

HET CULTURELE KAPITAAL VAN ZWOLLE 2014

WERKGELEGEN-
HEIDSGROEI VAN
9%

2E TOPSECTOR
IN DE REGIO
ZWOLLE

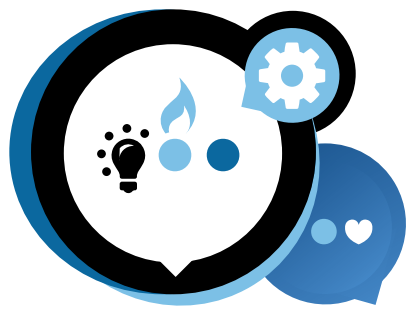
5.500
CREATIEVE
STUDENTEN



1600 WERKNEMERS
IN 1000 BEDRIJVEN

CULTUUR ALS
TREKPLEISTER

DE CREATIEVE INDUSTRIE IN DE REGIO GROEIT
DE VERBINDING MET DE NIEUWE ECONOMIE INTENSIVEERT
HET CULTURELE KAPITAAL IS VAN BETEKENIS VOOR DE ZWOLSE KRACHT



CREATIVE BOARD

REGIO ZWOLLE #CBRZ

VOORAF

Als regionale hoofdstad kent Zwolle een rijkdom aan creatieve bedrijven, organisaties en onderwijs.

Hier concentreert zich breed creatief ondernemerschap dat het omliggend gebied voedt met kunst, erfgoed, media, festivals en talrijke andere vormen van culturele bedrijvigheid. Een unieke combinatie van innovatieve bedrijvigheid en toponderwijs zorgt voor een voortdurende cirkel van ontwikkelende energie en resultaten. Daarin is de regio en de stad uniek. En dat mag gezegd worden.

In een pakkende vorm brengt deze brochure over het voetlicht, wat de regionaal-economische en culturele bijdrage van de creatieve sector in Zwolle en de regio is. Teksten en cijfermateriaal steunen op onderzoek van hogeschool Windesheim. Het initiatief voor deze uitgave ligt bij de Creative Board: een groep van culturele ondernemers uit de regio Zwolle. Zij zijn sleutelfiguren die de positie van de Creatieve Industrie in deze stad en regio versterken. Een bloeiende industrie gesteund door toponderwijs, die erkend, gewaardeerd en gekoesterd moet worden, omdat juist deze industrie al van oudsher een stedelijke omgeving tot bloei brengt.

Daarom mag de ontwikkeling van de Creatieve Industrie niet ontbreken op innovatieagenda's of brede beleidsplannen. Deze brochure geeft feiten en aanknopingspunten en legt lijnen met de wortels van de economie en met een eeuwenoude traditie van succesvolle verbindingen. Het bewijst hoe rijk deze stad en deze regio zich mag rekenen, met een keur aan creativiteit, innovaties en ondernemerskracht.

De Creative Board

- » Dick Aukes (Cultuurwerkplaats R10)
- » Wim Fiselier (ArtEZ)
- » Ralph Keuning (Museum De Fundatie)
- » Eefke Meijerink (Creatieve Coöperatie)
- » Niek van der Sprong (Culturele Producties)
- » Yillmaz Schoen (IQ-Media)
- » Martijn Sweister (Theaters Odeon de Spiegel)
- » Astrid Vrolijk (Bibliotheek Zwolle)
- » Coby Zandbergen (Cibap)





SAMENVATTING

Het culturele kapitaal van Zwolle kan als 'Creatieve Industrie' gemeten worden, hieronder vallen vier subsectoren:

1. Cultureel Erfgoed
2. Media en Entertainment Industrie
3. Creatieve Zakelijke Dienstverlening
4. Kunsten

De Creatieve Industrie in Nederland

- » Omvat 107.000 bedrijven en 188.000 werkende personen
- » Produceert jaarlijks voor ongeveer 10 miljard euro
- » Is zeer innovatief: 62% van het aantal bedrijven werkt aan nieuwe producten

De Creatieve Industrie in de Regio Zwolle

- » Is de tweede topsector, gemeten naar het aantal bedrijfsvestigingen
- » Concentreert zich in de stad Zwolle
- » Vertelt door middel van musea en podia het verhaal van de Zwolse kracht

De Creatieve Industrie in Zwolle

- » Omvat 1600 werknemers in ongeveer 1000 bedrijven
- » Is in termen van werkgelegenheid met 9% gegroeid in drie jaar tijd
- » Onderscheidt zich door de 5.500 studenten die een creatieve opleiding volgen

De Creatieve Industrie schept een gezond economisch klimaat

- » Omdat creativiteit een innovatief milieu bevordert
- » Doordat het ons met ICT opnieuw laat leren en communiceren
- » Vanwege de 'Cultuur als trekpleister functie': cultuur trekt mensen naar stad en regio

Kansen & Uitdagingen

- » De Creatieve Industrie moet leiding geven aan de zoektocht naar identiteit van de Regio Zwolle
- » Investeer in fysieke plekken waarop de vertaalslag tussen creatieve ideeën en praktische toepassingen plaats kan vinden
- » Intensiveer de strategische verbindingen tussen creatieve ondernemers en regionale clusters als de kunststoffen- en gezondheidseconomie
- » Trek optimaal profijt van de vele creatieve studenten voor vernieuwende onderwijsprojecten en toegepast onderzoek









INHOUDSOPGAVE

4	Vooraf
6	Samenvatting
10	Cultureel kapitaal en de Zwolse kracht
14	I. Cultureel Erfgoed
16	Intermezzo: Cultuur als trekpleister
18	II. Media en Entertainment Industrie
20	Intermezzo: het Creatieve onderwijslandschap
22	III. Creatieve Zakelijke Dienstverlening
26	Intermezzo: The marriage of arts and technology
28	IV. Kunsten
30	Conclusie
32	Verantwoording
34	Bijlage: Overzicht creatieve opleidingen Zwolle
38	Colofon

CULTUREEL KAPITAAL EN DE ZWOLSE KRACHT

Aan de regio Zwolle worden de afgelopen jaren flinke economische prestaties toegeschreven. Ondernemers, beleidsmakers en journalisten spreken van een 'Zwolse kracht'.

De kracht wordt onder andere verklaard door een vitale bevolking die bereid is te investeren en door een regio waarin hechte relaties tussen bedrijven bestaan (Regio Zwolle Monitor, 2012). Het zelfbewustzijn dringt ook door tot de creatieve sector. Creatieve bedrijvigheid onderscheidt zich door het scheppen van betekenis en het creëren van symbolische waarde. De creatieve sector heeft daardoor twee gezichten: een cultureel en een economisch gezicht. Beide gezichtspunten komen mooi samen in het begrip 'cultureel kapitaal' van de Australische econoom David Throsby. Cultureel kapitaal wordt gevormd door goederen en diensten die naast een economische waarde ook een culturele waarde hebben.

Het begrip 'Creatieve Industrie' kan als maatstaf genomen worden voor het meetbaar maken van cultureel kapitaal. Hieraan zijn nadelen verbonden (zie tekstbox 'Creatieve Industrie als maatstaf'). Het voordeel van deze maatstaf is dat economische prestaties statistisch in beeld gebracht kunnen worden. In 2012 verrichtte het CBS onderzoek naar de Creatieve Industrie en concludeerde daarbij het volgende:

- » Nederland telt een kleine 107.000 creatieve bedrijven (2011)
- » Hierin werken 188.000 mensen (2010) oftewel 2,2% van het totaal aantal werkzame personen
- » Samen produceerden zij 9,7 miljard euro aan meerwaarde (toegevoegde waarde) – dat is 2% van de totale productie
- » 62% van de creatieve bedrijven is innovatief – alleen de chemische sector scoort met 73% hoger
- » De sector kenmerkt zich door veel starters: 12% van de startende ondernemers komt uit de creatieve hoek (2010 en 2011).

Nationaal bekeken laat de creatieve sector dus een dynamisch beeld zien, met veel nieuwe bedrijfsvestigingen en veel innovaties. Hoe staat het met de Creatieve Industrie in de regio? Een kwart van het aantal vestigingen in de Creatieve Industrie slaat neer in Noord-Nederland en Oost-Nederland (Berenschot, 2013). De omvang van de Creatieve Industrie is in dit deel van het land vergelijkbaar met de stad Amsterdam. In Noord/Noordoost-Nederland is de Creatieve Industrie verspreid over een groter gebied. Binnen deze regio klit de Creatieve Industrie samen in stedelijke gebieden. Dit blijkt ook uit de Regio Zwolle Monitor van 2013. Hierin is aandacht besteed aan het landelijke topsectorenbeleid. Vanuit de overheid is de Creatieve Industrie als een van de negen topsectoren aangewezen, wat betekent dat hier komende jaren meer geld en aandacht naartoe

Creatieve Industrie als maatstaf

Als we het cultureel kapitaal in cijfers willen vatten, moeten we noodgedwongen afbakenen. Wat hoort wel en wat hoort niet tot creatieve bedrijvigheid? In de afbakening van creatieve sectoren in Nederland zijn twee instituten richtinggevend geweest: TNO en CBS. Op basis van TNO en CBS studies worden sinds 2012 vier creatieve subsectoren onderscheiden:

1. Cultureel Erfgoed
2. Media en Entertainment Industrie
3. Creatieve Zakelijke Dienstverlening
4. Kunsten

Tezamen worden de vier sectoren als 'Creatieve Industrie' aangeduid. Deze term is ontleend aan de economische-politiek van Tony Blair, die een beleid voor de Creative Industries stimuleerde. Met statistische methoden kunnen aantallen bedrijven en werknemers relatief eenvoudig gemonitord worden. Nadeel van deze afbakening is dat veel economische activiteiten wel een creatief gehalte dragen, maar niet in de statistische categorieën van de Creatieve Industrie zijn opgenomen. Daarom kunnen de individuele subsectoren niet alleen met een kwantitatieve analyse in beeld gebracht worden, maar is tevens een kwalitatieve bespreking noodzakelijk.

