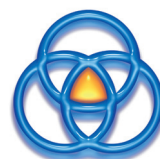


Monitor creatieve industrie 2016

Nederland
Top-10 steden
Ontwikkelingen



IMMovator
cross media network

Monitor creatieve industrie 2016

Nederland
Top-10 steden
Ontwikkelingen



IMMovator
cross media network

Colofon

Titel


Monitor creatieve industrie 2016

ISBN 9789082681703

© Stichting iMMovator, maart 2017

Vereenvoudiging en/of openbaarmaking van deze publicatie is niet toegestaan, behalve indien hiervoor schriftelijk toestemming is gekregen van Stichting iMMovator Cross Media Network. Citeren uit de Monitor creatieve industrie 2016 is alleen toegestaan met bronvermelding.

Auteurs

dr. Paul Rutten, Paul Rutten Onderzoek,
Creating 010 (Hogeschool Rotterdam)
Olaf Koops MSc, Neo Observatory 

Coördinatie en redactie

ir. Frank Visser, iMMovator

Ontwikkeling

De Monitor creatieve industrie 2016 is een initiatief van iMMovator Cross Media Network en bouwt voort op de Cross Media Monitor edities 2006-2012 en het vervolg, de Monitor creatieve industrie 2014. Het format voor de Cross Media Monitor werd in 2006 ontwikkeld door Paul Rutten binnen de Hogeschool INHOLLAND i.s.m. iMMovator en TNO.

Productie

Ontwerp: Designdays
Drukwerk: Van der Eems
Oplage: 300

Financiering

De totstandkoming van deze Monitor creatieve industrie 2016 is mede mogelijk gemaakt door bijdragen van:

iMMovator Cross Media Network
Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
Gemeente Hilversum
Economic Board Utrecht
Gemeente Amersfoort
Gemeente Arnhem

iMMovator vormt samen met de Gemeente Hilversum het dragende netwerk voor CLICKNL Media&ICT. CLICKNL is het topconsortium voor kennis en innovatie van de topsector Creatieve Industrie.



Distributie

Stichting iMMovator
U kunt de digitale versie van deze publicatie downloaden op www.immovator.nl
Hard copies zijn te bestellen via info@immovator.nl
Neem voor meer informatie over de Monitor creatieve industrie en de mogelijkheden voor maatwerkproducten op basis van de Monitor creatieve industrie contact op met iMMovator via 035 - 6777 507

Inhoud

Samenvatting	5
1. Inleiding	11
Creatieve industrie en ICT	11
Leeswijzer	14
2. Creatieve Industrie en ICT in Nederland	17
2.1 Banenontwikkeling	18
2.2 Bedrijfsvestigingen	28
2.3 Productie en toegevoegde waarde	30
2.4 Verdienvermogen	36
2.5 Conclusies	42
3. Creatieve Industrie en ICT in de Stedelijke Context	47
3.1 Creatieve industrie en ICT in top 10 steden	48
3.2 Creatieve industrie in de top 10 steden	50
3.3 ICT in de top 10 steden	57
3.4 Conclusies	62
4. Ontwikkelingen in de Creatieve Industrie	65
4.1 Schaalverkleining	68
4.2 Nieuwe bedrijvigheid: gaming en digital design	75
4.3 Uitgelicht: creatieve beroepen	78
4.4 Conclusies	82
Bijlage 1: Top cross media steden	85
Bijlage 2: Definities creatieve industrie en ICT sectoren	102

Samenvatting

Monitor
creatieve
industrie
2016

5

Samenvatting

Creatieve industrie en ICT dragen substantieel bij aan economisch herstel

In de voorbije jaren 2013 tot 2015 dragen de creatieve industrie en de ICT sector substantieel bij aan het herstel van de Nederlandse economie.

De banengroei is met 1,4 procent gemiddeld per jaar het sterkst in de creatieve industrie. Voor ICT is die 0,6 procent. De creatieve industrie telt in 2015 ruim 294 duizend banen, de ICT sector bijna 283 duizend. De creatieve industrie is goed voor 3,7 procent van de banen in Nederland en de ICT sector voor 3,5 procent.

De groei in de toegevoegde waarde is met 4,5 procent per jaar in de jaren 2013-2015 het grootst in de ICT sector. In de creatieve industrie bedraagt die 1,8 procent. De creatieve industrie levert met een totale toegevoegde waarde van 16,8 miljard, 2,8 procent van het bruto nationaal product (BNP), de sector ICT met 30,2 miljard maar liefst 5 procent.

De groei van de toegevoegde waarde in de creatieve industrie en de ICT sector overtreft de groei van banen als gevolg van productiviteitsgroei. Die is het sterkst in de ICT sector, maar het meest bijzonder voor de creatieve industrie. Voor die sector markeren de recente jaren namelijk een trendbreuk.

6

Samenvatting

In de periode 2008–2013 was er in de creatieve industrie sprake van groei in banen gekoppeld aan een afnemende toegevoegde waarde, wat verlies in arbeidsproductiviteit impliceert. Vanaf 2013 is die trend gekeerd, de groei in toegevoegde waarde overtreft de groei in banen.

We stellen tegelijkertijd vast dat de banengroei in de recente jaren is verminderd, ten opzichte van de gemiddelde groei over het gehele decennium 2005–2015. Echter dankzij de waardegroei en daarmee de verbeterde productiviteit is het verdienvermogen van de creatieve industrie verbeterd, wat de recente groei robuuster maakt dan voorheen.

Tabel 0.1 Procentuele groei van banen, bedrijfsvestigingen en toegevoegde waarde voor creatieve industrie, ICT en totale economie (2013–2015).

Sector	Banen	Vestigingen	Toegevoegde waarde
	2013–2015 (groei in % per jaar)	2013–2015 (groei in % per jaar)	2013–2015 (groei in % per jaar)
Creatieve industrie	1,4%	4,3%	1,8%
ICT	0,6%	3,3%	4,5%
Creatieve industrie en ICT	1,0%	4,0%	3,5%
Totale economie	-0,4%	2,3%	1,6%

Bron: LISA

Netto banengroei van 61 duizend in de creatieve industrie in tien jaar

Over de gehele periode 2005–2015 is de werkgelegenheid in de creatieve industrie, gemeten naar het aantal banen, met 2,3 procent gemiddeld per jaar, harder gegroeid dan de economie als geheel (0,4 procent) en de ICT sector (0,5 procent). In die periode kwamen er in de creatieve industrie netto 61 duizend banen bij. In de ICT sector waren dat er 16 duizend. Binnen de creatieve industrie blijft de groei in de media- en entertainmentindustrie achter bij die van de andere twee deelsectoren, creatieve zakelijke dienstverlening en kunsten en cultureel erfgoed. De groei in ICT is de resultante van een positieve ontwikkeling in ICT diensten en krimp in ICT hardware.

Explosieve groei creatieve industrie bedrijven afgelopen decennium

Over het gehele decennium gerekend is de jaarlijkse groei van bedrijfsvestigingen in de creatieve industrie 7,8 procent. Dat impliceert een netto toename van ruim 76 duizend, om in 2015 uit te komen op een totaal van ruim 144 duizend vestigingen. Dat is meer dan een verdubbeling in tien jaar tijd. De groei van het aantal bedrijfsvestigingen in ICT is met jaarlijks gemiddeld 5,7 procent lager dan in de creatieve industrie, maar nog altijd hoger dan in de totale Nederlandse economie die uitkomt op 3,5 procent gemiddeld per jaar.

In 2015 is bijna een op de negen vestigingen in Nederland een creatieve industrie bedrijf en een op de twintig een ICT bedrijf. Het grootste deel van de banen in de creatieve industrie valt in de categorie zelfstandige ondernemers of bedrijven met twee tot en met tien banen. De banengroei in de creatieve industrie is het sterkst in de categorie zelfstandigen. In de ICT sector liggen de zaken anders. Daar zijn de bedrijven met meer dan 50 banen de belangrijkste werkverschaffers en leveren de zelfstandigen als categorie bedrijven een kleiner deel van het totaal aantal banen.

Versterkte concentratie van creatieve industrie in Amsterdam

Een belangrijk deel van de economische activiteiten in de creatieve industrie speelt zich af in de grotere steden. In het bijzonder geldt dat voor de stad Amsterdam. Daar vindt de afgelopen tien jaar zowel in absolute als in relatieve zin de sterkste groei in banen in de creatieve industrie plaats. Van de totale netto banengroei in de top 10 steden voor creatieve industrie en ICT in de voorbije tien jaar is driekwart in Amsterdam gerealiseerd. Dat komt neer op veertig procent van de netto banengroei in de creatieve industrie in heel Nederland. De betekenis van de hoofdstad voor de Nederlandse creatieve industrie is daarmee verder toegenomen. De stad kent ook procentueel de meeste banen in de creatieve industrie, op Hilversum na. De economie van Hilversum Mediastad staat grotendeels in het teken van de media- en entertainmentindustrie en kent daarmee het hoogste aandeel van bedrijven in de creatieve industrie. Anders dan in Amsterdam laat de creatieve industrie in Hilversum krimp in banen zien. Belangrijkste oorzaken daarvan zijn het afnemend belang van de grootschalige media-industrie en de bezuinigingen bij de publieke omroep, die in Hilversum beiden sterk vertegenwoordigd

zijn. Ook ervaart Hilversum de trekkracht van het creatieve cluster en het grootstedelijk milieu van Amsterdam. De laatste twee jaar is de belangrijke bedrijfstak radio en televisie in Hilversum stabiel. Ook in Rotterdam krimpt de creatieve industrie. Vanuit Rotterdam vertrokken banen in de persmedia naar Amsterdam en krimpen kunsten en cultureel erfgoed in Rotterdam als gevolg van cultuurbezuinigingen. Daartegenover staat de positieve ontwikkeling van de creatieve industrie in Utrecht, waar het belang van de sector toeneemt. Ook Den Haag, Eindhoven en Amersfoort ontwikkelen zich positief.

Ook de aanwas van ICT banen in de periode 2005–2015 is in Amsterdam het grootst, gevolgd door Utrecht en 's-Hertogenbosch. Den Haag, Eindhoven en Hilversum hebben in het voorbije decennium op het terrein van ICT-banen forse veren moeten laten. Anders dan in het geval van de creatieve industrie is het percentage banen in ICT op het totaal van alle banen in Amsterdam, lager dan het gemiddelde van de top 10 cross media steden. Het hoogste percentage ICT-banen is te vinden in Utrecht, op de voet gevolgd door Amersfoort. Opvallende derde is ook hier 's-Hertogenbosch, gevolgd door Den Haag en Eindhoven.

Innovatie in de creatieve netwerkeconomie

De analyse van de ontwikkelingen in creatieve industrie en ICT over het afgelopen decennia heeft een drietal belangrijke structurele ontwikkelingen laten zien die belangrijke veranderingen markeren. Ze hebben onmiskenbare gevolgen voor strategie en beleid van en voor de sector. Allereerst is dat de schaalverkleining in de creatieve industrie die leidt tot verkrumming in de sector. De toegevoegde waarde van de creatieve industrie is maar ongeveer de helft van die van ICT terwijl de sectoren een ongeveer gelijk aantal banen tellen. Dat is gedeeltelijk terug te voeren op de schaalbaarheid van de diensten, die in de creatieve industrie beperkt is. Maar de schaalverkleining in de creatieve industrie is ook een belangrijke factor. Die maakt de ontwikkeling van de creatieve netwerkeconomie urgent. Die vraagt om andere business-modellen die meer dan voorheen geënt zijn op samenwerking, maar ook om passende wetgeving over flexibilisering van arbeid. Daar ligt een belangrijke opgave voor de bedrijven, de sector, het beleid gericht op de creatieve industrie en de wet- en regelgeving op het gebied van arbeid.

Daarnaast resulteert de synergie tussen creatieve industrie en ICT in nieuwe

vormen van bedrijvigheid, waar de game-industrie en meer recent digital design belangwekkende voorbeelden van zijn. Zij koppelen creatief vermogen en digitale technologie waardoor schaalbaarheid en internationalisering mogelijk zijn. In het bijzonder digital design maakt de voorbij jaren een sterke groei door, met bedrijven die veelal als ICT bedrijf geregistreerd staan, maar creatieve diensten leveren. Opvallend is dat Rotterdam qua aantal banen in de game-industrie en digital design, na Amsterdam de tweede stad van Nederland is.

Een andere ontwikkeling die allerwegen gezien wordt als cruciaal voor een beter begrip van de creatieve hefboom van de sector voor innovatie wordt aangeduid met 'embedded creativity'. Door niet alleen te focussen op de cross-over potentie van bedrijven uit de creatieve industrie, maar ook op de creatieve beroepen die binnen de bedrijven zorgen voor creatieve inputs, kan de effectiviteit van beleid gericht op de creatieve industrie aan kracht winnen. Veel waarde wordt gecreëerd door creatieve professionals die buiten de creatieve industrie werkzaam zijn. Om zicht te krijgen op het belang en doorwerking hiervan is extra onderzoek nodig. Afgaande op de verhoudingen die naar voren komen in eerder onderzoek en studies in het Verenigd Koninkrijk wordt het aantal creatieve beroepsbeoefenaren in de Nederlandse economie buiten de creatieve industrie geschat op tussen de 150 en 250 duizend. Naar verwachting is hun omvang gelijk of zelfs groter dan het aantal creatieven dat binnen de creatieve industrie zelf werkzaam is.

Monitor
creatieve
industrie
2016

10

Inleiding

1. Inleiding

1.1 Creatieve industrie en ICT

Sinds 2006 publiceert iMMovator elke twee jaar de Monitor Creatieve Industrie (voorheen: Cross Media Monitor) met daarin een analyse van de trends en ontwikkelingen in de creatieve industrie en ICT in Nederland. Het is daarmee het langstlopende onderzoek naar de sector. Met deze nieuwe publicatie draagt iMMovator bij aan de ontwikkeling van een regionale en nationale kennisbasis over creatieve industrie en ICT in Nederland. De nieuwste editie van de monitor bevat de meest recente gegevens over de ontwikkeling van het aantal banen, vestigingen, productie en toegevoegde waarde van de sectoren tot en met 2015. De monitor laat zien waar de creatieve Industrie en de ICT sector staan en wat de belangrijkste ontwikkelingen in de clusters en steden zijn.

De focus van deze monitor is gelijk aan die van de voorgaande edities. We richten ons op domeinen binnen de creatieve industrie en ICT. Daaruit blijkt de grote dynamiek binnen de creatieve industrie. We zien groeiverschillen en verschuivingen tussen en binnen de deelsectoren. Onder invloed van digitalisering vindt steeds meer creatieve productie en distributie online plaats. Dat is de reden dat we ook nadrukkelijk de ICT sector, al vanaf de

eerste editie van de monitor, meenemen in het onderzoek. De debatten die plaatsvinden over de creatieve industrie en de rol van creativiteit voor economische vernieuwing hebben ook betrekking op ICT bedrijven. Al is het alleen al omdat veel bedrijven die van belang zijn voor creatieve bedrijvigheid in Nederland, geregistreerd blijken te staan als ICT-bedrijf. Zo laat deze editie van de Monitor Creatieve Industrie zien dat meer dan de helft van de digital design agencies en gamebedrijven onder ICT-dienstverlening staat geregistreerd, terwijl ze gezien hun producten en diensten eerder tot de creatieve industrie gerekend kunnen worden.

De Monitor Creatieve Industrie is niet alleen een aanvulling, maar ook een uitbreiding van en verdieping op de wijze waarop de creatieve industrie in de CBS Monitor Topsectoren wordt behandeld. De definitie van de creatieve industrie die gehanteerd wordt door het CBS is beperkter dan de definitie in deze publicatie. Het topsectorenbeleid richt zich bijna uitsluitend op door de markt gefinancierde domeinen van de sector en laat publiek gefinancierde delen als theaters en de publieke omroep, maar ook commerciële omroepen buiten beschouwing. Deze monitor kiest niet voor die zienswijze, maar voor een conceptuele benadering van creatieve industrie gebaseerd op eerdere studies en de wijze waarop de sector in de internationale literatuur wordt gedefinieerd. De definitie van de creatieve industrie waarmee in deze Monitor gewerkt is, is daarom breder dan die in de CBS Monitor Topsectoren. Beide definities worden vergeleken in bijlage 2.

Het gaat in onze blik op de creatieve industrie om een sector die creativiteit in zijn naam draagt en drijft op het creërende en scheppende vermogen van individuen, groepen, bedrijven en organisaties. Het individueel en collectief creëren, produceren en exploiteren van betekenis en inhoud, vervat in een taal, staat voorop. Creatie en productie in de creatieve industrie hebben betrekking op het tot stand brengen van symbolisch materiaal om vervolgens de toegang ertoe te exploiteren, voor eindgebruikers of bedrijven. Creatie, productie en exploitatie (of uitgeven) vormen samen de kern van de creatieve industrie. Dat geldt voor de drie hoofdcategorieën of deelsectoren die binnen de creatieve industrie worden onderscheiden: media- en entertainmentindustrie, kunsten en cultureel erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening.

Naast de creatieve industrie besteden we in deze monitor, zoals

hiervoor al aangeduid, ook aandacht aan de sector informatie- en communicatietechnologie (ICT). Die verwijst naar het brede domein waarin bedrijven en instellingen opereren die zich toeleggen op het distribueren en faciliteren van (elektronische) informatie en communicatie. Daarbij horen ook het vervaardigen van apparatuur om deze processen (inclusief consumptie van informatie en uitwisselen van informatie) mogelijk te maken. ICT is zowel van belang als zelfstandige economische sector én als enabler van innovatie in de gehele economie. Ook de boekdrukkunst en de talloze innovaties die daarin hebben plaatsgehad behoren tot het domein van de informatie en communicatie. Daarom worden hier ook drukkerijen tot de ICT-sector gerekend, niet omdat ze zonder uitzondering van digitale technologie gebruikmaken, maar omdat ze de distributie van informatie mogelijk maken. Ontwikkelingen in de ICT-sector hebben bijzondere implicaties voor de creatieve industrie omdat in beide sectoren informatie centraal staat in de bedrijfsvoering. De één creëert, produceert en exploiteert informatie en symbolisch materiaal voortkomend uit creatieve productie; de ander zorgt voor technologie gericht op productie, distributie en consumptie van informatie. Op het breukvlak van ICT en creatieve industrie ontstaan vormen van bedrijvigheid die steeds moeilijker toe te wijzen zijn aan de een of de ander, we noemden hiervoor al de gamebedrijven en de digital designers. Andersom geldt dat de creatieve industrie ICT systemen toegankelijk maakt door user interface design, customer journeys en bedenkt ze toepassingen voor internet of things en big data. Een ander element dat creatieve industrie en ICT verbindt is dat de ontwikkelingen in deze domeinen gevolgen hebben voor de economie als geheel. Innovatieve producten en diensten die de kracht van creatieve industrie en ICT combineren behoren momenteel tot de meest waardegenererende onderdelen in de economie. Bovendien manifesteert de vervlechting van de creatieve industrie met andere delen van de economie zich almaar duidelijker.

Nieuw in deze editie is de belichting van de rol van creatieve professionals buiten de creatieve industrie. De creatieve industrie richt zich nadrukkelijk op creatieve bedrijven als aanjager van innovatie en vernieuwing in de economie. De creatieve industrie is in omvang een bescheiden sector, zeker in vergelijking met andere (top)sectoren. Veel afgestudeerden van creatieve opleidingen werken juist ook buiten de creatieve industrie aan creatieve oplossingen voor maatschappelijke en bedrijfsmatige problemen. Deze groep blijft onderbelicht en heeft een aanzienlijke omvang. De impact van

creativiteit op de vernieuwingskracht en het concurrentievermogen van de Nederlandse economie is veel groter dan louter de aanjaagfunctie die van de bedrijven in de creatieve industrie uitgaat. Meer onderzoek is nodig naar deze onderbelichte groep van ingebedde creatieve professionals buiten de creatieve industrie.

1.2 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 geeft een overzicht van de ontwikkeling van de creatieve industrie en de sector ICT in Nederland aan de hand van de belangrijkste indicatoren. Allereerst laten we zien hoe de werkgelegenheid in beide sectoren zich heeft ontwikkeld, gespecificeerd naar deelsectoren en domeinen, voor zowel creatieve industrie als ICT. Daarna doen we dat ook voor de hoeveelheid bedrijven, productiewaarde en toegevoegde waarde. De laatste twee indicatoren geven inzicht in de ontwikkeling van het verdienvermogen van creatieve industrie en ICT.

Hoofdstuk 3 richt zich op het belang van creatieve industrie en ICT in de tien belangrijkste cross media steden van Nederland, dat zijn de steden met het grootste gezamenlijke aandeel creatieve industrie en ICT in het totale aantal banen in 2015. Dit geeft een goed beeld van de creatieve clusters in Nederland en de sterke mate van concentratie in stedelijke omgevingen. Daarin komt naar voren waar creatieve industrie en ICT groeien en in welke steden er juist sprake is van krimp. In bijlage 1 is een aantal steden verder cijfermatig uitgelicht. Het gaat hier om de top vijf belangrijkste cross media steden van Nederland, aangevuld met steden die hebben aangegeven prijs te stellen op de opname van hun uitgewerkte profiel in deze bijlage.

Hoofdstuk 4 tenslotte gaat allereerst nader in op de schaalverkleining in de creatieve industrie en de sterke groei in digital agencies en de game-industrie bedrijven. Daarnaast besteden we uitgebreid aandacht aan de rol van creatieven binnen en buiten de creatieve industrie als aanjagers van vernieuwing in de economie. Onderzoek in het Verenigd Koninkrijk laat zien dat de concentratie op de creatieve bedrijven, die onderdeel zijn van de creatieve industrie, een onderschatting is van de innovatieve hefboom van de totale creatieve sector. Buiten de creatieve industrie werken vele creatieve beroepsbeoefenaren die verantwoordelijk zijn voor creatieve

inputs binnen tal van sectoren. De impact van deze groep wordt in Nederland wel onderkend, maar is niet statistisch of beleidsmatig in beeld. Daarmee blijft een belangrijk deel van de waarde van de creativiteit onderbelicht in de beleidsvorming voor de creatieve industrie.

Tot slot worden in bijlage 1 de stedenprofielen gepresenteerd en worden de in het onderzoek gehanteerde definities weergegeven in bijlage 2. Deze volgen de aanpak van de vorige edities. Ook is het verschil met de definitie van de Topsector Creatieve Industrie uit de Monitor Topsectoren van het CBS in de bijlage weergegeven.

Monitor
creatieve
industrie
2016

16

Inleiding

2. Creatieve Industrie en ICT in Nederland

Monitor
creatieve
industrie
2016

17

**Creatieve
Industrie
en ICT in
Nederland**

In dit hoofdstuk gaan we in op de ontwikkeling van de creatieve industrie en de ICT sector in het afgelopen decennium (2005-2015) en de recente jaren (2013-2015)¹.

Allereerst richten we ons op de ontwikkeling van het aantal banen in de creatieve industrie en ICT en hun deelsectoren in relatie tot de totale economie. Vervolgens gaan we in op de ontwikkeling van het aantal bedrijfsvestigingen in creatieve industrie en ICT en vergelijken we die met de ontwikkeling in de totale economie. Daarna behandelen we de trends in productie en toegevoegde waarde in creatieve industrie, ICT en de Nederlandse economie als geheel. Tenslotte analyseren we het verdienvermogen van zowel de creatieve industrie als de ICT sector, opnieuw in de context van de overall economische ontwikkeling van Nederland.

1) Het gaat hier om gegevens die betrekking hebben op de periode van het tweede kwartaal 2013 tot en met het eerste kwartaal 2015.

2.1 Banenontwikkeling

Voor de schets van de banenontwikkeling binnen de creatieve industrie onderscheiden we, naast de sector als geheel, een drietal deelsectoren: (1) media- en entertainmentindustrie, (2) creatieve zakelijke dienstverlening en (3) kunsten en cultureel erfgoed. Binnen de ICT sector onderscheiden we (1) ICT diensten en (2) ICT hardware².

Tabel 2.1 Aantal banen in 2015 en banengroei in de periode 2005-2015 en 2013-2015 in de creatieve industrie en ICT in Nederland.

Deelsector	Banen	Groei	Groei	Groei	Groei
	2015 (aantal x1000)	2005-2015 (aantal x1000)	2005-2015 (% per jaar)	2013-2015 (aantal x1000)	2013-2015 (% per jaar)
Kunsten en cultureel erfgoed	106,9	31,3	3,5%	4,0	1,9%
Media en entertainmentindustrie	88,8	5,8	0,7%	0,6	0,4%
Creatieve zakelijke dienstverlening	98,7	23,5	2,7%	3,2	1,7%
Creatieve industrie	294,4	60,5	2,3%	7,8	1,4%
Diensten	243,8	27,1	1,2%	4,7	1,0%
Hardware	38,8	-14,0	-3,0%	-1,1	-1,3%
ICT	282,6	13,1	0,5%	3,6	0,6%
Creatieve industrie en ICT	577,1	73,6	1,4%	11,4	1,0%
Totale economie	7.985,0	342,4	0,4%	-67,5	-0,4%

Bron: LISA 2016

Het totaal aantal banen in creatieve industrie en ICT in Nederland is in het afgelopen decennium gegroeid met bijna 74 duizend, naar 577 duizend. Beide sectoren gezamenlijk zijn daarmee goed voor 7,2 procent van de Nederlandse banen, de creatieve industrie voor 3,7 en de ICT sector voor 3,5 procent.

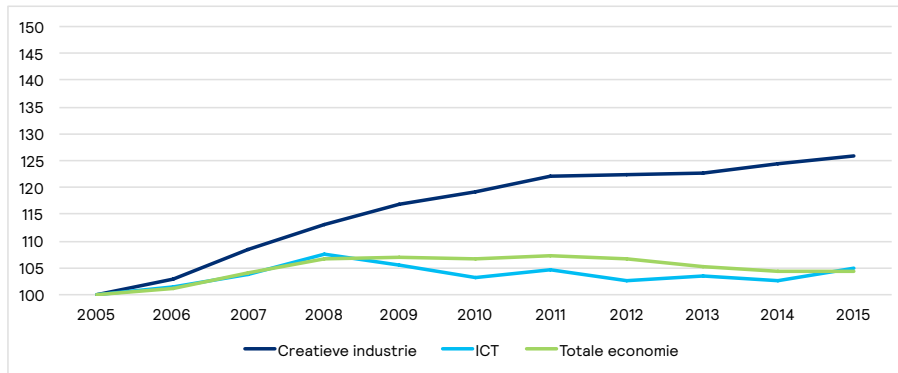
2) Zie voor de definitie van creatieve industrie en de sector ICT, de deelsectoren en de verschillende daaronder gerangschikte bedrijfstakken Bijlage 2.

De creatieve industrie laat over de gehele periode 2005–2015 een gemiddelde groei van 2,3 procent per jaar zien, ruim boven de gemiddelde groei van heel Nederland van 0,4% en ook ruim boven de groei in ICT banen van 0,5 procent. Er zijn de voorbije tien jaar zijn meer dan zestigduizend nieuwe banen gecreëerd in de creatieve industrie. De groei van de sector in de laatste twee jaar van die periode (2013–2015) is met 1,4 procent minder dan over de gehele periode. ICT groeide in 2013–2015 periode iets sneller dan over het gehele voorafgaande decennium: 0,6 procent. Binnen ICT was de netto banenaanwas in de periode 2005–2015 ruim dertienduizend, een kwart van de omvang van de banenaanwas in de creatieve industrie. Het aantal banen in creatieve industrie en ICT gezamenlijk, groeide in 2013–2015 harder dan in de totale economie. Die liet in die periode een krimp van 0,4 procent zien.

