

Voortgangsrapportage Programma voor de Creatieve Industrie

Inhoudsopgave

1. Inleiding	2
2. Stand van zaken Programma voor de Creatieve Industrie	3
3. Initiatieven naast het Programma voor de Creatieve Industrie	11
4. Openstaande moties op het gebied van cultuur en economie	14
5. Ter besluit	16

Bijlagen

- Overzicht van de acties uit het programma en financieel overzicht (conform *Ons Creatieve Vermogen, brief Cultuur en Economie*, en aanvullende acties)
- Gehonoreerde projecten uit de Creative Challenge Call
- Canada Music Fund (bijlage bij de beantwoording van de motie Gerkens)
- Gebruikte afkortingen en definities

1. Inleiding

Cultuur en creativiteit zijn belangrijk voor de Nederlandse economie. Culturele voorzieningen in Nederland zijn rijkgeschakeerd en kwalitatief hoogstaand. Zij maken onze steden aantrekkelijk voor zowel de creatieve klasse als voor toeristen. De creatieve bedrijfstakken groeien sterk, zijn een motor voor innovatie en dragen bij aan het profijt van andere industrieën, met name via vormgeving van producten en diensten. Ook naar internationale maatstaven is in ons land volop creatief talent aanwezig. Nederland heeft een economische troef in handen, omdat creativiteit een bouwsteen is van de moderne kenniseconomie. Het kabinet streeft ernaar dat die economische troef ook daadwerkelijk wordt gebruikt.

Om die reden heeft het kabinet vorig jaar met de brief *Ons creatieve vermogen, brief cultuur en economie* een pakket maatregelen aangekondigd, met als intentie een brug tussen creativiteit en economie te slaan. Dit pakket is het Programma voor de Creatieve Industrie. Het programma heeft als doel de economische potentie van cultuur en creativiteit te versterken door het creatieve vermogen van het Nederlandse bedrijfsleven een impuls te geven.

In genoemde brief heeft het kabinet toegezegd de Kamer te informeren over de voortgang van het Programma. De onderhavige rapportage vult deze belofte in. Wij gaan daarbij in op de stand van zaken van de betreffende acties zoals wij die vorig jaar hebben aangekondigd – het hoe en waarom staat in de vorige brief. Tevens gaan we in deze brief in op de verschillende moties die de Kamer op dit onderwerp heeft aangenomen.¹

¹ Motie Kamerstukken II, 2005-2006, 27406, nr. 76: de Kamer verzoekt de regering bij de bespreking over de verdeling van middelen in het voorjaar een structurele impuls aan cultuur en economie te geven.

Motie Kamerstukken II, 2005-2006, 27406, nr. 78: de Kamer verzoekt de regering de Kamer nog in 2006 een voorstel te doen met een aantal toekomstscenario's voor de creatieve industrie, waarin mede aandacht wordt gegeven aan de ontwikkeling van circa vijf regionale clusters van creatieve industrie met een – potentieel – internationale uitstraling.

Toezegging: de Tweede Kamer wordt bij de Cultuurbegroting 2007 geïnformeerd over de mogelijkheid om het model van het Canadian Fund in Nederland toe te passen; Stand van zaken 13-10-2006: de Kamer zal hierover in de Voortgangsrapportage Cultuur en Economie worden geïnformeerd (Fiscale- en mecenaatsbrief, MLB/M/2006/39.833).

Motie Kamerstukken II, 2005-2006, 27 406 nr. 75 : de Kamer verzoekt de regering de kanszones uitdrukkelijk ook toe te spitsen op de ontwikkeling van de creatieve industrie.

2. Stand van zaken Programma voor de Creatieve Industrie

Het Programma voor de Creatieve Industrie, dat tot stand is gekomen op basis van extern onderzoek, bestaat uit 5 actielijnen:

1. Actieve verbindingen leggen tussen creatieve bedrijfstakken, andere delen van het Nederlandse bedrijfsleven en kennisinstellingen. Het instrument: de *Creative Challenge Call*, een tender om partijen uit de creatieve bedrijfstakken en de overige sectoren bij elkaar te brengen teneinde innovatie te stimuleren;
2. Financiële condities voor creatieve bedrijven verbeteren door financieringsmogelijkheden nadrukkelijker te richten op creatieve sectoren en door arrangementen te creëren die hun financiële basis versterken;
3. De randvoorwaarden rondom intellectueel eigendom verbeteren;
4. Internationalisering intensiveren;
5. De zakelijke onderbouw van het cultureel management professionaliseren.

Hieronder treft u de stand van zaken met betrekking tot de verschillende acties uit het programma voor de creatieve industrie zoals wij dat vorig jaar hebben aangekondigd.

Actielijn 1: Verbindingen leggen, netwerken creëren

De verbinding tussen cultuur en economie is niet optimaal, zo constateerden we vorig jaar. Het kabinet kondigde daarom aan netwerken tussen economie en cultuur actief te willen stimuleren met een programma dat de partijen bij elkaar brengt, de *Creative Challenge Call*. Hiervoor was in totaal een budget van acht miljoen euro beschikbaar.

Deze zomer is een tender met een budget van drie miljoen euro uitgeschreven. Creatieve ondernemers en instellingen en partijen uit het overige bedrijfsleven konden projectvoorstellen indienen. Deelname van kennisinstellingen en decentrale overheden strekte tot aanbeveling, evenals een internationale ambitie. Consortia konden tot maximaal € 100.000 subsidie aanvragen voor netwerkprojecten.

Het resterende beschikbare budget zal het komende jaar worden ingezet voor enkele initiatieven die de creatieve bedrijfstakken *duurzaam* verbinden met andere delen van het Nederlandse bedrijfsleven.²

Als uitgangspunt voor de beoordeling van voorstellen zal dezelfde gedachte en doelstelling worden gehanteerd als voor de tender van deze zomer: het moet gaan om projecten die een verbinding leggen tussen creatieve bedrijfstakken, andere delen van het Nederlandse bedrijfsleven en kennisinstellingen, teneinde een impuls te geven aan het vernieuwingsvermogen van het Nederlandse bedrijfsleven.

In aanvulling daarop worden voorstellen getoetst op

- het duurzame karakter van het voorstel;
- het (inter)nationale karakter (in aanvulling op regionaal)
- structurele aandacht voor één of meerdere van de overige actielijnen uit het programma voor de creatieve industrie: financiering, intellectuele eigendomsrechten, internationalisering en cultureel ondernemerschap)

De komende maanden zullen EZ en OCW hieraan verder invulling geven. Daarbij zal rekening worden gehouden met de leerervaringen van de tender van deze zomer.

² Na aftrek van de tender van drie miljoen euro en de uitvoeringskosten ervan, is het resterende budget € 4.660.349,04.