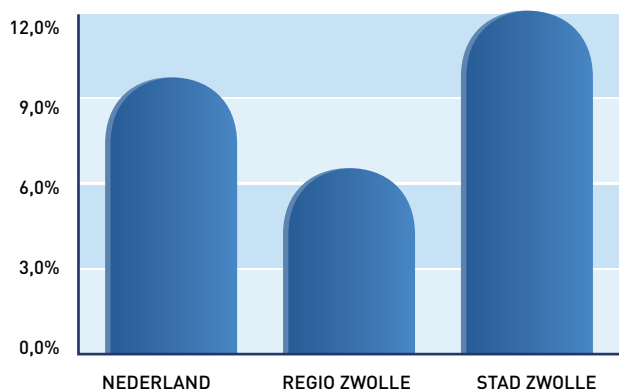
gaat. Gemeten naar het aantal vestigingen uit het Handelsregister van de Kamer van Koophandel bleek het volgende:

- » De Agro & Food topsector is met ruim 9.000 vestigingen de grootste topsector in de Regio Zwolle
- » De Creatieve Industrie is met ruim 3.500 vestigingen de tweede topsector in de Regio Zwolle
- » Ruim 1 op de 3 creatieve bedrijven in de Regio bevinden zich in de Stad Zwolle

Deze tweede positie is te danken aan het ondernemerschap van veel individuen. De Creatieve Industrie kenmerkt zich door een groot aandeel van zelfstandigen en kleine bedrijven met enkele werknemers. Uit figuur 1 wordt duidelijk dat de Creatieve Industrie als topsector oververtegenwoordigd is in de stad Zwolle en ondervertegenwoordigd is in de regio Zwolle. Hieruit kunnen we concluderen dat de stad Zwolle een creatieve centrumfunctie vervult. Creatieve bedrijvigheid komt samen in de stad Zwolle. De stad voedt de bredere regio met faciliteiten en activiteiten die de Creatieve Industrie hier biedt.

Het is niet mogelijk om op basis van beschikbare statistische gegevens uitspraken te doen over omzet en toegevoegde waarde in de creatieve sector van Zwolle. Hier is nader onderzoek gewenst, mogelijk in samenwerking met het CBS en ondernemers in de Regio Zwolle. Op basis van werkgelegenheids cijfers kunnen wel uitspraken gedaan worden over het groeiperspectief van de sector. Ook in Zwolle blijkt de sector erg dynamisch te zijn, gemeten naar het jaarlijks aantal banen waarmee de Creatieve Industrie groeit.

Figuur 1: Aantal bedrijven in de Creatieve Industrie als percentage van het totaal aantal topsectorbedrijven (2013).



Bron: Regio Zwolle Monitor 2013

In vergelijking met 2010 is het aantal banen in 2013 flink gegroeid. In drie jaar tijd zijn er, tegen de trend van conjuncturele neergang, 128 banen bij gekomen:

- » In 2010 telde de Creatieve Industrie in Zwolle 1476 werkzame personen
- » In 2013 was dit aantal gegroeid naar 1604 personen
- » In drie jaar tijd groeide de werkgelegenheid in deze sector met 8,7%

De bijdrage die de creatieve sector levert aan een bloeiende stad en regio Zwolle is niet alleen in cijfers uit te drukken. In de eerste plaats omdat wat als 'Creatieve Industrie' gemeten wordt, de veelzijdigheid van creatieve bedrijvigheid niet kan vangen. Jeroen Lutters spreekt niet voor niets van een 'Culturele Industrie', in plaats van het meer beperkte 'Creatieve Industrie' als meetbare eenheid. Daarnaast is de culturele en economische meerwaarde soms te complex om met cijfers alleen in beeld te brengen.

In de volgende vier hoofdstukken zullen de vier subsectoren van de Creatieve Industrie afzonderlijk besproken worden. Hierin wordt het culturele kapitaal in Zwolle geïllustreerd met wapenfeiten uit de Creatieve Industrie. We gaan daarbij uit van de statistische indeling van het CBS, maar hantieren tegelijkertijd een bredere benadering. De wapenfeiten van de Creatieve Industrie hebben naast een kwantitatief kaliber ook een kwalitatief karakter. Dit karakter brengen we in beeld met illustraties van bedrijven, instellingen en creatieve ondernemers.

Jeroen Lutters is lector kunst- en cultuureducatie op Windesheim en ArtEZ en daarnaast rector van de Bernard Lievegoed University. Het domein van de creatieve bedrijvigheid moet volgens hem veel breder worden benaderd dan de branchegerichte definiëring van de term 'Creatieve Industrie'. Jeroen: 'In plaats van creatieve industrie denk ik in termen van een "culturele industrie". De culturele industrie is veel breder dan de geselecteerde branches van het CBS. Culturele industrie omvat alle activiteiten die bijdragen tot beschaving, dat zijn dus ook restaurants, onderwijsinstellingen en toeristische bedrijven'.

Dit doen we vanuit de veronderstelling dat de meerwaarde van creatieve bedrijvigheid zich toont in praktische voorbeelden uit de economische en culturele praktijk van Zwolle.

Er wordt tevens gezocht naar kansrijke verbindingen tussen de creatieve sector en de nieuwe economie. De Belgische econoom Luc Soete heeft één van de meest treffende typeringen van de nieuwe economie opgetekend. Volgens de oud adviseur van de Europese Commissie en de huidige rector magnificus van de Universiteit Maastricht is er sprake van een (relatieve) verschuiving in datgene wat waarde creëert. In de nieuwe economie zit de meerwaarde van materiële productie steeds meer in het immateriële gedeelte. Naast de kwantitatieve wapenfeiten worden verbindingen blootgelegd tussen de nieuwe economie en de creatieve sector. Hiermee is niet gezegd dat de economische invalshoek het belangrijkste is van de culturele sector, of dat cultuur ondergeschikt is aan economie. Beide domeinen hebben hun eigen functie in onze samenleving. Maar beide domeinen gaan ook wederzijdse verbindingen aan die interessant zijn om te onderzoeken - in deze brochure, en in mogelijk vervolgonderzoek dat door de Creative Board gestimuleerd zal worden. Dat het economisch perspectief hier dominant zal zijn, komt voort uit het doel waarmee deze brochure geschreven is. Het doel van deze brochure is aanwijsbaar maken dat creatieve bedrijvigheid belangrijk is voor de economische ontwikkeling van de stad Zwolle en de omliggende regio.

‘Economisch gezien ligt de wezenlijke verandering van de nieuwe economie in de ‘immaterialisering’ van economische waarde. De economische waardedragers van de toekomst zijn informatie, communicatie, kennis, tijd, zorg, aandacht, identiteit, zingeving – maar ook “fun” en “kicks”: het is in toenemende mate allemaal te koop.’

Luc Soete en Rifka Weehuizen, 2001





I. CULTUREEL ERFGOED

Wapenfeiten van het cultureel erfgoed

- » Gebouwen, archieven, musea en podia vertellen het verhaal van de Zwolse kracht
- » Cultureel erfgoed draagt daarmee bij aan regionale identiteit
- » Ruim 225.000 bezoekers voor Museum de Fundatie (2013)
- » 1,5 miljoen uitleningen voor de bibliotheek Zwolle (2013)
- » In Zwolle studeren ruim 650 jongeren die het Cultureel Erfgoed van onderop voeden

Dat de stad Zwolle en zijn ommeland een economische eenheid vormen, is geen nieuw fenomeen. Wel nieuw is de vorming van de Regio Zwolle als een samenwerkingsverband van Noord-Overijssel en enkele gemeenten in Zuid-Drenthe, Noordoost-Flevoland en Noord-Gelderland. Deze samenwerking is in 2011 gesloten door lokale overheden en wordt enthousiast omarmd door het bedrijfsleven. Bedrijven en overheden gebruiken de Regio Zwolle om het economische succes van hun regio te presenteren. Een goede presentatie draagt bij aan een positief imago, dat goed is voor de regionale economie.

Maar de presentatie kan niet alleen bestaan uit harde cijfers of 'kritische prestatie indicatoren'. Minstens zo belangrijk is het culturele fundament waarop economisch succes rust. Daarom dient de Regio Zwolle ook als geografische kapstok aan de hand waarvan een zoektocht plaatsvindt naar regionale identiteit. Wie zijn de mensen die wonen in

Ralph Keuning is directeur van Museum de Fundatie. Het wezen van de Zwolse kracht is voor hem sterk verbonden met de geschiedenis van Zwolle. Een oud Duits spreekwoord luidt 'Stadsluft macht frei'. Steden verwierven in de Middeleeuwen stadsrechten en privileges waardoor ze onafhankelijker werden van hun vorst. Het profijt van de economische vrijheid sloeg snel over naar een spreekwoordelijke culturele vrijheid. Ralph: 'De deelname aan het Hanzeverbond bracht Zwolle in contact met andere steden, waardoor de culturele horizon werd verbreed. De bakermat van regionale ontwikkeling in dit gebied ligt in het spannende verhaal van de Hanze. Daar wordt kennis van buiten naar binnen gehaald. Interessant is dat het huidige succes van Zwolle op de schouders van de Hanze staat, de Nieuwe Hanze.'

het gebied dat ruwweg ligt tussen Noord-Nederland, de Randstad, de Veluwe en Twente? Waar liggen hun wortels en in hoeverre zijn deze bepalend voor hun succes?