Onderliggend aan de ontwikkeling van de creatieve industrie zijn de ontwikkelingen in de drie deelsectoren. Kunsten en cultureel erfgoed vormen de sterkste groeiers binnen de creatieve industrie. In het voorbije decennium zijn er in die deelsector 31,3 duizend banen bijgekomen, wat neerkomt op een gemiddelde jaarlijkse groei van 3,5 procent. In de laatste twee jaar vlakt het groeitempo echter af, onder invloed van de teruglopende overheidsbestedingen. De creatieve zakelijke dienstverlening (ontwerp en communicatie) kent een aanwas van 23,5 duizend banen over tien jaar tijd wat zich vertaalt in een jaarlijks groeipercentage van 2,7 procent. In de laatste twee jaar van deze periode treedt ook voor deze deelsector een kentering in resulterend in een groeicijfer van 1,7 procent. De minst voorspoedige ontwikkeling kent de media- en entertainmentindustrie met een netto banengroei van 5.800 in tien jaar en een jaarlijks groeitempo van 0,7 procent. Dat vlakt in 2012–2015 af naar 0,4 procent per jaar.

Het positieve nettoresultaat van de banenontwikkeling in ICT komt tot stand door de groei in ICT diensten, die de krimp in ICT hardware overtreft. In de periode 2005–2015 komen er in de ICT diensten 27,1 duizend banen bij, wat neerkomt op een gemiddelde jaarlijkse groei van 1,2 procent. Tegelijkertijd verdwijnen in ICT hardware veertienduizend banen, een gemiddelde jaarlijkse krimp van drie procent. Door de jarenlange negatieve ontwikkeling in ICT hardware is de omvang van de deelsector in 2015 gekrompen naar bijna 39 duizend banen. Hardwarebanen maken nog maar veertien procent uit van de banen in de gehele ICT sector.

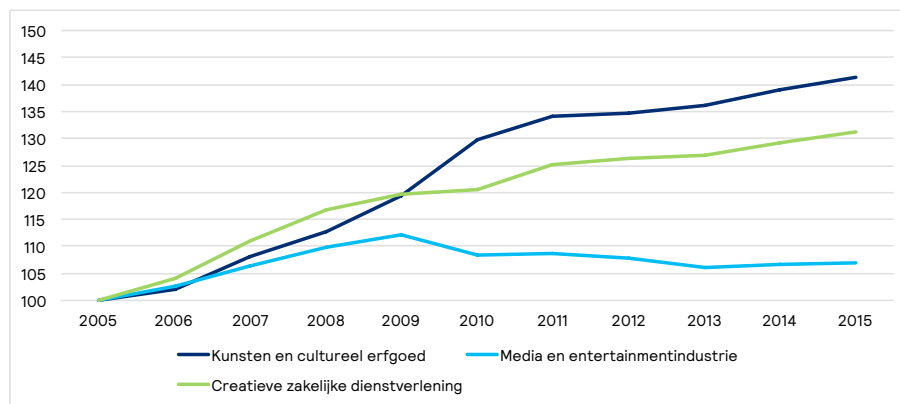
Figuur 2.1 Banengroei in de periode 2005–2015 voor totale economie, creatieve industrie en ICT in Nederland (2005=100).



Bron: LISA 2016

In de periode 2005–2015 overtreft het groeitempo van de creatieve industrie meestentijds dat van de Nederlandse economie als geheel. Dat geldt in het bijzonder voor de periode 2005 tot en met 2011. Waar vanaf 2008 de gehele economie in crisis verkeert en pas in 2015 tekenen van herstel zichtbaar zijn, laat de creatieve industrie een ander beeld zien. Ze groeit sterk tot en met 2011, waarna pas in de jaren 2011–2013 stagnatie in werkgelegenheid plaatsvindt. Na 2013 herpakt de sector zich en lift weer mee met de algemene economische opleving die in dezelfde periode haar beslag krijgt. De ICT sector heeft sterk geleden onder de economische crisis, vanaf 2008, met vooral sterke krimp in banen in de periode 2008–2010. De sector laat vanaf 2010 een golfbeweging zien, meedainend met het algemeen economisch tij en heeft vanaf 2014 het opwaartse banenpad weer gevonden.

Figuur 2.2 Banengroei in de periode 2005–2015 voor de deelsectoren in de creatieve industrie in Nederland (2005=100).



Bron: LISA 2016

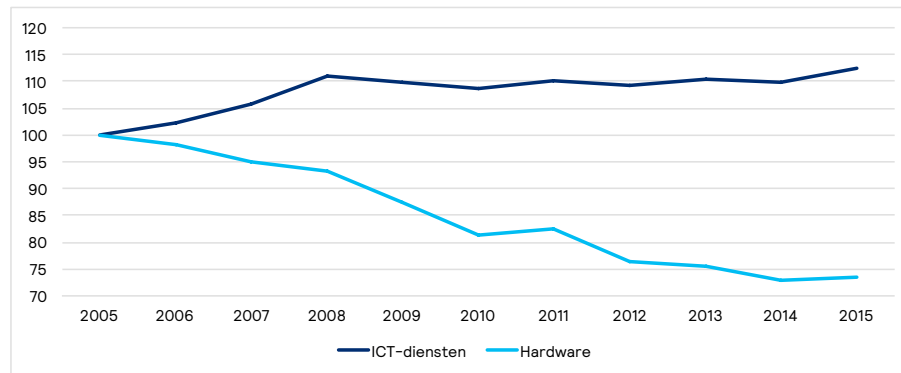
De deelsectoren binnen de creatieve industrie laten, voor wat de banen betreft, een eigen ontwikkeling zien. Kunsten en cultureel erfgoed alsook creatieve zakelijke dienstverlening drijven de groei van de sector in overwegende mate³. Opmerkelijk is dat in 2009 het groeitempo van kunsten en cultureel erfgoed dat van de creatieve zakelijke dienstverlening kruist en in de jaren daarna sneller verloopt. Vanaf 2012 gaat het groeitempo in banen van beide deelsectoren grotendeels gelijk op.

Media- en entertainmentindustrie dragen vanaf 2009 niet meer bij aan de groei van de creatieve industrie. Er is sprake van krimp. Een vooralsnog onbekend deel van die krimp in de geregistreerde banen is te wijten aan de banenuitstoot bij de grotere spelers in media en entertainment die ervoor kiezen bepaalde werkzaamheden niet meer in huis te houden, maar in te kopen bij zzp-ers en freelancers. Dat zijn vaak voormalige werknemers van diezelfde bedrijven. Die worden in veel gevallen bij de Kamer van Koophandel geregistreerd in bedrijfstakken en activiteiten die

³) Dit wordt voor een belangrijk deel veroorzaakt door de inwerkingtreding van de Handelsregister Wet op 1 juli 2008, die zorgde voor een verplichte registratie voor zelfstandigen bij de Kamer van Koophandel. Binnen de kunsten waren daarvoor veel zelfstandige professionals actief die niet als zodanig geregistreerd stonden. Dat geldt in mindere mate ook voor de creatieve zakelijke dienstverlening.

behoren tot andere deelsectoren van de creatieve industrie dan de media- en entertainmentindustrie waarin ze eerder werkzaam waren. Het kan daarbij gaan om activiteiten binnen de scheppende kunsten (schrijvers en freelance journalisten), vormgeving en ontwerp, maar ook in het domein van communicatie, afhankelijk van de diensten die deze aanbieden. Ook kan het gaan om zelfstandigen die werkzaam zijn als ICT-dienstverleners en daarmee buiten de creatieve industrie landen, maar wel werk verrichten voor klanten binnen de media- en entertainmentindustrie die voorheen bij de bedrijven in huis werden verricht. De mogelijkheid is daarmee reëel dat er sprake is van een substitutie-effect waardoor een deel van de groei in de kunsten en erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening, het gevolg is van de krimp in de media- en entertainmentindustrie. Dat verdient nader onderzoek. Vanaf 2013 laat de banenontwikkeling binnen media en entertainment licht herstel zien. De sector profiteert mondjesmaat van het voorspoedig economische tij dat is ingezet.

Figuur 2.3 Banengroei in de periode 2005-2015 voor de deelsectoren in de ICT in Nederland (2005=100).



Bron: LISA 2016

De ontwikkeling in de beide deelsectoren van ICT lopen nogal uiteen. De banenontwikkeling in ICT diensten gaat crescendo totdat in 2008 de crisis toeslaat. Na een aanvankelijk lichte terugloop en vervolgens stabilisatie lijkt ICT diensten met de recente positieve ontwikkeling in de algemene economie de weg naar boven weer gevonden te hebben. ICT hardware laat een ander beeld zien. In tien jaar tijd heeft de deelsector een kwart van de banen

ingeleverd. Het positieve voor hardware in 2014 en 2015 is dat de deelsector geen banen heeft ingeleverd.

Om de ontwikkelingen in de deelsectoren van de creatieve industrie en de ICT sector beter te kunnen duiden hebben we voor alle vijf de deelsectoren de ontwikkelingen in de onderliggende domeinen geanalyseerd.

Daarbij blijkt dat voor wat de creatieve industrie betreft de bestaande statistieken in de huidige vorm, onvoldoende grip hebben op alle actuele ontwikkelingen in de sector. Dat blijkt uit verdiepende studies naar nieuwe bedrijvigheid in de creatieve industrie die de laatste jaren zijn verricht⁴. Er vindt veel nieuwe economische activiteit plaats op het grensvlak tussen creatieve industrie en ICT, bijvoorbeeld in de game-industrie en in digital design.

Om deze actuele ontwikkelingen in de creatieve industrie in eerste aanleg in kaart te krijgen, hebben we op de bestaande statistieken, in het bijzonder de indeling in deelsectoren en bedrijfstakken, een aantal aanpassingen gedaan en herberekeningen uitgevoerd. Daarvoor hebben we de ledenlijsten van een tweetal brancheorganisaties, Dutch Game Association (DGA) en Dutch Digital Agencies (DDA), als uitgangspunt gekozen. De bedrijven die daarop voorkomen zijn nagezocht in de LISA database, die de basis vormt van de analyses in deze monitor, en opnieuw ingedeeld in specifieke categorieën. Die hebben we op hun beurt geschaard onder creatieve zakelijke dienstverlening. Voor digital design als ontwerpsector ligt die classificatie voor de hand. Voor gaming geldt dat minder. Die bedrijfstak heeft voor een deel kenmerken van de media- en entertainmentindustrie, wanneer hij direct produceert voor de consumentenmarkt. Echter het grootste deel van de game-industrie in Nederland legt zich toe op de productie van serious of applied games die gemaakt worden voor de zakelijke markt. Daarom delen we de bedrijfstak gaming voornamelijk in bij de creatieve zakelijke dienstverlening.

Ondanks dat gaming en digital design opereren op het snijvlak van creatieve industrie en ICT blijkt het merendeel van de bedrijven in deze domeinen initieel geregistreerd te zijn in de deelsector ICT-diensten (respectievelijk

4) Zie onder meer: Dutch Game Garden (2016) Games Monitor 2015 en Dutch Digital Agencies & Conclusr Research (2016)

53 procent van de banen in de game-industrie en 66 procent van de banen in digital design). De DDA leden (digital design) zijn bedrijven met een grotere omvang en groeipotentie dan de DGA leden (game-industrie). De drempel voor lidmaatschap van de DDA ligt op een miljoen euro omzet. Het totale aantal banen bij de digital design bedrijven en gamebedrijven is in omvang weliswaar beperkt ten opzichte van de totale creatieve industrie, het zijn wel bedrijfstakken die sterk groeien. Voor de toekomst is nader onderzoek nodig, in het bijzonder naar de ontwikkeling van de digitale agencies. Het is van belang om ook naar de kleinere spelers in de markt te kijken die door de omzeteisen voor lidmaatschap van DDA onder de radar blijven, en ook naar mogelijke grote spelers die geen lid zijn van de DDA. Alleen in deze tabel 2.2 van de Monitor zijn deze aanpassingen doorgevoerd.

Tabel 2.2 Aantal banen in 2015, banengroei 2005–2015 en 2013–2015 in de domeinen van de creatieve industrie in Nederland⁵.

Domein	Banen	Groei	Groei	Groei	Groei
	2015	2005-2015	2005-2015	2013-2015	2013-2015
	(aantal x1000)	(aantal x1000)	(% per jaar)	(aantal x1000)	(% per jaar)
Kunsten en cultureel erfgoed	106,9	31,3	3,5%	4,0	1,9%
Podiumkunsten	31,2	13,1	5,6%	1,6	2,6%
Scheppende kunsten	30,7	17,5	8,8%	2,5	4,4%
Overig kunst en erfgoed	25,7	4,4	1,9%	0,4	0,7%
Cultureel erfgoed	19,3	-3,7	-1,7%	-0,5	-1,2%
Media en entertainmentindustrie	88,8	5,8	0,7%	0,6	0,4%
Radio en televisie	15,2	0,6	0,4%	0,8	2,6%
Persmedia	32,4	0,6	0,2%	-1,3	-1,9%
Film	14,2	4,4	3,8%	0,6	2,0%
Muziekindustrie	3,2	0,5	1,6%	0,6	11,9%
Boekenindustrie	8,7	-1,5	-1,6%	-0,3	-1,9%
Overige uitgeverijen	2,1	-0,8	-3,2%	0,2	5,6%
Live entertainment	13,0	2,0	1,7%	0,0	0,2%
Creatieve zakelijke dienstverlening	108,7	23,5	2,7%	4,9	2,3%
Architectuur	11,4	0,8	0,7%	0,5	2,2%
Design	20,6	13,2	10,8%	3,8	10,6%
Communicatie	66,7	9,5	1,5%	-1,0	-0,8%
Dutch Digital agencies	7,0	.	.	1,4	11,5%
Gaming	3,0	.	.	0,3	2,6%
Creatieve industrie	304,4	60,5	2,3%	9,5	1,6%

Bron: LISA 2016

5) De cijfers in deze tabel 2.2 zijn exclusief ontdebelling met andere domeinen in de creatieve industrie (ca. 15 tot 20 procent van de bedrijven in digital design en gaming staat geregistreerd in andere onderdelen van de creatieve Industrie). Dat betekent dat dit deel van beide bedrijfstakken in deze tabel dubbel wordt geteld. Daardoor wijkt het deeltotaal van het aantal banen in de deelsector creatieve zakelijke dienstverlening en het totaal van het aantal banen in de creatieve industrie met tienduizend banen af van dat in eerdere tabellen. Louter voor deze tabel is deze aanpassing gedaan, juist omdat hier het belang van de afzonderlijke domeinen wordt uitgelicht. Slechts in een geval is er sprake van een onderlinge dubbel telling van een bedrijf in de categorie digital design en gaming. Daarvoor is niet gecorrigeerd.

Monitor
creatieve
industrie
2016

25

Creatieve
Industrie
en ICT in
Nederland

Uit tabel 2.2 kunnen we aflezen dat het binnen kunst en cultureel erfgoed vooral de podiumkunsten en de scheppende kunsten zijn die verantwoordelijk zijn voor de groei van de deelsector. Cultureel erfgoed heeft het afgelopen decennium banen ingeleverd.

Binnen de media- en entertainmentindustrie zijn de belangrijkste domeinen in volgorde van omvang: pers, radio en televisie, film en live-entertainment. Binnen de persmedia zijn in de jaren 2013-2015 1.300 banen verdwenen. In de film kwamen er ruim vierduizend banen bij. Daarmee is deze bedrijfstak in banengroei de belangrijkste stijger binnen media en entertainment. Van de kleinere onderdelen levert de boekenindustrie over de gehele periode gerekend banen in, maar laat juist in de recente jaren weer een kleine plus zien. Dat geldt ook voor de verzamelcategorie overige uitgevers. De inmiddels behoorlijk afgeslankte muziekindustrie laat een opmerkelijke groei zien, in het bijzonder in de recente jaren 2013-2015.

Met de toevoeging van digital design en gaming wordt de creatieve zakelijke dienstverlening de grootste deelsector binnen de creatieve industrie. De bedrijfstak met de sterkste groei binnen deze deelsector in de periode 2005-2015 is design met 13,2 duizend nieuwe banen en een groeitempo van bijna elf procent per jaar. Ondanks de relatief zware omstandigheden is de bedrijfstak architectuur in de gehele periode in de plus gebleven met een netto toename van achthonderd banen over het afgelopen decennium. Over de recente jaren is digital design (Dutch Digital Agencies) de bedrijfstak die het hardste groeit met ruim elf procent blijft hij design net voor. Gaming groeit bescheiden met 2,6 procent per jaar in de laatste twee jaar. Dat staat gelijk aan een netto toename van driehonderd banen. Communicatie is met afstand de grootste bedrijfstak binnen creatief zakelijke dienstverlening. Over de gehele periode 2005-2015 groeit de bedrijfstak met 1,5 procent. De laatste jaren echter verdwenen er duizend banen, een krimp van jaarlijks gemiddeld 0,8 procent.

Tabel 2.3 Aantal banen in 2015, banengroei 2005–2015 en 2013–2015 in de domeinen van de ICT in Nederland.

Domein	Banen	Groei	Groei	Groei	Groei
	2015	2005–2015	2005–2015	2013–2015	2013–2015
	(aantal x1000)	(aantal x1000)	(% per jaar)	(aantal x1000)	(% per jaar)
ICT-diensten	243,8	27,1	1,2%	4,7	1,0%
Drukkerijen en reproductie	24,9	-20,4	-5,8%	-3,9	-7,0%
Telecommunicatie	27,1	-13,0	-3,8%	-1,7	-3,1%
Software	98,7	25,0	3,0%	3,4	1,8%
Facilitaire ICT-diensten	93,1	35,5	4,9%	6,9	3,9%
Hardware	38,8	-14,0	-3,0%	-1,1	-1,3%
Vervaardiging ICT hardware	30,4	-16,7	-4,3%	-1,6	-2,5%
Installatie, verhuur en reparatie ICT hardware	8,5	2,6	3,8%	0,5	3,3%
ICT	282,6	13,1	0,5%	3,6	0,6%

Bron: LISA 2016

Binnen ICT diensten gaat de sanering binnen drukkerijen en reproductie, met de voortgang van digitale informatiedistributie, onverminderd door. In het afgelopen tiental jaren zijn er binnen die bedrijfstak meer dan twintigduizend banen verdwenen. Ook binnen telecommunicatie is het aantal banen aan permanente erosie onderhevig. In de periode 2005–2015 verdwenen er dertienduizend banen. De domeinen waar ICT diensten op draait zijn software en facilitaire ICT diensten, met allebei tussen de negentig- en honderdduizend banen en hoge groeicijfers in het afgelopen decennium, respectievelijk drie en 4,9 procent resulterend in 25 en 35,5 duizend nieuwe banen. Voor ICT hardware is het verhaal anders. Dat is volledig te wijten aan de negatieve ontwikkeling van de hardwarereproductie in ons land. Met een gemiddelde krimp van 4,3 procent per jaar gingen er in de periode 2005–2015 bijna 17 duizend banen in Nederland verloren.

2.2 Bedrijfsvestigingen

Hier gaan we na hoe het aantal bedrijfsvestigingen in de creatieve industrie en ICT zich heeft ontwikkeld en welk deel van de werkgelegenheid in beide sectoren toegerekend kan worden aan bedrijven van verschillende omvang. Dat doen we ook voor de deelsectoren.

Tabel 2.4 Aantal bedrijfsvestigingen in 2015 en groei in de periode 2005-2015 en 2013-2015 in de creatieve industrie en ICT in Nederland.

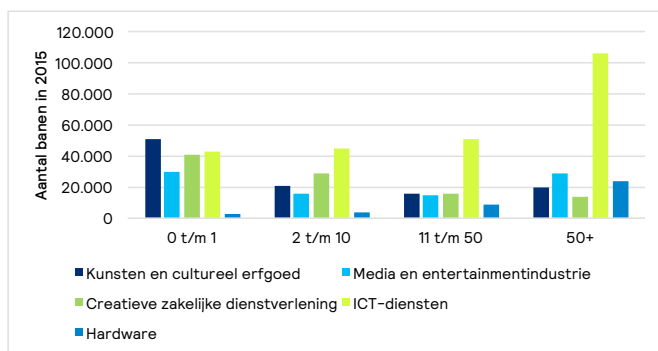
Deelsector	Vestigingen	Groei		Groei	
	2015 (aantal x1000)	2005-2015 (aantal x1000)	2005-2015 (% per jaar)	2013-2015 (aantal x1000)	2013-2015 (% per jaar)
Kunsten en cultureel erfgoed	58,4	35,1	9,6%	5,3	4,9%
Media en entertainmentindustrie	35,3	17,0	6,8%	2,1	3,2%
Creatieve zakelijke dienstverlening	50,4	24,2	6,8%	4,1	4,4%
Creatieve industrie	144,1	76,3	7,8%	11,6	4,3%
Diensten	57,9	25,3	5,9%	3,7	3,3%
Hardware	4,1	1,2	3,4%	0,2	2,6%
ICT	62,0	26,5	5,7%	3,9	3,3%
Creatieve industrie en ICT	206,1	102,7	7,1%	15,5	4,0%
Totale economie	1.353,2	396,9	3,5%	61,0	2,3%

Bron: LISA 2016

Zowel de groei van het aantal bedrijfsvestigingen in de creatieve industrie als in de ICT sector overtreft de groei in het aantal banen in die sectoren in de periode 2005-2015. Het aantal vestigingen in de creatieve industrie nam toe met 7,8 procent, het aantal banen met 2,3 procent. Binnen ICT is dat 5,7 procent tegen 0,5 procent. Ter vergelijking, in de gehele economie groeide het aantal bedrijfsvestigingen met 3,5 procent en het aantal banen met 0,4 procent. In de laatste tien jaar is het aantal vestigingen in de creatieve industrie meer dan verdubbeld door een groei van 76 duizend

vestigingen naar ruim 144 duizend. Er kwamen in dezelfde periode 26,5 duizend ICT-bedrijfsvestigingen bij om uit te komen 62 duizend. In 2015 is 10,6 procent van alle vestigingen een creatieve industrie bedrijf (tegen 3,7 procent van de banen) en in 4,6 procent een ICT bedrijf (3,5 procent van de banen). Dat is vooral het gevolg van het grote aantal zelfstandigen, in het bijzonder in de creatieve industrie. Samen tellen de creatieve industrie en ICT 15,2 procent van alle bedrijfsvestigingen in Nederland, tegen 7,2 procent van alle banen. Overigens is het groeitempo van het aantal vestigingen in creatieve industrie en ICT in de jaren 2013-2015 kleiner dan in de gehele periode 2005-2015. In de voorbije drie jaar was dat 4,3 procent per jaar voor de creatieve industrie, tegen 7,8 procent voor het gehele decennium, en 3,3 procent tegen 5,7 procent voor de ICT sector. Daarmee lijkt sprake van een trendbreuk.

Figuur 2.4 Werkgelegenheidsverdeling naar grootteklasse in 2015 per deelsector in de creatieve industrie en ICT in Nederland (in absolute aantallen).



Bron: LISA 2016

De wijze waarop de banen binnen creatieve industrie en ICT verdeeld zijn over de verschillende grootteklassen is per (deel)sector verschillend.

Binnen kunst en cultureel erfgoed zijn bijna vijftigduizend zelfstandigen actief. De meeste van de bijna 107 duizend banen in deze deelsector zijn in de kleinste grootteklasse te vinden. Bedrijven en instellingen met tussen de twee en tien banen en met meer dan vijftig banen voorzien in om en nabij de twintigduizend banen en de instellingen en bedrijven met elf tot

vijftig werknemers voorzien in de resterende zeven- tot achtduizend banen. De belangrijkste verschaffers van de bijna 89 duizend banen binnen de media- en entertainmentindustrie zijn de zelfstandige ondernemers en de grotere bedrijven en instellingen met meer dan vijftig werknemers (beiden bijna dertigduizend banen). De verdeling binnen de creatieve zakelijke dienstverlening, bijna 99 duizend banen, is weer anders. Binnen die deelsector zijn rond de veertigduizend banen te vinden in de categorie zelfstandigen (0-1 banen). Met het toenemen van de bedrijfsgrootte binnen de creatief zakelijke dienstverlening neemt het aantal banen in die groottecategorie af. Bedrijven met meer dan vijftig banen zorgen met ruim tienduizend banen voor het kleinste aantal banen.

Het patroon dat de deelsector ICT-diensten laat zien is exact tegengesteld aan dat van de creatieve zakelijke dienstverlening. Veruit de meeste banen (meer dan honderdduizend) zijn te vinden in de grootste categorie. Binnen ICT hardware leveren alleen de bedrijven van meer dan tien banen een noemenswaardige bijdrage aan het totaal aantal banen in die deelsector, de meeste zijn te vinden in de grootste categorie, die verantwoordelijk is voor meer dan twintigduizend banen.

2.3 Productie en Toegevoegde Waarde

In de Monitor Creatieve Industrie 2014 hebben we de ontwikkeling van de productie en toegevoegde waarde van de creatieve industrie en de ICT-sector onderzocht in relatie tot de ontwikkeling van het aantal banen en bedrijven en het beeld voor de Nederlandse economie als geheel. We kwamen toen tot de conclusie dat de toegevoegde waarde ontwikkeling in de creatieve industrie geen tred houdt met de ontwikkeling van het aantal banen en al helemaal niet met het aantal bedrijven. We stelden vast dat het verdienvermogen van de sector aandacht nodig heeft. Overigens in tegenstelling tot de ICT sector die juist met minder banen meer waarde realiseert. Hier gaan we na van welke ontwikkeling recentelijk sprake is. Ook hierbij houden we de specifieke ontwikkelingen binnen de verschillende subsectoren in het oog.

Tabel 2.5 Productiewaarde in 2015 en productiegroei in de periode 2005–2015 en 2013–2015 in de creatieve industrie en ICT in Nederland (in miljoenen euro, groei in constante prijzen, prijspeil 2015).

Deelsector	Productie	Groei	Groei	Groei	Groei
	2015	2005–2015	2005–2015	2013–2015	2013–2015
	(in mld euro)	(in mld euro)	(% per jaar)	(in mld euro)	(% per jaar)
Kunsten en cultureel erfgoed	11,0	1,82	1,8%	1,06	5,2%
Media en entertainmentindustrie	12,8	-1,65	-1,2%	-0,12	-0,5%
Creatieve zakelijke dienstverlening	10,3	0,50	0,5%	0,44	2,2%
Creatieve industrie	34,2	0,67	0,2%	1,37	2,1%
Diensten	50,3	11,73	2,7%	5,55	6,0%
Hardware	29,9	6,27	2,4%	2,08	3,7%
ICT	80,2	18,00	2,6%	7,64	5,1%
Creatieve industrie en ICT	114,4	18,66	1,8%	9,01	4,2%
Totale economie	1.277,4	141,1	1,2%	49,4	2,0%

Bron: NEO Observatory, op basis van CBS en LISA 2016

Monitor
creatieve
industrie
2016

31

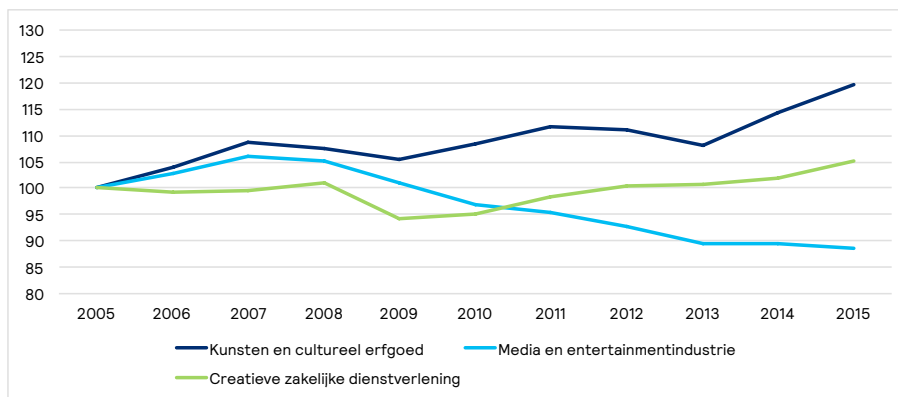
**Creatieve
Industrie
en ICT in
Nederland**

De productiewaarde van een sector staat gelijk aan de waarde van alle voor de verkoop bestemde goederen en diensten die een sector of subsector produceert. De productiewaarde is vergelijkbaar met de omzet van bedrijven maar wordt uitgedrukt in basisprijzen. Daarin is ook het intermediaire verbruik meegenomen, de ingekochte goederen en diensten van derden om tot productie te komen.