Creative Challenge Call

Er zijn 425 projectvoorstellen ingediend. Vorige week hebben we besloten welke projecten daarvan in aanmerking komen voor een bijdrage, op advies van een externe Adviescommissie en na toetsing van de projecten door de uitvoerder (de Economische Voorlichtingsdienst in samenwerking met stichting Nederland Kennisland). De projecten zullen de komende maanden van start gaan en moeten uiterlijk eind volgend jaar zijn afgerond. Met deze 425 projecten zijn veel meer voorstellen ingediend dan wij van te voren hadden verwacht. Een groot deel van deze aanvragen werd gedaan door kleinere en middelgrote organisaties en eenmansbedrijven, vooral afkomstig uit de creatieve bedrijfstakken zelf. In veel projecten ging het om meer en beter gebruik van de meerwaarde die creativiteit kan bieden aan andere delen van het bedrijfsleven. Wat de regionale spreiding betreft viel het viel op dat de ingediende projecten uit het hele land kwamen. In ons land zijn er weliswaar verschillende creatieve 'hot spots', maar het vuur brandt overal. Juist met deze kleinere projecten kan verbinding tussen cultuur en economie buiten de creatieve bedrijfstakken worden gestimuleerd, zodat ook daar profijt wordt genomen van de meerwaarde van creativiteit. Veel van de voorstellen hadden de opzet van digitale platforms of de organisatie van netwerkbijeenkomsten voor ogen. Hoewel een diepere analyse van het type projecten nog volgt, kunnen we de aanvragen vooralsnog typeren als:

1. Mentorachtige projecten: koppelen van kennis en kunde van ervaren ondernemers en starters;
2. Informele ontmoetingen: diverse vormen van matching tussen culturele en andere ondernemers, digitale platforms;
3. Stimuleren van innovatieve aanpak van bedrijfs- en sociale vraagstukken vanuit culturele consortia.

De gehonoreerde voorstellen scoren niet alleen goed op de primaire doelstelling van de Creative Challenge Call, dat wil zeggen het leggen van verbindingen, maar bovendien ook op de aanvullende doelstellingen die in de regeling zijn opgenomen: internationale uitstraling, duurzame verbinding of de manier waarop straks bekendheid wordt gegeven over de resultaten.

Actielijn 2: De financiële condities voor creatieve bedrijven versterken

Het kabinet wil de financieringsmogelijkheden voor creatieve starters verbeteren en de financiële basis van gesubsidieerde culturele instellingen verbreden. Ten eerste is het TechnoPartner-programma aangepast aan de noden van creatieve bedrijven (zie kader). In aanvulling op wat wij vorig jaar hebben aangekondigd is binnen TechnoPartner bovendien ook voor de Subsidieregeling Kennisexploitatie (SKE) voor 2007 een budget van € 5 mln beschikbaar gesteld voor creatieve starters. Daarnaast is werk gemaakt van de geefcultuur en het cultureel beleggen.

TechnoPartner

De TechnoPartner regeling stimuleert starters die op basis van een technische vinding een onderneming willen beginnen. Eén van de onderdelen van TechnoPartner is de zogenaamde seed-faciliteit, een regeling die de onderkant van de Nederlandse risicokapitaalmarkt stimuleert en mobiliseert. Per 16 juli van dit jaar is een tender voor creatieve starters geopend met een budget van 3,2 mln euro, met als doel een investeringsfonds te doen oprichten voor jonge bedrijven in de creatieve bedrijfstakken. Dat betekent dat wanneer partijen uit de markt voor deze groep starters een fonds in het leven roepen de financiële bijdrage door de seed-regeling worden gematcht. Daarmee kunnen creatieve starters in hun kapitaalbehoefte worden voorzien. Helaas is voor de sluiting van de tender geen plan ingediend voor een investeringsfonds dat zich op deze sector richt, ook niet door de partijen die zich in de inventarisatieronde positief over deze tender hebben uitgelaten. TechnoPartner zal onderzoeken wat hiervoor de redenen zijn geweest.

Subsidieregeling Kennisexploitatie

Bovendien is het afgelopen jaar voor de Subsidieregeling Kennisexploitatie (SKE), eveneens onderdeel van het programma TechnoPartner, voor 2007 een budget van €5 mln beschikbaar gesteld voor creatieve starters. De middelen hiervoor zijn uit het FES afkomstig. De SKE-regeling heeft tot doel dat (wetenschappelijke) kennis sneller wordt benut door technostarters van binnen en buiten een kennisinstelling. In 2007 zal een aantal pilots van start gaan, gericht op de creatieve industrie.

Mecenaat

Hoewel fiscale voorzieningen het de afgelopen jaren aantrekkelijker maakten voor particulieren en bedrijven om te investeren in cultuur, zijn Nederlanders in vergelijking met de inwoners van de ons omringende landen nog terughoudend als het gaat om cultuurmecenaat. Om dit te verbeteren is een cultuuromslag nodig. Als testcase voor succesvol cultuurmecenaat heeft het kabinet met een programma ruimte gecreëerd om een aantal projecten van individuele culturele instellingen te financieren (zie kader). Het gaat er hierbij om mogelijkheden te scheppen om tot een structurele aanwas van particuliere gevers te komen, hetzij door middelen beschikbaar te stellen, hetzij door personele ondersteuning.

Mecenaatsprogramma

In opdracht van OCW voert Stichting Kunst & Zaken inmiddels het programma Cultuurmecenaat uit. Het programma, dat loopt tot eind 2008, bestaat uit verschillende onderdelen. Het doel van de activiteiten is het cultuurmecenaat tot een levend en werkend begrip te maken door onder andere competenties op het gebied van fondsenwerving bij culturele instellingen te stimuleren en nieuwe mecenaatrelaties te creëren. Het programma is gericht op culturele instellingen, intermediairs en gevers. De activiteiten bestaan uit workshops, trainingen en coaching, en een handboek over cultuurmecenaat.

Deze activiteiten sluiten nauw aan bij de kernactiviteiten van de Stichting Kunst & Zaken. Daarom heeft het kabinet ervoor gekozen om de uitvoering van het programma bij de stichting neer te leggen in plaats van een nieuw bureau cultuurmecenaat op te richten. Zodoende kan maximaal gebruik worden gemaakt van zowel bestaande initiatieven als kennis en inzichten van eigen en buitenlandse bodem.

Daardoor kon het programma snel van start gaan: het startsein van het programma werd gegeven op 28 september 2006, met de *Masterclass fondsenwerving*: medewerkers van het Museum of Modern Art uit New York deelden hun kennis en ervaring op het gebied van particuliere giften met een brede groep culturele instellingen. Verder hebben ondernemende culturele instellingen voorafgaand aan het *Cultuurbal*, dat op 27 oktober 2006 plaatsvond, een workshop fondsenwerving kunnen volgen. Tijdens het bal werd vervolgens de gelegenheid gecreëerd om nieuwe contacten te leggen.

Cultureel beleggen

Met de feitelijke start van deze regeling, het afgelopen jaar, (zie kader) is de burger daadwerkelijk aandeelhouder van de Nederlandse cultuur geworden. Particulieren beleggen in culturele beleggingsfondsen, die op hun beurt projecten van musea en podiumkunstinstituten financieren. De toegenomen zichtbaarheid van de regeling *Cultureel Beleggen* leidt echter ook tot vragen naar de effectiviteit ervan. In 2007 zal hij daarom tussentijds worden geëvalueerd, waarbij onder andere zal worden gekeken naar de doelgroep van de regeling en de gelimiteerde kring van instellingen die in aanmerking komt voor een cultuurverklaring (dat is de beschikking waarmee de minister van OCW te kennen geeft dat een specifiek project geld mag ontvangen van een cultureel beleggingsfonds).