De zoektocht naar regionale identiteit ligt vol met verhalen. Een serieus antwoord op de vraag: 'wie zijn wij?' brengt namelijk altijd een verhalend aspect met zich mee. De verhalen rusten dikwijls op symbolen en gebeurtenissen uit ons culturele erfgoed.

De Creatieve Industrie kan verdere leiding geven aan de zoektocht naar regionale identiteit. Immers, in creatieve bedrijvigheid wordt symbolische waarde gecreëerd. De vraag naar verhalen over Zwolle betekent ook een vraag naar het werk van schrijvers, kunstenaars, filmers, conservators en ontwerpers. Zij produceren symboliek die verhalen mooi, bijzonder, ontroerend en authentiek maken. In hun scheppende vermogen leveren creatieve beroepen een belangrijke bijdrage aan het stimuleren van gemeenschapszin en trots op de eigen regio.

Het scheppende vermogen concentreert zich onder andere in culturele instellingen, die het culturele erfgoed professioneel behouden en verder ontwikkelen. Zwolle kent een aantal musea zoals het Stedelijk Museum, Buurtmuseum Kamperpoort en het Vrouwenhuis. De Fundatie is het bekendste museum. In 2013 mocht De Fundatie ruim 225.000 bezoekers verwelkomen. De recente verbouwing en succesvolle tentoonstellingen hebben ervoor gezorgd dat het museum landelijk bekend geworden is.

De Bibliotheek trekt jaarlijks ruim 700.000 bezoekers die gezamenlijk 1,5 miljoen boeken en cd's lenen. Wanneer je dit koppelt aan de 154 lezingen, workshops en voorstellingen, ontstaat het beeld van een vitale stadsbibliotheek. Het Historisch Centrum Overijssel verrijkt de samenleving met kennis van en inzicht in historische ontwikkelingen en gebeurtenissen. Dit doen ze door het beheer en ontsluiting van archieven en collecties. In het gebouw aan de Van Wevelinkhovenstraat worden regelmatig tentoonstellingen en exposities ingericht.

Astrid Vrolijk is directeur van de Bibliotheek in Zwolle. De bibliotheek speelt een belangrijke rol in het culturele en maatschappelijk leven. Daar waar bibliotheken in het verleden vooral geassocieerd werden met het (uit)lenen van boeken, is Bibliotheek Zwolle tegenwoordig partner in levenslang leren en culturele ontwikkeling van burgers en organisaties. Astrid: 'Wij dragen bij aan de cultuur door het bevorderen van lezen en taal, het bieden van ondersteuning op het gebied van mediawijsheid en het ontwikkelen van een 'third place', een openbaar toegankelijke plek voor ontmoeten en verblijven, beleven en inspireren, debatteren en participeren.'

Het verhaal van Zwolle wordt niet alleen in gebouwen verteld, maar zeker ook door gebouwen. De historische binnenstad is 400 monumenten rijk. Het gezichtsbepalende erfgoed geeft Zwolle een authentiek karakter waar bezoekers graag op af komen. Het behoud van deze oude pracht ligt onder andere bij monumentenzorgers. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de Monumentenwacht, een stichting die zich bezig houdt met bouwkundige inspecties van monumenten. In Het Overzicht werken ruim veertig mensen aan welstandsadviesing en monumentenzorg. Een ander voorbeeld van een bedrijf dat actief is in de monumentenzorg, is Hanzebouw.

Harry Klunder is sinds 2002 directeur van Hanzebouw. Hanzebouw richt zich op renovatie en restauratie van cultureel erfgoed zoals boerderijen, landhuizen en kerken. Het bouwbedrijf heeft momenteel 17 werknemers in dienst die vakmanschap hoog in het vaandel hebben staan. Dit kan ook niet anders, omdat renovatie en restauratie hoge eisen stelt. Harry: 'Restaureren is net zo goed als ontwerpen een creatief proces dat veel samenwerking vereist. Aanpassen van monumentale panden aan hedendaagse eisen vereist veel samenwerking tussen (onder)aannemers, architecten en binnenhuisarchitecten'.

INTERMEZZO: CULTUUR ALS TREKPLEISTER

Tegenwoordig wordt onze economie gedomineerd door kennisintensieve bedrijvigheid. Hierbij ontstaat niet alleen innovatie in de industriële en agrarische sector, maar ontstaan ook geheel nieuwe branches. De opkomst van de gaming-industrie en allerlei bedrijvigheid rondom nieuwe media als smartphones en tablets getuigen hiervan. Hoewel de dominante productiemodus door de eeuwen heen veranderd is, bleef en blijft de stad wel de spil van de economie. Dit komt door schaalvoordelen, de voordelen die bedrijven ondervinden wanneer ze op plekken gevestigd zijn waar veel mensen en andere bedrijven aanwezig zijn. De onderstaande tabel geeft een aantal schaalvoordelen weer.

Figuur 2: Schaalvoordelen van steden

Schaalvoordeel	Voordeel bedrijven
Arbeidsmarkt	Ruime beschikbaarheid werknemers
Consumptie	Thuismarkt-effect: meer afnemers
Kennis-spillovers	Productieve werknemers

Bron: Marlet (2009).

Schaalvoordelen zijn van cruciaal belang voor economische ontwikkeling. Om schaalvoordelen te bereiken, zijn mensen van belang: mensen als consument, als werknemer, en als kenniswerker. Een economisch bloeiende plaatst weet daarom mensen aan te trekken en te behouden.

Uit de Regio Zwolle Monitor van 2013 blijkt dat de stad Zwolle een positief migratiesaldo kent: jaarlijks vestigen zich meer mensen dan dat er vertrekken. In 2012 was het positieve saldo bijvoorbeeld 118. Cijfers voor de bredere regio Zwolle zijn echter minder positief: de afgelopen jaren vertrekken meer mensen dan zich er vestigen. Voor de regionale economie is dit niet goed, immers: mensen zijn een belangrijke voorwaarde voor het bereiken van schaalvoordelen. Cultuur lijkt een belangrijk instrument om het positieve vestigingssaldo voor Zwolle te behouden en het negatieve, regionale saldo te keren. Cultuur heeft namelijk de functie van trekpleister.

Steden die aantrekkelijk zijn om te wonen en meer culturele voorzieningen bieden, doen het in de meeste gevallen economisch goed. Een van de belangrijkste trekpleisters is het culturele aanbod van een stad en de aanwezigheid van de creatieve industrie. Nederlands onderzoek van Gerard

Marlet (2009) onderbouwt dit: "Steden met veel cultuur doen het economisch beter. Werken volgt wonen, en wonen doen we daar waar het aantrekkelijk wonen is. Aantrekkelijke woonsteden doen het economisch beter." Deze gedachten illustreren dat aanbod van cultuur van groot belang is om mensen aan een stad en regio te binden. Mensen die als consument, als werknemer en als kenniswerker een fundamentele bijdrage kunnen leveren aan een bloeiende economie.



II. MEDIA EN ENTERTAINMENT INDUSTRIE

Wapenfeiten van de Media & Entertainment Industrie

- » In 2010 produceerde de Media & Entertainment Industrie voor 5,5 miljard euro aan meerwaarde (toegevoegde waarde)
- » De subsector is erg vernieuwend: landelijk zijn 3 op de 4 bedrijven in de Media & Entertainment Industrie innovatief
- » Zwolle is een regionaal centrum van uitgevers: 156 mensen werken in deze creatieve bedrijfstak
- » Er zijn ruim 2500 studenten die een opleiding volgen die bijdraagt aan de ontwikkeling van deze subsector
- » Door de Media & Entertainment Industrie wordt de regio verrijkt met nieuwe leermethoden en communicatiemiddelen
- » ICT gedreven innovaties bieden kansrijke verbindingen of 'cross-overs' met andere sectoren

De 21ste eeuw onderscheidt zich van de vorige eeuw door losse conventies op de werkvloer, een steeds grotere diversiteit aan levensstijlen en de netwerkachtige constructies van onze arbeidsmarkt. Dwars door deze transformaties heen ontstaan nieuwe manieren waarop wij leren en communiceren. De Media en Entertainment Industrie werkt als katalysator op deze transformatie. Op zichzelf zijn media en entertainment geen nieuwe branches. Maar de komst van het internet, de mobiele telefoon en de smartphones voeden de dynamiek en innovatie van deze subsector. Volgens het CBS (2012) is de Media en Entertainment Industrie één van de meest innovatieve subsectoren: drie op de vier bedrijven werken aan nieuwe producten.

Landelijk gezien is de Media en Entertainment Industrie goed voor de helft van het producerende vermogen in de Creatieve Industrie. In 2010 werd voor 5,5 miljard geproduceerd in deze subsector (toegevoegde waarde). De innovatieve kracht van de sector wordt onder andere voortgestuwd door ICT-ontwikkelingen in relatie tot de wijze waarop we communiceren en leren. Een Zwols bedrijf dat zich op deze markt begeeft is iGlow Media. De eigenaar van het bedrijf begon als ondernemer in Hilversum. Met interactieve, audio-visuele technieken richtte hij een tentoonstelling in voor het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid. Sindsdien richt iGlow Media zich op crossmediale producties. Een voorbeeld van zijn producten waarin educatie gepaard gaat met nieuwe (ICT-gedreven) leermiddelen, is de KinderrechtenTop. Hierin wordt een internationaal onderhandelingsproces gesimuleerd, waarin jongeren geleerd wordt hoe internationale afspraken tot stand komen.