De omvang van de productie in ICT is in 2015 meer dan tweemaal zo groot als die in de creatieve industrie, € 80,2 miljard tegen € 34,2 miljard, ook al is de ICT sector in banen gerekend kleiner. Ook de gemiddelde productiegroei in ICT in het voorbije decennium overstijgt die van de creatieve industrie: 2,6 procent gemiddeld per jaar in ICT tegen 0,2 procent in de creatieve industrie. In de meest recente jaren, de periode van 2013–2015, laat de creatieve industrie echter een opmerkelijk herstel zien, in het bijzonder binnen kunst en erfgoed en creatief zakelijke dienstverlening met een

gemiddelde jaarlijkse productiegroei van 5,2 en 2,2 procent. Maar ook ICT doet het beter in de recente jaren vergeleken met de gehele tienjarige periode (2005-2015), in het bijzonder in vergelijking met de gemiddelde jaarlijkse productiegroei in de gehele economie. Opmerkelijk zijn de positieve cijfers voor hardware, in weerwil van de saneringen die in deze subsector plaatsvonden. De kapitaalintensiteit van deze sector neemt alsmaar toe, wat ten koste gaat van werkgelegenheid maar niet van de productie.

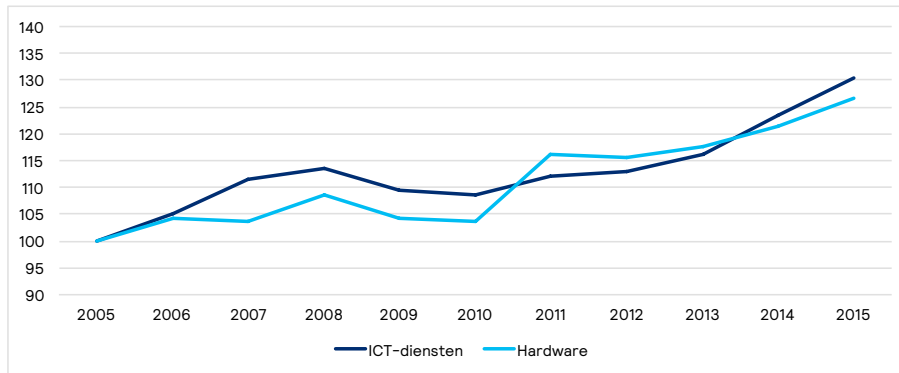
Figuur 2.5 Productiegroei in de periode 2005-2015 in de deelsectoren van de creatieve industrie in Nederland (2005=100).



Bron: NEO Observatory, op basis van CBS en LISA 2016

De grafische weergave van de ontwikkelingen in de creatieve industrie illustreert de benarde positie waarin de media- en entertainmentindustrie zich bevindt. Vanaf het crisisjaar 2008 laat de productiewaarde in die sector een dalende lijn zien. Die van de creatieve zakelijke dienstverlening daalt in eerste instantie vanaf dat jaar nog forser, maar herstelt zich in 2010 om daarna de opgaande lijn tot in de 2015 vast te houden. Opmerkelijk is de stijging in kunsten en erfgoed in de jaren 2013-2015. Bij nadere inspectie van de onderliggende data blijkt dat grotendeels op het conto van de boekings- en bespreekbureaus binnen het domein overig kunst en erfgoed te komen. De groei is het gevolg van de groeiende consumptie van podiumkunst.

Figuur 2.6 Productiegroei in de periode 2005–2015 in de deelsectoren van de ICT in Nederland (2005=100).



Bron: NEO Observatory, op basis van CBS en LISA 2016

Dat banenontwikkeling beperkte voorspellende waarde heeft voor productieontwikkeling laat het verloop van de productie in ICT hardware zien. De forse stijging komt op het conto van de elektrotechnische industrie. De productiegroei binnen ICT diensten is vergelijkbaar met die van ICT hardware, al ligt daaraan een positievere banenontwikkeling ten grondslag.

Een belangrijke maatstaf voor de ontwikkeling van een sector of de totale economie is de ontwikkeling van de toegevoegde waarde. Op basis daarvan kan het verdienvermogen van een sector worden vastgesteld. Toegevoegde waarde is het meest zuivere begrip om de bijdrage van specifieke economische activiteiten vast te stellen. De toegevoegde waarde staat gelijk aan de waarde van de productie verminderd met de inkoopwaarde van ingekochte goederen en diensten (het intermediaire verbruik). De toegevoegde waarde van een sector is de waarde die de sector zelf toevoegt aan haar productie en wordt gebruikt voor de uitbetaling van salarissen, winsten, afschrijvingen en dividend en voor het afdragen van belastingen.

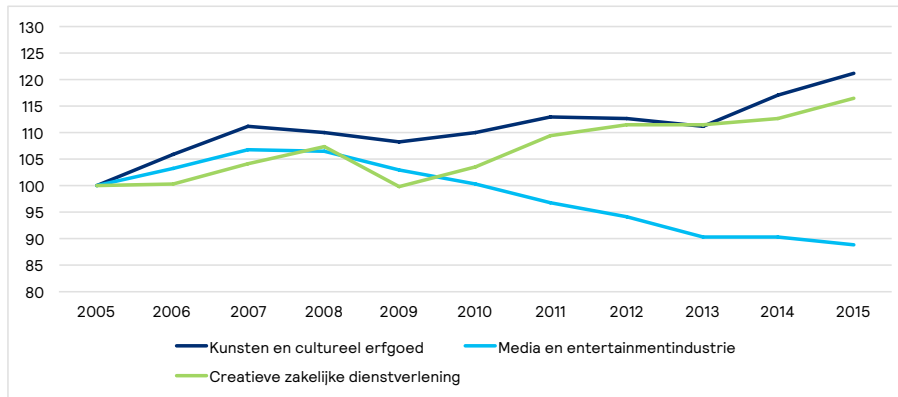
Tabel 2.6 Toegevoegde waarde in 2015 en groei van de toegevoegde waarde in de periode 2005-2015 en 2013-2015 in de creatieve industrie en ICT in Nederland (in miljoenen euro, groei in constante prijzen, prijspeil 2015).

Deelsector	Toegevoegde waarde 2015 (in mld euro)	Groei 2005-2015 (in mld euro)	Groei 2005-2015 (% per jaar)	Groei 2013-2015 (in mld euro)	Groei 2013-2015 (% per jaar)
Kunsten en cultureel erfgoed	6,0	1,05	1,9%	0,49	4,3%
Media en entertainmentindustrie	6,2	-0,79	-1,2%	-0,10	-0,8%
Creatieve zakelijke dienstverlening	4,6	0,64	1,5%	0,19	2,2%
Creatieve industrie	16,8	0,91	0,6%	0,58	1,8%
Diensten	25,4	6,70	3,1%	2,11	4,4%
Hardware	4,9	0,83	1,9%	0,47	5,2%
ICT	30,3	7,53	2,9%	2,58	4,5%
Creatieve industrie en ICT	47,1	8,43	2,0%	3,16	3,5%
Totale economie	607,9	67,4	1,2%	18,4	1,6%

Bron: NEO Observatory, op basis van CBS en LISA 2016

Opvallend genoeg is de media- en entertainmentindustrie binnen de creatieve industrie, in weerwil van de terugloop in banen, nog steeds de subsector die in 2015 zorgt voor de meeste toegevoegde waarde (€ 6,2 miljard) op de voet gevolgd door kunsten en erfgoed en de creatieve zakelijke dienstverlening op enige afstand. De groei binnen de creatieve industrie is het grootst in kunsten en erfgoed, de media- en entertainmentindustrie levert in. Dat komt vooral door de krimp bij de traditionele uitgevers. Film, radio en televisie groeien weer. De toegevoegde waarde van de ICT sector is bijna tweemaal zo groot, vooral door ICT diensten, verantwoordelijk voor € 25,4 miljard. Zowel de toegevoegde waarde van ICT diensten als van ICT hardware groeien bovengemiddeld.

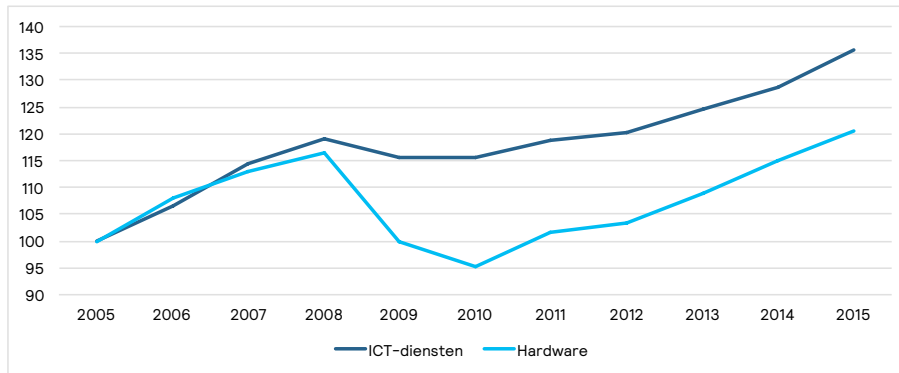
Figuur 2.7 Groei van de toegevoegde waarde in de periode 2005-2015 in de deelsectoren van de creatieve industrie in Nederland (2005=100).



Bron: NEO Observatory, op basis van CBS en LISA 2016

De ontwikkeling in toegevoegde waarde weerspiegelt voor een belangrijk deel wat we zagen in de ontwikkeling van de productiewaarde. Opmerkelijk is wel dat de waardeontwikkeling van de creatieve zakelijke dienstverlening in de laatste jaren van het decennium die van de kunst en erfgoed benadert, terwijl er in termen van de waarde van productie sprake is van een aanzienlijke kloof tussen beide subsectoren (zie figuur 2.5).

Figuur 2.8 Groei van de toegevoegde waarde in de periode 2005-2015 in de deelsectoren van de ICT in Nederland (2005=100).



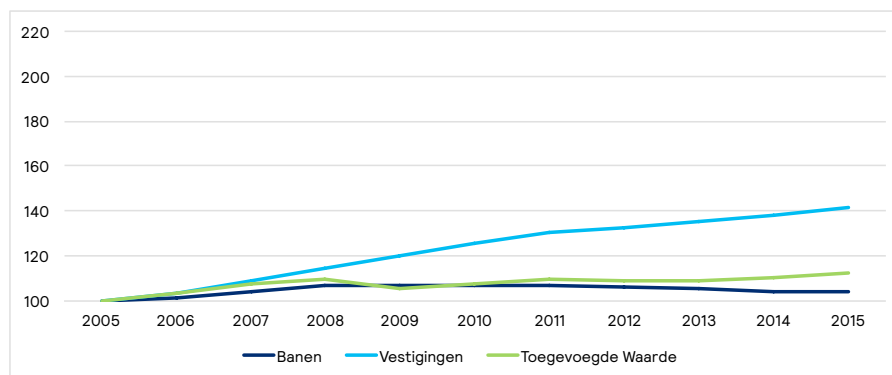
Bron: NEO Observatory, op basis van CBS en LISA 2016

Ook voor wat betreft de subsectoren van ICT valt de gelijkenis in de ontwikkeling van de toegevoegde waarde met die van de productie op. Er is echter een kloof tussen ICT diensten en hardware in de toegevoegde waarde grafiek, die we niet zagen in de grafiek met betrekking tot de productie (figuur 2.6). De uiteindelijke toename in gerealiseerde toegevoegde waarde in de tienjarige periode is voor diensten aanzienlijk groter dan voor hardware, zoals figuur 2.8 laat zien. De verklaring ligt in het feit dat ICT hardware meer dan ICT diensten op export is aangewezen. Door het stilvallen van de wereldhandel begin 2009 is ICT hardware hard geraakt. Vanaf 2011 is er sprake van stevig herstel. Het groeitempo van de toegevoegde waarde van ICT hardware loopt sindsdien in op dat van ICT-diensten.

2.4 Verdienvermogen

In de volgende drie grafieken relateren we de ontwikkeling in toegevoegde waarde aan de ontwikkeling van banen en bedrijfsvestigingen, met het doel uitspraken te doen over het verdienvermogen van de creatieve industrie, de ICT sector en de gehele economie.

Figuur 2.9 Groei van het aantal vestigingen, aantal banen, en toegevoegde waarde in de periode 2005-2015 in de totale economie in Nederland (2005=100).

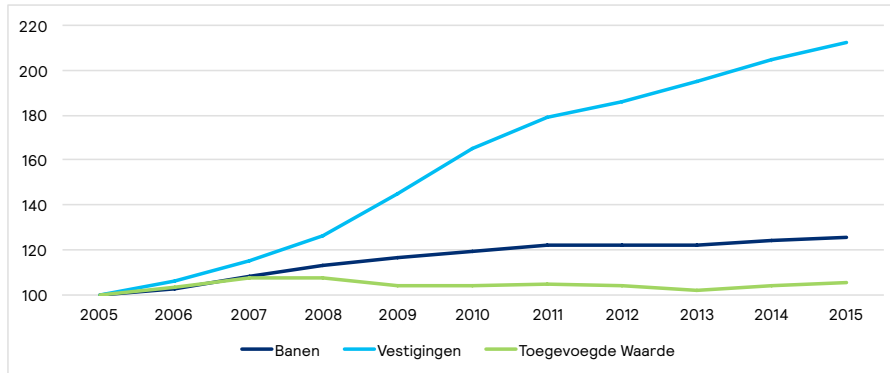


Bron: NEO Observatory, op basis van CBS en LISA 2016

In de voorbije tien jaar is het aantal bedrijfsvestigingen in Nederland met meer dan veertig procent toegenomen. De toename van het aantal banen is kleiner. Er is in de voorbije jaren, na een aanvankelijke stijging tot 2008, sprake van terugloop in banen. De daling is in 2015 tot staan gebracht.

De totale toegevoegde waarde die de Nederlandse economie produceert, het Bruto Nationaal Product, stijgt sterker dan het aantal banen. Dat duidt op productiviteitstoename, de toegevoegde waarde per baan is gestegen. Opvallende uitzondering is 2009, toen de groei van de toegevoegde waarde kleiner was dan de banengroei.

Figuur 2.10 Groei van het aantal vestigingen, aantal banen, en toegevoegde waarde in de periode 2005-2015 in de creatieve industrie in Nederland (2005=100).



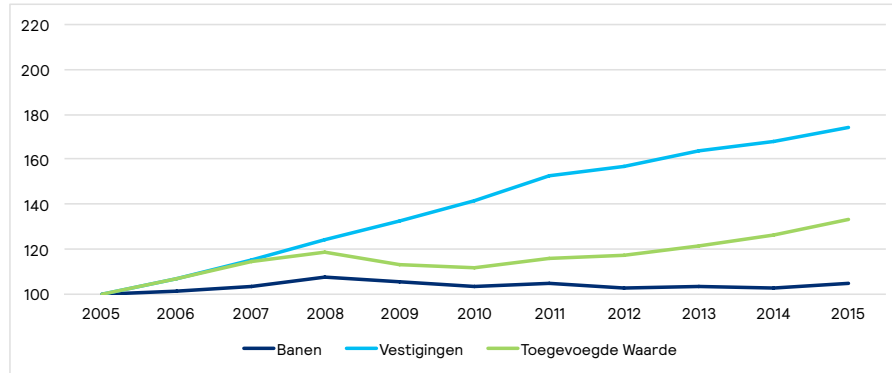
Bron: NEO Observatory, op basis van CBS en LISA 2016

De verhouding tussen de toename van het aantal bedrijfsvestigingen, het aantal banen en de gegeneerde toegevoegde waarde voor de creatieve industrie is anders dan voor de totale Nederlandse economie.

Allereerst is het aantal bedrijfsvestigingen in tien jaar tijd meer dan verdubbeld, terwijl de banentoeename ruim twintig procent is. Dat impliceert een schaalverkleining in deze sector die verder gaat dan in de gehele Nederlandse economie. Dit onderwerp wordt verder uitgediept in hoofdstuk 4. Voorts valt op dat de ontwikkeling van de toegevoegde waarde die de creatieve industrie genereert vanaf 2007 achterblijft bij de groei van het aantal banen. Dat betekent dat de productiviteit per baan sinds dat jaar afneemt, wat in 2013 resulteert in een totale toegevoegde waarde van de creatieve industrie die de waarde van 2005, nauwelijks overstijgt. De toegevoegde waarde is in 2013 gebaseerd op twintig procent meer banen dan in 2005. De creatieve industrie is arbeidsintensiever geworden in dezelfde periode dat de zzp-er opkwam. Dat feit was in de Monitor Creatieve Industrie 2014 aanleiding om aandacht te vragen voor het verdienvermogen van de creatieve industrie. Nu, twee jaar later blijkt dat er in de jaren 2013-2015 sprake is van een opwaartse beweging in de ontwikkeling van de toegevoegde waarde die de creatieve industrie genereert. Bovendien is de stijging in toegevoegde waarde groter dan die in aantal banen. Dat betekent

dat de productiviteit in de creatieve industrie zich positief ontwikkelt. De trend is positief, maar broos, en blijft nog wel achter bij de trend in bijvoorbeeld de ICT-sector. Toch is er sprake van een ontwikkeling ten goede.

Figuur 2.11 Groei van het aantal vestigingen, aantal banen, en toegevoegde waarde in de periode 2005-2015 in de ICT in Nederland (2005=100).



Bron: NEO Observatory, op basis van CBS en LISA 2016

De samenhang van ontwikkeling in bedrijfsvestigingen, banen en toegevoegde waarde is in de ICT sector anders dan in de creatieve industrie. Ze vertoont gelijkenis met die in de Nederlandse economie, met dien verstande dat de toegevoegde waarde ontwikkeling en die van het aantal bedrijfsvestigingen extremer is. ICT koppelt een relatief vlakke banenontwikkeling aan een groei van gegenereerde toegevoegde waarde die meer dan tweemaal zo groot is dan die in de gehele Nederlandse economie (vgl. Figuur 2.9). De groei van het aantal bedrijfsvestigingen in ICT bevindt zich tussen het gemiddelde voor Nederland en de creatieve industrie.

In de ICT sector is qua banen scherp aan de wind gezeild en heeft de schaalbaarheid van diensten op basis van de inzet van technologie voor een scherpe toename van toegevoegde waarde per baan gezorgd. De arbeidsproductiviteit is daardoor met meer dan dertig procent gestegen sinds 2005. Dat staat in contrast met de ontwikkeling binnen de creatieve industrie. Daar is de productiviteit juist minder dan gemiddeld toegenomen. Dat is overigens het gevolg van het feit dat lang niet in alle delen van die

sector technologie kan worden ingezet om schaalvoordelen te bereiken. Dat geldt wel voor de media- en entertainmentindustrie. Daarom neemt die subsector met het kleinste aantal banen binnen de creatieve industrie (vgl. tabel 2.1) het grootste deel van de gegenereerde toegevoegde waarde voor zijn rekening (vgl. tabel 2.6). De subsectoren kunst en cultureel erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening zijn gemiddeld arbeidsintensiever dan de media- en entertainmentindustrie. De effecten van technologische innovatie daar halen het niet bij de productiviteitswinst die behaald kan worden met de inzet van technologie in media en entertainment, laat staan bij die in de ICT sector. Bovendien lijken schaalverkleining door de inzet van freelancers en in de inzet van zelfstandigen niet bij te dragen aan de verhoging van de productiviteit. De verschillen in arbeidsproductiviteit zijn echter niet op te heffen door meer innovatie, inzet van technologie of ondernemerschap. Ze zijn in ieder geval voor een belangrijk deel eigen aan de structuur en werking van de verschillende sectoren en subsectoren binnen de creatieve industrie. Bepaalde delen van de sector vergen meer inzet van arbeid dan andere sectoren van de economie.

Tabel 2.7 Groei van banen, vestigingen, productie en toegevoegde waarde in 2005–2015 in de creatieve industrie en ICT in Nederland

Deelsector	Banen	Vestigingen	Productie	Toegevoegde
	2005–2015 (% per jaar)	2005–2015 (% per jaar)	2005–2015 (% per jaar)	waarde 2005–2015 (% per jaar)
Kunsten en cultureel erfgoed	3,5%	9,6%	1,8%	1,9%
Media en entertainmentindustrie	0,7%	6,8%	-1,2%	-1,2%
Creatieve zakelijke dienstverlening	2,7%	6,8%	0,5%	1,5%
Creatieve industrie	2,3%	7,8%	0,2%	0,6%
Diensten	1,2%	5,9%	2,7%	3,1%
Hardware	-3,0%	3,4%	2,4%	1,9%
ICT	0,5%	5,7%	2,6%	2,9%
Creatieve industrie en ICT	1,4%	7,1%	1,8%	2,0%
Totale economie	0,4%	3,5%	1,2%	1,2%

Tabel 2.7 laat zien dat de groei in toegevoegde waarde die de creatieve industrie in de periode 2005–2015 realiseert vooral het gevolg is van de banengroei en niet van groei in arbeidsproductiviteit. Die waardetoeename is echter minder dan de procentuele groei in banen wat impliceert dat de productiviteit gerekend over het gehele decennium 2005–2015 afneemt. Opvallend is dat de groei in toegevoegde waarde de toename van de productie overtreft. Dat impliceert dat het rendement op productie toeneemt. Voor het realiseren van die productie zijn echter verhoudingsgewijs meer banen nodig.

In de ICT sector liggen de zaken anders. Daar wordt met een banentoeename van 0,5 procent een productiegroei van 2,6 procent gerealiseerd, wat uitmondt een toename van toegevoegde waarde van 2,9 procent. Dat houdt in dat zowel de toegevoegde waarde per baan toeneemt, als de waardecreatie door de productie, als gevolg van de toenemende kapitaalintensiteit van de sector door investeringen. In de gehele economie is er sprake van een groei van de toegevoegde waarde per baan, het rendement op productie is stabiel.

Tabel 2.8 Groei van banen, vestigingen, productie en toegevoegde waarde in 2013–2015 in de creatieve industrie en ICT in Nederland

Deelsector	Banen	Vestigingen	Productie	Toegevoegde
	2013–2015	2013–2015	2013–2015	waarde 2013–2015
	(% per jaar)	(% per jaar)	(% per jaar)	(% per jaar)
Kunsten en cultureel erfgoed	1,9%	4,9%	5,2%	4,3%
Media en entertainmentindustrie	0,4%	3,2%	-0,5%	-0,8%
Creatieve zakelijke dienstverlening	1,7%	4,4%	2,2%	2,2%
Creatieve industrie	1,4%	4,3%	2,1%	1,8%
Diensten	1,0%	3,3%	6,0%	4,4%
Hardware	-1,3%	2,6%	3,7%	5,2%
ICT	0,6%	3,3%	5,1%	4,5%
Creatieve industrie en ICT	1,0%	4,0%	4,2%	3,5%
Totale economie	-0,4%	2,3%	2,0%	1,6%

In de laatste twee jaar van het voorbije decennium 2005–2015 manifesteren zich een aantal opmerkelijke trends. Binnen de creatieve industrie is de groei van de toegevoegde waarde groter dan de toename in het aantal banen, waardoor de productiviteit per baan groeit. Dat hebben we hiervoor al vastgesteld. Het rendement op productie neemt echter af, omdat de toegevoegde waarde minder hard groeit dan de productie. Dat geldt in het bijzonder voor kunsten en erfgoed. De waarde die gecreëerd wordt met productie blijft gelijk in de creatieve zakelijke dienstverlening. Opmerkelijk is de combinatie van banengroei in de media- en entertainmentindustrie en de terugloop in de toegevoegde waarde en productie in deze subsector. De toegevoegde waarde daalt in deze subsector sterker dan de productie. Dat betekent ook een teruglopende waardeopbrengst van de productie.

Binnen ICT is de ontwikkeling van hardware opmerkelijk. Met minder banen wordt meer productie gerealiseerd die zorgt voor een nog grotere toename aan toegevoegde waarde. ICT diensten koppelt banengroei aan een behoorlijke productiegroei en minder grote toename van toegevoegde waarde. De totale ontwikkeling van ICT lijkt sterk op die van ICT diensten omdat deze subsector het overgrote deel van de gehele sector in beslag neemt.

Voor de gehele Nederlandse economie geldt dat banenafname in de periode 2013–2015 wordt gekoppeld aan een groei van gerealiseerde productie en een minder grote toename aan toegevoegde waarde. Dat impliceert een toename van toegevoegde waarde per baan, maar een kleiner overall rendement op productie.

2.5 Conclusies

Het verhaal van de ontwikkeling van de Nederlandse creatieve industrie in het voorbije decennium is complex. De trend in werkgelegenheid in de sector in 2005 tot en met 2015 steekt positief af bij die in de totale vaderlandse economie. Het aantal banen in de sector groeit in die periode met 2,3 procent jaarlijks, waar dat voor de totale economie slechts 0,4 procent is. Binnen de sector ICT is die groei 0,5 procent. De netto banenaanwas in tien jaar in creatieve industrie is 61 duizend, in ICT ruim 13 duizend. Opvallende groeicijfers in de creatieve industrie noteren design, scheppende kunsten

en podiumkunsten. Binnen ICT groeien software en facilitaire ICT diensten fors, terwijl de drukkerijen en reproductiebedrijven veel banen inleveren. In de jaren 2013–2015 valt het groeitempo van de creatieve industrie terug naar 1,4 procent jaarlijks, maar overtreft ze nog steeds de groei in de ICT sector (0,6 procent). Voor de totale economie is in die periode sprake van een krimp van 0,4 procent. Binnen de creatieve industrie blijft de groei in de media- en entertainmentindustrie achter bij die van de andere twee deelsectoren, creatieve zakelijke dienstverlening en kunsten en cultureel erfgoed. De groei in ICT is de resultante van een positieve ontwikkeling in ICT diensten en krimp in ICT hardware. Sterke groeiers in de recente jaren binnen de creatieve industrie zijn digital design, muziekindustrie en opnieuw design. Binnen ICT zet in de recente jaren vooral de groei in facilitaire diensten door.

De enorme toename in het aantal bedrijfsvestigingen in de creatieve industrie, in het bijzonder aangejaagd door het toenemend aantal zelfstandige ondernemers, neemt in de laatste jaren van de periode 2005–2015 iets af (4,3 procent gemiddeld per jaar). Over het gehele decennium gerekend is de jaarlijkse groei echter fors met 7,8 procent. Dat vertaalt zich in een toename van het aantal bedrijfsvestigingen van ruim 76 duizend, om in 2015 uit te komen op een totaal van ruim 144 duizend. Dat is meer dan een verdubbeling in tien jaar tijd. De groei van het aantal bedrijfsvestigingen in de ICT sector is met jaarlijks gemiddeld 5,7 procent lager dan in de creatieve industrie, maar nog altijd hoger dan in de totale Nederlandse economie (3,5 procent gemiddeld per jaar). In 2015 is bijna een op de negen vestigingen in Nederland een creatieve industrie bedrijf en een op de twintig een ICT bedrijf. Het grootste deel van de banen in de creatieve industrie valt in de categorie zelfstandige ondernemers of bedrijven met twee tot en met tien banen. Daarnaast doen in de kunsten en het cultureel erfgoed en in de media- en entertainmentindustrie de grote instellingen en bedrijven qua banen ook nog een stevige duit in het zakje. In de ICT sector liggen de zaken precies andersom. Daar zijn de bedrijven met meer dan 50 banen de belangrijkste werkverschaffers en leveren de zelfstandigen als categorie bedrijven een kleiner deel van het totaal aantal banen.