Culturele beleggingsfondsen

Vorig jaar schreven wij al dat we streefden naar een beter gebruik van de regeling *Cultureel beleggen*. De eerste anderhalf jaar is er immers nauwelijks gebruik van gemaakt. Hiertoe is een informele werkgroep 'cultureel beleggen' gevormd. Daarin participeerden onder regie van OCW onder andere het Nationaal Restauratiefonds, de Triodos Bank, de Mondriaan Stichting en het Fonds voor Amateurkunst en Podiumkunsten. Ons doel was dat er – naast het cultureel beleggingsfonds van de Rotterdamse Kunsthal – nog minimaal één cultureel beleggingsfonds zou worden opgericht waarvoor circa tien miljoen euro aan cultuurverklaringen zullen worden afgegeven.

Inmiddels hebben alle inspanningen geresulteerd in de afgifte per 31 augustus 2006 van dertien 'cultuurverklaringen' voor drie verschillende cultuurfondsen (Triodos Bank, Kunsthal Rotterdam/ING Private Banking en het Vastgoed Cultuurfonds). Hierdoor kunnen genoemde krediet- en beleggingsinstellingen hun culturele beleggingsfondsen feitelijk oprichten en vullen door middel van particuliere inleg.

Actielijn 3: De randvoorwaarden rondom intellectueel eigendom verbeteren

Creative Commons

Creative Commons is een alternatief licentiesysteem binnen het bestaande auteursrecht. Over het algemeen is het veld enthousiast over het Creative Commons-initiatief. De gratis beschikbare Creative Commons-licenties zijn een verruiming: van het klassieke 'alle rechten voorbehouden'-principe van het auteursrecht naar een systeem waarbij slechts sommige rechten zijn voorbehouden. Dit staat nieuwe terugverdienmodellen toe, waarbij de reputatie van de maker op langere termijn meer inkomsten oplevert dan de rechten op specifieke werken op korte termijn. Het systeem eerbiedigt het bestaande auteursrecht en maakt mogelijk dat makers door middel van een Creative Commons-licentie sommige welomschreven rechten vrij geven en andere niet. Hoewel Creative Commons-licenties dus niet strijden met het bestaande auteursrecht, blijkt in de praktijk dat sectoren die veel met auteursrecht in aanraking komen, bijvoorbeeld uitgevers en collectieve rechtenorganisaties, soms terughoudend staan ten opzichte van Creative Commons-licenties.

Creative Commons Nederland (CCNL)

Het kabinet ondersteunt CCNL met €700.000. CCNL gebruikt de subsidie om in de periode tot en met 31 december 2007 de volgende activiteiten te ontplooiën:

1. voorlichting over Creative Commons-licenties in Nederland;
2. het gebruik van deze licenties ondersteunen;
3. onderzoek naar de toepassing in specifieke sectoren en naar bestaande belemmeringen voor het gebruik van de licenties. Zo heeft auteursrechtenorganisatie Buma met CCNL een werkgroep geformeerd om knelpunten bij het licenseren van intellectuele eigendom van muziek op te lossen.
4. uitwisseling van kennis bevorderen, en coördinatie van activiteiten op Europees niveau.

CCNL richt zich daarbij op de volgende doelgroepen: individuele makers in de muzieksector, studenten in media- en cultuurgerelateerde opleidingen, onderwijsinstellingen en universiteiten, culturele erfgoedinstellingen en andere archiefbeheerders en tenslotte overheidsinstellingen.

Creative Commons-licenties zijn inmiddels wijdverbreid, maar er is behoefte aan aanvullend onderzoek over hoe en waarom de licenties gebruikt worden door auteurs en gebruikers van intellectueel eigendom. Hiervoor zal CCNL in 2007 nader onderzoek verrichten. Verder wordt de komende periode de technische implementatie van de 3.0 versie van de Creative Commons-licenties gerealiseerd. Momenteel zijn de licenties in Nederland aangepast aan de internationale 2.5 versie. Naar verwachting komt de generieke versie in december 2006 beschikbaar en kunnen de Nederlandse versies voor maart 2007 worden geactualiseerd.

Auteurscontractenrecht

Het huidige kabinet zal geen wijzingen meer aanbrengen in het auteurscontractenrecht. Het kabinet wacht nog op het advies van de Raad van Cultuur over het rapport dat het IVIR over het onderwerp heeft geschreven. De commissie auteursrecht, het officiële adviesorgaan van de Minister van Justitie op het gebied van het auteursrecht, stelt in haar advies dat het Burgerlijk Wetboek in het algemeen voldoende handvatten biedt om de positie van auteurs in het contractenrecht te beschermen. In het licht van het advies van de commissie en de Raad zal de minister van Justitie, in overleg met zijn ambtsgenoten van OCW en EZ, bezien in welke mate aanvullende regelgeving noodzakelijk is.

Actielijn 4: Internationalisering intensiveren

Hierbij gaat het om twee zaken: een sterke internationalisering van creatieve sectoren en een optimale inzet van cultuur bij de versterking van het Nederlandse imago.

De eerste ambitie moet leiden tot een krachtige exportpositie van creatieve bedrijfstakken. Daarvoor hebben we verschillende instrumenten tot onze beschikking, waarvan ook de creatieve bedrijfstakken gebruik maken. Zo waren er uitgaande missies voor design, architectuur, mode; het internationale

bezoekersprogramma; steun bij inkomende buitenlandse missies naar Nederlandse evenementen. Vanaf 1 januari 2007 begint het programma *2g@there*, dat onder andere van toepassing is op de creatieve industrie. Dit programma geeft meerjarige steun aan ondernemers die in het buitenland kansen zien waarvoor samenwerking met andere ondernemers, kennisinstellingen, overheid, universiteiten en andere partijen van belang is. Daarnaast is er de steun aan MusicXport. Om de voortzetting van dit programma te waarborgen hebben het Nationaal Pop Instituut en Buma Cultuur in 2006 een eenmalige bijdrage van 150.000 euro van EZ ontvangen. Ook komt binnen het HGIS-c budget, dat OCW samen met Buitenlandse zaken beheert, een substantieel bedrag de economische benutting van cultuur ten goede, bijvoorbeeld voor de internationale promotie van Nederlandse films, architectuur en design. Tenslotte wordt de samenwerking tussen de economische, culturele en technisch-wetenschappelijke vertegenwoordigingen versterkt. Zo ontwikkelen de culturele afdelingen samen met de economische attachés activiteiten om de creatieve sector te promoten, zoals de Design en Architectuurweek in Boedapest, *Forma Bontas*.