Paul van der Ham is eigenaar van iGlow. iGlow Media houdt zich bezig met crossmediale producties voor musea, bedrijven en overheid. Volgens Paul ligt de kracht van de Creatieve Industrie in kleinschaligheid: 'Kleine, creatieve ondernemingen kunnen vrijelijk experimenteren met nieuwe producten en processen. Neem bijvoorbeeld projecten waarin burgers uitgenodigd worden te participeren in besluitvorming. Grote (overheids)organisaties missen de kennis en kunde om hiervoor online technieken te gebruiken, terwijl die juist erg aansprekend zijn. Hier hebben creatieve ondernemers grote meerwaarde'. De kleinschaligheid heeft ook een keerzijde. Van der Ham: 'Het totale creatieve vermogen wordt over een groot aantal individuen verdeeld. Met als risico versnippering en het té solistisch werken van teveel zelfstandigen'. Volgens Van der Ham heeft de creatieve sector baat bij verhalen die samenhang aanbrenge en individuele ondernemers aan elkaar verbinden.

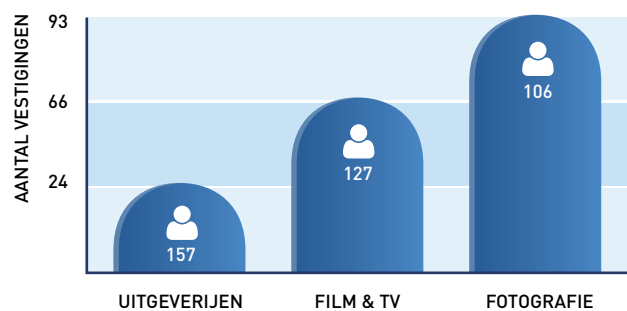
De voorbeelden laten zien dat ICT gedreven innovaties in de Media & Entertainment Industrie tot kansrijke verbindingen leiden in andere sectoren, zoals de overheidssector die van oudsher goed vertegenwoordigd is in Zwolle. Deze verbindingen worden ook wel 'cross-overs' genoemd. Het populaire begrip cross-over verwijst naar een proces waarin kennis en expertise uit de ene sector een productieve relatie aangaan met kennis en expertise uit een andere sector. In de kruisbestuiving ontstaat nieuwe, fundamentele meerwaarde.

Het doelbewust nastreven van cross-overs is onderdeel van het nationale topsectorenbeleid. In 2011 wees de regering negen topsectoren aan, die op extra investeringen en subsidies mogen rekenen. De Creatieve Industrie is als één van de negen topsectoren vertegenwoordigd. Als landelijke topsector besteedt de Creatieve Industrie nadrukkelijke aandacht aan cross-overs, onder meer door het landelijke kennis- en innovatienetwerk van de sector: CLICK. In een 'strategische innovatieagenda' (november 2013) worden de gezondheidszorg, energie en de transportsector genoemd als gebieden voor kansrijke cross-overs. Nieuwe media en games kunnen bijvoorbeeld ingezet worden bij de ontwikkeling van nieuwe behandelmethodes in de zorg. Zo ontwikkelde een bedrijf uit Amsterdam een applicatie voor

mobiele telefoons die psychotische stemmen kan temmen: de Temstem. Dergelijke initiatieven illustreren de potentiële kansen voor de Media & Entertainment Industrie in de regio Zwolle. Ondernemers en beleidsmakers in deze regio profileren zich met gezondheidseconomie, of 'Health & Care'. Mogelijk liggen er strategische cross-overs met de Creatieve Industrie in het verschiet.

In de Zwolse statistieken is de fotografie nadrukkelijk vertegenwoordigd: er werken hier 106 mensen verdeeld over 96 bedrijven. Bijna alle fotografen zijn dus zelfstandige ondernemers: fotograaf zijn betekent in de meeste gevallen een individueel beroep. Dat heeft een creatieve reden. Aan het maken van foto's gaat in veel gevallen een creatief proces vooraf waarin de fotograaf op zoek gaat naar betekenis en symboliek. Individuele fotografen staan daarbij bekend om de concepten van waaruit zij werken. Een voorbeeld is Ingeborg Lukkien, die zich vanuit Zwolle op de landelijke markt van modiefotografie beweegt. De mensen die zij fotografeert worden vanuit een concept geportretteerd: Lukkien maakt geënceneerd werk waarbij zij nauw samenwerkt met visagisten en stylisten. In opdracht van het Stedelijk Museum bracht zij onlangs het Zwolse College van B&W in positie. Burgemeester en Wethouders werden met 'Rembrandtlicht' en attributen (behorend bij hun specifieke portefeuille) gefotografeerd. Naast landelijke modebladen fotografeert Lukkien ook voor zakelijke dienstverleners en marketingbureaus uit de regio Zwolle.

Figuur 3: Media & Entertainment Zwolle naar aantal vestigingen en werknemers (2013)



Bron: BIRO

Film & TV is een verzamelterm voor activiteiten die samenhangen met de productie van radio- en televisieprogramma's en films, inclusief de bioscopen. De Regio Zwolle wordt niet direct geassocieerd met Film & TV. Toch zijn er enkele toonaangevende bedrijven gevestigd die actief zijn op

dit gebied. Een voorbeeld is IQ-Media in de binnenstad van Zwolle waar een interdisciplinair team van dertig 'creatives' werken aan uiteenlopende mediaproducties op het gebied van webtechniek, apps, video producties, commercials en animaties. IQ-Media werkt daarnaast ook veel voor televisie productie bedrijven en zenders als RTL, met name op het gebied van strategie, programma identiteit en vormgeving. Als Zwols bedrijf is IQ-Media een a-typische speler in het nationale televisiebedrijf, vandaar dat in Hilversum ook wel gesproken wordt over 'het geheim uit Zwolle'.

Media van het geschreven woord nemen nog altijd een stevige positie in. Als religieus centrum is Zwolle samen met Kampen altijd een belangrijke plek voor uitgeverij geweest. Van oudsher zijn een aantal uitgeverijen in Zwolle gevestigd. Waanders is een bekend familiebedrijf dat zijn vleugels heeft uitgeslagen naar de handel in boeken. Waanders in de Broerenkerk geldt als een jong icoon van de stad Zwolle. Het geschreven woord vindt verder zijn weg naar de regionale krant de Stentor, waarvan de redactie deels in Zwolle zit. Hogeschool Windesheim levert een flinke bijdrage aan de opleiding van journalisten. In 2013 stonden ruim 900 studenten bij deze opleiding ingeschreven.

Yilmaz Schoen is alumnus van het Deltion College en directeur van IQ-Media. Het succes van IQ-Media is dat het mee gaat in de snelle veranderingen van het medialandschap. Yilmaz: 'Het is nu al normaal dat verschillende typen media in elkaar geïntegreerd worden. De ontvanger van een marketingboodschap raakt "verwend" en heeft steeds meer behoefte aan dynamische content. Daarnaast heeft iedereen tegenwoordig natuurlijk het internet en de tv in hun broekzak zitten. Door alle mogelijkheden is de hele perceptie rondom media en marketing voor een groot deel richting mobiele apparaten gaan verschuiven. Passief tv kijken wordt meer en meer meedoen met je telefoon. Het verwerken van informatie wordt bovendien steeds meer een audio-visuele beleving. En ons doel bij IQ-Media is hierin te excelleren'.

INTERMEZZO: HET CREATIEVE ONDERWIJSLANDSCHAP

Culturele vernieuwing en creatief ondernemerschap moeten van onderop gevoed worden. Hier is een hoofdrol weggelegd voor middelbaar- en hoger beroepsonderwijs. In vergelijking met andere steden is Zwolle onderscheidend in het brede aanbod van creatieve opleidingen. Er zijn 5.500 creatieve studenten die ondergebracht zijn in vijf onderwijsinstellingen. Het grootste deel van deze studenten (bijna 1620) studeert aan het Cibap, de vakschool voor verbeelding. Het Cibap is een brede vakschool, waarin studenten leren tekenen, schilderen en houtbewerken. De meeste studenten kiezen voor een studierichting waarin ze leren vormgeven. Door het aanleren van ontwerpvaardigheden, decoratie technieken en audiovisuele expertise, wordt de kweekvijver van creatief talent onderhouden. Het bedrijfsleven heeft behoefte aan dit creatieve talent. Van de afgestuurde studenten die gespecialiseerd zijn in grafische vormgeving en die besluiten de arbeidsmarkt te betreden, vindt 80% binnen zes maanden een baan (Cibap Trendbericht, februari 2013).

'Het beroepsonderwijs voor de creatieve industrie is in Zwolle excellent te noemen, zowel op hbo als mbo gebied. Studenten zijn gewild en gewenst in leerwerktrajecten, bij projecten in de regio en binnen het beroepenveld zelf. De stad wordt er mooier, spannender, en creatiever door.'