De ontwikkelingen in de gerealiseerde toegevoegde waarde in de creatieve industrie en de ICT sector leveren een ander beeld op dan de ontwikkeling in het aantal banen en bedrijfsvestigingen. Toegevoegde waarde staat gelijk aan de waarde van de productie van de economie of van een sector verminderd

met de inkoopwaarde van de ingekochte goederen en diensten en is een zuivere maat om de bijdrage van een sector aan de economie vast te stellen. Op bedrijfsniveau staat de toegevoegde waarde gelijk aan dat deel van de inkomsten waar een bedrijf uiteindelijk, netto haar BTW over afdraagt. Op basis van de toegevoegde waarde wordt ook de arbeidsproductiviteit van een bedrijf of een sector berekend.

De totale toegevoegde waarde die in Nederland in 2015 wordt gerealiseerd in € 607,9 miljard. Die van de creatieve industrie is 16,8 miljard (2,8 procent van de totale economie) en die van de sector ICT 30,2 miljard (5 procent van de totale economie). De gemiddelde groei per jaar van de gerealiseerde toegevoegde waarde van de creatieve industrie is in de periode 2005–2015 0,6 procent tegen 2,9 procent voor de sector ICT en 1,2 procent voor de totale economie. Dat betekent dat de ontwikkeling van de toegevoegde waarde van de creatieve industrie achterblijft bij de algemene economische ontwikkeling in Nederland, terwijl voor de ICT sector het omgekeerde geldt. Een van de redenen daarvoor is de waardekrimp in de media- en entertainmentindustrie, -1,2 procent gemiddeld jaarlijks over 2005–2015. In de recente jaren 2013–2015 laat de creatieve industrie echter een omslag zien. Met een groei in toegevoegde waarde van 1,8 procent groeit de creatieve industrie sneller dan de totale economie, ondanks de nog immer voortdurende krimp in media en entertainment. De sector ICT groeit nog sneller dan de creatieve industrie: 4,5 procent gemiddeld per jaar.

Uit de relatie tussen de ontwikkeling van het aantal banen en bedrijfsvestigingen in een sector en de ontwikkeling van haar toegevoegde waarde kunnen conclusies over het verdienvermogen worden afgeleid. Vanaf 2008 tot en met 2013 was er in de creatieve industrie sprake van een bovengemiddelde toename van het aantal banen en een explosie van het aantal bedrijfsvestigingen. Die ging echter gepaard met een afname van de gegenereerde toegevoegde waarde. Met meer banen en aanzienlijk meer bedrijven werd jaar op jaar minder toegevoegde waarde gegenereerd. Er was sprake van een afname van het verdienvermogen van de creatieve industrie. In de periode 2013–2015 tekent zich een trendbreuk af. De gemiddelde jaarlijkse groei in toegevoegde waarde (1,6 procent) overtreft voor deze jaren het aantal banen (1,4 procent), wat betekent dat voor het eerst in jaren de arbeidsproductiviteit in de creatieve industrie is toegenomen. De groei van het aantal bedrijven in 2013–2015 is onverminderd fors, maar minder

in vergelijking met het jaarlijks gemiddelde over de gehele periode (4,3 procent tegen 7,8 procent). De ICT sector laat een heel ander beeld zien. De netto banengroei in ICT ten opzichte van het jaar 2005 is in de periode 2009–2014 lager dan de gehele economie en in 2015 nagenoeg gelijk. De groei van de toegevoegde waarde van de ICT sector is echter aanmerkelijk positiever dan in de totale economie en in de creatieve industrie. De sector genereert met aanmerkelijk minder banen en ook met minder banengroei, een aanmerkelijk hogere toegevoegde waarde dan de creatieve industrie. Een belangrijke reden voor de kracht van het verdienvermogen van ICT is terug te voeren op schaalbaarheid. Door inzet van digitale technologie stijgt de arbeidsproductiviteit. De mogelijkheden tot dat soort productiviteitsgroei zijn in de creatieve industrie minder groot. De structuur en aard van de creatieve industrie impliceren dat hij arbeidsintensiever is. Dat geldt in mindere mate voor de media- en entertainmentindustrie. Activiteiten daar zijn meer schaalbaar dan in de andere subsectoren: kunsten en cultureel erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening. Dat verklaart ook het feit dat de media- en entertainmentindustrie met het kleinste aantal banen, vergeleken met beide andere subsectoren, nog steeds de meeste toegevoegde waarde van de creatieve industrie genereert.

Monitor
creatieve
industrie
2016

46

**Creatieve
Industrie
en ICT in
Nederland**

3. Creatieve Industrie en ICT in de Stedelijke Context

Monitor
creatieve
industrie
2016

47

Creatieve
Industrie en
ICT in de
Stedelijke
Context

De creatieve industrie is een sector die doorgaans vooral floreert in de stedelijke context. De sector kent relatief veel zelfstandigen zonder personeel. Die zoeken en vinden emplooi in de creatieve netwerkeconomie die bij uitstek functioneert in de fysieke nabijheid van andere relevante partijen. Die vinden ze vaker in urbane contexten, waar ook de markt voor creatieve producten en diensten te vinden is. Het feit dat bijvoorbeeld de media- en entertainmentindustrie door digitalisering veel minder behoefte heeft aan grootschalige productiefaciliteiten is er voor verantwoordelijk dat ook de producties in die sector vaak in de stedelijke contexten plaatsvinden, daar waar het talent woont. Veel instellingen in de kunst en erfgoed sector zijn gevestigd in de steden, daar waar veel cultuurliefhebbers samenkomen. In de stedelijke milieus woont en werkt een belangrijk deel van het talent dat werkzaam is in creatieve productie.

Daarom besteden we in de kader van deze monitor aandacht aan de rol die verschillende steden spelen in de creatieve industrie en de ICT-sector. De ervaringen in dit onderzoek, maar ook in dat van anderen, is dat niet in alle steden de creatieve industrie even stevig is verankerd. Historisch gezien kennen bepaalde steden een sterke positie in de creatieve industrie of in een specialistische subsector of bedrijfstak. Amsterdam en Hilversum zijn bijvoorbeeld voor de Nederlandse creatieve industrie bijzondere steden.

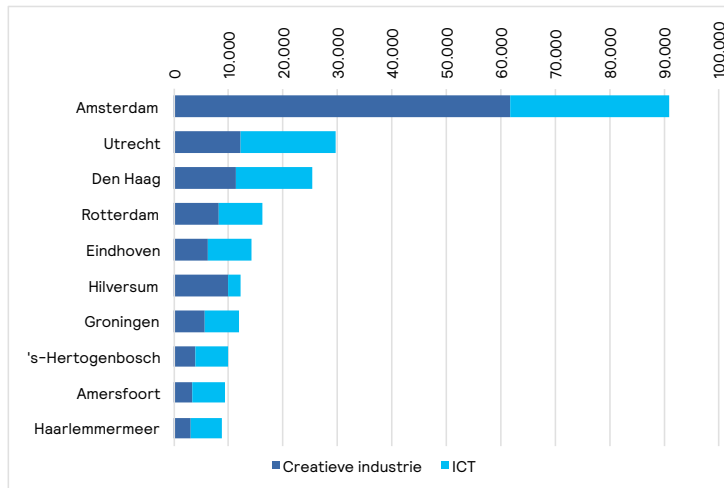
In de volgende paragraaf gaan we allereerst in op het belang van de creatieve industrie en de ICT sector in de tien Nederlandse steden die het grootste aantal banen tellen in de combinatie van beide sectoren. Daarna gaan we dieper in op de wijze waarop de creatieve industrie en de verschillende subsectoren in de steden vertegenwoordigd zijn. Bovendien onderzoeken we welke steden in welke mate gespecialiseerd zijn in bepaalde domeinen en of het belang van de onderdelen van creatieve industrie groeit of minder wordt. Daarna doen we dezelfde analyse voor de sector ICT. We sluiten af met een conclusie over creatieve industrie en ICT in de steden van Nederland¹.

3.1 Creatieve Industrie en ICT in Top 10 steden

Nederland telt zeven steden met meer dan tienduizend banen in de creatieve industrie en ICT samen. Ten opzichte van de Monitor Creatieve Industrie 2014 zijn de eerste zeven steden van de top 10 ongewijzigd. Amsterdam is veruit de belangrijkste stad in creatieve industrie en ICT in Nederland, gerekend naar het aantal banen dat de stad in huis heeft. Op afstand is Utrecht al jarenlang de tweede stad en Den Haag de derde. In 2013 werden de posities acht tot en met tien ingenomen door Amersfoort, Nijmegen en Apeldoorn. In de lijst van 2015 zien we Amersfoort terug op de negende positie voorafgegaan door nieuwkomer 's-Hertogenbosch. Haarlemmermeer is nieuw op de tiende positie.

¹) Belang, betekenis en ontwikkeling van creatieve industrie en ICT in de belangrijkste steden van Nederland wordt nader uitgewerkt in bijlage 1 van deze monitor.

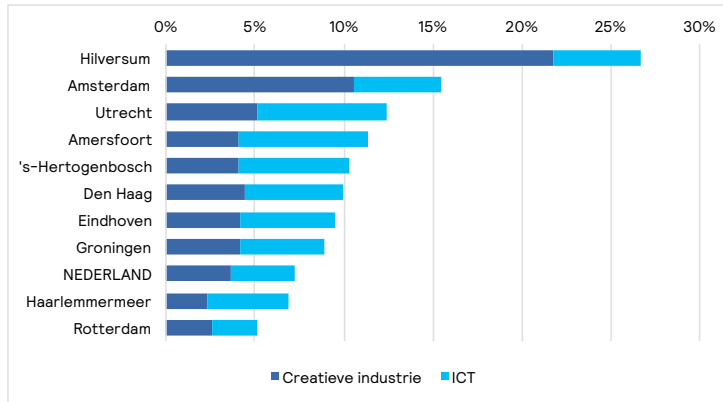
Figuur 3.1 Top 10 steden op gebied van creatieve industrie en ICT in 2015 (op basis van aantal banen).



Bron: LISA 2016

Wanneer we het relatieve belang van de creatieve industrie en ICT bekijken, aan de hand van het percentage banen in beide sectoren van de totale economie van de betreffende stad valt in het bijzonder Hilversum op. De economie van Hilversum wordt het meest van alle getypeerd door de creatieve industrie en ICT met ruim 25 procent aandeel van de gehele crossmedia sector. Daarvan valt ruim 20 procent toe aan de creatieve industrie. Daarbinnen zijn het vooral de audiovisuele media waarmee Hilversum zich afficheert als Mediastad. Het feit dat het percentage banen in creatieve industrie en ICT in Amsterdam, de grootse stedelijke economie van Nederland, ruim tweemaal zo groot is als het nationale gemiddelde geeft het belang van die sector in de hoofdstad aan. Amsterdam telt ongeveer tweemaal zoveel banen in de creatieve industrie als in de ICT sector. In veel top 10 steden houden creatieve industrie en ICT elkaar meer in evenwicht, of overheerst de ICT sector.

Figuur 3.2 Werkgelegenheidsaandeel van de creatieve industrie en ICT in 2015 in de Top 10 steden en Nederland.



Bron: LISA 2016

Acht steden uit de top 10 hebben een groter aandeel van creatieve industrie en ICT in de economie dan het Nederlands gemiddelde. Dat geldt niet voor Haarlemmermeer en Rotterdam. Dat is vooral voor Rotterdam opmerkelijk. Gezien de aantrekkingskracht die het stedelijk klimaat doorgaans heeft op de creatieve industrie zou het relatieve belang van deze sector in de Maasstad, mede met het oog op de situatie in andere grote Nederlandse steden, tweetot driemaal zo groot kunnen zijn. Haarlemmermeer is een andere kwestie. De economie van die stad wordt sterk gekleurd door haar rol als logistieke hub en de aantrekkingskracht daarvan op bepaalde typen bedrijven. Haarlemmermeer heeft niet het binnenstedelijke milieu vergelijkbaar met Amsterdam of Utrecht en scoort daarmee ondergemiddeld op creatieve industrie en ICT.

3.2 Creatieve industrie in de Top 10 steden

Behalve de stand van zaken in 2015 is de ontwikkeling van het belang van de beide sectoren in de steden een belangrijk thema. We bekijken de groei in het volledige afgelopen decennium (2005–2015) en de twee laatste jaren ervan (2013–2015).

De ontwikkeling van de creatieve industrie in de top 10 steden is positiever dan de gemiddelde ontwikkeling in heel Nederland. De gemiddelde groei in de top 10 steden in de voorbije tien jaar is 3,1 procent gemiddeld per jaar, tegen 2,3 procent in Nederland als geheel. Ook voor elk van de deelsectoren is de groei in de top 10 steden groter. Kunsten en cultureel erfgoed groeien aanmerkelijk harder in de top 10 steden, 4,4 procent jaarlijks, tegen 3,5 procent. Ook de creatieve zakelijke dienstverlening groeit harder in de top 10 steden (4,1 procent) dan in Nederland gemiddeld (2,7 procent). De media- en entertainmentindustrie groeit in de top 10 steden iets meer (0,9 procent) dan in Nederland als geheel (0,7 procent).

De belangrijkste oorzaak voor het verschil tussen de top 10 steden en het generieke Nederlandse beeld schuilt in de ontwikkeling in Amsterdam. Overduidelijk blijkt de hoofdstad in de afgelopen tien jaar een magneet voor creatieve bedrijvigheid te zijn geweest. Vanaf 2005 tot en met 2015 is het aantal banen in de Amsterdamse creatieve industrie met maar liefst 24,6 duizend toegenomen. Dat betekent een gemiddelde jaarlijkse groei van 5,2 procent per jaar. Die bovengemiddelde groei doet zich bovendien voor in alle deelsectoren van de creatieve industrie in de hoofdstad. Zij is het sterkst in kunsten en cultureel erfgoed en creatieve zakelijke diensten. De groei van de media- en entertainmentindustrie in Amsterdam blijft met 2,8 procent per jaar enigszins achter bij die van de andere deelsectoren, maar is toch substantieel. Amsterdam neemt het leeuwendeel (74,2 procent) van de groei in de creatieve industrie binnen de top 10 steden in de jaren 2005-2015 voor haar rekening. De hoofdstad is daarnaast verantwoordelijk voor 40,6 procent van de totale banengroei in Nederland in de creatieve industrie in diezelfde periode.

Tegenover de enorme groei in de hoofdstad steken de andere steden, in ieder geval voor wat betreft de toename van het aantal banen in de creatieve industrie, schril af. Ze zijn gezamenlijk verantwoordelijk voor een toename van ruim 8,5 duizend banen, ruim eenderde van de groei die Amsterdam realiseert. Daarvan neemt Utrecht met een groei van ruim 4,5 duizend in het afgelopen decennium het grootste deel voor haar rekening. Behalve in Utrecht is er ook sprake van forse groei in Amersfoort. Procentueel is de groei in Amersfoort zelfs groter dan in Amsterdam. De creatieve industrie in Eindhoven groeit iets meer dan gemiddeld (2,4 procent) wat neerkomt op een toename van 1.300 banen. In 's-Hertogenbosch, Den Haag en Groningen

draagt de creatieve industrie ook bij aan de stedelijke banengroei, al is dat iets minder dan het nationaal gemiddelde. In Hilversum en Rotterdam krimpt de creatieve industrie. Bezuinigingen bij het MCO en het vertrek van Veronica Uitgeverij naar het hoofdkantoor van SBS in Amsterdam verklaren tweederde van de krimp in de creatieve industrie in Hilversum van 2013–2015. Radio en televisie bleven stabiel. Vanuit Rotterdam vertrokken banen in persmedia naar Amsterdam. Daarnaast zien we ook dat in deze steden de kunsten en het cultureel erfgoed krimpen, mede als gevolg van cultuurbezuinigingen.

Tabel 3.1 Banengroei 2005–2015 in de drie deelsectoren van de creatieve industrie in de Top 10 steden op het gebied van creatieve industrie en ICT in Nederland.

	Kunsten en cultureel erfgoed <i>(in % per jaar)</i>	Media en entertainment industrie <i>(in % per jaar)</i>	Creatieve zakelijke dienstverlening <i>(in % per jaar)</i>	Creatieve industrie <i>(in % per jaar)</i>	Creatieve industrie <i>(in aantal)</i>
Amsterdam	6,4%	2,8%	6,3%	5,2%	24.570
Utrecht	6,0%	3,3%	4,2%	4,8%	4.540
Den Haag	1,8%	-0,2%	3,1%	1,6%	1.690
Rotterdam	-0,7%	-2,4%	0,1%	-0,9%	-740
Eindhoven	5,9%	-2,5%	2,5%	2,4%	1.300
Hilversum	-0,8%	-1,3%	1,1%	-1,1%	-1.130
Groningen	1,9%	-0,8%	2,0%	1,1%	580
's-Hertogenbosch	1,9%	0,2%	4,0%	2,2%	770
Amersfoort	7,4%	8,3%	2,9%	5,9%	1.470
Haarlemmermeer	1,3%	-1,2%	2,4%	0,2%	70
Top 10 Steden	4,4%	0,9%	4,1%	3,1%	33.120
Top 10 zonder Amsterdam	2,7%	-0,5%	2,5%	1,4%	8.550
Nederland	3,5%	0,7%	2,7%	2,3%	60.530

De ontwikkeling in de meest recente jaren (2013–2015) is in de meeste steden minder positief dan over de gehele periode 2005–2015, zoals te zien is in Amsterdam, Utrecht en 's-Hertogenbosch. Voor Groningen, Amersfoort en Haarlemmermeer geldt dat in de recente jaren sprake is van krimp, terwijl over de gehele periode gerekend juist sprake is van groei. De terugloop in banen in Rotterdam en Hilversum is in 2013–2015 procentueel hoger dan over de periode 2005–2015. Eindhoven en Den Haag onttrekken zich aan deze trend en laten juist meer procentuele groei zien.

Ondanks het feit dat de banengroei in Amsterdam in de jaren 2013–2015 minder groot is dan over het gehele decennium, is het aandeel van de hoofdstad in de totale groei van het aantal creatieve industrie banen in de top 10 steden in de jaren 2013–2015 aanzienlijk groter dan over het gehele decennium: 90,1 procent. In de nationale banengroei in de creatieve industrie in 2013–2015 is het aandeel van Amsterdam 65,7 procent. Van elke drie banen die er in de creatieve industrie in 2013–2015 in Nederland zijn bijgekomen landden er twee in Amsterdam.

Opvallend is dat in de verschillende steden tegengestelde trends zichtbaar zijn. Zo vallen de negatieve cijfers van Rotterdam, Hilversum en Groningen voor kunst en cultureel erfgoed op, waar andere steden juist een forse groei noteren, onder meer Haarlemmermeer (10,3 procent) en Amsterdam (4,1 procent). Voor de subsector media en entertainment laten meer steden krimp zien, met uitzondering van Amsterdam, Utrecht en Den Bosch. Ook voor de creatieve zakelijke dienstverlening is het beeld verre van eenduidig. Haarlemmermeer (17,7 procent) Eindhoven (6,8 procent) en Amsterdam (5,1 procent) zijn positieve uitschieters. Het tegenovergestelde geldt voor Amersfoort (-5,1 procent), Hilversum (-2,6 procent) en Rotterdam (-1,7 procent).

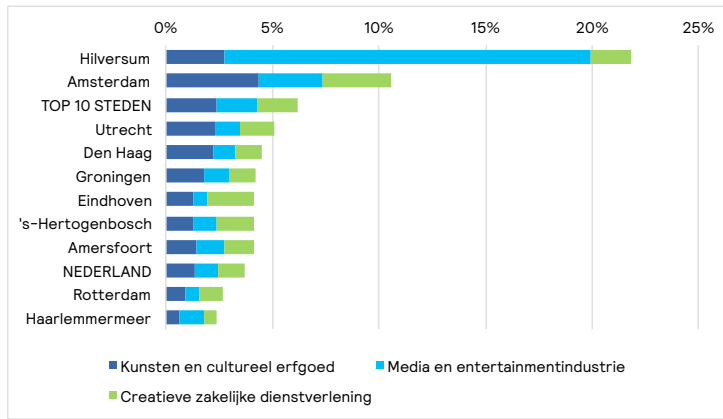
Tabel 3.2 Banengroei 2013–2015 in de drie deelsectoren van de creatieve industrie in de Top 10 steden op het gebied van creatieve industrie en ICT in Nederland.

	Kunsten en cultureel erfgoed <i>(in % per jaar)</i>	Media en entertainment industrie <i>(in % per jaar)</i>	Creatieve zakelijke dienstverlening <i>(in % per jaar)</i>	Creatieve industrie <i>(in % per jaar)</i>	Creatieve industrie <i>(in aantal)</i>
Amsterdam	5,4%	2,5%	5,1%	4,4%	5.150
Utrecht	3,5%	4,0%	0,3%	2,5%	590
Den Haag	1,4%	2,1%	3,1%	2,0%	440
Rotterdam	-4,2%	-0,9%	-1,7%	-2,4%	-410
Eindhoven	5,0%	0,4%	6,8%	5,2%	600
Hilversum	-6,4%	-0,6%	-2,6%	-1,6%	-330
Groningen	-4,4%	-4,6%	-0,2%	-3,3%	-380
's-Hertogenbosch	0,9%	0,6%	4,1%	2,1%	160
Amersfoort	4,1%	-0,4%	-5,1%	-0,6%	-40
Haarlemmermeer	10,3%	-11,9%	17,7%	-1,2%	-80
Top 10 Steden	3,1%	0,6%	3,3%	2,4%	5.710
Top 10 zonder Amsterdam	0,7%	-0,9%	1,7%	0,4%	560
Nederland	1,9%	0,4%	1,7%	1,4%	7.840

Bron: LISA 2016

Het belang van de creatieve industrie in de top 10 steden is niet alleen verschillend qua omvang en groei, maar ook voor wat betreft het relatieve belang van de sector voor de stedelijke economie. Hilversum is de mediastad van Nederland, gezien het belang van de media- en entertainmentindustrie voor de economie van de stad in het Gooi. In Amsterdam zijn alle deelsectoren van de creatieve industrie van bijzonder belang voor de hoofdstedelijke economie. Echter de positie van kunsten en cultureel erfgoed springt bijzonder in het oog. Ook Utrecht en Den Haag zijn relatief belangrijke steden voor kunsten en cultureel erfgoed. Opvallend is de belangrijke rol voor creatieve zakelijke dienstverlening in Eindhoven en in mindere mate in 's-Hertogenbosch en Utrecht.

Figuur 3.3 Werkgelegenheidsaandeel van de creatieve industrie in 2015 in Nederland en de Top 10 steden op het gebied van Creatieve Industrie en ICT.



Bron: LISA 2016

De stedelijke specialisaties binnen de creatieve industrie komen nog pregnanter naar voren wanneer we inzoomen op het belang van verschillende creatieve domeinen voor iedere stad. De domeinen zijn onderdelen van de deelsectoren zoals media- en entertainmentindustrie en kunsten en cultureel erfgoed. Voor de verschillende domeinen is een specialisatie-index berekend, op basis van het werkgelegenheidsaandeel van elk creatief domein in de economie van de stad. Wanneer een stad op een domein 100 scoort is het belang voor de stad gelijk aan het nationaal gemiddelde. Een indexscore boven de 100 duidt op specialisatie van een stad in een bepaald domein, een score lager dan 100 op ondergemiddelde aanwezigheid. Hoe hoger de score, hoe groter de specialisatie. We kijken in het bijzonder naar de scores hoger dan 150.

Figuur 3.4 Specialisatie in domeinen van de creatieve industrie in de Top 10 steden (creatieve industrie en ICT) op basis van banen (NL = 100)*.

	Amsterdam	Utrecht	Den Haag	Rotterdam	Eindhoven	Hilversum	Groningen	's-Hertogenbosch	Amersfoort	Haarlemmermeer
Kunsten en cultureel erfgoed	324	175	165	67	98	204	134	94	110	46
Podiumkunsten	401	165	157	59	114	263	128	79	123	35
Scheppende kunsten	349	177	123	52	90	145	150	122	120	13
Overig kunst en erfgoed	270	190	195	63	128	156	128	95	120	79
Cultureel erfgoed	235	169	203	109	44	269	130	73	56	69
Media en entertainmentindustrie	270	99	94	59	58	1545	107	102	116	104
Radio en televisie	252	77	67	37	24	7293	76	34	54	154
Persmedia	266	94	122	90	78	241	98	88	103	154
Film	434	161	103	73	88	878	122	64	116	76
Muziekindustrie	389	124	93	20	55	981	66	55	85	15
Boekenindustrie	339	157	65	22	45	255	258	359	456	44
Overige uitgeverijen	130	41	327	20	25	81	105	231	23	124
Live entertainment	67	34	26	32	33	43	56	80	19	14
Creative zakelijke dienstverl.	259	134	100	88	177	152	99	139	109	49
Architectuur	258	76	139	261	221	78	128	77	122	3
Design	288	143	100	58	258	135	89	110	112	71
Communicatie	250	141	93	68	144	170	98	159	106	49
Creative industrie	286	138	121	72	112	591	114	112	112	64

*) Groen duidt op sterke specialisatie, rood op een minder dan gemiddeld belang.

Bron: LISA 2016

De belangrijke rol van Amsterdam in de Nederlandse creatieve industrie komt uit deze analyse onverkort naar voren. Hiervoor werd het bijzondere belang van kunst en cultureel erfgoed in Amsterdam al gesignaleerd. Daarbinnen vormen de podiumkunsten een bijzondere specialisatie op enige afstand

gevolgd door de scheppende kunsten. Media en entertainment is ook een specialisme van de hoofdstad, met film, muziek en boekenuitgeverij als uitschieters. Binnen de creatieve zakelijke dienstverlening is design de belangrijkste specialisatie, op de voet gevolgd door communicatie en architectuur.

De stad die er als tweede uitspringt is Hilversum, waar de creatieve industrie, in het bijzonder de audiovisuele media, de economie domineert. Vooral radio en televisie, maar ook muziek en film zijn bijzondere specialisaties van Hilversum. Daaraan gelieerd is de specialisatie in communicatie als onderdeel van de creatieve zakelijke dienstverlening. Opvallend is ook de relatief sterke positie van podiumkunsten in Hilversum. De belangrijke rol voor cultureel erfgoed is op haar beurt ook weer mediagerelateerd en terug te voeren op de aanwezigheid van het Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum.

Ook de posities van Utrecht en Den Haag zijn in het bijzonder gestoeld op het grote belang van kunsten en erfgoed. Beide steden zijn gespecialiseerd in alle domeinen van deze subsector. Utrecht kent daarnaast specialisaties in film, boeken en muziek als onderdeel van de media- en entertainmentindustrie en design en communicatie binnen creatieve zakelijke dienstverlening. Voor Den Haag geldt dat voor persmedia, architectuur en de kleine categorie overige uitgeverijen.