Een sterke internationalisering van creatieve sectoren

1. Onderzoek naar het gebruik van het bestaand instrumentarium.
EVD en SICA onderzoeken de bekendheid en effectiviteit van het bestaande financiële instrumentarium waarvan de Nederlandse cultuursector en de creatieve industrie voor internationale activiteiten gebruik kunnen maken. Op basis hiervan zullen EVD en SICA adviseren over de toegankelijkheid en de mogelijke aansluiting tussen de verschillende instrumenten. Hierin is conform het programma voor de creatieve industrie €40.000 geïnvesteerd.
2. Uitgaande missies van de creatieve industrie.
De EVD heeft in het kader van het collectieve promotionele activiteitenprogramma een aantal projecten in de creatieve industrie goedgekeurd. Tijdens een missie onder leiding van de Franse minister van Buitenlandse Handel zijn de eerste contacten gelegd tussen Nederlandse en Franse multimedia- en gaming-bedrijven. In het voorjaar vond tijdens het WK een groot evenement in de Nederlandse ambassade in Berlijn plaats waarbij Nederlands design werd gepromoot, onder de wervende titel *Design ist die Botschaft*. In het kader van *Orange Alert* is in het *Fashion Institute of Technology* in New York tot en met december een tentoonstelling ingericht met mode en textiel van Nederlandse ontwerpers. *Orange Alert* is een overkoepelend programma ter bevordering van design, mode en architectuur uit Nederland. De Nederlandse designindustrie zal zich ook presenteren op de toonaangevende designbeurs *100% design* in Tokyo. Hier wordt een door de Premsela stichting voor Nederlandse vormgeving en EZ ontwikkeld *format* getest voor de presentatie van Nederlands design op internationale beurzen. In aanloop naar de Nederlandse inzending tijdens de *Salone del Mobile* te Milaan onderzoekt de Premsela stichting in opdracht van EZ, OCW en Buitenlandse Zaken de mogelijkheid voor een programmatische, gezamenlijke promotie en *matchmaking* tijdens die beurs. Om de specifieke kansen voor Nederlands creatieve industrie voor verschillende markten in kaart te brengen worden dit jaar verkenningen gedaan voor design in Japan en Centraal Europa en voor de creatieve industrie in Shanghai.
3. Inkomende missies naar Nederlandse evenementen.
Dit najaar werd in Amsterdam het crossmedia festival PICNIC06 georganiseerd. Mede door een aantal ambassades is dit festival in het buitenland gepromoot. Een aanzienlijk deel van de bezoekers kwam uit het buitenland. De bedoeling is dat dit crossmedia festival een terugkerend internationaal evenement wordt. Daarnaast komt ook dit jaar weer een missie van buitenlandse ondernemers in de *dance industry* naar het Amsterdam Dance Event. Een missie in de muziekindustrie bezoekt het Noorderslag Seminar en Festival te Groningen, en het festival Lowlands met het internationale HGIS-c bezoekersprogramma.

De tweede ambitie – de versterking van het Nederlandse imago – stoelt op de gedachte dat Nederlandse creatieve bedrijfstakken en mensen een goede naam hebben in het buitenland en dat het een kans is om deze *forte* te benutten. De Nederlandse kracht op het gebied van cultuur draagt bij aan een sterk imago van Nederland in het buitenland, iets dat het kabinet reeds in de nota *Koers kiezen: meer samenhang in het internationaal cultuurbeleid* markeerde.³ De mogelijkheden die de creatieve industrie

³ TK 2005-2006 28989, nr. 34.

biedt bij de profilering van Nederland is inmiddels uitgebreid onder de aandacht van het diplomaten-corps gebracht.

Een optimale inzet van cultuur bij de versterking van het Nederlandse imago

1. Holland Branding
Het creatieve imago is één van de speerpunten van de Holland Branding zoals uitgevoerd door de EVD. De *Toolkit Holland Branding* is aangevuld met brochures over Nederlandse creatieve industrie.
2. Nieuwe instrumenten
OCW heeft de Premisela stichting voor Nederlandse vormgeving een bedrag van €100.000 ter beschikking gesteld om instrumenten te ontwikkelen voor de collectieve marketing van Nederlands design. Deze instrumenten moeten zowel nationaal als internationaal kunnen worden ingezet. De Premisela stichting heeft de bestaande site www.design.nl aangepast om handelsmissies te ondersteunen.
3. Vernieuwing der toeristische agenda
Tweejaarlijks vindt een groot evenementjaar plaats om toeristen met cultuur naar Nederland te lokken. Dit jaar is uitgeroepen tot Rembrandtjaar: *Rembrandt 400*, een groot succes. In 2008 en 2009 wordt het Nederlandse museumaanbod internationaal gepromoot onder de werktitel *Holland Art Cities*. *Holland Art Cities* richt zich vooral op bijzonder museaal aanbod en tentoonstellingen in de vier grote Nederlandse steden.
4. Het geschenkenbeleid
Het idee om Nederlands design in te zetten in het departementale geschenkenbeleid wordt momenteel door vier ministeries verkend: Algemene Zaken, Buitenlandse Zaken, EZ en OCW. Om te beginnen zal een agenda die Buitenlandse Zaken jaarlijks uitreikt aan haar relaties wereldwijd, de *Holland Agenda*, in 2007 in het teken staan van Dutch design.

Acties in EU-verband

Ook in EU-verband ijvert het kabinet voor de kansen van creatieve bedrijfstakken: onze inzet voor collectiemobiliteit draagt bij aan het vermogen van musea om te ondernemen en een levendig cultureel klimaat. Collectiemobiliteit is één van de prioriteiten in het kaderprogramma *Cultuur 2007*. Tijdens het Duitse voorzitterschap in de eerste helft van 2007 wordt de voortgang van het Actieplan Collectiemobiliteit gepresenteerd. Ondertussen wordt in Nederland gewerkt aan de uitleen van rijkscollecties zonder verplichte verzekering. Het resultaat wordt verwacht rond de jaarwisseling. Vervolgens zal OCW andere overheden proberen te overtuigen om het voorstel van het Rijk te volgen. Met Vlaanderen wordt in het kader van het Commissie Cultureel Verdrag Vlaanderen-Nederland al samengewerkt om te kijken of de mogelijkheden die er in Vlaanderen en Nederland zijn over mobiliteit van collecties nationaal ook bilateraal ingezet kunnen worden.

De Europese Commissie heeft voorts opdracht gegeven tot een inventarisatie van de situatie van de creatieve bedrijfstakken in de lidstaten. De uitkomsten van dit onderzoek worden in de Raad voor Onderwijs, Jeugd en Cultuur van november door de betrokken Europese ministers besproken. Het onderzoek is vooral kwantitatief van aard. Ook zal OCW – samen met EZ – nog dit jaar een onderzoeksopdracht uitzetten voor het inventariseren van beleid en instrumentarium van een vijftal landen dat het meest succesvol zijn creatieve sectoren heeft weten te versterken. Dit kwalitatieve onderzoek naar *best practices* en succesfactoren strekt de nationale beleidsontwikkeling tot voordeel. Beide onderzoeken zullen worden aangegrepen om de mogelijkheid van een hoogambtelijke EU-bijeenkomst te bezien. Deze bijeenkomst zou in Nederland kunnen plaatsvinden. Over de voorbereiding van deze bijeenkomst vindt nauw overleg met de Europese Commissie plaats.

Actielijn 5: Professionalisering van het cultureel management

Ondernemerschap

Aandacht voor ondernemerschap in het curriculum van het kunstvakonderwijs is van groot belang om ondernemersvaardigheden bij culturele professionals te stimuleren. In de knelpuntenanalyse uit het *Mapping document creatieve bedrijvigheid in Nederland – de basis van Ons Creatieve Vermogen* – wordt door de sector naar voren gebracht dat studenten binnen het kunstvakonderwijs te weinig commerciële bagage meekrijgen. Hierdoor is het voor hen lastig om na hun studie de mogelijkheden op de markt te benutten. De inzet van kwaliteiten van kunstenaars en andere creatieve ondernemers in onze creatieve industrie kan dan ook worden verbeterd. Dit is het doel van het project *Creative co-makership* dat onlangs is gestart.