Coby Zandbergen, voorzitter College van Bestuur Cibap

Het Deltion College heeft een cluster aan creatieve studierichtingen waar in totaal tenminste 1300 studenten een beroepsopleiding volgen. De studies variëren van Podiumtechniek tot Media Vormgeving (grafische vormgeving), van Meubel & Houttechniek tot Foto & Video. Naast het Deltion biedt ook Landstede creatieve opleidingen aan.

De twee HBO instellingen met creatieve opleidingen zijn ArtEZ en Windesheim. Het opleiden van beeldend kunstenaars, musici en toegepaste kunst zoals animation design en interieurarchitectuur, zorgt voor het doorgeven en het vernieuwen van onze culturele tradities. Deze opleidingen gaan uit van ArtEZ, hogeschool voor de kunsten. Op de vestiging in Zwolle staan ruim 1000 studenten ingeschreven. Een kwart daarvan specialiseert zich in cultuureducatie. Als toekomstige docenten Beeldende kunst en vormgeving

spelen zij een belangrijke functie in de overdracht van cultuur. Op Windesheim worden in elk geval twee creatieve opleidingen aangeboden; Industrieel Productontwerpen en Journalistiek.

'Onze studenten leveren bijdrage aan verschillende festivals, vaak in samenwerking met bedrijven. We zijn actief in Odeon De Spiegel, Hedon en bij diverse theatergezelschappen. Daarnaast organiseren we steeds meer eigen tentoonstellingen, performances en optredens. Op deze manier vormen we niet enkel levend, creatief vakmanschap, maar worden ook Zwolle en regio verrijkt.'

Michiel Bilstra, directeur Techniek & Vormgeving Deltion College



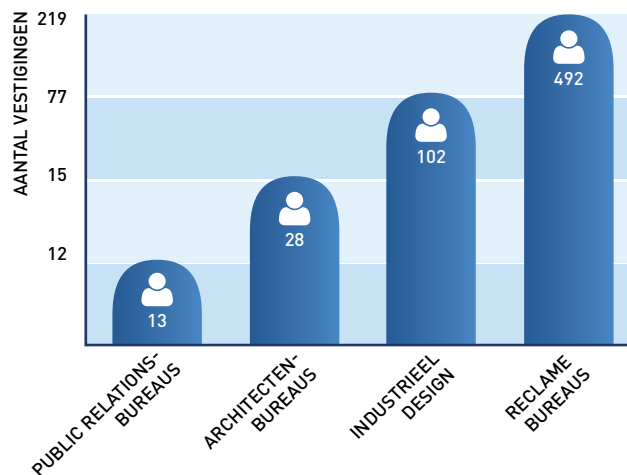
III. CREATIEVE ZAKELIJKE DIENSTVERLENING

Wapenfeiten Creatieve Zakelijke Dienstverlening

- » In 2010 produceerde de Creatieve Zakelijke Dienstverlening voor 2,4 miljard euro aan meerwaarde (toegevoegde waarde)
- » Met 635 werkplekken is Creatieve Zakelijke Dienstverlening de grootste subsector van de Creatieve Industrie
- » 1 op 5 creatieve werknemers in de Creatieve Industrie van Zwolle is actief in reclame
- » In Zwolle volgen bijna 1300 jongeren een opleiding die toegang geeft tot de Creatieve Zakelijke Dienstverlening
- » Regio Zwolle telt diverse plekken waar creatieve ideeën en praktische toepassingen gekoppeld worden, zoals HanZup, Cultuurwerkplaats R10, de Creatieve Coöperatie en het Polymer Science Park

'Creativiteit brengt iets tot stand wat werkelijk nieuw is en waardevol genoeg wordt geacht om aan de cultuur te worden toegevoegd. Wil een idee effect sorteren dan moet het worden verpakt in een taal die anderen kunnen begrijpen'. Hier wordt Mihaly Csikszentmihalyi geparafraseerd, de Amerikaans/Hongaarse psycholoog en schrijver van het boek Flow. Zijn boodschap is dat creatieve ideeën alleen productief kunnen zijn als ze vertaald worden naar het domein van praktische toepassingen. De vertaalslag van creatief idee naar de economische praktijk is een wezenlijk aspect van de Creatieve Zakelijke Dienstverlening. De derde subsector van de Creatieve Industrie levert een omvangrijke bijdrage aan de economie: in 2010 werd landelijk voor een bedrag van 2,4 miljard euro aan meerwaarde geproduceerd (toegevoegde waarde).

Figuur 4: Creatieve zakelijke dienstverlening Zwolle naar aantal vestigingen en werknemers (2013).



Bron: BIRO

Er zijn vier branches die onder de Creatieve Zakelijke Dienstverlening worden geschaard. De grootste van deze vier branches zijn de reclamebureaus, waarin bijna 20% van het totale aantal werknemers in de Creatieve Industrie van Zwolle actief is. De activiteiten van reclamebureaus zijn niet altijd te onderscheiden van de Media & Entertainment Industrie (zie hoofdstuk 2). Reclamebureaus maken steeds meer gebruik van audiovisuele hulpmiddelen die online worden ingezet. Daarmee is er overlap met bedrijfsactiviteiten die traditioneel onder media vallen.

De zoektocht naar aansprekende vormen vindt ook plaats in de maakindustrie. Producten onderscheiden zich niet alleen door techniek, maar ook door het functionele en het esthetische ontwerp. Industriële productiebedrijven – groot en klein – hebben daarom behoefte aan industriële vormgevers. Deze beroepsgroep wordt onder andere opgeleid door hogeschool Windesheim. In oktober 2013 stonden 280 studenten ingeschreven bij de opleiding Industrieel productontwerpen. Een deel van deze jonge aanwas richt een eigen bedrijf op. Een voorbeeld van een ondernemende Windesheim-alumnus is Gerben Hoogenboom. Samen met een oud studiegenoot heeft hij een ontwerpstudio opgericht genaamd: Studio TOIMII. Toimii is Fins voor 'het werkt'. Studio TOIMII ontwierp onder andere lampen, tafels en andere dagelijkse gebruiksvoorwerpen.

'Als productontwerper vertaal je het idee van de opdrachtgever naar een maakbaar, aantrekkelijk product'. Dit zegt Gerben Hoogenboom, Windesheim-alumnus en eigenaar van een ontwerpstudio in Utrecht. Jonge ontwerpers als Gerben vinden Zwolle een prettige stad. Zwolle is kleinschalig, overzichtelijk en compact. Toch heeft hij - in vergelijking met zijn uitvalsbasis Utrecht - het idee dat het creatieve klimaat in Zwolle tamelijk onzichtbaar is. Een website met een kaart van Zwolle, die het creatieve netwerk zichtbaar maakt, is volgens Gerben van belang.

Creative ontwerpers kunnen een fundamentele bijdrage leveren aan processen van innovatie in andere sectoren zoals de industrie of de bouw. Volgens Sander Karnebeek, senior adviseur ondernemersondersteuning bij de Kamer van Koophandel, is de Creatieve Industrie in tal van innovatieprocessen een factor van betekenis. 'Ondernemers die willen innoveren, doen er verstandig aan om creatieve specialisten vroeg in het traject te betrekken. Zij openen nieuwe zienswijzen en kunnen met hun artistieke capaciteiten soms de sleutel voor succes aandragen'. Toch is de verbinding tussen creatieve ontwerpers en industrie- of bouwbedrijven niet onproblematisch. Dit heeft onder andere te maken met de schaal waarop creatieve ondernemers georganiseerd zijn.

Neem de industrieel productontwerpers andermaal als voorbeeld. Zwolle telt 100 van dit soort vormgevers, verdeeld over 77 bedrijven. Net als de fotografen zijn dus ook veel industrieel productontwerpers zelfstandige ondernemers. Zij hebben een beperkte hoeveelheid tijd voor het blootleggen van nieuwe markten, het zoeken naar opdrachtgevers en relaties opbouwen met een klant. Dit vormt een drempel in de 'vertaalslag' van creatieve ideeën naar de economische praktijk. Er zijn diverse initiatieven ontplooid om deze drempel te verlagen. Eén daarvan is HanZup dat vanuit de Creatieve Coöperatie in Zwolle wordt georganiseerd. HanZup is een concept waarbij marktpartijen met een concrete uitdaging gekoppeld worden aan creatieve ondernemers. Op een fysieke plek (de Creatieve Coöperatie en de Cultuurwerkplaats R10) zetten bedrijven of instellingen hun probleem voor een groep creatieve ondernemers uiteen.

Dany Jacobs is lector Kunst, Cultuur en Economie aan ArtEZ. Volgens Jacobs zijn innovatieprocessen zeer complex: ze vereisen kennis en vaardigheden die het enkele individu te boven gaat. Product- en procesinnovatie vindt volgens Jacobs bijna altijd plaats in multidisciplinaire teams. Vanuit hun eigen expertise vullen individuen elkaar aan: de som is daardoor groter dan de delen.

Vervolgens kunnen de creatieve ondernemers oplossingen aanreiken, waarop de bedrijven een opdracht kunnen geven. Op deze wijze wordt de kruisbestuiving tussen de creatieve industrie en andere sectoren van de economie aangejaagd.