De andere steden kennen specialisaties in enkele domeinen van een deelsector of van geïsoleerde domeinen. Voor Rotterdam is dat architectuur. Eindhoven heeft vooral een profiel op basis van creatieve dienstverlening, in het bijzonder design, architectuur en communicatie, in die volgorde. Groningen kent lichte specialisaties in de kunstdisciplines en heeft een relatief sterke positie in de boekenuitgeverij. Dat laatste geldt ook voor 's-Hertogenbosch en Amersfoort. 's-Hertogenbosch kent daarnaast een specialisatie in communicatie. Haarlemmermeer tenslotte kent specialisaties in de mediasector: radio en televisie en persmedia.

3.3 ICT in de Top 10 steden

Op dezelfde wijze waarop we hiervoor de kracht van de creatieve industrie in de steden hebben geanalyseerd, gaan we hier in op het belang en betekenis

van de ICT sector. Amsterdam laat in aantal banen over 2005–2015 de sterkste groei zien, bijna achtduizend. Daarbij valt op dat de deelsector ICT-hardware in die periode jaarlijks 3,7 procent van de banen inlevert. Dat wordt echter ruimschoots gecompenseerd door de toename van banen in ICT diensten, in het bijzonder in de facilitaire dienstverlening, zo blijkt uit nadere analyse. De overall jaarlijkse groei van 3,2 procent in de hoofdstad blijkt niet de grootste stijging binnen de top 10 steden. 's-Hertogenbosch laat zowel groei in diensten als hardware zien, resulterend in een gemiddelde jaarlijkse toename van ICT banen van 5,2 procent. Behoorlijke jaarlijkse groei valt ook te noteren in Utrecht (2,1 procent). Eindhoven, Den Haag, Hilversum en Groningen leveren het afgelopen decennium een fors aantal banen in. Rotterdam, Amersfoort en Haarlemmermeer blijven nagenoeg stabiel. Samenvattend komt dat voor alle top tien steden gezamenlijk neer op een groei in ICT van 5.650 banen, op basis van de groei in ICT diensten die de terugloop bij hardware compenseert. In de top tien crossmedia steden zonder Amsterdam, is sprake van een netto terugloop van ruim 2.250 banen.

Tabel 3.3 Banengroei 2005–2015 in de deelsectoren van de ICT in de Top 10 steden op gebied van creatieve industrie en ICT in Nederland.

	ICT-diensten (in % per jaar)	Hardware (in % per jaar)	ICT (in % per jaar)	ICT (in aantal)
Amsterdam	3,5%	-3,7%	3,2%	7.900
Utrecht	2,1%	1,4%	2,1%	3.280
Den Haag	-1,8%	0,8%	-1,5%	-2.300
Rotterdam	0,1%	0,2%	0,2%	120
Eindhoven	1,3%	-15,0%	-4,1%	-4.170
Hilversum	-1,1%	-24,0%	-4,1%	-1.160
Groningen	-1,8%	3,5%	-1,6%	-1.090
's-Hertogenbosch	5,7%	2,5%	5,2%	2.360
Amersfoort	-0,4%	8,0%	0,4%	230
Haarlemmermeer	1,8%	-5,0%	0,9%	490
Top 10 Steden	1,5%	-5,7%	0,8%	5.660
Top 10 zonder Amsterdam	1,4%	-5,9%	-0,3%	-2.240
Nederland	1,3%	-3,0%	0,6%	15.310

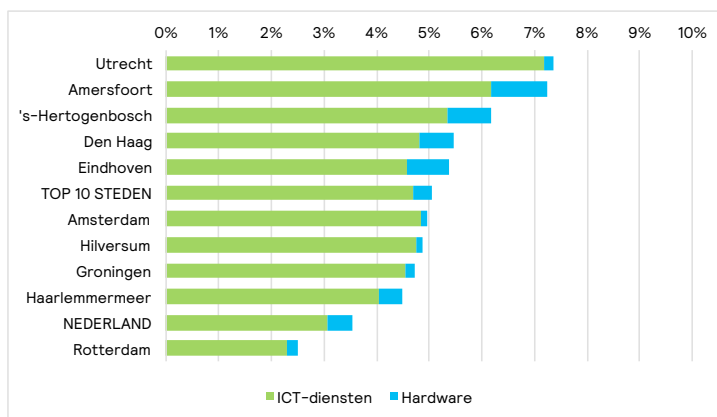
Meest opvallend in de recente jaren (2013–2015) is de sterke groei in ICT in Haarlemmermeer (8,4 procent) na jaren van krimp. Die wordt veroorzaakt door een sterke groei binnen ICT diensten. In 's-Hertogenbosch, Amsterdam en Utrecht is de groei in de laatste jaren vergelijkbaar met die over de gehele periode 2005–2015. Dat geldt ook voor de krimp in Den Haag, Eindhoven en Hilversum. De ontwikkelingen in Groningen zijn licht positief, die in Amersfoort en Rotterdam licht negatief. De ontwikkelingen in hardware hebben in de meeste steden slechts beperkte invloed op de totaalscore voor de sector ICT. In vergelijking met diensten legt hardware weinig gewicht in de schaal, het is een subsector van beperkte omvang (vgl. figuur 3.5). De sterkste procentuele krimp in hardwareactiviteiten in 2013–2015 vindt overigens plaats in Amsterdam: 35,6 procent. Hardware groeit in diezelfde jaren in Groningen, Hilversum en Den Bosch.

Tabel 3.4 Banengroei 2013–2015 in de deelsectoren van de ICT in de Top 10 steden op gebied van creatieve industrie en ICT in Nederland.

	ICT-diensten (in % per jaar)	Hardware (in % per jaar)	ICT (in % per jaar)	ICT (in aantal)
Amsterdam	5,3%	-35,6%	3,3%	1.820
Utrecht	2,0%	-0,9%	1,9%	650
Den Haag	-1,7%	-2,0%	-1,8%	-510
Rotterdam	-0,7%	-3,0%	-0,9%	-140
Eindhoven	-1,2%	-12,6%	-3,2%	-540
Hilversum	-4,3%	21,5%	-3,8%	-180
Groningen	0,4%	10,7%	0,7%	90
's-Hertogenbosch	4,8%	5,8%	5,0%	540
Amersfoort	-0,3%	-1,3%	-0,5%	-60
Haarlemmermeer	10,1%	-3,7%	8,4%	870
Top 10 Steden	4,0%	-8,6%	3,0%	2.540
Top 10 zonder Amsterdam	0,9%	-3,1%	0,5%	720
Nederland	1,7%	-1,3%	1,3%	6.940

De stedelijke specialisaties op het terrein van ICT laten een bijzondere positie voor Utrecht en Amersfoort zien, met een aandeel in de stedelijke economie van ICT van meer dan zeven procent. Utrecht heeft een vrijwel volledig dienstenprofiel, terwijl Amersfoort een relatief groot aandeel hardware in huis heeft. Den Bosch is iets minder in ICT gespecialiseerd dan beide andere steden in het midden van Nederland. Hiervoor is echter gebleken dat de Brabantse hoofdstad over de laatste tien jaar de beste procentuele groeicijfers van het land laat zien. De twee andere steden uit de crossmedia top tien die meer dan gemiddeld gespecialiseerd zijn in ICT zijn Den Haag en Eindhoven. Beide steden verliezen het afgelopen decennium relatief veel ICT banen (vgl. tabel 3.3). Dat geldt niet voor Amsterdam, waar de ICT sector juist groeit. Ondanks het feit dat het percentage ICT banen in Amsterdam kleiner is dan het gemiddelde van de top 10 crossmedia steden, heeft de hoofdstad de grootste ICT sector van het land binnen haar grenzen. Dat is uiteraard terug te voeren op de grootte van de economie van Amsterdam. Hilversum en Groningen volgen in ICT specialisatiegraad na Amsterdam en moeten beiden in het afgelopen decennium banen laten gaan. Haarlemmermeer groeit licht. De enige top tien crossmedia stad die een kleiner dan landelijk gemiddeld aandeel in ICT heeft is Rotterdam. De omvang van de sector is in Rotterdam de laatste tien jaar nauwelijks veranderd.

Figuur 3.5 Werkgelegenheidsaandeel van de ICT in 2015 in Nederland en de Top 10 steden op het gebied van creatieve industrie en ICT.



Bron: LISA 2016

Op basis van de specialisatie-indices van de verschillende domeinen binnen ICT is het mogelijk de aard van de sector in elk van de steden nader te typeren, vergelijkbaar met de wijze waarop we hiervoor de stedelijke creatieve industrie bespraken. In vergelijking met de domeinen in de creatieve industrie, zien we in de ICT domeinen een minder gevarieerd beeld in de Top 10 steden. Nagenoeg alle steden vertonen een bovengemiddelde specialisatie in software, telecommunicatie en in mindere mate facilitaire ICT-diensten, die meer geconcentreerd zijn in Utrecht en Amsterdam. Drukkerijen en ICT hardware trekken weg uit de grote steden en laten over het algemeen onderspecialisatie zien (rood of oranje in figuur 3.6). Utrecht, Amersfoort en 's-Hertogenbosch zijn het meest gespecialiseerd in ICT door concentraties van software, facilitaire ICT-diensten en telecommunicatie. Daarnaast valt in Amersfoort de bovengemiddelde aanwezigheid van drukkerijen en ICT hardware op. Den Haag dankt zijn specialisatie in ICT aan de dominante positie van telecommunicatie in de stad. Amsterdam blijkt enigszins gespecialiseerd in de drie domeinen van nieuwe diensten: telecommunicatie, software en facilitaire ICT-diensten.

Eindhoven is bijzonder sterk in software. Hilversum kent relatieve oververtegenwoordiging in telecommunicatie en facilitaire ICT diensten (vooral in dienst van de sterke mediasector), terwijl Groningen, 's-Hertogenbosch en Amersfoort specialisaties in telecommunicatie en software combineren. Haarlemmermeer is exclusief in software gespecialiseerd. Amersfoort is de enige stad waar banen in drukkerij en reproductie meer dan gemiddeld voorhanden zijn. Dat is ongetwijfeld terug te voeren op de specialisatie in de boekenindustrie in die stad (vgl. tabel 3.4). Opvallend is dat Rotterdam geen duidelijk gearticuleerde specialisatie kent. Alleen de softwarebureaus zijn licht oververtegenwoordigd.

Uit het relatief geringe aantal specialisaties in hardware kan afgeleid worden dat veel van de banen in die subsector buiten de top tien crossmedia steden te vinden zijn. Uitzonderingen zijn Amersfoort en in mindere mate Haarlemmermeer (in het bijzonder installatie, verhuur en reparatie), 's-Hertogenbosch, Eindhoven en Den Haag (vervaardiging ICT hardware).

Figuur 3.6 Specialisatie in domeinen van de ICT in de Top 10 steden op gebied van creatieve industrie en ICT (Op basis van banen, NL = 100; groen duidt op sterke specialisatie, rood op sterke onderspecialisatie).

	Amsterdam	Utrecht	Den Haag	Rotterdam	Eindhoven	Hilversum	Groningen	's-Hertogenbosch	Amersfoort	Haarlemmermeer
ICT-diensten	158	235	158	75	149	155	149	175	202	133
Drukkerijen en reproductie	56	50	72	74	105	109	114	54	135	94
Telecommunicatie	187	188	756	96	95	254	199	208	309	66
Software	141	222	67	115	221	113	168	248	258	194
Facilitaire ICT-diensten	197	312	102	28	101	185	123	122	131	98
Hardware	24	33	130	41	168	28	37	168	215	91
Vervaardiging ICT hardware	9	25	160	42	185	26	34	206	125	62
Installatie, verhuur en reparatie ICT hardware	78	63	21	38	104	35	50	36	536	199
ICT	140	207	154	70	152	138	133	174	204	127

*) Groen duidt op sterke specialisatie, rood op een minder dan gemiddeld belang.

Bron: LISA 2016

3.4 Conclusies

Een belangrijk deel van de economische activiteiten in de creatieve industrie speelt zich af in de context van de grotere steden. Dat inzicht wordt zowel door uitkomsten van internationaal als nationaal onderzoek ondersteund, en wordt ook door de resultaten van deze monitor geschraagd. Van de groei in de banen in de creatieve industrie, landen de meeste banen in de grote steden. Tegelijkertijd zien we dat niet in alle grote steden de creatieve industrie een even groot deel van de economie uitmaakt.

Neem de twee grote steden van ons land: Amsterdam en Rotterdam. In de hoofdstad is het aandeel van de creatieve industrie in de economie

ongeveer driemaal dat van het landelijk gemiddelde, waarbij vrijwel alle deelsectoren en domeinen meer dan gemiddeld vertegenwoordigd zijn. Amsterdam is bovendien de stad die in de afgelopen jaar veruit de meeste groei laat zien in de creatieve industrie. Van de totale netto banengroei in de creatieve industrie binnen de top 10 steden in creatieve industrie en ICT in de voorbije tien jaar is driekwart in Amsterdam gerealiseerd. Dat staat gelijk aan 40 procent van de banengroei in de Nederlandse creatieve industrie. De betekenis van de hoofdstad voor de Nederlandse creatieve industrie is daarmee verder toegenomen. In Rotterdam is het aandeel van de creatieve industrie, gerekend naar het aantal banen dat de bedrijven uit deze sector in huis hebben, lager dan het landelijke gemiddelde. Bovendien krimpt de creatieve industrie in de Maasstad, onder meer door een aantal bedrijfsverplaatsingen, vooral in de media-industrie, naar Amsterdam. Gezien de omvang van de Rotterdamse economie is de creatieve industrie nog immer een factor van lokale en landelijke betekenis. In de landelijke verhoudingen zou bij Rotterdam als tweede grootste stad van Nederland echter een sterkere creatieve sector passen. De enige specialisatie binnen de creatieve industrie in Rotterdam is architectuur.

Een andere stad die opvalt vanwege het belang van de creatieve industrie binnen haar grenzen is Hilversum. In het bijzonder gaat het hier om de audiovisuele industrie. Die sector is in sterke mate bepalend voor de structuur en het karakter van de Hilversumse economie. Dat de stad zich tooit met het label Hilversum Mediastad is daarom niet verwonderlijk. Andere delen van de creatieve industrie, maar ook van ICT staan in het teken van de aanwezigheid van het sterke mediacluster. Hilversum kampt, net als Rotterdam, met krimp in de creatieve industrie. Dat is onder meer terug te voeren op de aantrekkingskracht van het creatieve, grootstedelijke milieu van Amsterdam. Het aantal banen in radio en televisie in Hilversum bleef de laatste jaren stabiel. Verder is vooral Utrecht van belang als stad waar de creatieve industrie groeit. Ook Den Haag, Eindhoven en Amersfoort ontwikkelen zich positief.

Wat voor de creatieve industrie geldt, gaat in zekere mate op voor ICT. Wat overeenkomt met de situatie en ontwikkeling in creatieve industrie is de toppositie van Amsterdam in de lijst van het aantal banen in ICT. Ook is de aanwas van banen in de periode 2005-2015 binnen ICT in de hoofdstad de grootste van alle top 10 steden, gevolgd door Utrecht en 's-Hertogenbosch.

Monitor
creatieve
industrie
2016

63

Creatieve
Industrie en
ICT in de
Stedelijke
Context

Daarentegen is het relatieve belang van ICT in Amsterdam, dat is het percentage van banen in ICT bedrijven in de totale economie, lager dan het gemiddelde van alle top 10 steden. Dat is het hoogste in Utrecht, op de voet gevolgd door Amersfoort. Opvallende derde is 's-Hertogenbosch, gevolgd door Den Haag en Eindhoven. In Utrecht is de ICT sector sterk gegroeid, net als in 's-Hertogenbosch. Den Haag en Eindhoven daarentegen moeten forse veren laten. De balans van nieuwe banen en banen die verloren gingen in de Top 10 over 2005-2015 is bijna zesduizend banen. Zouden we de Amsterdamse banengroei daarin niet verdisconteren, dan resulteert een afname van ruim tweeduizend banen. De bedrijfstakken die het meest in de steden zijn vertegenwoordigd zijn telecommunicatie en software. Zeven van de tien top 10 steden zijn daarin sterk gespecialiseerd.

64

In het volgende hoofdstuk gaan we in op een aantal belangrijke trends in en rondom de creatieve industrie en ICT. Een daarvan is de opvallende en toenemende verknoping van beide sectoren die resulteert in nieuwe bedrijfstakken als gaming en digital design. Zij vormen nieuwe en kansrijke combinaties door de verbinding van creativiteit met schaalbare technologie.

4. Ontwikkelingen in de Creatieve Industrie

Monitor
creatieve
industrie
2016

65

Ontwikke-
lingen in de
Creatieve
Industrie

In de voorbije jaren manifesteren zich binnen de creatieve industrie ontwikkelingen die hier bijzondere aandacht verdienen.

De eerste trend is de voortgaande schaalverkleining in de economie die zich in versterkte mate doorzet binnen de creatieve industrie en in mindere mate in de ICT-sector. Die is binnen de creatieve industrie het gevolg van het samengaan van banengroei aan de ene kant en een nog sterkere toename van het aantal bedrijven. Die trend blijkt gepaard te gaan met een afname van de toegevoegde waarde die de sector genereert. Tegelijkertijd is er juist een kentering in de laatste twee jaar, de groei van het aantal ondernemingen vlakt af, terwijl de toegevoegde waarde een voorzichtig herstel laat zien. In dit hoofdstuk gaan we nader in op de schaalverkleining in de creatieve industrie en de sector ICT.

In het langjarig onderzoek naar de ontwikkelingen in de creatieve industrie, vanaf 2006 onder de titel Cross Media Monitor en sinds twee edities gepubliceerd als Monitor Creatieve Industrie, worden tweejaarlijks trends en ontwikkelingen in de creatieve industrie en ICT met elkaar vergeleken en in samenhang met elkaar besproken. We hebben steeds aandacht besteed aan de wijze waarop, uit de combinatie van ontwikkelingen creatieve industrie en ICT, innovaties ontstaan. Het feit dat in veel diensten en toepassingen

binnen de creatieve industrie, distributie en uitwisseling van informatie een centrale plaats innemen, impliceert het belang van vernieuwingen in ICT voor de creatieve industrie. Anderzijds zorgen innovaties in creatieve content en formats voor innovatie in ICT. Digitalisering, de catch-all aanduiding voor innovatie in ICT in de voorbije decennia, heeft de ICT sector structureel veranderd en daarmee ook vergaande implicaties gehad voor de creatieve industrie. De voorbije jaren zijn op de golven digitalisering, op het kruispunt van beide sectoren nieuwe bedrijfstakken ontstaan. Gaming en digital design zijn producten van het digitale tijdperk. We nemen ze in dit hoofdstuk nader onder de loep. Een probleem dat zich voordoet in onderzoek als het onze is dat in de gebruikte databestanden nieuwe sectoren vaak lang uit het zicht blijven. De gehanteerde categorisering om bedrijven te registreren kan het tempo van veranderingen in de economie onvoldoende bijbenen. Daardoor blijven ze vaak onder de statistische radar.

Een derde ontwikkeling betreft een accentverschuiving in de discussie over het economisch belang van de creatieve industrie. Er is in tal van publicaties en onderzoeken verwezen naar de betekenis van de creatieve industrie voor andere sectoren in de economie. Veel beleid is gericht op deze zogenaamde cross-overs: de betekenis voor bedrijven uit de creatieve industrie voor ander bedrijven in de economie. Echter, niet alleen interacties tussen creatieve bedrijven en hun opdrachtgevers zijn belangrijk. Ook de inbedding van creatieve beroepsbeoefenaren in de brede economie, buiten de creatieve industrie om, speelt een grote rol. Deze groep ingebedde creatieve professionals blijft in de Nederlandse beleidsdiscussie rond de creatieve industrie tot op heden onderbelicht. Al in 2005 werd in Nederlands onderzoek de stelling onderbouwd dat de economische impact van de creatieve industrie mogelijk meer ligt in de bevordering van innovatief vermogen van het bedrijfsleven in het algemeen dan in het economisch belang van de door de sector gecreëerde banen en toegevoegde waarde¹. Dat gebeurde op basis van de conclusie dat tweederde van de Nederlandse vormgevers niet werkt binnen de ontwerp bureaus maar in bedrijven in andere sectoren, van maakindustrie tot drukkerijen. Lang niet alle creatieven werken in bedrijven die tot de creatieve industrie gerekend worden. Daarbij komt

1) Paul Rutten, Walter Manshanden, Mhiera den Blanken & Olaf Koops (2005). Vormgeving in de creatieve economie [in opdracht van Stichting Premsele]. Delft: TNO. Zie ook: Paul Rutten, Gerard Marlet & Frank van Oort (2011). Creatieve industrie als vliegwiel [in opdracht van CCCA]. Haarlem: Paul Rutten Onderzoek.

dat niet alle banen in de creatieve industrie bezet worden door creatieve professionals. Ook binnen de creatieve industrie werkt veel support staf en in een aantal gevallen ook productiepersoneel en dienstverlenend personeel waarvan het werk, hoe relevant ook, weinig creatieve waarde toevoegt. De groep van creatieve professionals die buiten de creatieve industrie werkt speelt op dit moment nauwelijks een rol bij de strategische overwegingen die gemaakt worden in de beleidsvorming over de sector. Door naast bedrijven, ook creatieve beroepsuitoefenaren binnen en buiten de creatieve industrie in onderzoek mee te nemen, kan de waarde ervan voor sector en beleidsvorming enorm groeien. Ook voor de talrijke scholen en opleidingen waar creatief talent wordt opgeleid, kan dit soort onderzoek van grote waarde zijn. Het toevoegen van deze 'embedded creativity' aan de reeds bestaande onderzoeken naar de creatieve sector in Nederland is van grote waarde voor het begrip van de rol van creativiteit voor het innovatief vermogen van de Nederlandse economie. Dat is inmiddels in een aantal Angelsaksische landen gebeurd². De uiteindelijke ambitie is om ook in Nederland de mate van creatieve activiteit per economische sector vast te stellen aan de hand van de beroepen van mensen die werkzaam zijn in de verschillende sectoren. We gaan hier nog kort in op de bevindingen in het Angelsaksische onderzoek en doen een aantal suggesties hoe dat in Nederland gebruikt kan worden om het achterste been in onderzoek en beleidsvorming bij te trekken.

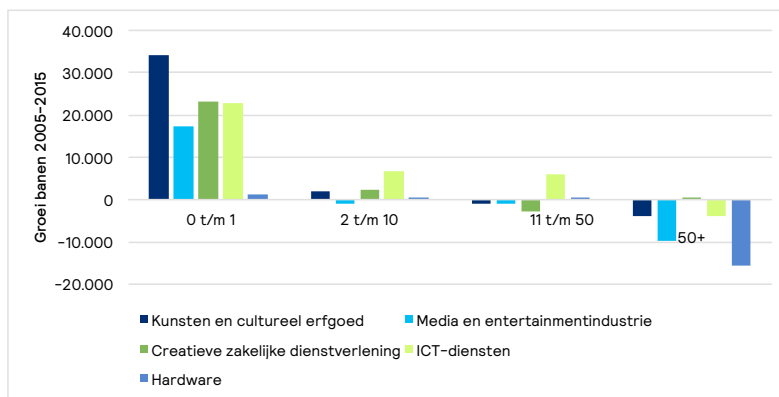
In de nu volgende paragrafen gaan we eerst in op de schaalverkleining in de creatieve industrie. Daarna gaan we in op de ontwikkeling en belang van de twee nieuwe bedrijfstakken gaming en digital design. We sluiten dit hoofdstuk af met een aantal bevindingen uit de literatuur over de betekenis van 'embedded creativity' in de creatieve economie.

2) DCMS (2011). December 2011 Creative Industries Economic Estates. London: DCMS; Bakhshi, Hasan, Alan Freeman en Peter Higgs (2013). A dynamic mapping of the UK's creative industries. London: NESTA; Bakhshi, Hasan, John Davies, Alan Freeman en Peter Higgs (2015). The geography of the UK's creative and high-tech economies. London: NESTA; Mateos-Garcia, Juan en Hasan Bakhshi (2016). The geography of creativity in the UK – creative clusters, creative people and creative networks. Londen: NESTA

4.1 Schaalverkleining

De trend van schaalverkleining in de Nederlandse economie zet onmiskenbaar door. Dat geldt in sterkere mate voor de sector ICT en in extreme mate voor de creatieve industrie. In Hoofdstuk 2 zagen we dat extreme groei van het aantal bedrijfsvestigingen in die sector, die van de banen overtreft. Die trend ging het grootste deel van het afgelopen decennium gepaard met een daling in toegevoegde waarde. De schaalverkleining impliceert daarmee een structuurverandering in de creatieve industrie die vooralsnog een negatieve impact heeft op haar verdienvermogen. Daarom gaan we in deze paragraaf dieper in op de aard van de schaalverkleining in de creatieve industrie en zetten die af tegen de algemene ontwikkelingen in de economie en de ICT-sector. We gaan na hoe de ontwikkelingen in de verschillende deelsectoren zich voltrekken. Ook kijken we naar de banenontwikkeling in de verschillende grootteklassen van bedrijven in creatieve industrie en ICT. Waar heeft in de voorbije periodes de sterkste banenontwikkeling plaatsgevonden? De ontwikkeling in de laatste jaren lichten we er uit om vast te stellen van welke trend sprake is sinds het verschijnen van de Monitor Creatieve Industrie 2014³.

Figuur 4.1 Werkgelegenheidsgroei naar grootteklasse in 2005-2015 per deelsector in de creatieve industrie en ICT in Nederland (in absolute aantallen).



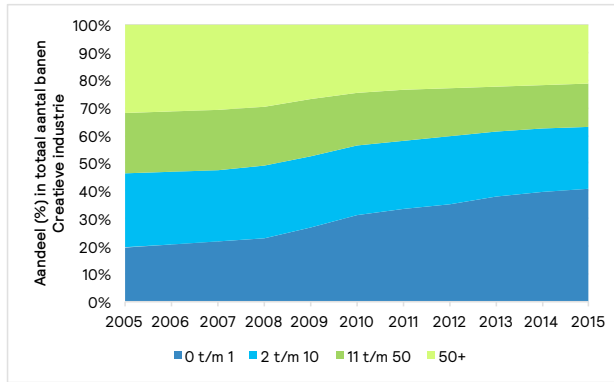
Bron: LISA 2016

3) Olaf Koops, Paul Rutten & Frank Visser (2014). Monitor Creatieve Industrie 2014. Hilversum: iMMovator Cross Media Network

De banengroei in creatieve industrie en ICT diensten vindt in de periode 2005–2015 vrijwel uitsluitend plaats in de categorie zelfstandigen. Alleen ICT diensten laat enige positieve dynamiek in de categorieën 2–10 en 11–50 banen zien. Kunsten en cultureel erfgoed, media- en entertainmentindustrie, ICT diensten en ICT hardware laten tegenover de banengroei in het kleinste segment, banenkrimp in het grootste (50+ banen) zien. Positief nieuws is dat de groei in de categorie zelfstandigen de krimp bij de grotere bedrijven en instellingen in vrijwel alle deelsectoren meer dan compenseert. Daarmee is de banengroei die in alle deelsectoren van de creatieve industrie en binnen ICT diensten is gerealiseerd vooral de resultante van de groei aan zelfstandigen en het banenverlies in vrijwel alle andere grootteklassen van bedrijven. Dat geldt echter helemaal niet voor ICT hardware. Die deelsector verliest in de periode 2005–2015 om en nabij de vijftienduizend banen bij de grotere bedrijven, maar stelt daar geen enkele groei in een andere categorie tegenover. Schaalverkleining in die deelsector is louter het resultaat van banenuitstoot bij de grote bedrijven.