Creative co-makership

De stichtingen Kunstenaars & CO en Kunst & Zaken hebben van OCW de opdracht gekregen om gezamenlijk het project *Creative co-makership* uit te voeren. Het doel van het project is de afstemming van het kunstvakonderwijs op de beroepspraktijk te verbeteren, zodat afgestudeerden meer kansen krijgen op een succesvolle beroepspraktijk, hetzij als kunstenaar, hetzij als zelfstandig ondernemer of medewerker. Het project richt zich op studenten aan het kunstvakonderwijs en afgestudeerde, startende culturele ondernemers. Ook zal het project input voor een toekomstige beleidsagenda geven, in de vorm van onderbouwde aanbevelingen voor een werkbare praktijk. Deze aanbevelingen zullen ten eerste ingaan op de noodzakelijke competenties om een succesvolle beroepspraktijk in de creatieve sector te realiseren. Ten tweede zullen ze betrekking hebben op de afstemming tussen opleiding en beroepspraktijk. Bij de uitvoering van het project wordt aansluiting gezocht bij het programma *Leren ondernemen* van EZ en OCW.

Het project *Creative co-makership* richt zich op net (niet) afgestudeerde kunstenaars en kiest voor samenwerking met ondernemingen uit het midden- en kleinbedrijf in twee nader te bepalen regio's. Voor deze ondernemingen hebben kunstenaars een toegevoegde waarde buiten de artistieke werksfeer. Het project zal eind 2008 zijn afgerond.

Onderzoek belemmeringen musea en schouwburgen

In *Ons creatieve vermogen* is aangekondigd dat belemmeringen die musea verhinderen om effectief samen te werken met private bedrijven, zullen worden weggenomen: musea moeten voldoende ruimte hebben om hun culturele taak ondernemend te kunnen uitoefenen en te kunnen samenwerken met private bedrijven. Momenteel wordt een onderzoek uitgevoerd naar belemmeringen die (grotere) musea daarbij mogelijk ondervinden. Daarnaast wordt nagegaan of schouwburgen en instellingen op het gebied van de podiumkunsten een soortgelijke problematiek kennen. Begin 2007 worden de resultaten van dit onderzoek verwacht.

Voorlichting

Uitgangspunt van het beleid is dat de randvoorwaarden om te ondernemen – net als voor andere sectoren en bedrijfstakken – op orde dienen te zijn. De overheid heeft voor ondernemers reeds tal van maatregelen ter beschikking. Deze maatregelen dienen ook goed te zijn aangesloten op de creatieve bedrijfstakken. In aanvulling op de uitvoering van het programma voor de creatieve industrie is op tal van gebieden daarom het afgelopen jaar de voorlichting over het bestaande, vaak generieke instrumentarium expliciet op creatieve bedrijfstakken gericht (zie kader).

Meer bekendheid geven aan generieke instrumenten

- Via regionale *road shows* is in april/mei 2006 de creatieve industrie mede geïnformeerd over het kapitaalmarktpakket voor het MKB (BBMKB). De zogenaamde Groeifaciliteit biedt een garantie van 50% op risicokapitaal (aandelen en achtergestelde leningen) dat door financiers aan MKB bedrijven wordt verstrekt. Er was veel animo voor de bijeenkomsten. Het is echter nog onduidelijk of de voorlichting heeft geleid tot ge-

bruik van het instrumentarium door de creatieve industrie.

- Een passende investeerder vinden is voor startende ondernemers van groot belang. De juiste investeerder kan de overlevingskansen van een onderneming meer dan verdubbelen. Er zijn vermogende particuliere investeerders die niet alleen geld inbrengen, maar ook kennis, contacten, managementervaring en coaching. Dit zijn de zogenaamde *informal investors*, ook wel bekend als *business angels*. EZ heeft het afgelopen jaar de mogelijkheden en kansen die de creatieve bedrijfstakken bieden beter bekend gemaakt bij deze groep investeerders. Het Business Angels programma richtte zich tot nu toe vooral op technologisch gerichte ondernemingen en bedrijven in software en ICT en is gericht op het aanboren van geld van de *business angels*.
- In september van dit jaar is er één themagerichte netwerkbijeenkomst geweest om een verbinding te leggen tussen *business angels* en de creatieve industrie. Vertegenwoordigers uit beide sectoren waren aanwezig.
- Syntens heeft een *Toolkit* op het gebied van intellectuele eigendomsrechten dit jaar aangevuld met materiaal over gespecialiseerde organisaties zoals ECP.nl, het Octrooiencentrum en BBIE. Aan de hand van deze *Toolkit* worden er in de tweede helft van dit jaar workshops georganiseerd.
- Ook wijst Syntens bedrijven (waaronder ook creatieve bedrijven) op de mogelijkheden die het Octrooiencentrum NL biedt om ideeën te beschermen. Met OCN is een *service level agreement* overeengekomen waarin de detachering van enkele OCN medewerkers bij Syntens wordt gecontinueerd en wederzijdse doelen zijn afgesproken om klanten naar elkaar door te verwijzen.
- EZ zal op 6 december 2006 een seminar voor het MKB over handhaving van intellectuele eigendom organiseren.
- De afgelopen zomer is SenterNovem begonnen met de uitvoering van een impuls op het vlak van voorlichting over de Wet Bevordering Speur- & Ontwikkelingswerk (WBSO) aan de *serious gaming* sector. *Serious games* zijn computer en video games die een educatieve doelstelling hebben, denk aan een vaarsimulator of een spel om het geheugen te trainen. Doel is de sector te informeren over de mogelijkheden die de WBSO biedt bij investeringen. Activiteiten betreffen onder andere een evenement in Groningen voor de gaming industrie (oktober 2006), deelname door SenterNovem aan de Nederlandse Gamedagen (november 2006) en samenwerking met de branche organisatie Benelux Game Initiative (BGin).
- Meer dan dertig adviseurs van Syntens geven sinds 2006 gerichte innovatieadviezen aan creatieve bedrijven, één van de zes geselecteerde sectoren, over de vraag hoe zij kunnen innoveren. Mede als gevolg van deze sectorale benadering is het aantal creatieve bedrijven dat advies kreeg met betrekking tot innovatie gegroeid.
- Specifiek instrument om samenwerking en innovatie te bevorderen is de zogenaamde *design pressure cooker*, waarbij bedrijven uit de maakindustrie door Syntens worden samengebracht met vormgevers om meerwaarde van design te laten zien. Er zijn inmiddels twee *design pressure cookers* georganiseerd, specifiek gericht op internettoepassingen.
- De *Toolkit* voor Hollandse branding (de door de EVD gebruikte middelen voor buitenlandpresentaties) is aangevuld met enkele brochures over Nederlandse vormgeving en Nederlandse architectuur.