HanZup is een voorbeeld van de betekenis die fysieke plekken spelen in de vertaalslag van creatieve idee naar praktische oplossingen. Kennisdeling, het uitwisselen van ervaring en het gebruik van gemeenschappelijke faciliteiten kan een belangrijke voorwaarde voor innovatie zijn. Vanuit dit besef worden concrete plekken gezocht, waarop mensen samenwerken aan nieuwe producten en diensten. Een voorbeeld is het Polymer Science Park in Zwolle, een samenwerkingsverband tussen bedrijven en kennisinstellingen rond een specifieke economische grondstof: polymeren. Of met een gangbare verzamelnaam: kunststoffen. Uit het samenwerkingsverband is een fysieke locatie in Zwolle gegroeid waar faciliteiten staan voor testen en ontwikkelen. Er is daarnaast kennis en expertise aanwezig die bedrijven kan helpen in het succesvol naar de markt brengen van ontwikkelde producten. Mede naar het voorbeeld van het 'PSP' wordt er druk gewerkt aan een Health Innovation Park in Zwolle.

'De Cultuurwerkplaats R10 is dé creatieve hotspot van jonge talenten. R10 focust op begeleiding aan jonge en creatieve specialisten bij de start van hun bedrijf. In hun ateliers, werkplaatsen en studio's bruist het van de nieuwe ontwikkelingen. Zo helpt R10 alumni voor de Creatieve Industrie in Zwolle te behouden'.

Dick Aukes, directeur Cultuurwerkplaats R10

De Creatieve Industrie in Zwolle is zelf ook bekend met plekken waar creativiteit en ondernemerschap samenkomen, zoals de Oude Ambachtsschool (DOAS). Een werkplaats met groeiende traditie is Cultuurwerkplaats R10, waar pas afgestudeerden een onderkomen geboden wordt om hun eigen bedrijf te ontwikkelen. Cultuurwerkplaats R10 is een verzamelgebouw voor startende, creatieve ondernemers. Sinds enkele jaren is er bovendien de Creatieve Coöperatie bijgekomen, waar bedrijven en ZZP'ers een stimulerend klimaat vinden voor creatieve bedrijvigheid.

De komst van Cultuurwerkplaats R10 en de Creatieve Coöperatie hangt samen met een maatschappelijke trend waarin ondernemerschap erg belangrijk gevonden wordt. Ondernemerschap wordt erkend als een belangrijke deugd die ervoor zorgt dat wij onze welvaart op een hoog peil kunnen houden. De deugd wordt verkregen door inzicht in de

consumptieve vraag, een actieve promotie van producten, voortdurende vernieuwing en commercieel initiatief. Er zijn veel individuen en instellingen die trainingen aanbieden, zodat starters geholpen worden bij het aanleren van ondernemerschap.

‘De ondernemers van de Creatieve Coöperatie helpen opdrachtgevers niet alleen met innovatieve creatieve producten, diensten en processen, maar bieden bedrijven ook handvatten bij een nieuwe, toekomstgerichte werkwijze, organisatie en co-creatie die past bij de economie van de toekomst.’

Eefke Meijerink, directeur Creatieve Coöperatie





INTERMEZZO: THE MARRIAGE OF ARTS AND TECHNOLOGY

Succesvolle steden hebben een aantal kenmerken die ze creatief en innovatief maken.

Sommige kenmerken laten zich makkelijk raden zoals de aanwezigheid van kennisinstellingen, voldoende ruimte voor bedrijven, goede infrastructuur, en aantrekkelijke woongebieden. Daarnaast wordt diversiteit vaak genoemd als belangrijke voorwaarde voor creativiteit, innovatie en economische ontwikkeling. Toch blijven een aantal zaken letterlijk in de lucht hangen: je ziet ze niet in de fysieke stad, maar ze zijn wel aanwezig.

De belangrijkste eigenschap van de stad of buurt is volgens de stadssociologe Jane Jacobs diversiteit. De diversiteit in de stad leidt uiteindelijk tot arbeidsdeling en innovatie, dat zich zelf versterkt. Samen vormen zij uiteindelijk de motor van de economie. Een stad die er in slaagt om steeds zelf nieuwe industrieën en diensten te ontwikkelen blijft economisch succesvol. In de praktijk gaat dit echter schoksgewijs: steden zijn booming, zakken terug en vinden zichzelf opnieuw uit. Of steden komen nooit meer in een bloeiperiode. Kunstenaars, ontwerpers en architecten lopen vooruit, zij vormen de avant-garde. Van hun ontwerpen worden later vaak commerciële producten afgeleid. Daarnaast inspireren zij mensen in hun nabijheid met hun werk. Mensen raken geïnspireerd en gebruiken dat indirect in hun eigen werk. De Britse geograaf Peter Hall noemt dit 'The marriage of arts and technology'.

Hall heeft deze gedachte verder uitgewerkt met behulp van de Franse Filosoof Hippolyte Taine. Een creatief milieu wordt ondersteund door een algemene gemoedstoestand, omgangsvormen en gewoonten. Denk hierbij bijvoorbeeld aan tolerantie, informele netwerken en openstaan voor nieuwe fenomenen. Dit leidt vervolgens tot een bepaalde morele temperatuur die de ontwikkeling van talent en creativiteit mogelijk of onmogelijk maakt, op een bepaalde plaats/tijd. Het is de vraag in hoeverre de lokale samenleving creatieve geesten en kunstenaars aanmoedigt of juist belemmert in hun werk. Een open en tolerant klimaat stimuleert, een gesloten en conservatief klimaat niet. Bovendien innoveren mensen als ze de vrijheid hebben en uitgedaagd worden. De economische, culturele, morele en soms zelfs innerlijke omgeving van creatieve geesten is minstens zo belangrijk als hun talent of diverse omgeving.

Het huwelijk tussen technologie en de kunst gedijdt bij diversiteit. Een diverse stad kent een groot aantal mogelijke

combinaties die tot kruisbestuiving kunnen leiden. Een diverse stad biedt creatieve geesten en kunstenaars de vrijheid om zich te ontplooiën.

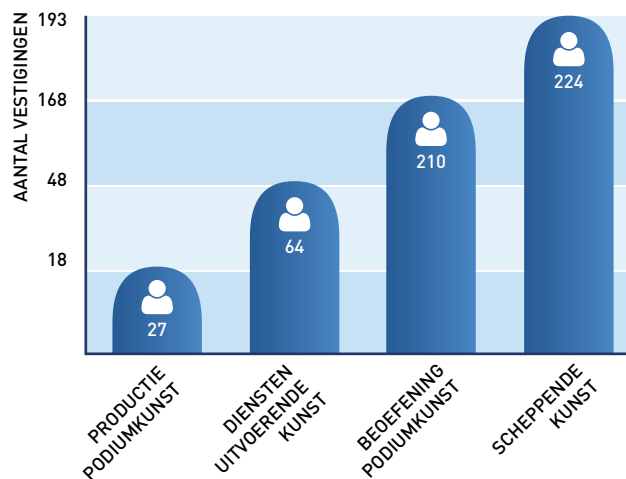


IV. KUNSTEN

Wapenfeiten van de kunsten

- » De kunsten leveren een kwart van het totaal aantal creatieve werknemers
- » Zwolle heeft in Odeon De Spiegel veelzijdige theaters met jaarlijks 350 voorstellingen.
- » Filmtheater Fraterhuis trekt rond de 70.000 bezoekers per jaar
- » Kunst maakt de stad en de regio Zwolle mooier en aantrekkelijker voor bewoners en bedrijven
- » Meer dan 150.000 bezoekers uit stad en regio genieten jaarlijks van de Zwolse festivaltraditie
- » Ruim 1000 studenten worden opgeleid in de Kunsten.

Figuur 5: Kunst Zwolle naar aantal vestigingen en werknemers (2013)



Bron: BIRO

Steden die aantrekkelijk zijn om te wonen en meer culturele voorzieningen bieden, doen het in de meeste gevallen economisch goed. Een van de belangrijkste trekpleisters is het culturele aanbod van een stad (zie intermezzo 'Cultuur als trekpleister').

De scheppende kunst en podiumkunst omvatten personen en bedrijven die kunst maken. Dit kan een beeldende kunstenaar zijn, maar ook een uitvoerend musicus of acteur. Het aantal van deze twee groepen is behoorlijk groot. Hieromheen zit een kleinere schil die zich bezig houden met diensten rondom uitvoerende kunst (64 personen) en productie podiumkunst (27 personen). Hierbij moet gedacht worden aan beroepen als producent, boekingsbureau of de dienst uitvoerende kunst; mensen die op allerlei manieren kunst mogelijk maken. Samen vormen de Kunsten bijna een kwart van het totaal aantal medewerkers in de Creatieve

Eén op de acht werkzame personen die onder de Creatieve Industrie gerekend kunnen worden, is scheppend kunstenaar. Net als voor de beoefening van podiumkunst is creatieve autonomie een voorwaarde voor scheppende kunst. Een succesvol kunstenaar uit Zwolle is Anneke Wilbrink: 'Kunst maakt de stad mooier, gaat verbindingen aan en legt zo contact tussen mensen'. Anneke Wilbrink is autonoom kunstenaar en al 20 jaar woonachtig in Zwolle. Ze maakt voornamelijk schilderijen en tekeningen. Na haar studie aan de kunstacademie in Kampen en Groningen exposeerde ze in het Stedelijk Museum Zwolle. In 2006 mocht zij de Vrije Prijs voor de Schilderkunst uit handen van Koningin Beatrix in ontvangst nemen. Ze exposeerde in Museum de Fundatie en diverse galerieën in binnen- en buitenland. Volgens haar maak je kunst niet om rijk te worden: 'Je begint als kunstenaar niet om schatrijk te worden, of een boeiende ondernemer te worden. Je moet juist je best doen om helemaal vrij te zijn.'

Industrie (434 personen).