In de jaren 2013–2015 zet de opkomst van zelfstandigen in de creatieve industrie en ICT in alle deelsectoren onverminderd door, met hardware als enige uitzondering. Daartegenover staat relatief minder banenverlies bij de andere categorieën ten opzichte van de lange termijn trend zoals die in figuur 4.1 is geschetst. Eerder in deze studie gaven we aan dat de uitstoot van banen bij de grotere media- en entertainmentindustrie bedrijven niet altijd een-op-een bijdraagt aan de groei bij de zelfstandigen in die deelsector. Nog afgezien van de werknemers die uittreden, worden de werkzaamheden van ex-werknemers van de media- en entertainmentindustrie die verder gaan als zelfstandige, vaak gecategoriseerd onder bijvoorbeeld kunsten en erfgoed, creatieve zakelijke dienstverlening of ICT-diensten. Dat geldt bijvoorbeeld voor freelance journalisten (scheppende kunsten), communicatieprofessionals (communicatie) en designers (vormgeving en ontwerp). Dat zou een verklaring kunnen zijn waarom de groei in de categorie zelfstandigen in de media- en entertainmentindustrie de krimp in de andere groottecategorieën van bedrijven niet of nauwelijks compenseert. Door de systematiek van registratie en dataverzameling wordt een vormgever in dienst van een mediabedrijf als een baan in de media- en entertainment geregistreerd, terwijl diezelfde vormgever als zelfstandige in opdracht van datzelfde mediabedrijf, wordt meegeteld in de creatieve zakelijke dienstverlening.

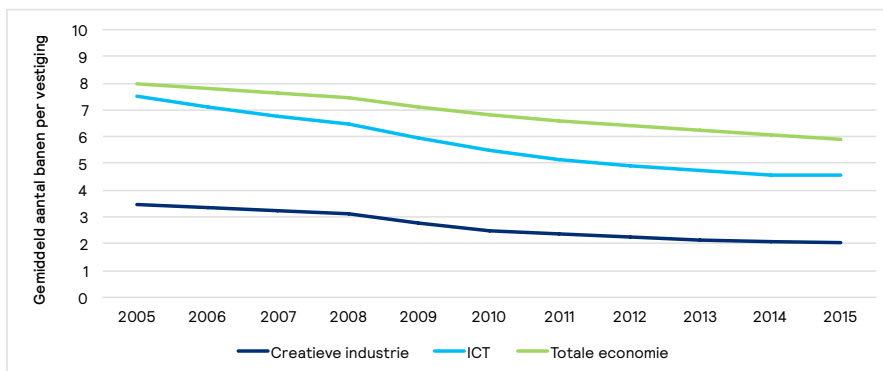
Figuur 4.2 Ontwikkeling van de werkgelegenheidsverdeling naar grootteklasse in 2005–2015 in de creatieve industrie in Nederland.



Bron: LISA 2016

Het toenemend belang van zelfstandigen binnen de creatieve industrie in Nederland wordt treffend geïllustreerd door figuur 4.2. Het percentage van de banen binnen de creatieve industrie waar deze categorie bedrijven voor verantwoordelijk is, tendeeft naar de veertig, waar dat tien jaar geleden nog ongeveer de helft, twintig procent was. Het belang van alle andere categorieën bedrijven binnen creatieve industrie is sindsdien afgenomen.

Figuur 4.3 Gemiddelde bedrijfsomvang in 2005–2015 in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Nederland.



Bron: LISA 2016

Door deze ontwikkelingen neemt de gemiddelde bedrijfsgrootte binnen zowel creatieve industrie als ICT af. De schaalverkleining is binnen de creatieve industrie het verst voortgeschreden, zowel in vergelijking met de totale economie als met ICT. Bedrijfsvestigingen binnen de creatieve industrie tellen in 2015 gemiddeld twee banen, terwijl dat er in 2005 nog om en nabij de 3,5 waren. Binnen de creatieve industrie onderscheidt de media- en entertainmentindustrie zich door een iets grotere schaal dan de andere twee deelsectoren. ICT is geëvolueerd van ruim 7,5 naar ruim 4,5. Figuur 4.3 toont dat de creatieve industrie en ICT in het voorbije tiental jaren een sterkere schaalverkleining hebben laten zien dan de totale Nederlandse economie.

Monitor
creatieve
industrie
2016

4.2 Nieuwe bedrijvigheid: gaming en digital design

71

Uit het samenkomen van creatieve industrie en ICT zijn de bedrijfstakken gaming en digital design ontstaan. De game-industrie ontwikkelt, produceert en distribueert elektronische, interactieve spellen en spelconcepten gericht op vermaak en leren. De digital design sector richt zich op de digitale uitdaging waarvoor bedrijven en instellingen zich gesteld zien vanuit een ontwerpbenadering en is in een relatief brede markt actief, met name op het terrein van digitale marketing, maar ook op het terrein van strategie en business innovation. Zowel game-industrie als digital design zijn als bedrijfstak niet in de CBS statistieken en het LISA databestand terug te vinden⁴. Beide domeinen van creatieve en digitale activiteit manifesteren zich echter wel nadrukkelijk als bedrijfstakken, onder meer met gerichte bedrijfsverenigingen en brancheorganisaties. Ook binnen het beroepsonderwijs bestaan duidelijk gearticuleerde opleidingen die zich op deze bedrijfstakken richten.

Ontwikke-
lingen in de
Creatieve
Industrie

Om grip te krijgen op de wijze waarop beide bedrijfstakken en de daarin actieve bedrijven in de statistieken zijn 'ondergedoken', hebben we op basis van de ledenlijsten van de relevante brancheorganisaties de namen van de leden bedrijven teruggezocht in de statistieken, hun huidige categorisering genoteerd en de banen waar ze verantwoordelijk voor zijn geanalyseerd. Daaruit komt dit beeld naar voren, dat eerder een onder- dan een overschatting inhoudt. Niet-leden blijven immers buiten beschouwing.

4) Er bestaat binnen de Standaard Bedrijfsindeling wel de categorie 'Uitgeverijen van computerspellen (SBI 5821), maar die dekt op geen enkele manier de economische activiteit die zich in de game-industrie afspeelt.

Tabel 4.1 laat zien dat de bedrijfstak digital design ruim tweemaal zoveel banen telt (6.978 banen) als de game-industrie (3.026 banen).

Tabel 4.1 Werkgelegenheid van digital design agencies en game-bedrijven naar (deelsector in) de creatieve industrie en ICT (2015), op basis van de officiële registratie bij de Kamer van Koophandel en LISA.

Monitor
creatieve
industrie
2016

72

Ontwikke-
lingen in de
Creatieve
Industrie

Deelsector	Digital design banen (aantal)	Digital design banen (%)	Games banen (aantal)	Games banen (%)
Kunsten en cultureel erfgoed	23	0%	42	2%
Media en entertainmentindustrie	200	3%	250	11%
Creatieve zakelijke dienstverlening	992	15%	116	5%
Creatieve industrie	1.215	18%	408	18%
Diensten	4.344	66%	1.137	51%
Hardware	0	0%	45	2%
ICT	4.344	66%	1.182	53%
Zakelijke diensten	865	13%	154	7%
Handel	145	2%	375	17%
Overig	0	0%	122	5%
Rest van de economie	1.010	15%	651	29%
Totaal	6.569	100%	2.241	100%
Niet bekend	409		785	
Totaal	6.978		3.026	

Bron: NEO Observatory, op basis van LISA/DDA/Dutch Game Garden

Voor de game-industrie geldt dat 18 procent van het totaal aantal banen in de bedrijfstak voor rekening komt van bedrijven die geregistreerd staan als creatieve industrie bedrijf, 11 procent van die bedrijven staat te boek als onderdeel van de media- en entertainmentindustrie. 53 procent staat geregistreerd als onderdeel van ICT diensten en 29 procent in een categorie buiten de creatieve industrie en ICT, in het bijzonder handel: 17 procent.

Voor digital design zijn de verhoudingen op hoofdlijnen vergelijkbaar, maar in detail verschillend. Ook 18 procent van het aantal banen in digital design komt voor rekening van bedrijven die geregistreerd staan als creatieve industrie bedrijf, echter voor hen heeft de creatieve zakelijke dienstverlening, met 15 procent daarbinnen, de overhand. Een groter deel van de digital design bedrijven is ingedeeld in de categorie ICT diensten: 66 procent. De 15 procent die te boek staat in indelingen buiten creatieve industrie en ICT is vooral geregistreerd als zakelijke dienstverlener (13 procent).

4.2.1 Gaming

Van beide nieuwkomers heeft de game-industrie de langste geschiedenis. Welke activiteiten precies tot de game-sector behoren is niet eenvoudig te bepalen. In de Games Monitor⁶, die we hier als uitgangspunt nemen, wordt uitgegaan van een strikte definitie die mede gebaseerd is op studies van de OECD⁷ naar de sector. Daar worden die bedrijven tot de game-industrie gerekend die als één van hun kernactiviteiten hebben het ontwikkelen, produceren, uitgeven, faciliteren en/of distribueren van elektronische spellen. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen entertainment games en applied of serious games. Entertainment games hebben vermaak als voornaamste doel. Bij applied games is het doel vooral om gebruikers te informeren, te laten leren of vaardigheden te trainen. Applied games worden veel toegepast in de zorg, het onderwijs, marketing en de veiligheidssector. Door de strikte definitie van de game-industrie in de Games Monitor blijven sommige belangrijke spelers op gebied van vooral applied gaming buiten beeld. Dat zijn bijvoorbeeld e-learning bedrijven, bedrijven in de reclame- en communicatiesector of binnen ICT-diensten. Zij bieden gaming vaak aan als onderdeel van een brede portfolio van diensten. Hun hoofdactiviteit ligt in een ander domein, ze hebben echter wel vaak afdelingen die zich met gaming bezighouden. Dat geldt bijvoorbeeld voor Philips dat een interne afdeling met gameontwikkelaars heeft, gericht op de ondersteuning van de producten en diensten in de gezondheidssector.

De voornoemde Games Monitor laat zien dat het aantal bedrijven in de game-industrie in de periode 2011 tot 2015 groeide van 320 naar 455. De werkgelegenheid nam toe met driehonderd banen, een bovengemiddelde

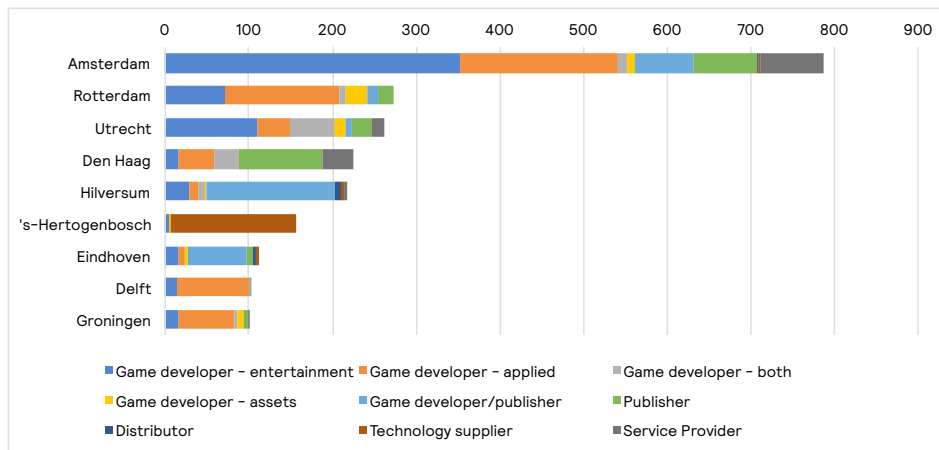
6) Dutch Game Garden (2016). Games Monitor 2015. Utrecht: Dutch Game Garden.

7) Zie onder andere OECD (2009). Guide to measuring the information society. Paris: OECD/OCDE.

toename van 2,6% per jaar. De sector telt in 2015 ruim drieduizend banen (zie ook tabel 4.1). De omzet van de Nederlandse game-industrie wordt geraamd op 155 tot 225 miljoen euro in 2015.

De dynamiek in de bedrijfstak is groot, met toetreding van veel nieuwe bedrijven maar ook met faillissementen van anderen. Op die wijze verdwenen in de periode 2011 tot en met 2015 maar liefst 110 gamebedrijven. Dat past in het beeld van een jonge, groeiende sector waar meer dan de helft van de bedrijven minder dan 5 jaar bestaat. De Nederlandse game-industrie kent in vergelijking met die in andere Europese landen, een sterke specialisatie in applied of serious games. De sterkste groei vindt in de recente jaren echter juist plaats bij kleine startende gamedevelopers binnen het entertainmentsegment. De productiviteit in de sector is, vooral door de activiteiten van enkele zeer succesvolle gamestudio's met relatief veel werknemers, relatief hoog. Het aantal gamebedrijven met meer dan 10 werknemers is in vier jaar tijd toegenomen van 56 naar 65, een teken dat er ook opschaling plaatsvindt in de Nederlandse game-industrie.

Figuur 4.4 Aantal banen in de game-industrie per stad in 2015



Bron: Dutch Game Garden (2016) – Games Monitor 2015

Ook voor de game-industrie blijkt Amsterdam veruit de belangrijkste stad te zijn, tenminste als we op het aantal banen afgaan. De stad telt bijna

achthonderd banen verspreid over 89 bedrijven. Het grootste deel van de werkgelegenheid in Amsterdam is te vinden in game-development, zowel voor entertainment- als applied gaming. 's Nederlands grootste in die categorie, Guerrilla Games huist in Amsterdam, naast andere grote spelers als Vanguard Games, Orange Games en IJsfontein. Afgaand op het relatief zwakke profiel van Rotterdam in de creatieve industrie en ICT in het algemeen, is de kracht van gaming opvallend. Met 275 banen, onderscheidt Rotterdam zich sterk in applied game-development met bedrijven als DPDK, Ranj en Vstep. Utrecht heeft veel kleine gamedevelopers die gericht zijn op entertainment games en zogenaamde independent games, dit mede onder invloed van de aanwezige incubator: Dutch Game Garden. Door een grote reorganisatie bij Spil Games neemt Mediastad Hilversum een minder prominente plaats dan voorheen in op de top 10 lijst.

4.2.2 Digital Design

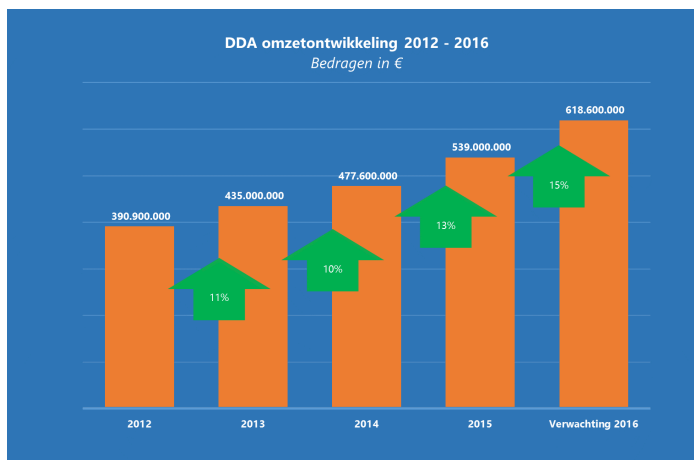
Een andere sector die met succes de verbeeldingskracht van de creatieve industrie combineert met innovatieve toepassingen van ICT technologie is digital design. Zoals de benaming van de sector al aangeeft is gaat het om de toepassing van ontwerpcompetenties in het digitale domein. Een logische combinatie die voortvloeit uit de cross mediale praktijk die in de voorbije jaren is ontstaan. De digital design sector benadert de digitale uitdaging waarvoor bedrijven en instellingen zich gesteld zien, vanuit een ontwerpbenadering en combineert die met de technologische mogelijkheden die digitalisering biedt. Vormgeven van een effectieve, digitale gebruikersomgeving is steeds vaker doorslaggevend voor zakelijke proposities die bedrijven en ook overheden ontwikkelen. De Nederlandse digital design agencies werken internationaal en bouwen in rap tempo een sterke reputatie op⁸. Net als de game-industrie bevindt deze nieuwe bedrijfstak nog onder de economisch statistische radar. Tegelijkertijd heeft hij zich in korte tijd gevestigd via een actieve brancheorganisatie, Dutch Digital Agencies (DDA) met meer dan honderd leden, en een masteropleiding aan de Hogeschool van Amsterdam, gedragen door een tiental bedrijven.

Onze eigen analyses van de bedrijfstak, die we hebben uitgevoerd door de DDA leden en gegevens over hun omvang uit de bestaande statistieken

8) Zie onder meer: 'Nieuwe generatie IT bedrijven klaagt over gebrek aan opdrachten van de overheid.'

te halen, werpen een nader licht op deze vorm van nieuwe bedrijvigheid. Om toegang te krijgen tot DDA moeten digitale bureaus een jaaromzet van tenminste € 1 miljoen realiseren. Bovendien geldt dat ze hoofdaannemer moeten zijn van tenminste een online kanaal van een opdrachtgever en minimaal actief moeten zijn in twee van de drie volgende disciplines: (1) strategie & concept (2) design & functioneel ontwerp en (3) realisatie. Dat betekent dat onze analyse niet de gehele digital design bedrijfstak beslaat, maar met de voorlopers daarin het belangrijkste deel van deze bedrijfstak afdekt. Daarnaast gebruiken we de uitkomsten van de eigen monitor van DDA die de economische ontwikkelingen in de bedrijfstak op basis van informatie van hun leden in kaart brengt. Die is in 2016 uitgevoerd door Conclusr⁹.

Figuur 4.5 Omzetontwikkeling 2012–2016 Digital Design in Nederland (op basis van gegevens DDA leden)



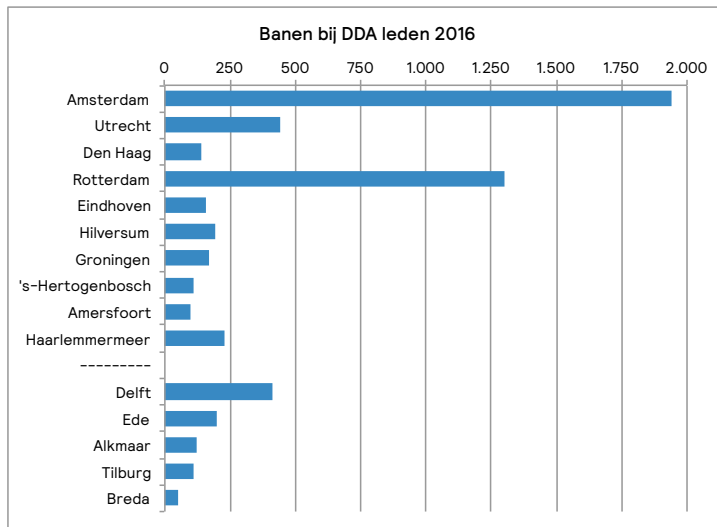
Bron: Dutch Digital Agencies / Conclusr2016

Digital design is het snelst groeiende creatieve domein van de creatieve industrie van de laatste jaren met groeicijfers boven de tien procent per jaar (vgl. tabel 2.2) In figuur 4.5 is de omzetontwikkeling van DDA bedrijven weergegeven. Daaruit blijkt dat de bedrijfstak niet alleen jaar op jaar groeit, maar het groeitempo neemt ook toe, van 10 procent in 2014, naar 13 procent

9) Dutch Digital Agencies / Conclusr Research (2016). DDA Kengetallen 2016. Amsterdam: DDA

in 2015 en een geprognosticeerde groei voor 2016 van 15 procent. In totaal zijn er meer dan 110 bedrijven lid van de branchevereniging. Veel van hen tellen inmiddels meer dan honderd werknemers, de grotere spelers zijn ook de sterkste groeiers gebleken in de afgelopen jaren. In totaal zetten ze bijna € 620 miljoen om in 2016. De werkelijke omvang van digitale design bureaus is nog groter dan hier voorgesteld, omdat kleine en niet bij de DDA aangesloten bedrijven niet zijn meegenomen in de analyse. Met de DDA leden zijn de belangrijkste actoren in deze bedrijfstak in deze analyse echter vertegenwoordigd.

Figuur 4.6 Werkgelegenheid in digital design (op basis van DDA leden) in de top 10 steden op het gebied van creatieve industrie en ICT (2015)



Bron: NEO Observatory, op basis van Dutch Digital Agencies

Ook in digital design voert Amsterdam de boventoon, met 1.940 banen. Opvallend is echter ook de belangrijke rol van Rotterdam, waar 1.300 mensen werken in digital design. Hiervoor zagen we ook al het belang van de Maasstad in de game-industrie. Dat was echter minder uitgesproken dan dat in digital design. Behalve in Utrecht (440 banen) waar de ICT sector sterk is, zijn de digital design agencies ook van bijzonder belang in Delft (410). De laatste stad is geen top 10 stad op het gebied van creatieve industrie en ICT.

maar is toch in figuur opgenomen. Samen met Rotterdam vormt Delft een interessante concentratie van digital design in Zuid-Holland.

4.3 Uitgelicht: creatieve beroepen

De derde ontwikkeling die we hier uitlichten betreft het groeiend belang van creatieve beroepsbeoefenaren in de brede economie buiten de creatieve industrie. Het is belangrijk dit mee te wegen in het debat over het economische belang van de creatieve sector in Nederland. We stelden hiervoor al vast dat niet alle creatieven werken in bedrijven die tot de creatieve industrie behoren. Daar komt nog bij dat niet alle banen in de creatieve industrie wezenlijk creatieve waarde in het productieproces toevoegen. Er zijn tal van ondersteunende beroepen, net als functies in de uitvoering en dienstverlening, die niet tot de creatieve beroepen behoren. Om de waarde van creativiteit voor de economie te kunnen bepalen is een sterkere focus op creatieve beroepsbeoefenaren nodig. Dat geldt voor het totale beleid voor de creatieve industrie. De ambitie is om ook in Nederland de mate van creatieve input per economische sector vast te stellen aan de hand van de beroepen van mensen die daarin werkzaam zijn. We preluderen hier op de mogelijke opbrengst van aanvullend onderzoek op basis van werk wat in het Verenigd Koninkrijk onder andere door NESTA¹⁰ en DCMS¹¹ is verricht. Daarin is allereerst op innovatieve wijze vastgesteld welke beroepen als creatief te boek gesteld kunnen worden. Daarna is de omvang van de het aantal creatieve beroepsbeoefenaren binnen en buiten de creatieve industrie vastgesteld. Vervolgens is gekeken naar het percentage creatieve beroepsbeoefenaren in de verschillende onderdelen van de creatieve industrie en daarbuiten. Daarna is er een geografische dimensie aan toegevoegd door na te gaan wat de hotspots zijn waar de creatieve beroepsbeoefenaren vooral hun werk doen.

In de creatieve industrie definitie gaat het om creatie van symbolische waarde¹². De hoge concentratie van deze beroepen in die sector wordt

10) Nesta staat voor National Endowment for Science Technology and the Arts en is een stichting die zich ten doel stelt innovatie te bevorderen. Ze financiert onder meer onderzoek en verkenningen, bijvoorbeeld naar de creatieve economie.

11) DCMS is het Directorate Culture, Media and Sport van de Britse nationale overheid.

12) Rutten, Paul, Walter Manshanden, Jos Muskens en Olaf Koops (2004). Creatieve industrie in Amsterdam en de regio. Delft: TNO.

daardoor verklaard. Creativiteit vormt de kern van het primaire proces van de creatieve industrie, maar speelt ook elders een belangrijke rol. Creativiteit is voor sommige bedrijfstakken zo cruciaal dat ze creatieve beroepsbeoefenaren in dienst nemen.

Het Britse onderzoeksinstituut NESTA bepaalt welke professies tot de creatieve behoren aan de hand van een vijftal criteria. Wanneer beroepen aan tenminste vier van de vijf criteria voldoen is dat volgens NESTA het geval¹³.

Box 4.1 Britse criteria voor de bepaling van creatieve beroepen (NESTA 2015)

NESTA definieert creatieve beroepen als volgt: *a role within the creative process that brings cognitive skills to bear to bring about differentiation to yield either novel, or significantly enhanced products whose final form is not fully specified in advance.*

De concrete bepaling welke beroepen daartoe gerekend worden gebeurt aan de hand van de volgende criteria:

1. Novel process – Does the role most commonly solve a problem or achieve a goal, even one that has been established by others, in novel ways? Even if a well-defined process exists which can realise a solution, is creativity exhibited at many stages of that process?
2. Mechanisation resistant – The very fact that the defining feature of the creative industries is their use of a specialised labour force shows that the creative labour force clearly contributes something for which there is no mechanical substitute.
3. Non-repetitiveness or non-uniform function – Does the transformation which the occupation effects likely vary each time it is created because of the interplay of factors, skills, creative impulse and learning?
4. Creative contribution to the value chain – Is the outcome of the occupation novel or creative irrespective of the context in which it is produced; one such context being the industry (and its standard classification) of the organisational unit that hosts or employs the role? For example, a musician working on a cruise ship (a transport industry) is still creative while a printer working within a bank is probably operating printing technology and hence would be considered mechanistic and not creative.
5. Interpretation, not mere transformation – does the role do more than merely 'shift' the service or artefacts form or place or time?

For instance, a draughtsperson/CAD technician takes an architect's series of 2D drawings and renders them into a 3D model of the building. While great skill and a degree of creative judgement are involved, arguably the bulk of the novel output is generated by the architect and not by the draughtsperson.

Bron: Bakhshi, Hasan, Alan Freeman en Peter Higgs (2013). A dynamic mapping of the UK's creative industries. London: NESTA

¹³ Bakhshi, Hasan, Alan Freeman en Peter Higgs (2013). A dynamic mapping of the UK's creative industries. London: NESTA

In het Verenigd Koninkrijk is discussie ontstaan tussen NESTA en het DCMS (Directorate Culture Media and Sports) over de status van bepaalde categorieën software engineering. NESTA rangschikt ze bij de creatieve beroepsbeoefenaren, DCMS niet. Dat heeft tot gevolg dat het aantal creatieve beroepen waar NESTA mee komt anderhalf tot twee maal zo hoog is dan dat van DCMS. Net als in Nederland blijkt ook in het Verenigd Koninkrijk de toenemende convergentie van disciplines, beroepen en bedrijfstakken conceptuele en statistische complicaties op te leveren. De NESTA definitie illustreert de logica die achter het concept cross media schuil gaat. Op het grensvlak van creatieve industrie en ICT bestaat niet alleen overlap in producten en diensten van bedrijven, maar ook in de beroepsuitoefening, wat het onderscheid tussen creatieve en ICT beroepen uitermate fuzzy maakt. Ditzelfde thema kwam in de vorige paragraaf op tafel op bedrijfstak-niveau bij de positionering van de bedrijfstakken gaming en digital design die op het breukvlak van ICT en creatieve industrie ontstaan. Ook op basis van de aanpak daar, volgen we NESTA in de brede benadering van creatieve beroepen.

Het onderzoek van NESTA en dat van DCMS wijzen echter in dezelfde richting. Er werken meer creatieve professionals buiten de creatieve industrie dan daarbinnen. 55 tot 63 procent van alle creatieve professionals werkt buiten de creatieve industrie. Binnen de creatieve industrie vormen de creatieve beroepsbeoefenaren met 53 tot 58 procent van alle werknemers daarbinnen, de meerderheid. Het meenemen van creatieve professionals bij het totaal van alle banen van de creatieve industrie vergroot de scope met 40 tot 45 procent. Soortgelijke bevindingen kwamen ook naar voren in studies naar vormgeversberoepen in Nederland. Bij interieurontwerpbureaus was het aandeel van vormgevers in het totaal aantal werknemers 55 procent en bij reclamebureaus 32 procent¹⁴. Ook blijken ontwerpsectoren goed voor ongeveer eenderde van het totaal aantal banen van vormgevers. Daarnaast werkt ruim de helft van de vormgevers bij zogenoemde 'bedrijfstakken met een herkenbare hoeveelheid vormgevers', waaronder ook delen van de creatieve industrie als uitgeverijen en architectuur.