3. Initiatieven naast het Programma voor de Creatieve Industrie

In aanvulling op het Programma voor de Creatieve Industrie heeft de regering creatieve bedrijfstakken ook via andere beleidsinstrumenten versterkt. Voor een deel betreft dat regulier beleid. Immers, los van het programma voor de creatieve industrie richt het industriebeleid zich op de Nederlandse industrie, dus ook voor de creatieve industrie. Anderzijds komt het cultuurbeleid eveneens (een deel van) de Nederlandse creatieve industrie ten goede – de kunsten en het erfgoed kunnen immers als de onderzoeksafdeling van de creatieve sectoren worden beschouwd. Denk daarbij bijvoorbeeld aan de financiering uit de cultuurnota en HGIS-c van evenementen als de CineMart, het Noorderslag Seminar en de Architectuur Biënnale Rotterdam en instellingen als FabChannel en De Waag. Op dit staande beleid gaan wij hier slechts zeer beknopt in – wel beschrijven wij in dit deel van de rapportage nieuwe acties in andere beleidsvelden die specifiek zijn gericht op een betere economische benutting van creativiteit en de creatieve bedrijfstakken, teneinde een compleet beeld te geven van de wijze waarop aan het verlangen van de kamer om de creatieve bedrijfstakken een impuls te geven is voldaan.⁴

Innovatieprogramma's en toponderzoek

Het kabinet steunt de ambitie van de gamesector om Nederland binnen vijf jaar een internationale topspeler te laten zijn op het gebied van onderzoek op het gebied van games, zowel voor trainingssimulatie als entertainment. Om die reden heeft het Kabinet in maart van dit jaar € 10 miljoen beschikbaar gesteld voor het Gate onderzoeksprogramma (Game research for Training and Entertainment). Het gaat hier om een investeringsproject op het gebied van kennis en innovatie uit de Fes-gelden. Het GATE programma richt zich op kennistransfer naar MKB bedrijven en de uitvoering van pilots en is opgesteld door verschillende partijen, waaronder de universiteit van Utrecht, de hogeschool voor de kunsten Utrecht en TNO, en zal worden uitgevoerd onder de paraplu van AGS, het Center for Advanced Gaming and Simulation. De partners van GATE komen uit verschillende disciplines, waaronder de creatieve industrie, maakindustrie, ICT en wetenschap. Met het programma krijgt Nederland een concurrerende voorsprong binnen gaming en entertainment.

Cultuurbeleid

Voor het filmstimuleringsbeleid is een budget van 20 miljoen euro per jaar beschikbaar. Per 2007 stopt de huidige fiscale regeling voor de film. In nauw overleg met de filmsector onderzoekt het kabinet hoe deze bestaande regeling per 2007 wordt omgezet in een nieuwe regeling. Hierover is een advies uitgebracht door de commissie Brakman/Korman. Het doel is om randvoorwaarden te scheppen voor de productie van Nederlandse publieksfilms met een culturele waarde die zonder overheidssteun niet tot stand kunnen komen, maar waarin marktpartijen zoals film distributeurs en bedrijven een substantieel budget willen investeren.

De regeling videoclip 2006-2008 van het Fonds voor Beeldende Kunsten, Vormgeving en Bouwkunst en het Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties (het zogenoemde TAX-videoclipfonds) is een innovatieve impuls voor de creatieve industrie. Deze geeft financiële bijdragen, die gelijkelijk dienen te worden aangevuld door platenmaatschappijen, producenten of muziekuitgeverijen. Deze regeling stimuleert cultureel ondernemerschap omdat hier verbindingen ontstaan tussen de (gesubsidieerde) cultuursector en de markt. Hiermee is tot en met 2008 een bedrag van in totaal € 900.000 per jaar gemoed.

Het meerjarige project *Beelden voor de Toekomst* is gericht op het conserveren, digitaliseren, ontsluiten en breed toegankelijk maken van de belangrijkste delen van ons nationale audiovisuele erfgoed van

⁴ Motie-Dittrich, TK 2005-2006, 27 406 nr. 76.

de afgelopen 100 jaar (2007-2013). Zes partijen gaan dit project uitvoeren: het Filmmuseum, het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, de Centrale Discotheek Rotterdam, het Nationaal Archief, de stichting Nederland Kennisland en de Vereniging van Openbare Bibliotheken. Het materiaal komt beschikbaar voor educatief gebruik, maar ook voor de creatieve industrie en het algemeen publiek. Het kabinet investeert netto 90 miljoen euro uit het FES-fonds in het project vanwege het verwachte economische rendement, op basis van het educatieve gebruik dat gaat ontstaan.⁵ De belangen van onderwijs, cultuur en economie komen hier op fraaie wijze bij elkaar. Er zijn nog aanvullende baten te verwachten door verdere exploitatie van het materiaal door de creatieve industrie, bijvoorbeeld door gebruik van het materiaal in themakanalen. Ook zal het ontsluiten en digitaliseren van het audiovisuele erfgoed een impuls geven aan de verdere ontwikkeling van breedbanddiensten. Marktpartijen, van kabelbedrijven tot ISP's, hebben behoefte aan content voor hun breedbandige netwerken.

Ruimtelijk beleid

In *Ons Creatieve Vermogen* werd vorig jaar al melding gemaakt van de Proeftuinen Creatieve Economie, die in het kader van het BSIK programma Systeeminnovaties Ruimtegebruik zijn opgestart (Habitatforum). Dit traject wordt door VROM actief gesteund. De proeftuinen vormen in feite een netwerk van mensen (zowel publieke als private partijen zijn vertegenwoordigd, evenals de gebruikers) die samen proberen de ontwikkeling van creatieve bedrijvigheid in Nederland een stap verder te brengen en de ervaringen te delen en kennis verder te ontwikkelen. Het zijn praktijkexperimenten met de ontwikkeling van ruimtelijke voorwaarden en strategieën voor creatieve bedrijvigheid in acht verschillende steden.

Pieken in de Delta

Binnen het programma *Pieken in de Delta*, waarmee het kabinet de concurrentiekracht van regio's versterkt, zijn per regio keuzes gemaakt. Voor de Noord-vleugel van de Randstad zijn de creatieve bedrijfstakken speerpunt en in Zuidoost Nederland is extra aandacht voor de koppeling van design en technologie. Vooruitlopend op dit programma is vanuit de Pilot Gebiedsgerichte Innovatie eind 2005 subsidie verleend aan de volgende projecten op het terrein ICT/Nieuwe Media: de Cross Media Week (Picnic 06), de Nederlandse Gamedagen, Leerbedrijven creatieve as en Noordvleugel Innovatiepartner. Hiermee is in totaal een bedrag van € 786.050 gemoeid. Ook in de regio Zuidoost Nederland heeft een aantal projecten vorig jaar een bijdrage gekregen, zoals de Nederlandse design dagen en de materialenbibliotheek in Eindhoven.

Ook voor de komende jaren blijft er specifieke aandacht voor de creatieve bedrijfstakken bij het regionale beleid. In het programma voor de Noordvleugel, dat het gebied Noord-Holland, Utrecht en Flevoland omvat, is de creatieve industrie (met specifieke aandacht voor ICT en Nieuwe Media) opgenomen. Projectgelden worden toegekend voor de periode 2006-2010. Een tender voor 2006 is op 30 september jl. gesloten. Het aantal aanvragen op het gebied van de creatieve industrie is relatief groot. De aanvragen liggen onder meer op het gebied van multimedia, gaming, mode, ondersteuning creatieve ondernemers. Momenteel worden de aanvragen beoordeeld. Uiterlijk februari 2007 zal de staatssecretaris EZ een besluit nemen over de voorliggende aanvragen op basis van het advies van de programmacommissie.