Met Odeon en de Spiegel heeft de stad twee theaters in huis met vijf zalen waarin een breed aanbod geprogrammeerd wordt: van opera tot cabaret en alles wat daar tussen ligt. Volgens de Vereniging van Schouwburg en Concertgebouwdirecties daalt het theater- en concertpubliek met ongeveer 10% per jaar. Vanaf 2011 weet Odeon De Spiegel echter een bestendige groei te realiseren. Ruim 350 voorstellingen worden jaarlijks bezocht door ongeveer 220.000 bezoekers. De helft van de bezoekers komt uit de stad Zwolle, 40% uit de omliggende gemeenten en 10% uit de rest van het land. Het Filmtheater Fraterhuis trekt rond de 70.000 bezoekers per jaar.

Naast deze plek voor podiumkunsten, conferenties en culturele feesten huisvest Zwolle het poppodium Hedon. Onlangs onderging het poppodium een grondige vernieuwing. Gerenommeerde bands worden nu naar het grote podium gelokt, kleine en opkomende bands naar het kleine podium. Dat de programmering succesvol is, blijkt uit de Beste Poppodium Prijs, die Hedon in 2012 in ontvangst mocht nemen.

Het festival is een artistieke vorm dat tussen de podiumkunst en de scheppende kunst in geplaatst kan worden. De stad Zwolle bouwt aan een traditie van jaarlijks terugkerende festivals. De grootste onder hen is het Bevrijdingsfestival Overijssel, dat gemiddeld zo'n 130.000 bezoekers trekt en ongeveer 400.000 kijkers via internet en televisie. Het Stadsfestival telt echter ook mee, met gemiddeld 35.000 bezoekers. Mede door de organisatie van deze festivals ontstaat er expertise en een creatief milieu, dat overslaat naar andere feestelijke momenten. Een voorbeeld is de opening van de Isala Klinieken waar Niek van der Sprong zorgde voor een artistiek karakter door Zwolse muziek- en theatergroepen te laten optreden.

Martijn Sweitser, adjunct-directeur van Odeon De Spiegel: 'Odeon de Spiegel is een begrip in Zwolle en de verre regio. Het theater staat midden in de samenleving: Odeon de Spiegel brengt niet enkel top professionele acts naar het podium, maar ook (semi-)amateur optredens, congressen en feesten. Het theater werkt met veel organisaties in de stad en regio samen en neemt hier graag een voortrekkersrol in. Variërend van onderwijs tot zorginstellingen en woningcorporaties tot commerciële bedrijven en andere culturele instellingen. Hierbij biedt Odeon De Spiegel een breed educatief programma waarbij co-creaties met het mbo-en hbo-onderwijs nieuwe bezoekers aan het theater weet te boeien en te binden.'

In 2013 bereikten de culturele producties van Niek van der Sprong 600.000 bezoekers van festivals en culturele activiteiten. De festivals dragen bij aan de regionale economie. Niek: 'De grote festivals in Zwolle genereren niet alleen veel publiek, maar ook economisch spin-off ten aanzien van bestedingen in de stad'. De meerwaarde schuilt ook in de artistieke spin-off, zoals muzikale en theatrale producties die tijdens festivals in première gaan. 'De grote festivals vergroten met nieuwe verbindingen ook het draagvlak in de stad voor nieuwe innovatieve ontwikkelingen'.

Niek van der Sprong

CONCLUSIE

Deze brochure heeft de creatieve sector in woord, beeld en cijfers over het voetlicht gebracht.

Daartoe hanteerden we een indeling van het CBS, die de 'Creatieve Industrie' indeelt in vier subsectoren:

- » Cultureel Erfgoed
- » Media & Entertainment Industrie
- » Creatieve Zakelijke Dienstverlening
- » Kunsten

De economische betekenis van het culturele kapitaal in Zwolle schuilt in de 1600 banen die het omvat en de groei in werkgelegenheid. De relevantie zit ook in de wijze waarop creatieve bedrijvigheid bijdraagt aan een aantrekkelijke stad en regio. Het onderscheidend vermogen van de Creatieve Industrie is gelegen in de productie van symbolische waarde. Creatieve Industrie is zowel een product als een aanjager van de nieuwe economie waarin – geredeneerd met Luc Soete - steeds meer waarde gecreëerd wordt door de immateriële dimensie van producten, zoals informatie, communicatie, design, identiteit en zingeving.

Het scheppende vermogen van de Creatieve Industrie raakt aan de behoefte van de stad en regio Zwolle om een aantrekkelijke plaats te zijn, waar een stimulerend klimaat voor innovatief ondernemerschap heerst. Het vermogen om symbolische waarde te creëren helpt stad en regio Zwolle in het scheppen van verhalen, die samen de regionale identiteit versterken. Kunstenaars, schrijvers, journalisten en andere creatieve ondernemers onderhouden en verrijken het Culturele Erfgoed. Met een rijkdom aan Kunsten is er veel aanbod aan toneel, muziek en exposities. Zwolle wordt hierdoor mooier, attractiever en authentieker. Creatieve investeringen betalen zich met rente terug: zij betekenen winst voor iedereen die streeft naar een bloeiende Regio Zwolle.

Creativiteit is daarnaast beschreven als een katalysator voor economische ontwikkeling. Op tal van plaatsen vraagt de regionale economie om vernieuwers van producten en processen. Dat de Creatieve Zakelijke Dienstverlening en de Media- en Entertainmentindustrie hier een fundamentele meerwaarde spelen, is met voorbeelden geïllustreerd. Deze subsectoren van de Creatieve Industrie onderscheiden zich door een vernieuwende kijk op bestaande uitdagingen. De Creatieve Industrie legt nieuwe verbindingen en creëert daarmee oplossingen voor oude en nieuwe problemen.

Hierdoor leveren creatieve geesten een fundamentele bijdrage aan een klimaat waarin de regionale economie kan groeien.

De creatieve sector speelt een belangrijke rol in de regionale economie; een relatie die uitdaagt tot verder denken. Het verdere denkwerk kan zich concentreren op kansen en uitdagingen, die in de loop van dit onderzoek zijn gepresenteerd:

- » De Creatieve Industrie moet leiding geven aan de zoektocht naar identiteit van de Regio Zwolle
- » Investeer in fysieke plekken waarop de vertaalslag tussen creatieve ideeën en praktische toepassingen plaats kan vinden
- » Intensiveer de strategische verbindingen tussen creatieve ondernemers en regionale clusters als het kunststoffen en de gezondheidseconomie
- » Trek optimaal profijt van de vele creatieve studenten voor vernieuwende onderwijsprojecten en toegepast onderzoek.

Deze brochure is geen slotakkoord, maar het begin van verdere reflectie op het creatieve potentieel. Het is gebleken dat het culturele kapitaal van Zwolle een vast onderdeel is van de economische kracht in de stad en haar omliggende regio. Deze creatieve kracht verdient nadere aandacht en verdieping.



VERANTWOORDING

Deze brochure is geschreven en steunt op onderzoek dat is verricht door het lectoraat Area Development van hogeschool Windesheim, in opdracht van de Creative Board. Eerst is middels literatuurstudie de Creatieve Industrie als concept afgebakend en gedefinieerd. Vervolgens is op basis van de deze definitie cijfermateriaal verzameld over de aard en de omvang van de creatieve industrie in Zwolle. Het cijfermateriaal uit 2013 is gebaseerd op het Bedrijven- en Instellingen Register Overijssel (BIRO). Ter vergelijking zijn cijfers over 2010 opgevraagd bij het LISA. LISA is een databestand met gegevens over alle vestigingen in Nederland waar betaald werk wordt verricht. Meer informatie over de precieze selectie is te vinden in Monitor Topsectoren 2012 van het CBS. Een cijfermatige benadering alleen kan geen recht doen aan de veelzijdigheid en dynamiek waardoor de creatieve industrie gekenmerkt wordt. Daarom zijn de statistische interpretaties aangevuld met interviews, die expliciet in tekstboxen staan of impliciet in de lopende tekst. Tot slot heeft er een expertmeeting plaatsgevonden waarin verschillende experts aan de hand van onderwerpen met elkaar in dialoog zijn gegaan; de resultaten van deze dialoog zijn verwerkt in de analyse.

Geïnterviewde personen

Persoon	Beroep
Paul van der Ham	Creative Entrepreneur
Gerben Hoogenboom	Product ontwerper
Ingeborg Lukkien (telefonisch)	Fotograaf
Jan Nabers (telefonisch)	Hoofd Ruimte & Economie gemeente Zwolle
Harry Klunder	Dga Hanzebouw
Anneke Wilbrink	Kunstenaar

Deelnemers expertmeeting 6 maart 2014

Persoon	Organisatie	Functie
Wim Fiselier	ArtEz	Directielid ArtEZ Conservatorium
Paul van der Ham	iGlow Media	Eigenaar
Sander Karnebeek	Kamer van Koophandel	Senior Adviseur
Ralph Keuning	De Fundatie	Directeur
Jeroen Lutters	Hogeschool Windesheim	Lector Didactiek en Inhoud van de Kunstvakken
Eefke Meijerink	Creatieve Coöperatie Zwolle	Directeur
Yilmaz Schoen	IQ-Media	Directeur
Martijn Sweitser	Odeon/ De Spiegel	Adjunct Directeur
Coby Zandbergen	Cibap	Voorzitter College van Bestuur

Websites

CLICK.NL, Het kennis- en innovatienetwerk van de creatieve industrie

website: <http://www.clicknl.nl>

bezocht op: 01-02-2014.