14) Rutten, Paul, Walter Manshanden, Mhiera den Blanken en Olaf Koops (2005). *Vormgeving in de creatieve economie*.

Delft: TNO; Koops, Olaf, Walter Manshanden en Frans van der Zee (2011). *Vormgeving verder op de kaart*. Amsterdam/Delft:

Premsele/TNO.

In tabel 4.2 zijn de centrale uitkomsten van een van de NESTA onderzoeken samengevat. Als we deze resultaten vertalen naar de Nederlandse situatie, dan werken in Nederland naar schatting tussen de 150 en 250 duizend creatieve professionals buiten de creatieve industrie.

Tabel 4.2 Creatieve beroepsbeoefenaren in creatieve industrie en daarbuiten in het Verenigd Koninkrijk (gemiddelde 2011–2013)

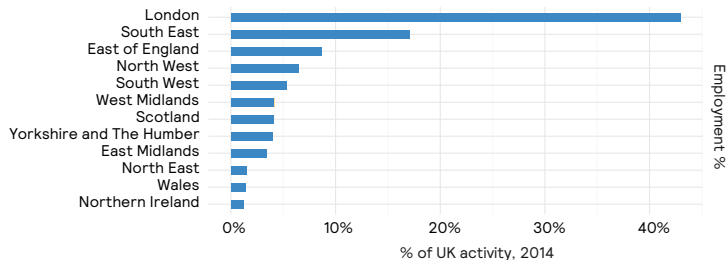
	In de creatieve industrie (aantallen x 1.000)	In andere sectoren (aantallen x 1.000)	In de totale economie (aantallen x 1.000)
Creatieve banen	866	876	1.742
Niet-creatieve banen	782	27.719	28.500
Alle beroepen	1.648	28.595	30.234

Bron: Bakhshi, Hasan, John Davies, Alan Freeman en Peter Higgs (2015). The geography of the UK's creative and high-tech economies. London: NESTA

Binnen de creatieve industrie varieert het percentage werknemers dat in creatieve beroepen werkt aanzienlijk. In 2011 kwam het DCMS op basis van een beperkte definitie van creatieve beroepen, grotendeels zonder de ICT banen zoals hiervoor aangegeven, tot een schatting van het percentage creatieve banen in deelsectoren en bedrijfstakken. Het hoogst is de score op creatieve banen binnen de kunsten (74 procent). Daarnaast valt op dat binnen de bedrijfstakken die tot creatieve zakelijke dienstverlening behoren ook relatief hoog gescoord wordt: architectuur (65 procent), design (57 procent) en modeontwerp (56 procent). Ook binnen radio en televisie productie is het aantal mensen met een creatief beroep, met 64 procent, relatief hoog.

82

Figuur 4.7 Creatieve werkgelegenheid in Britse regio's (Nesta 2016)



Bron: Mateos-Garcia, Juan en Hasan Bakhshi (2016). The geography of creativity in the UK – creative clusters, creative people and creative networks. Londen:

Wat in figuur 4.7 opvalt aan de Britse situatie is dat de hoofdstad London, met afstand het hoogste percentage creatieve beroepsbeoefenaren kent. Gevolgd door South East en East of England. De hoofdstad is ook de stad met relatief de meeste banen in de creatieve industrie. Dat leidt tot de voorlopige conclusie dat in de steden en regio's waar het aantal banen in de creatieve industrie het hoogst is, ook de meeste creatieve banen in de bedrijven buiten de creatieve industrie zijn ingebed.

De wijze waarop de ingebedde creativiteit in de brede economie zich verhoudt tot de werkgelegenheid in de creatieve industrie en de deelsectoren en bedrijfstakken daarbinnen, verdient ook aandacht in het Nederlandse beleidsonderzoek rond de creatieve industrie. Op die wijze kan beleid gericht op het benutten van de hefboom van creativiteit voor samenleving en cultuur beter gericht en onderbouwd worden. Een te nauwe focus op de (top)sector creatieve industrie leidt tot het missen van kansen die juist buiten die specifieke sector liggen. De impact en waardecreatie van een groep van naar schatting 150 tot 250 duizend ingebedde creatieve professionals buiten de creatieve industrie blijft nu buiten beeld. Ook voor de human capital agenda en het loopbaanperspectief van creatieve opleidingen levert dit interessante inzichten op. Opleidingen die creatieve professionals afleveren voor de samenleving krijgen met dit voorgestelde beleidsonderzoek informatie die hen in staat stelt hun curriculum beter op de praktijk af te stemmen. Veel studenten die worden opgeleid voor een creatieve professie zullen nu en in de toekomst werkzaam zijn buiten de creatieve industrie

en daar intensief samenwerken in multidisciplinaire teams. Dat vraagt om vaardigheden waarvoor in die opleidingen nu niet specifiek aandacht is omdat werksituaties buiten de creatieve industrie onvoldoende in beeld zijn.

4.4 Conclusies

In dit hoofdstuk zijn we nader ingegaan op drie ontwikkelingen die de structuur van de sector momenteel grondig veranderen: schaalverkleining, opkomst van nieuwe bedrijvigheid en het belang van creatieve beroepen. Samen met de afkalving van het verdienvermogen, dat in hoofdstuk 2 van deze studie aan de orde kwam, hebben deze trends onmiskenbare gevolgen voor de sector, de bedrijven die daarin actief zijn, en de resultaten van beleid dat met en door de overheid wordt ontwikkeld.

In eerdere edities van deze Monitor hebben we al gewezen op de consequenties van de verkrumpling van de sector die leidt tot wat ook wel de creatieve netwerkeconomie wordt genoemd. Het verlies van verdienvermogen van de creatieve industrie, waar dat mee gepaard gaat, kan mogelijk gecounterd worden door de ontwikkeling van andere businessmodellen die meer dan voorheen geënt zijn op samenwerking. De synergie tussen creatieve industrie en ICT leidt heeft geleid tot de game-industrie en meer recent de zogenaamde digital agencies. Dit betreft nieuwe vormen van bedrijvigheid die creatief vermogen koppelen aan schaalbaarheid en mogelijk ook aan een sterke internationale positie van de Nederlandse creatieve sector, zoals recente voorbeelden aantonen. De relevantie daarvan staat buiten kijf. Tenslotte kan meer aandacht voor 'embedded creativity' leiden tot een nieuwe fase in het denken over de kracht van de Nederlandse creatieve economie. Door niet alleen te focussen op de cross-over potentie van bedrijven uit de creatieve industrie, maar ook op de 'creativity inside', creativiteit binnen bedrijven in de gehele economie, kan de effectiviteit van beleid gericht op de creatieve industrie aan kracht winnen.

Tegelijkertijd is dit hoofdstuk een pleidooi voor additioneel onderzoek, om genoemde ontwikkelingen scherper in kaart te krijgen. Dat geldt in het bijzonder voor de omvang, rol en betekenis van de creatieve beroepen in de brede economie, om ook de creativiteit buiten de bedrijven die tot de creatieve industrie horen op waarde te schatten. Ook is duidelijk geworden dat onderzoek louter op basis van bestaande statistieken met de daarin

gehanteerde indelingen van bedrijfstakken en sectoren, onvoldoende is om de snelle dynamiek van de creatieve industrie, vooral waar die in interactie is met de ICT sector, goed te monitoren. Een opvallend gegeven waar we op stuiten is dat in weerwil van de minder positieve ontwikkelingen in het Rotterdamse voor wat de creatieve industrie in het algemeen betreft, de Maasstad wel positief opvalt in de presentie van de relatief nieuwe bedrijfstakken: digital design en gaming.

Om de dynamiek in de creatieve economie beter in de vingers te krijgen is meer toegespitst onderzoek nodig. Naar de geconstateerde schaalverkleining, naar digital agencies en gaming, en naar creatieve beroepen versus creatieve bedrijven. Aanzetten daartoe zijn in dit en vorige hoofdstukken gegeven.

Bijlage 1

- 1 AMSTERDAM
- 2 UTRECHT
- 3 DEN HAAG
- 4 ROTTERDAM
- 5 EINDHOVEN
- 6 HILVERSUM
- 9 AMERSFOORT
- 14 ARNHEM

Monitor
creatieve
industrie
2016

85

Bijlage 1

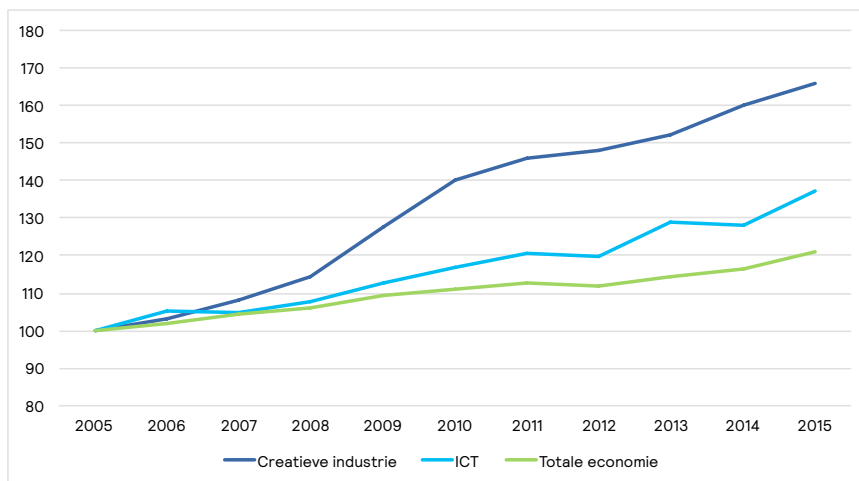
1 AMSTERDAM

Figuur B.1 Banengroei in de periode 2005–2015 in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Amsterdam (2005=100).

Monitor
creatieve
industrie
2016

86

Bijlage 1



Bron: LISA 2016

Tabel B.1 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Amsterdam in 2015

Amsterdam	Banen Vestigingsgr		Groei		Groei		Groei Specialisatie
	2015 (aantal)	2015 (gemiddeld)	2005-2015 (in aantal)	2005-2015 (in % per jr)	2013-2015 (in aantal)	2013-2015 (in % per jr)	2015 (NL=100)
Kunsten en cultureel erfgoed	25.460	1,7	11.740	6,4%	2.520	5,4%	324
Podiumkunsten	9.180	1,8	4.370	6,7%	700	4,0%	401
Scheppende kunsten	7.860	1,1	6.540	19,5%	1.090	7,7%	349
Overig kunst en erfgoed	5.090	1,8	1.360	3,2%	340	3,5%	270
Cultureel erfgoed	3.340	20,2	-530	-1,5%	390	6,5%	235
Media en entertainmentindustrie	17.580	2,2	4.230	2,8%	850	2,5%	270
Radio en televisie	2.810	2,1	1.030	4,7%	300	5,9%	252
Persmedia	6.330	2,2	770	1,3%	-230	-1,8%	266
Film	4.520	1,7	1.850	5,4%	370	4,4%	434
Muziekindustrie	920	1,9	540	9,3%	370	29,5%	389
Boekenindustrie	2.160	5,7	-270	-1,2%	-20	-0,4%	339
Overige uitgeverijen	200	3,7	-40	-1,8%	70	22,0%	130
Live entertainment	640	1,4	370	9,0%	-10	-1,0%	67
Creative zakelijke dienstverlening	18.770	2,0	8.610	6,3%	1.780	5,1%	259
Architectuur	2.160	2,3	570	3,1%	-10	-0,2%	258
Design	4.370	1,4	3.120	13,4%	970	13,3%	288
Communicatie	12.240	2,3	4.920	5,3%	820	3,5%	250
Creative industrie	61.810	1,9	24.570	5,2%	5.150	4,4%	286
ICT-diensten	28.360	4,1	8.210	3,5%	2.800	5,3%	158
Drukkerijen en reproductie	1.020	4,3	-1.360	-8,1%	-210	-8,8%	56
Telecommunicatie	3.720	16,6	-1.830	-3,9%	-1.600	-16,4%	187
Software	10.190	3,1	4.650	6,3%	1.380	7,5%	141
Facilitaire ICT-diensten	13.430	4,4	6.760	7,2%	3.230	14,7%	197
Hardware	700	3,4	-320	-3,7%	-980	-35,6%	24
Vervaardiging ICT hardware	210	3,0	-600	-12,7%	-940	-57,4%	9
Instal., verhuur en reparatie ICT hardware	490	3,7	290	9,3%	-40	-4,1%	78
ICT	29.060	4,1	7.900	3,2%	1.820	3,3%	140
Creative industrie en ICT	90.860	2,3	32.470	4,5%	6.970	4,1%	214
Totale economie	586.210	4,6	101.230	1,9%	31.480	2,8%	100

Monitor
creatieve
industrie
2016

87

Bijlage 1

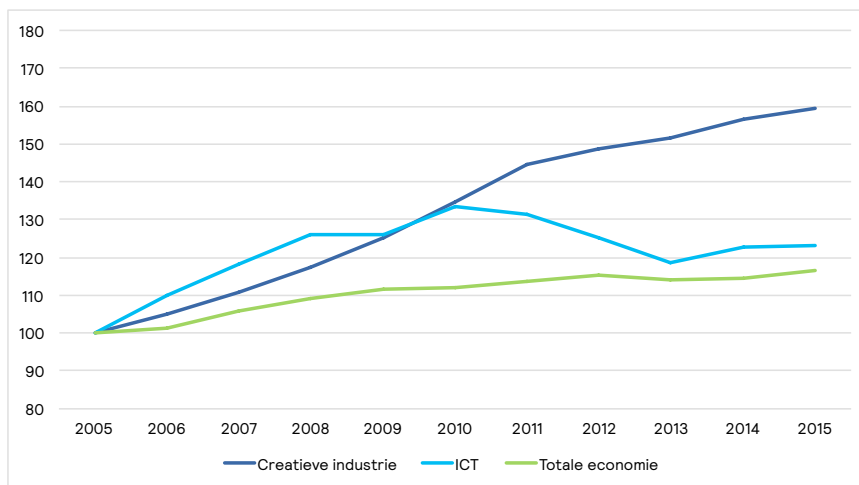
2 UTRECHT

Figuur B.2 Banengroei in de periode 2005-2015 in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Utrecht (2005=100).

Monitor
creatieve
industrie
2016

88

Bijlage 2



Bron: LISA 2016

Tabel B.2 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Utrecht in 2015

Utrecht	Banen	Vestigingsgr	Groei	Groei	Groei	Groei	Specialisatie
	2015 (aantal)	2015 (gemiddeld)	2005-2015 (in aantal)	2005-2015 (in % per jr)	2013-2015 (in aantal)	2013-2015 (in % per jr)	2015 (NL=100)
Kunsten en cultureel erfgoed	5.590	1,7	2.470	6,0%	370	3,5%	175
Podiumkunsten	1.540	1,4	790	7,4%	70	2,3%	165
Scheppende kunsten	1.620	1,0	1.080	11,6%	230	7,9%	177
Overig kunst en erfgoed	1.460	2,1	500	4,3%	60	2,3%	190
Cultureel erfgoed	980	32,5	100	1,1%	10	0,6%	169
Media en entertainmentindustrie	2.630	1,6	730	3,3%	200	4,0%	99
Radio en televisie	350	1,6	160	6,2%	50	7,9%	77
Persmedia	910	1,4	310	4,2%	100	5,9%	94
Film	680	1,5	290	5,6%	30	2,1%	161
Muziekindustrie	120	1,5	70	9,5%	20	8,0%	124
Boekenindustrie	410	4,6	-180	-3,6%	0	-0,5%	157
Overige uitgeverijen	30	1,6	20	17,9%	10	20,2%	41
Live entertainment	130	1,3	60	6,6%	0	0,8%	34
Creative zakelijke dienstverlening	3.960	1,8	1.340	4,2%	20	0,3%	134
Architectuur	260	1,6	50	2,1%	0	-0,6%	76
Design	880	1,1	670	15,3%	290	22,2%	143
Communicatie	2.820	2,2	620	2,5%	-270	-4,4%	141
Creative industrie	12.180	1,7	4.540	4,8%	590	2,5%	138
ICT-diensten	17.160	6,8	3.230	2,1%	650	2,0%	235
Drukkerijen en reproductie	370	3,7	-660	-9,8%	20	2,5%	50
Telecommunicatie	1.530	23,9	-410	-2,3%	-40	-1,4%	188
Software	6.570	5,5	2.500	4,9%	500	4,1%	222
Facilitaire ICT-diensten	8.690	7,6	1.800	2,4%	170	1,0%	312
Hardware	380	4,8	50	1,4%	-10	-0,9%	33
Vervaardiging ICT hardware	220	8,9	-50	-1,9%	-30	-6,1%	25
Instal., verhuur en reparatie ICT hardware	160	2,9	100	10,2%	20	8,1%	63
ICT	17.540	6,8	3.280	2,1%	650	1,9%	207
Creative industrie en ICT	29.720	3,0	7.820	3,1%	1.240	2,2%	172
Totale economie	238.850	6,9	34.090	1,6%	5.660	1,2%	100

Monitor
creatieve
industrie
2016

89

Bijlage 2

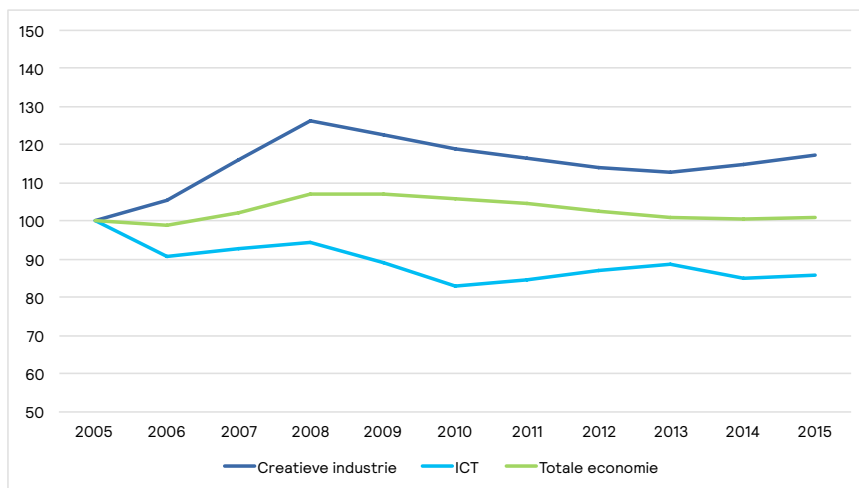
3 DEN HAAG

Figuur B.3 Banengroei in de periode 2005-2015 in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Den Haag (2005=100).

Monitor
creatieve
industrie
2016

90

Bijlage 2



Bron: LISA 2016

Tabel B.3 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Den Haag in 2015

Den Haag	Banen	Vestigingsgr	Groei	Groei	Groei	Groei	Specialisatie
	2015 (aantal)	2015 (gemiddeld)	2005-2015 (in aantal)	2005-2015 (in % per jr)	2013-2015 (in aantal)	2013-2015 (in % per jr)	2015 (NL=100)
Kunsten en cultureel erfgoed	5.600	2,2	920	1,8%	150	1,4%	165
Podiumkunsten	1.560	1,7	520	4,2%	90	3,0%	157
Scheppende kunsten	1.200	1,1	210	1,9%	60	2,6%	123
Overig kunst en erfgoed	1.600	3,5	350	2,5%	80	2,6%	195
Cultureel erfgoed	1.250	27,2	-150	-1,1%	-80	-2,9%	203
Media en entertainmentindustrie	2.640	2,6	-50	-0,2%	110	2,1%	94
Radio en televisie	320	3,3	10	0,2%	-10	-2,1%	67
Persmedia	1.250	2,3	-100	-0,8%	-90	-3,4%	122
Film	470	2,6	160	4,4%	30	2,9%	103
Muziekindustrie	100	1,3	70	14,3%	20	11,8%	93
Boekenindustrie	180	4,0	-240	-8,1%	-20	-4,7%	65
Overige uitgeverijen	220	12,4	100	5,7%	180	130,4%	327
Live entertainment	110	2,0	-50	-4,0%	0	0,5%	26
Creatieve zakelijke dienstverlening	3.130	1,8	820	3,1%	180	3,1%	100
Architectuur	510	2,1	-140	-2,5%	-40	-3,4%	139
Design	660	1,2	480	14,1%	130	11,3%	100
Communicatie	1.970	2,1	480	2,9%	90	2,5%	93
Creatieve industrie	11.380	2,2	1.690	1,6%	440	2,0%	121
ICT-diensten	12.240	6,6	-2.430	-1,8%	-440	-1,7%	158
Drukkerijen en reproductie	570	5,7	-390	-5,1%	-130	-9,9%	72
Telecommunicatie	6.520	125,4	-3.200	-3,9%	-670	-4,8%	756
Software	2.120	3,0	470	2,6%	190	4,9%	67
Facilitaire ICT-diensten	3.030	3,0	680	2,6%	170	3,0%	102
Hardware	1.610	26,4	130	0,8%	-70	-2,0%	130
Vervaardiging ICT hardware	1.550	73,9	80	0,5%	-80	-2,5%	160
Instal., verhuur en reparatie ICT hardware	60	1,4	50	20,3%	10	12,5%	21
ICT	13.850	7,2	-2.300	-1,5%	-510	-1,8%	154
Creatieve industrie en ICT	25.230	3,5	-610	-0,2%	-60	-0,1%	137
Totale economie	254.140	6,2	2.090	0,1%	40	0,0%	100

Monitor
creatieve
industrie
2016

91

Bijlage 2

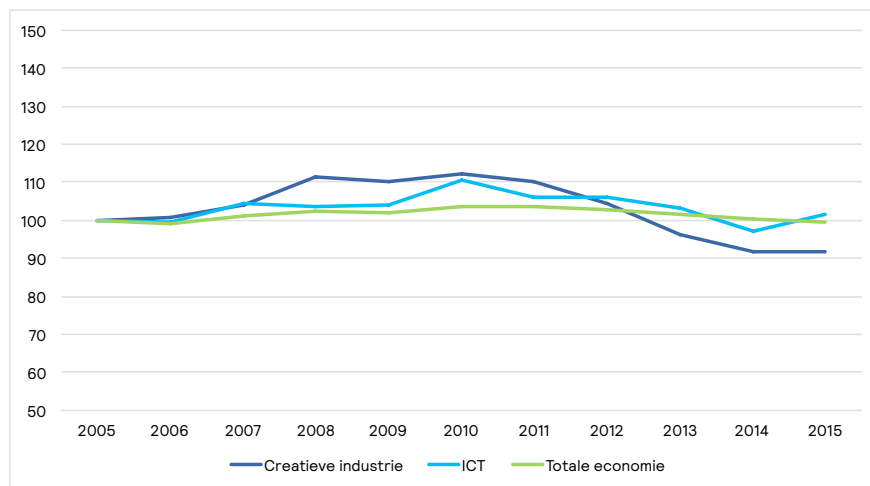
4 ROTTERDAM

Figuur B.4 Banengroei in de periode 2005-2015 in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Rotterdam (2005=100).

Monitor
creatieve
industrie
2016

92

Bijlage 2



Bron: LISA 2016

Tabel B.4 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Rotterdam in 2015

Rotterdam	Banen	Vestigingsgr	Groei	Groei	Groei	Groei	Specialisatie
	2015 (aantal)	2015 (gemiddeld)	2005-2015 (in aantal)	2005-2015 (in % per jr)	2013-2015 (in aantal)	2013-2015 (in % per jr)	2015 (NL=100)
Kunsten en cultureel erfgoed	2.810	3,5	-200	-0,7%	-250	-4,2%	67
Podiumkunsten	730	7,4	70	1,1%	40	2,7%	59
Scheppende kunsten	620	1,4	260	5,5%	30	2,1%	52
Overig kunst en erfgoed	630	2,9	-270	-3,5%	-150	-9,9%	63
Cultureel erfgoed	830	23,0	-260	-2,7%	-170	-9,0%	109
Media en entertainmentindustrie	2.060	3,7	-580	-2,4%	-40	-0,9%	59
Radio en televisie	220	4,5	-30	-1,1%	-10	-2,0%	37
Persmedia	1.150	4,4	-510	-3,6%	-20	-0,9%	90
Film	410	2,9	50	1,3%	0	0,2%	73
Muziekindustrie	30	1,5	20	10,8%	0	-1,9%	20
Boekenindustrie	80	1,9	-40	-3,8%	0	0,7%	22
Overige uitgeverijen	20	2,8	-40	-10,7%	-10	-12,1%	20
Live entertainment	160	4,9	-30	-1,8%	0	-1,2%	32
Creatieve zakelijke dienstverlening	3.410	3,0	30	0,1%	-120	-1,7%	88
Architectuur	1.170	4,0	-30	-0,2%	-100	-3,9%	261
Design	470	1,4	310	11,4%	20	1,6%	58
Communicatie	1.770	3,5	-250	-1,3%	-30	-0,9%	68
Creatieve industrie	8.280	3,3	-740	-0,9%	-410	-2,4%	72
ICT-diensten	7.200	7,8	110	0,1%	-100	-0,7%	75
Drukkerijen en reproductie	720	7,8	-420	-4,5%	0	0,1%	74
Telecommunicatie	1.020	12,3	-480	-3,8%	120	6,6%	96
Software	4.450	8,4	370	0,9%	-310	-3,3%	115
Facilitaire ICT-diensten	1.010	4,5	640	10,5%	90	4,5%	28
Hardware	630	10,3	10	0,2%	-40	-3,0%	41
Vervaardiging ICT hardware	500	16,8	-90	-1,6%	-50	-4,8%	42
Instal., verhuur en reparatie ICT hardware	130	4,0	100	16,1%	10	5,2%	38
ICT	7.830	7,9	120	0,2%	-140	-0,9%	70
Creatieve industrie en ICT	16.110	4,6	-620	-0,4%	-550	-1,6%	71
Totale economie	313.840	12,4	-1.930	-0,1%	-6.940	-1,1%	100

Monitor
creatieve
industrie
2016

93

Bijlage 2

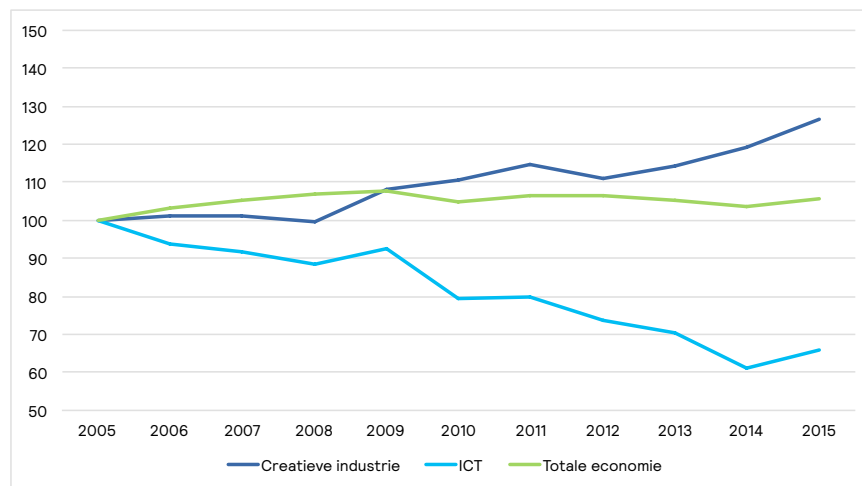
5 EINDHOVEN

Figuur B.5 Banengroei in de periode 2005-2015 in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Eindhoven (2005=100).