Innovatieprestatiecontracten

Een instrument om innovatie te bevorderen is het zogenaamde innovatieprestatiecontract (IPC): een nieuwe werkwijze waarbij bedrijven en overheid een contract sluiten. De ingrediënten: innovatieprestaties van de deelnemende bedrijven en een passende tegenprestatie van de overheid. Een IPC is be-

⁵ De voorfinanciering bedraagt 154 miljoen euro. In de periode 2008-2025 zal in totaal 64 miljoen euro aan baten terugvloeien in het FES-fonds.

doeld om MKB'ers aan te zetten tot innovatie, meerjarig en op basis van vraagsturing. Met een IPC worden groepen MKB-bedrijven met behulp van een penvoerder collectief aangezet tot het uitvoeren van een eigen meerjarige innovatieplan. Samenwerking en kennisoverdracht spelen hierbij een belangrijke rol. Het IPC richt zich op groepen MKB-bedrijven die een inhoudelijke samenhang met elkaar hebben (keten, regio, thema, branche etc.).

Ook voor de creatieve industrie is gewerkt aan een IPC. Deze richt zich op innovatie bij circa 30 bedrijven die zich bezig houden met het ontwikkelen en vermarkten van innovatieve "digitale creatieve content" (o.a. tv, film, muziek, gaming). Het gaat om bedrijven in de gehele keten van creatie tot eindgebruiker met de focus op de ontwikkeling van nieuwe kansrijke businessmodellen. Het gaat daarbij niet alleen om bedrijven die aan content-creatie doen, maar ook om bedrijven die zich richten op de daarmee samenhangende softwareontwikkeling, reproductie en distributie via onder andere internet. Stichting Innovator begeleidt de deelnemers van dit samenwerkingsverband om tot uitvoering van hun innovatieplan te komen en daarbij samenwerking te bevorderen.

4. Openstaande moties op het gebied van cultuur en economie

Motie Gerkens: Canada Music Fund

Op 1 februari 2006 is tijdens een algemeen overleg in de Tweede Kamer gesproken over een initiatiefnota van kamerlid Arda Gerkens: Hartveroverend – Kwaliteit en Diversiteit in de Nederlandse Popmuziek. De toenmalige staatssecretaris Van der Laan deed tijdens het debat de toezegging onderzoek te doen naar de mogelijkheid om het model van het Canada Music Fund (CMF) in Nederland toe te passen. Voor een uitvoeriger beschrijving van dit model, verwijst ik naar bijlage 3.

Het CMF is opgebouwd uit acht verschillende programma's met elk een eigen subsidieregeling. Deze acht programma's worden in nauwe samenwerking met vier strategische partners uitgevoerd. Een aantal regelingen binnen het CMF vertoont een hoge mate van overeenkomst met het Nederlandse muziekbeleid, al verschilt de wijze van uitvoering. Zo ondersteunt het Creators' Assistance Program projecten gericht op de ontwikkeling van componisten en tekstdichters in alle muziekgenres. In Nederland worden taken ter ondersteuning van componisten uitgevoerd door de ondersteunende instellingen Donemus en Gaudeamus. De subsidiëring van het componeren is belegd bij het Fonds voor de Schepende Toonkunst.

Het succes van het CMF is vooral gelegen in kwaliteitsverhoging van een breed, divers aanbod aan muziekuitgaven, zo blijkt uit rapporten van het CMF. Maar een evaluatie van het Canadese muziekbeleid plaatst ook kanttekeningen. Bij een aantal programma's staat het gebrek aan bestuurlijke distantie ter discussie. Daarnaast is het Canadese beleid op het gebied van muziekpromotie nauw verbonden met een bestuurlijke traditie waarin de overheid stevig ingrijpt in de markt als het gaat om de afscherming van nationale producten en cultuuruitingen.

Bij de discussie over de wenselijkheid regelingen van het CMF over te nemen dient rekening te worden gehouden met de toenemende digitalisering van content. Het subsidiëren van muziekregistraties, de marketing hiervan en de distributie in de vorm van cd's, dvd' of *streams* via internet bieden nieuwe kansen. De trend van digitalisering kan tegemoet komen aan het vergroten van diversiteit en bereik van muzikaal aanbod, zijn beschikbaarheid en het behoud van audiovisueel erfgoed. Met het gebruik van (concert)registraties via internet kan een impuls worden gegeven aan de marketing van live concerten. Het succes van een initiatief als FabChannel spreekt in dit verband tot de verbeelding.

Op grond van bovenstaande overwegingen zal de minister van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap het model van het CMF onder de aandacht brengen van de betreffende fondsen voor de podiumkunsten, met de vraag of er in het CMF elementen zitten die aanleiding geven een vergelijkbaar instrument in Nederland in te zetten.

Motie Douma c.s.

In deze motie wordt gevraagd om toekomstscenario's voor vijf regionale clusters met internationaal aanzien.⁶ Uit de gesprekken die EZ de afgelopen jaren heeft gevoerd en uit onderzoek komt naar voren dat er in ons land drie regionale creatieve clusters zijn: de noordvleugel van de Randstad (ICT, nieuwe media, reclame en entertainment), Zuidoost Nederland (vormgeving en ontwerp) en Arnhem (mode). In de gebiedsgerichte programma's ter uitvoering van *Pieken in de Delta* wordt aandacht besteed aan regionale clusters uit de creatieve industrie. Deze speerpunten zijn geselecteerd op basis van de krachten die de regio's hebben – *Pieken in de Delta* heeft als uitgangspunt ontwikkelingen te stimuleren en knelpunten weg te nemen, teneinde Nederland een concurrerende en dynamische economie te maken in een sterk en innovatief Europa. Ook konden bedrijven uit deze clusters (en elders) meedingen bij de *Creative Challenge Call*. Inmiddels hebben we kunnen constateren dat ze dat ook uitgebreid hebben

⁶ TK 2005-2006, 27 406 nr. 73.

gedaan. Ook is internationaal aanzien een criterium bij de selectie van projecten voor het resterende budget van de "Creative Challenge Call". Er zijn derhalve door EZ de afgelopen jaren reeds verschillende impulsen voor de regionale creatieve clusters in gang gezet, die een verdere stimulans kunnen geven bij de groei naar een cluster met internationaal aanzien. De komende jaren zal duidelijk moeten worden in hoeverre deze impulsen voldoende zijn.

Motie Vroonhoven c.s.

In deze motie wordt gevraagd om een toespitsing van kanszones op de ontwikkeling van de creatieve industrie⁷ Deze motie is reeds beantwoord met brief O&I/O/6035466 d.d. 10 juli 2006. Daarin geeft het kabinet onder andere aan dat zij hulp en ondersteuning in de kanszones biedt voor starters en groeiers binnen de creatieve industrie, aandacht geeft aan de creatieve industrie vanuit de werkgroep Kanszone en additionele afspraken heeft gemaakt in de *pilot* rondom de TU Eindhoven over ondersteuning van de creatieve industrie.

⁷ TK 2005-2006, 27 406 nr. 75.

