit het cultuurbeleid, het topsectorenbeleid en het generieke bedrijvenbeleid. Zij doen dit samen met onder meer het Ministerie van Buitenlandse Zaken en de andere overheden. Meer informatie vindt u in de recente Kamerbrief hierover: <http://www.creatieveindustrieinbeeld.nl/>

TWEEDE CREATIEF MANIFEST 2016

samen Vormgeven aan een nieuwe samenleving

Urgente maatschappelijke vraagstukken en opgaven vragen om een integrale, interdisciplinaire aanpak. Creativiteit en verbeeldingskracht zijn nodig om tot werkelijk nieuwe oplossingen te komen.

Bedrijven, overheden en inwoners in Nederland en daarbuiten innoveren sneller en doelgerichter als ze de creatieve sector tijdig inschakelen bij het vormgeven aan nieuwe ideeën. Het economische en maatschappelijke belang van creativiteit wordt steeds groter.

D

e Creatieve Industrie is de meest dynamische sector van de Nederlandse economie. Design, media en

entertainment, mode, gaming, architectuur en digital design jagen innovaties in andere sectoren aan. Ze dragen bij aan creatieve oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen op gebieden als zorg, veiligheid, energie en klimaat. De creatieve industrie heeft zich in nog geen zes jaar ontwikkeld tot een ambitieuze, zelfbewuste, goed georganiseerde (top)sector, een unieke kennisinfrastructuur en een internationaliseringstrategie die ook in buitenland wordt opgemerkt.

De Nederlandse creatieve industrie is wereldwijd een top 10-speler ¹, maar de competitie neemt toe. Een krachtige uitvoering van een strategie voor kennis en innovatie, inter-nationalisering en talentontwikkeling is noodzakelijk om de rol van de creatieve industrie als katalysator van onze welvaart en ons welzijn te behouden en te versterken. Deze strategie vraagt een gezamenlijke inzet van de sector, overheid en kennis- en onderwijsinstellingen om de bijdrage van de creatieve industrie aan de innovatie- en concurrentiekracht van Nederland verder te vergroten. Het Topteam Creatieve Industrie, de Federatie Dutch Creative Industries en de Dutch Creative Council roepen alle politieke partijen daarom op in hun verkiezingsprogramma's op tot actie op de volgende 3 thema's:

¹ Global Creativity Index 2015, The Martin Prosperity Institute, University of Toronto's Rotman School of Management.

I

KENNIS & INNOVATIE

1. Sla een brug tussen onderzoek, creativiteit en ondernemerschap Via meerjarige publiek-private onderzoeksprogramma's ², waarin het creatieve MKB actief participeert en kennis ontwikkelt. Met realistische, sectorspecifieke voorwaarden voor co-financiering door het meestal kleinschalige creatieve MKB. Op een wijze die aansluit bij de snelheid van innovatie in de context van concrete vraagstukken. Bijvoorbeeld via *Fieldlabs*.

2. Stimuleer ontwerpend onderzoek Door in de WBSO ook ontwerpend onderzoek op te nemen in de R&D-definitie. Dit met als doel bedrijven te stimuleren nieuwe technologieën te ontwikkelen en deze via ontwerpend onderzoek beter en sneller te vertalen in kansrijke prototypes en bètaversies.

3. Stimuleer goed creatief opdrachtgeverschap Via creatieve vouchers voor opdrachtgevers, innovatiegericht aanbesteden, wildcards, ruimere referentie-eisen en offerte-vergoedingen bij uitvoerige aanbestedingstrajecten van de overheid.

² [resultaat: innovatieve concepten voor bedrijven, instellingen en overheden, oplossingen voor maatschappelijke opgaven; eigen bijdrage creatieve industrie: 20 miljoen in gekapitaliseerde uren; gevraagde overheidsbijdrage: 20 miljoen]

Mijksenaar

II

OPSCHALING & INTERNATIONALISERING

4. Ondersteun een ambitieus strategisch internationaliseringsprogramma Via een meerjarig programma ³ gericht op vraagontwikkeling in een aantal doellanden. Door gerichte inzet op relevante strategische evenementen, beurzen en missies in binnen en buitenland, inzet van het postennetwerk, het combineren van buitenlandse urgenties met unieke Nederlandse expertise en Holland Branding. Een ‘creative envoy’ inventariseert de internationale vragen en koppelt deze terug aan het creatieve beroepsveld.

5. Creëer incubators voor creatieve starters en snelle groeiers Voor advies en financieringsfaciliteiten voor creatieve starters en snelle groeiers om creatieve concepten sneller op te schalen, in Nederland en daarbuiten.

6. Onderbouw de meerwaarde van de creatieve industrie Om de toegevoegde waarde van de creatieve industrie voor andere (top)sectoren, overheid en ketenpartners in kaart te brengen en hard te maken met cijfers.

³ [resultaat: exportbevordering, internationale uitwisseling en diplomatie, Holland Branding, aantrekken buitenlandse investeringen; eigen bijdrage creatieve industrie: 10 miljoen in gekapitaliseerde uren; gevraagde overheidsbijdrage: 10 miljoen]

III

TALENTONTWIKKELING & ONDERNEMERSCHAP

7. Ontwikkel ‘21st century skills’ Zet in op integrale probleemoplossing via een sterke leercultuur met aandacht voor creativiteit en ondernemerschap door de inzet van praktijkdocenten. Dit om interdisciplinaire samenwerking te bevorderen en jongeren en werkenden beter voor te bereiden op creatief ondernemerschap.

Focus hierbij op *crossovers* tussen de creatieve industrie, andere (top)sectoren en urgente maatschappelijke opgaven door samenwerking met andere (creatieve) koepel- en sectororganisaties in binnen- en buitenland te bevorderen. En vergroot de slagkracht en samenhang van de bestaande creatieve infrastructuur die dient als hefboom voor creatieve bedrijven, opdrachtgevers en financiers bij de ontwikkeling van nieuwe oplossingen en verdienmodellen.