Monitor
creatieve
industrie
2016

94

Bijlage 2



Bron: LISA 2016

Tabel B.5 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Eindhoven in 2015

Eindhoven	Banen	Vestigingsgr	Groei	Groei	Groei	Groei	Specialisatie
	2015 (aantal)	2015 (gemiddeld)	2005-2015 (in aantal)	2005-2015 (in % per jr)	2013-2015 (in aantal)	2013-2015 (in % per jr)	2015 (NL=100)
Kunsten en cultureel erfgoed	1.960	2,0	850	5,9%	180	5,0%	98
Podiumkunsten	670	2,4	240	4,6%	20	1,6%	114
Scheppende kunsten	520	1,1	390	15,0%	30	2,8%	90
Overig kunst en erfgoed	620	3,1	250	5,4%	130	12,9%	128
Cultureel erfgoed	160	26,7	-30	-1,7%	0	-0,3%	44
Media en entertainmentindustrie	980	1,7	-280	-2,5%	10	0,4%	58
Radio en televisie	70	1,4	30	7,2%	0	0,7%	24
Persmedia	470	1,6	-310	-4,9%	30	3,2%	78
Film	240	2,6	90	5,2%	50	11,4%	88
Muziekindustrie	30	1,2	10	3,7%	0	0,0%	55
Boekenindustrie	70	2,1	-80	-7,2%	-70	-28,3%	45
Overige uitgeverijen	10	1,3	-20	-8,8%	0	-15,5%	25
Live entertainment	80	1,1	-10	-1,3%	10	3,9%	33
Creatieve zakelijke dienstverlening	3.290	2,1	720	2,5%	410	6,8%	177
Architectuur	480	2,6	250	7,7%	170	25,0%	221
Design	1.000	1,4	890	24,4%	300	19,8%	258
Communicatie	1.810	2,7	-410	-2,0%	-70	-1,8%	144
Creatieve industrie	6.220	2,0	1.300	2,4%	600	5,2%	112
ICT-diensten	6.850	5,0	810	1,3%	-160	-1,2%	149
Drukkerijen en reproductie	490	9,1	-380	-5,6%	-10	-1,2%	105
Telecommunicatie	480	17,2	50	1,0%	0	-0,4%	95
Software	4.100	5,2	440	1,1%	-330	-3,7%	221
Facilitaire ICT-diensten	1.770	3,7	710	5,2%	180	5,4%	101
Hardware	1.230	12,9	-4.980	-15,0%	-380	-12,6%	168
Vervaardiging ICT hardware	1.060	20,4	-5.040	-16,1%	-420	-15,4%	185
Instal., verhuur en reparatie ICT hardware	170	3,9	60	4,7%	40	15,2%	104
ICT	8.070	5,5	-4.170	-4,1%	-540	-3,2%	152
Creatieve industrie en ICT	14.300	3,1	-2.870	-1,8%	50	0,2%	132
Totale economie	150.190	7,6	8.130	0,6%	530	0,2%	100

Monitor
creatieve
industrie
2016

95

Bijlage 2

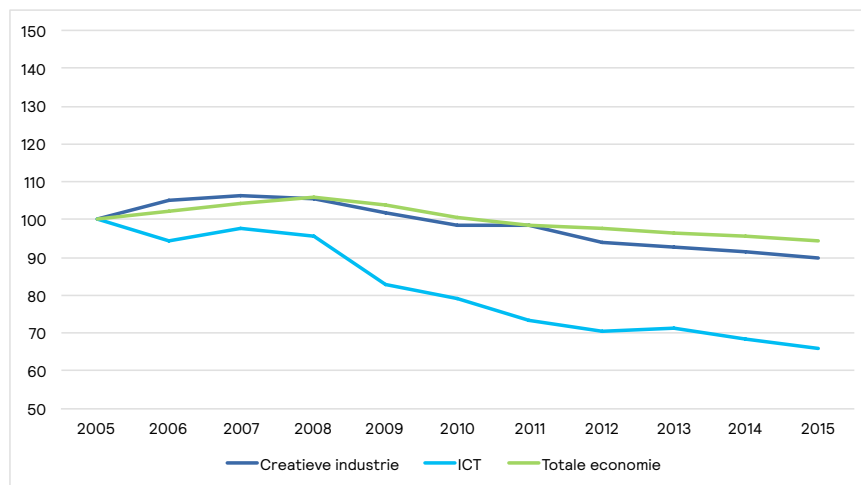
6 HILVERSUM

Monitor
creatieve
industrie
2016

96

Bijlage 2

Figuur B.6 Banengroei in de periode 2005-2015 in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Hilversum (2005=100).



Bron: LISA 2016

Tabel B.6 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Hilversum in 2015

Hilversum	Banen	Vestigingsgr	Groei	Groei	Groei	Groei	Specialisatie
	2015 (aantal)	2015 (gemiddeld)	2005-2015 (in aantal)	2005-2015 (in % per jr)	2013-2015 (in aantal)	2013-2015 (in % per jr)	2015 (NL=100)
Kunsten en cultureel erfgoed	1.260	2,6	-100	-0,8%	-180	-6,4%	204
Podiumkunsten	470	2,8	-160	-2,9%	-120	-10,7%	263
Scheppende kunsten	260	1,3	120	6,5%	30	5,5%	145
Overig kunst en erfgoed	230	2,3	-30	-1,0%	0	-0,9%	156
Cultureel erfgoed	300	59,8	-30	-1,1%	-80	-11,2%	269
Media en entertainmentindustrie	7.880	14,4	-1.120	-1,3%	-100	-0,6%	1545
Radio en televisie	6.370	30,3	-420	-0,6%	30	0,3%	7293
Persmedia	450	4,2	-220	-3,9%	-110	-10,5%	241
Film	720	4,6	-160	-2,0%	-20	-1,2%	878
Muziekindustrie	180	3,8	-130	-5,3%	10	2,6%	981
Boekenindustrie	130	7,1	-190	-8,8%	-20	-6,7%	255
Overige uitgeverijen	10	2,5	0	0,0%	0	11,8%	81
Live entertainment	30	4,6	0	0,6%	0	0,0%	43
Creatieve zakelijke dienstverlening	860	2,3	90	1,1%	-50	-2,6%	152
Architectuur	50	2,4	-10	-2,4%	0	1,0%	78
Design	160	1,2	90	8,9%	10	3,3%	135
Communicatie	650	2,9	10	0,1%	-60	-4,1%	170
Creatieve industrie	10.000	7,1	-1.130	-1,1%	-330	-1,6%	591
ICT-diensten	2.180	5,1	-250	-1,1%	-200	-4,3%	155
Drukkerijen en reproductie	160	5,0	-240	-8,8%	-20	-4,5%	109
Telecommunicatie	400	20,8	0	0,1%	-40	-5,1%	254
Software	640	3,7	30	0,5%	-60	-4,5%	113
Facilitaire ICT-diensten	990	4,9	-50	-0,5%	-80	-3,9%	185
Hardware	60	3,4	-910	-24,0%	20	21,5%	28
Vervaardiging ICT hardware	50	7,5	-910	-26,3%	20	22,5%	26
Instal., verhuur en reparatie ICT hardware	20	1,4	0	2,7%	10	19,0%	35
ICT	2.240	5,1	-1.160	-4,1%	-180	-3,8%	138
Creatieve industrie en ICT	12.240	6,6	-2.290	-1,7%	-510	-2,0%	369
Totale economie	45.890	6,0	-2.760	-0,6%	-1.100	-1,2%	100

Monitor
creatieve
industrie
2016

97

Bijlage 2

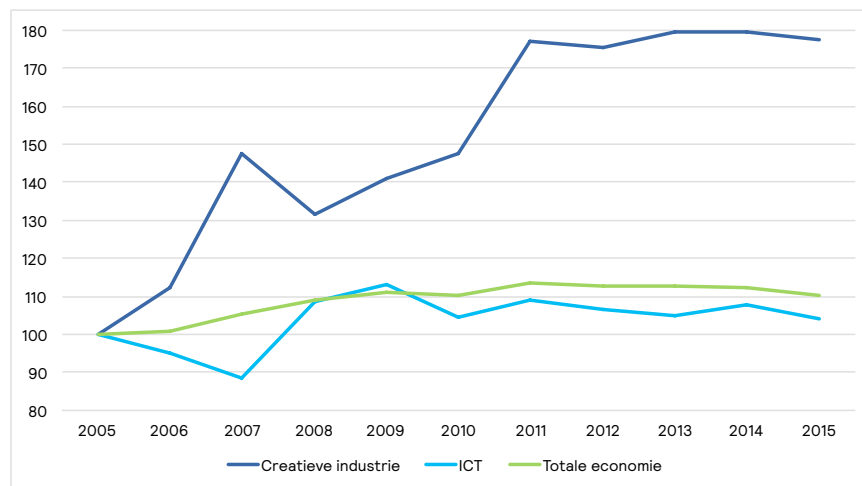
9 AMERSFOORT

Figuur B.9 Banengroei in de periode 2005-2015 in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Amersfoort (2005=100).

Monitor
creatieve
industrie
2016

98

Bijlage 2



Bron: LISA 2016

Tabel B.9 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Amersfoort in 2015

Amersfoort	Banen Vestigingsgr		Groei		Groei		Groei		Specialisatie 2015 (NL=100)
	2015 (aantal)	2015 (gemiddeld)	2005-2015 (in aantal)	2005-2015 (in % per jr)	2013-2015 (in aantal)	2013-2015 (in % per jr)	2013-2015 (in % per jr)		
Kunsten en cultureel erfgoed	1.200	1,5	620	7,4%	90	4,1%		110	
Podiumkunsten	400	1,5	260	11,1%	80	12,3%		123	
Scheppende kunsten	380	1,1	210	8,2%	30	3,6%		120	
Overig kunst en erfgoed	320	1,8	140	6,0%	10	1,6%		120	
Cultureel erfgoed	110	7,5	10	1,0%	-30	-9,6%		56	
Media en entertainmentindustrie	1.060	2,3	580	8,3%	-10	-0,4%		116	
Radio en televisie	80	1,3	30	5,3%	10	8,0%		54	
Persmedia	340	1,5	110	4,0%	10	1,6%		103	
Film	170	2,1	40	2,9%	0	-0,9%		116	
Muziekindustrie	30	1,3	10	7,2%	0	0,0%		85	
Boekenindustrie	410	12,7	360	25,2%	-30	-3,7%		456	
Overige uitgeverijen	10	1,0	10	.	0	29,1%		23	
Live entertainment	30	1,0	10	6,0%	0	4,3%		19	
Creatieve zakelijke dienstverlening	1.110	1,8	280	2,9%	-120	-5,1%		109	
Architectuur	140	3,3	-10	-0,8%	0	-1,0%		122	
Design	240	1,2	150	9,9%	50	11,9%		112	
Communicatie	730	1,9	150	2,2%	-170	-9,9%		106	
Creatieve industrie	3.370	1,8	1.470	5,9%	-40	-0,6%		112	
ICT-diensten	5.070	5,5	-230	-0,4%	-30	-0,3%		202	
Drukkerijen en reproductie	350	9,4	-190	-4,3%	-130	-14,7%		135	
Telecommunicatie	860	40,9	-850	-6,7%	-190	-9,5%		309	
Software	2.610	5,8	80	0,3%	210	4,2%		258	
Facilitaire ICT-diensten	1.250	3,0	740	9,3%	80	3,2%		131	
Hardware	860	19,5	460	8,0%	-20	-1,3%		215	
Vervaardiging ICT hardware	390	19,6	20	0,4%	-30	-3,5%		125	
Instal., verhuur en reparatie ICT hardware	470	19,4	440	35,1%	10	0,8%		536	
ICT	5.920	6,1	230	0,4%	-60	-0,5%		204	
Creatieve industrie en ICT	9.290	3,2	1.700	2,0%	-90	-0,5%		157	
Totale economie	81.970	5,7	7.500	1,0%	-1.840	-1,1%		100	

Monitor
creatieve
industrie
2016

99

Bijlage 2

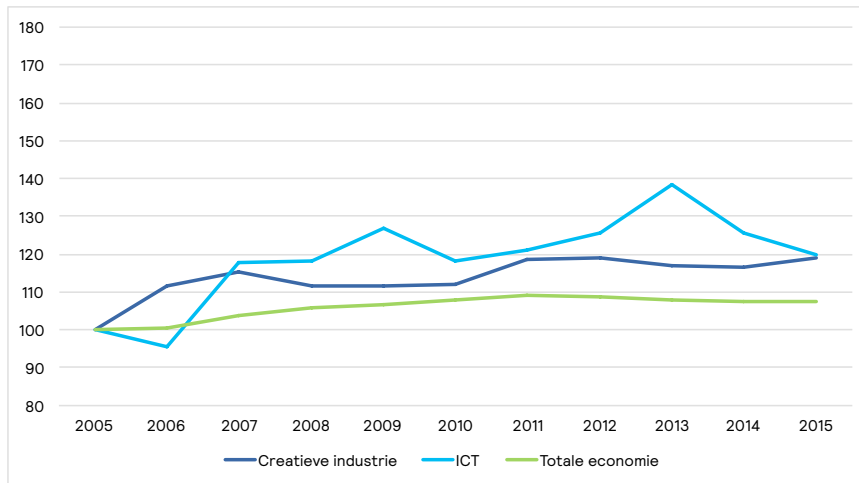
14 ARNHEM

Figuur B.14 Banengroei in de periode 2005-2015 in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Arnhem (2005=100).

Monitor
creatieve
industrie
2016

100

Bijlage 2



Bron: LISA 2016

Tabel B.14 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Arnhem in 2015

Arnhem	Banen	Vestigingsgr	Groei	Groei	Groei	Groei	Specialisatie
	2015 (aantal)	2015 (gemiddeld)	2005-2015 (in aantal)	2005-2015 (in % per jr)	2013-2015 (in aantal)	2013-2015 (in % per jr)	2015 (NL=100)
Kunsten en cultureel erfgoed	1.930	1,9	230	1,3%	10	0,3%	141
Podiumkunsten	640	1,8	-30	-0,4%	-80	-5,7%	160
Scheppende kunsten	570	1,1	230	5,5%	70	6,9%	144
Overig kunst en erfgoed	280	1,9	110	4,9%	40	8,3%	84
Cultureel erfgoed	450	37,2	-90	-1,7%	-20	-2,5%	180
Media en entertainmentindustrie	950	2,0	160	1,9%	-10	-0,4%	84
Radio en televisie	210	4,7	-10	-0,3%	-30	-5,4%	110
Persmedia	320	1,3	30	1,0%	-20	-3,1%	78
Film	210	2,3	80	5,2%	40	9,6%	115
Muziekindustrie	40	1,1	20	8,4%	0	2,7%	93
Boekenindustrie	60	3,2	30	8,5%	10	13,9%	55
Overige uitgeverijen	20	3,8	10	4,1%	-10	-26,8%	55
Live entertainment	90	2,2	-10	-0,5%	0	0,0%	56
Creatieve zakelijke dienstverlening	1.280	1,5	280	2,5%	70	3,0%	101
Architectuur	190	2,4	-150	-5,6%	-10	-2,3%	130
Design	520	1,3	330	11,0%	80	8,2%	195
Communicatie	580	1,5	90	1,7%	10	0,7%	67
Creatieve industrie	4.160	1,8	670	1,8%	80	0,9%	111
ICT-diensten	2.670	3,7	540	2,3%	-450	-7,5%	86
Drukkerijen en reproductie	150	4,3	-180	-7,4%	-40	-10,1%	48
Telecommunicatie	240	10,7	-100	-3,3%	-60	-10,0%	68
Software	810	2,6	280	4,4%	20	1,3%	64
Facilitaire ICT-diensten	1.480	4,1	530	4,5%	-380	-10,7%	124
Hardware	180	3,6	-60	-2,9%	10	3,9%	36
Vervaardiging ICT hardware	110	7,8	-120	-7,0%	0	-1,3%	28
Instal., verhuur en reparatie ICT hardware	70	2,0	50	16,5%	20	14,1%	64
ICT	2.850	3,7	480	1,8%	-440	-6,9%	79
Creatieve industrie en ICT	7.010	2,2	1.150	1,8%	-360	-2,5%	95
Totale economie	102.080	7,3	7.100	0,7%	-510	-0,2%	100

Monitor
creatieve
industrie
2016

101

Bijlage 2

BIJLAGE 2A

DEFINITIE CREATIEVE INDUSTRIE

Monitor
creatieve
industrie
2016

Voor het meten van de economische betekenis van de creatieve industrie en ICT wordt de sector op het laagste bedrijfstakniveau afgebakend in de Standaard Bedrijfsindeling van Economische Activiteiten (SBI 2010). Voor een uitgebreide toelichting op deze afbakening wordt verwezen naar de Cross Media Monitor 2010 – Cross Media in Cijfers.

102

Bijlage 2A

Deelsector	Domein	Bedrijfstak
Kunsten en cultureel erfgoed	Podiumkunsten	Beoefening van podiumkunst (SBI 90011)
		Producenten van podiumkunst (SBI 90012)
		Theaters en schouwburgen (SBI 90041)
	Scheppende kunsten	Schrijven en overige scheppende kunst (SBI 9003)
		Kunstgalerieën en -expositieruimten (SBI 91022)
	Overig kunst en erfgoed	Informatieverstrekking op het gebied van toerisme (SBI 7990)
		Dienstverlening voor uitvoerende kunst (SBI 9002)
		Steunfondsen (niet op het gebied van welzijnszorg) (SBI 94993)
		Vriendenkringen op het gebied van cultuur, fanclubs (SBI 94994)
	Cultureel erfgoed	Openbare bibliotheken (SBI 91011)
Kunstuitleencentra (SBI 91012)		
Overige culturele uitleencentra en openbare archieven (SBI 91019)		
Musea (SBI 91021)		
		Monumentenzorg (SBI 9103)

> vervolg op pagina 103

Media en entertainment-industrie	Radio en televisie	Productie van televisieprogramma's (SBI 59112)
		Facilitaire activiteiten voor film- en televisieproductie (SBI 5912)
		Radio-omroepen (SBI 6010)
		Televisie-omroepen (SBI 6020)
	Persmedia	Uitgeverijen van kranten (SBI 5813)
		Uitgeverijen van tijdschriften (SBI 5814)
		Persagentschappen (SBI 6321)
		Overige dienstverlenende activiteiten op het gebied van info (SBI 6329)
		Fotografie (SBI 74201)
	Film	Productie van films (geen televisiefilms) (SBI 59111)
Distributie van films en televisieproducties (SBI 5913)		
Bioscopen (SBI 5914)		
Muziekindustrie	Maken en uitgeven van geluidsopnamen (SBI 5920)	
Boekenindustrie	Uitgeverijen van boeken (SBI 5811)	
Overige uitgeverijen	Overige uitgeverijen (niet van software) (SBI 5819)	
	Uitgeverijen van computerspellen (SBI 5821)	
	Overige uitgeverijen van software (SBI 5829)	
Live entertainment	Circus en variété (SBI 90013)	
	Pret- en themaparken (SBI 93211)	
	Kermisattracties (SBI 93212)	
Creatieve zakelijke dienstverlening	Vormgeving en ontwerp	Architecten (geen interieurarchitecten) (SBI 71111)
		Interieurarchitecten (SBI 71112)
		Communicatie- en grafisch ontwerp (SBI 74101)
		Industrieel en productontwerp (SBI 74102)
		Interieur- en ruimtelijk ontwerp (SBI 74103)
	Communiceren en informatie	Public relationsbureaus (SBI 7021)
		Reclamebureaus (SBI 7311)
		Handel in advertentieruimte en -tijd (SBI 7312)
		Organiseren van congressen en beurzen (SBI 8230)

Monitor
creatieve
industrie
2016

103

Bijlage 2A

BIJLAGE 2B

DEFINITIE ICT

Monitor
creatieve
industrie
2016

104

Bijlage 2B

Diensten	Drukkerijen en reproductie	Drukkerijen van dagbladen (SBI 1811)
		Drukkerijen van boeken e.d. (SBI 18121)
		Drukkerijen van tijdschriften (SBI 18122)
		Drukkerijen van reclame (SBI 18123)
		Drukkerijen van verpakkingen (SBI 18124)
		Drukkerijen van formulieren (SBI 18125)
		Overige drukkerijen n.e.g. (SBI 18129)
		Prepress- en premedia-activiteiten (SBI 1813)
		Grafische afwerking en overige verwante activiteiten (SBI 1814)
		Reproductie van opgenomen media (SBI 1820)
Telecommunicatie		Draadgebonden telecommunicatie (SBI 6110)
		Draadloze telecommunicatie (SBI 6120)
		Telecommunicatie via satelliet (SBI 6130)
		Overige telecommunicatie (SBI 6190)
Software		Ontwikkelen, produceren en uitgeven van software (SBI 6201)
Facilitaire		Advisering op het gebied van informatietechnologie (SBI 6202)
ICT-diensten		Beheer van computerfaciliteiten (SBI 6203)
		Overige dienstverlenende activiteiten op het gebied van info (SBI 6209)
		Gegevensverwerking, webhosting en aanverwante activiteiten (SBI 6311)
		Webportals (SBI 6312)

> vervolg op pagina 105

Hardware	Vervaardiging	Vervaardiging van elektronische componenten (SBI 2611)
	ICT hardware	Vervaardiging van elektronische printplaten (SBI 2612)
		Vervaardiging van computers en randapparatuur (SBI 2620)
		Vervaardiging van communicatieapparatuur (SBI 2630)
		Vervaardiging van consumentenelektronica (SBI 2640)
		Vervaardiging van meet-, regel-, navigatie- en controleapp. (SBI 2651)
		Vervaardiging van optische instrumenten en apparatuur (SBI 2670)
		Vervaardiging van informatiedragers (SBI 2680)
		Vervaardiging van kabels van optische vezels (SBI 2731)
		Vervaardiging van overige elektrische, elektronische kabels (SBI 2732)
		Vervaardiging van overige elektrische apparatuur (SBI 2790)
	Installatie, verhuur en reparatie	Reparatie van elektronische en optische apparatuur (SBI 3313)
	ICT hardware	Reparatie van elektrische apparatuur (SBI 3314)
Installatie van elektronische en optische apparatuur (SBI 3323)		
Installatie van elektrische apparatuur (SBI 3324)		
Verhuur en lease van computers en kantoorapparatuur (SBI 7733)		
	Reparatie van computers en randapparatuur (SBI 9511)	
	Reparatie van communicatieapparatuur (SBI 9512)	

Monitor
creatieve
industrie
2016

105

Bijlage 2B

BIJLAGE 2C

VERSCHIL MET CBS MONITOR

TOPSECTOREN

Monitor
creatieve
industrie
2016

106

Bijlage 2C

De definitie van de creatieve industrie in deze monitor wijkt af van de definitie van de Topsector Creatieve Industrie die in de CBS Monitor Topsectoren is gehanteerd. In het onderstaande overzicht van onze definitie van de creatieve industrie zijn de bedrijfstakken gearceerd die niet zijn opgenomen in de afbakening van de Topsector Creatieve Industrie volgens de CBS Monitor Topsectoren. Opgemerkt dient te worden dat het CBS aanvullend op de definitie volgens 'SBI 2010-bedrijfstakken' op bedrijfsniveau middels maatwerk bedrijven heeft toegevoegd om te komen tot haar Topsector Creatieve Industrie. Bronnen hiervoor zijn de ledenlijsten van de Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers (NVPI) en Dutch Gaming Association (DGA) geweest. Indien deze bedrijven niet reeds vielen onder een bedrijfstak van de definitie van de Topsector Creatieve Industrie, zijn deze bedrijven door het CBS toegevoegd. De tabel toont de verschillen met de brede definitie van de creatieve industrie zoals die in deze monitor gehanteerd wordt om redenen die in de inleiding zijn toegelicht.

Deze tabel toont de definitie van de creatieve industrie van deze monitor. De gekleurde velden zijn de onderdelen die niet zijn meegenomen in de CBS Monitor Topsectoren.

Deelsector	Domein	Bedrijfstak	
Kunsten en cultureel erfgoed	Podiumkunsten	Beoefening van podiumkunst (SBI 90011)	
		Producenten van podiumkunst (SBI 90012)	
		Theaters en schouwburgen (SBI 90041)	
	Scheppende kunsten	Schrijven en overige scheppende kunst (SBI 9003)	
		Kunstgalerieën en -expositieruimten (SBI 91022)	
	Overig kunst en erfgoed		Informatieverstrekking op het gebied van toerisme (SBI 7990)
			Dienstverlening voor uitvoerende kunst (SBI 9002)
			Steunfondsen (niet op het gebied van welzijnzorg) (SBI 94993)
			Vriendenkringen op het gebied van cultuur, fanclubs (SBI 94994)

> vervolg op pagina 107

	Cultureel erfgoed	Openbare bibliotheken (SBI 91011) Kunstuitleencentra (SBI 91012) Overige culturele uitleencentra en openbare archieven (SBI 91019) Musea (SBI 91021) Monumentenzorg (SBI 9103)	
Media en entertainment- industrie	Radio en televisie	Productie van televisieprogramma's (SBI 59112) Facilitaire activiteiten voor film- en televisieproductie (SBI 5912) Radio-omroepen (SBI 6010) Televisie-omroepen (SBI 6020)	
	Persmedia	Uitgeverijen van kranten (SBI 5813) Uitgeverijen van tijdschriften (SBI 5814) Persagentschappen (SBI 6321) Overige dienstverlenende activiteiten op het gebied van info (SBI 6329) Fotografie (SBI 74201)	
	Film	Productie van films (geen televisiefilms) (SBI 59111) Distributie van films en televisieproducties (SBI 5913) Bioscopen (SBI 5914)	
	Muziekindustrie	Maken en uitgeven van geluidsopnamen (SBI 5920)	
	Boekenindustrie	Uitgeverijen van boeken (SBI 5811)	
	Overige uitgeverijen	Overige uitgeverijen (niet van software) (SBI 5819) Uitgeverijen van computerspellen (SBI 5821) Overige uitgeverijen van software (SBI 5829)	
	Live entertainment	Circus en variété (SBI 90013) Pret- en themaparken (SBI 93211) Kermisattracties (SBI 93212)	
	Creatieve zakelijke dienstverlening	Vormgeving en ontwerp	Architecten (geen interieurarchitecten) (SBI 71111) Interieurarchitecten (SBI 71112) Communicatie- en grafisch ontwerp (SBI 74101) Industrieel en productontwerp (SBI 74102) Interieur- en ruimtelijk ontwerp (SBI 74103)
		Communiceren en informatie	Public relationsbureaus (SBI 7021) Reclamebureaus (SBI 7311) Handel in advertentieruimte en -tijd (SBI 7312) Organiseren van congressen en beurzen (SBI 8230)

Monitor
creatieve
industrie
2016

107

Bijlage 2C

Met de tweejaarlijkse publicatie van de Monitor creatieve industrie draagt iMMovator al sinds 2006 bij aan de ontwikkeling van kennis over creatieve industrie en ICT in Nederland.

Deze Monitor Creatieve Industrie 2016 biedt een overzicht en analyse van de ontwikkeling van het economisch belang van de creatieve industrie en ICT in Nederland in termen van banen, vestigingen, productie en toegevoegde waarde vanaf 2005 t/m 2015. Verder worden de Top-10 steden, en drie belangrijke ontwikkelingen behandeld: schaalverkleining, nieuwe bedrijfstakken en creatieve beroepen.

De Monitor Creatieve Industrie levert een waardevolle bijdrage aan debat, strategie en beleid op het gebied van de creatieve industrie in Nederland op basis van een definitie van de sector die het creëren, produceren en exploiteren van betekenis en inhoud, vervat in een taal, voorop stelt. Vanwege de grote betekenis van de sector ICT voor de creatieve industrie, en de dynamiek die in de samenkomst van deze twee sectoren ontstaat, maakt ook ICT deel uit van deze studie.