Odeon/de Spiegel theaters

website: <http://www.odeondespiegel.nl/>

bezocht op: 19-02-2014.

Cultuur werkplaats R10

website: <http://r10.nl>

bezocht op: 02-02-2014

Topsectoren Nederland

website: <http://topsectoren.nl/creatieve-industrie>

bezocht op: 09-01-2014

Literatuurlijst

Berenschot (2013). Cibap Trendbericht, februari 2013. Deventer: Berenschot.

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2012). Monitor Topsectorenbeleid. Den Haag: CBS.
Gedownload op 12-1-2014 van: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/informatie/beleid/publicaties/papers/archief/2012/monitor-topsectoren.htm>

Cziksentmihalyi, M. (1998). Creativiteit. Over flow, scheppingenontdekking, Amsterdam: Boom Uitgeverij.

CLICKNL (2013). Strategische Research- en innovatieagenda 2014-1015. Eindhoven: CLICKNL.

Federatie Dutch Creative Industries (2014). Crossover Works #2. Innoveren met de creatieve industrie. Amsterdam: Federatie Dutch Creative Industries.

Franke, S., & Hospers, G. J. (2009). De levende stad Over de hedendaagse betekenis van Jane Jacobs. Amsterdam: SUN Trancity.

Hall, P. G. (1998). Cities in Civilization. New York: Pantheon books.

Jacobs, D. (2008). Adding Values: The cultural Side of Innovation. Arnhem: ArtEZ/ d 'jonge Hond.

Manshanden, W.J.J., Raspe, O. & Rutten, P. (2004). De Waarde van de Creatieve Industrie in: Economische Statistische Berichten, 89e jaargang, nr 4434, p. 252.

Marlet, G. (2009). De Aantrekkelijke stad. Nijmegen: VOC Uitgevers.

Regio Zwolle Monitor (2012, 2013). Hoe identiteit en samenwerking een impuls geven aan een topregio. Zwolle: Stichting Metropool Zwolle.

Soete, L. en Weehuizen, R. (2001). Nieuwe economie, nieuwe theorie? in: Tijdschrift voor Wetenschap, Technologie en Samenleving, nr 2, 49-53.

Throsby, D. (1997). Economics and Culture. Cambridge: Cambridge University Press.

Visser, G. (2012). The Creative City Repertoire: How the creative city as a global concept is interpreted in the Dutch cities of Leiden and Amsterdam. Nijmegen: unpublished MSC-Thesis.

BIJLAGE: OVERZICHT CREATIEVE OPLEIDINGEN ZWOLLE

De cijfers zijn afkomstig van de betreffende onderwijsinstellingen. Cijfers voor het Deltion College zijn in werkelijkheid hoger, omdat studenten in de studierichtingen industrieel productontwerp en de modeontwerp over verschillende opleidingen versleuteld zijn. Naar schatting betreft het 60 respectievelijk 90 studenten. De opleidingen zijn door de onderzoekers ingedeeld naar de vier sub sectoren als omschreven door het CBS.

Sub sector	Aantallen studenten
Cultureel Erfgoed	653
Media & Entertainment	2516
Industrie	
Creatieve Zakelijke Dienstverlening	1279
Kunsten	986
Totaal	5434

Instelling	Aantallen studenten
ArtEZ (hbo)	976
Cibap (mbo)	1578
Deltion (mbo)	1274
Landstede	415
Windesheim	1191
Totaal	5434

Media & Entertainment industrie		2516 studenten	
	# studenten	Studie(richting)	Mbo crebo/dossier nummer
Cibap (oktober 2013)	640		
	39	AV Productie	90052 (Medewerker fotografie) 90401, 90411, 90421 (Animatie/ audiovisuele vormgeving) 90422, 90421 (Art & Design) 90403, 90413, 90424 (Grafische Vormgeving) 90414, 90423, 90404 (Interactieve Vormgeving)
	601	Mediavormgever	
Deltion (oktober 2013)	641		90413
	267	Grafisch Vormgeven	90413 (Grafische Vormgeving) 90073, 90075, 90088, 90089 (AV Productie) 90411, 90412, 90414 (Mediavormgever) 93220 (Gamedesigner) 95312 (Gamedeveloper) 95702 (AV Specialist)
	374	Interactieve Media Vormgeving	
Landstede (oktober 2012)	323		
	24	Applicatie & Media Ontwikkeling	22258
	132	AV Productie	22084
	167	Mediavormgever	22086
Windesheim (oktober 2013)	912		
	912	Journalistiek	

Kunsten		1037 studenten	
	# studenten	Studie(richting)	Mbo crebo/dossier nummer
ArtEZ (oktober 2013)	934		
	92	BA Jazz & Pop	
	87	BA Klassieke Muziek	
	37	MA Muziek	
	75	BA Docent Muziek	
	79	BA Docent Theater	
	29	Animation Design	
	45	Comic Design	
	71	Graphic Design	
	86	Illustration Design	
	27	Masterkusteducatie	
	256	Docent Beeldende kunst en Vormgeving	
Deltion (oktober 2013)	103		
	103	Artiest	90032, 90037, 90038 (Artiest drama, muziek)

Cultureel Erfgoed		653 studenten	
	# studenten	Studie(richting)	Mbo crebo/dossier nummer
ArtEZ (oktober 2013)	93		
	72	BA Interieurarchitectuur	
	21	BA Interieurvormgever	
Cibap (oktober 2013)	399		
			94521 (Calculator/ onderhoudspecialist)
			94522 (Uitvoerder)
			94523 (Ondernemer)
			94524 (Kleur- en interieuradvies)
	204	Afbouw & Onderhoud	
	119	Specialist Schilderen	92741 (Specialist decoratie en restauratie)
	76	Creatief Vakman	93686 (Ontwerpend meubelmaker)
Deltion (oktober 2013)	161		
			93686 (Ontwerpend meubelmaker)
			94550, 95000, 95570 (Machinaal houtbewerker)
			94570, 94581, 94583, 94591, 94610, 95580 (Meubelmaker/ interieurbouwer)
			94610 (Montagemedewerker timmerindustrie)
			94651 (Werkvoorbereider houtbranche)
			95000 (Machinaal houtbewerker)
	161	Meubel & Hout Techniek	

Creatieve Zakelijke Dienstverlening		1279 studenten	
	# studenten	Studie(richting)	Mbo crebo/dossier nummer
Cibap (oktober 2013)	539		
	64	Desk Top Publishing	90182, 95706, 95708 (DTP'er)
	16	Signmaker	94500, 94510 (Medewerker, allrounder Sign)
			91530 (Medewerker Productpresentatie)
			91541 (Stand-, Winkel- en Decorvormgever)
			91542 (Vormgever Productpresentatie)
			91543 (Winkelpubliciteitsvormgever)
	459	Vormgeving Ruimtelijke Presentatie & Communicatie	
Deltion (oktober 2013)	369		
			90061, 95702 (Medewerker AV Productie)
			90330, 95713, 95714, 95715 (Podium & Evenemententechniek)
	159	Podiumtechniek & AV	
			90940 (Interieuradviseur)
			90960, 90970, 93560, 93570 (Meubelstoffeerder)
	173	Woninginrichting & Design	
			90191 (Allround DTP'er)
			92222 (Printmedia)
			94500 (Medewerker Sign)
	37	Grafische Media Communicatie (Print & Sign)	
Landstede (oktober 2012)	92		
	59	Desk Top Publishing	90182, 95706, 95708 (DTP'er)
	33	Vormgeving Ruimtelijke Presentatie & Communicatie	22093
Windesheim (oktober 2013)	279		
	279	Industrieel Productontwerpen	

Bron: Cibap, ArtEZ, Deltion, Windesheim.

COLOFON

Onderzoek

Het onderzoek waarop deze brochure rust, vond plaats in het eerste kwartaal van 2014 op het lectoraat Area Development van hogeschool Windesheim. Het onderzoek werd uitgevoerd in opdracht van de Creative Board.

Auteurs

Dr. Marijn Molema, onderzoeker regionale economie hogeschool Windesheim

MSc Gideon Visser, economisch geograaf en thans onderzoeker aan Hogeschool Arnhem Nijmegen

Vormgeving & Fotografie

IQ-Media

Luchtfoto Zwolle

Aerophoto-Schiphol luchtfotografie

Uitgever

Deze brochure is uitgegeven door de Creative Board, een groep van culturele ondernemers Dick Aukes (Cultuurwerkplaats R10), Wim Fiselier (ArtEZ), Ralph Keuning (Museum De Fundatie), Eefke Meijerink (Creatieve Coöperatie), Niek van der Sprong (Culturele Producties), Yillmaz Schoen (IQ-Media), Martijn Sweister (Theaters Odeon de Spiegel), Astrid Vrolijk (Bibliotheek Zwolle), Coby Zandbergen (Cibap).

Zwolle, april 2014.



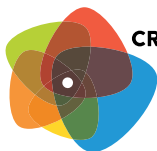








ArtEZ Conservatorium



CREATIEVE COÖPERATIE ZWOLLE
de spil waar het om draait

Niek



IQ-Media

ODEON DE SPIEGEL
theaters

de Bibliotheek 
Zwolle

cibap
vakschool voor verbeelding



www.cbrz.nl

DE CREATIEVE INDUSTRIE IN DE REGIO GROEIT
DE VERBINDING MET DE NIEUWE ECONOMIE INTENSIVEERT
HET CULTURELE KAPITAAL IS VAN BETEKENIS VOOR DE ZWOLSE KRACHT