5. Ter besluit

Hoe nu verder? Deze voortgangsrapportage kijkt terug, het is een inventarisatie van de stand van zaken van het nieuwe beleid voor creatieve bedrijfstakken. Dit schrijven is tegelijk een antwoord op de motie-Dittrich over een structurele impuls aan cultuur en economie.⁸

Het Programma voor de Creatieve Industrie is nadrukkelijk een eerste aftrap, een pilot. Het spreekt voor zich dat een jaar na dato niet alle doelen van dat beleid zijn gerealiseerd. Sommige acties hebben enige voorbereidingstijd nodig gehad en hebben nog geen meetbaar resultaat opgeleverd. Zo zal de oogst van de *Creative Challenge Call* moeten worden bestudeerd, liggen er nog vragen rondom de benutting van het intellectueel eigendom, ook in Europees verband; verder is het nog onduidelijk of het klimaat voor creatieve starters blijvend is verbeterd. Een volgend kabinet zal bepalen of verdergaande inspanningen voor de creatieve industrie noodzakelijk zijn, en zo ja, welke en van welke omvang. Het zou onzuiver zijn intenties te formuleren voor onze opvolgers.

In *Ons Creatieve Vermogen* heeft het Kabinet aangekondigd meer onderzoek te laten verrichten, immers, het Programma voor de Creatieve Industrie is een experiment, een eerste aanzet om de door het kabinet gewenste verbindingen en dynamiek tot stand te brengen. Het is onzeker of alle belemmeringen voor alle delen van de creatieve bedrijfstakken daarmee duurzaam zullen zijn opgelost en of het generieke instrumentarium zijn werk ook in de creatieve sectoren naar behoren vervult. Zodoende blijft de wenselijkheid van een haalbaarheidsstudie aanwezig, maar pas nadat de eerste resultaten van het Programma voor de Creatieve Industrie bekend zijn. Vervolgens kan een volgend kabinet bezien of het nodig is om aanvullende maatregelen te nemen en zo ja welke. Concreet gaat het er om, of er aanleiding bestaat om creatieve bedrijfstakken te ondersteunen op gebieden als kennis en netwerken, financiering, huisvesting, regionaal beleid, starters, innovatie en export, en zo ja, door wie en op welke wijze. Deze studie zou opgezet moeten worden in samenspraak met actieve steden en de creatieve bedrijfstakken zelf, zowel brancheorganisaties als ondernemers.

Met *Ons Creatieve Vermogen* uit 2005 analyseerde de overheid voor het eerst de economische bijdrage van cultuur en creativiteit en trok conclusies uit die analyse met een interdepartementaal programma. Dat er één jaar later nog werk voor de boeg is, neemt niet weg dat de brug die het kabinet tussen creativiteit en economie heeft geslagen, duurzaam blijkt te zijn. Daarvan getuigen de enthousiaste initiatieven van gemeenten, bedrijven en creatieve ondernemers. Het speelveld voor de overheid op het gebied van de economische benutting van creativiteit is daarmee goed afgebakend.

⁸ TK 2005-2006, 27 406 nr. 76

Bijlagen

1. Overzicht van de acties uit het programma
2. Gehonoreerde projecten uit de *Creative Challenge Call*
3. Toelichting op motie Canada Music Fund
4. Gebruikte afkortingen en definities

Bijlage 1 – Overzicht van de acties uit het programma

In k€	Begroting	Betrokken departementen	2005	2006	2007	2008	Totaal	Toelichting
<i>Actielijn 1. Aansluitingsvraagstuk</i>								
<i>Creative Challenge Call</i>	EZ	OCW	0	3.340	4.660	0	8.000	EZ en OCW hebben deze zomer een tender voor € 3 mln uitgeschreven. Uit 425 inschrijvingen zijn 39 projecten geselecteerd. Het resterende budget wordt de komende maanden ingezet voor een klein aantal duurzame initiatieven.
<i>Actielijn 2. Financiële condities voor creatieve bedrijven</i>								
TechnoPartner	EZ		0	3.200	0	0	3.200	Er zijn geen plannen ten gunste van creatieve bedrijfstakken ingediend bij de tender deze zomer. De redenen hiervoor zullen worden onderzocht.
Mecenaat	OCW		0	400	400	400	1.200	Het programma Cultuurmecenaat (met o.a. een masterclass fondsenwerving) is belegd bij stichting Kunst en Zaken en op 18 september 2006 van start gegaan. Het loopt tot eind 2008.
Kapitaalmarktpakket voor MKB			Budgettair neutraal				0	Via regionale road shows mede gericht op de creatieve industrie heeft deze de gelegenheid gehad zich te informeren over het kapitaalmarktpakket voor het MKB (BBMKB).
Business angels			Budgettair neutraal				0	Het afgelopen jaar zijn de mogelijkheden die de creatieve bedrijfstakken bieden beter bekend gemaakt bij <i>informal investors</i> . Het <i>Business Angels</i> Programma wordt komend jaar geëvalueerd.
Cultureel beleggen		FIN, OCW	Budgettair neutraal				0	In het kader van de regeling Cultureel Beleggen zijn cultuurverklaringen afgegeven voor/aan drie verschillende culturele beleggingsfondsen (Triodos Bank, Kunsthal Rotterdam/ING Private Banking en het Vastgoed Cultuurfonds). In 2007 zal de regeling tussentijds worden geëvalueerd.
<i>Actielijn 3. Intellectueel eigendom</i>								
Creative Commons	OCW		80	300	320	0	700	Het werkprogramma van Creative Commons Nederland loopt op schema en eindigt eind 2007. CCNL zal in 2007 nader onderzoek verrichten naar het gebruik van afgegeven licenties.
Auteurscontractenrecht		JUS, OCW, EZ	Budgettair neutraal				0	Het huidige kabinet wacht nog op het advies van de Raad van Cultuur en zal geen wijzingen aanbrengen in het auteurscontractenrecht.
Voorlichting verbeteren (Syntens)			Budgettair neutraal				0	Syntens heeft een <i>Toolkit</i> aangevuld met enkele brochures over Intellectueel Eigendom en organiseert workshops voor het bedrijfsleven.
<i>Actielijn 4. Internationalisering</i>								
<i>4.1 Een sterke internationalisering van creatieve sectoren</i>								
Financiële bronnen beter benutten	OCW	EZ, BUZA	0	40	0	0	40	De EVD en de Sica zullen de regering in 2007 adviseren over de mate waarin de creatieve industrie het bestaande financiële instrumentarium voor internationale activiteiten en promotie benut en eventuele knelpunten.

Voortgangsrapportage Programma voor de Creatieve Industrie

In k€	Begroting	Betrokken departementen	2005	2006	2007	2008	Totaal	Toelichting
Export versterken / collectieve promotie	EZ	BUZA, OCW		150			150	<ul style="list-style-type: none"> De EVD organiseerde uitgaande missies voor design, architectuur, mode. MusicXport ontving in 2006 een eenmalige bijdrage van EZ voor internationalisering van de popmuziek. De samenwerking tussen de economische, culturele en technisch-wetenschappelijke vertegenwoordigingen wordt, waar nodig, verbeterd. De EVD heeft contact gelegd tussen Nederlandse en Franse multimedia- en gaming-bedrijven en Nederlands design is gepromoot in Berlijn. In New York is een tentoonstelling ingericht met Nederlandse mode (programma <i>Orange Alert</i>). De Nederlandse designindustrie zal zich presenteren op een beurs in Tokyo (<i>100% design</i>). Hierbij werken de Premsela stichting en EZ samen. De Premsela stichting zal een voorstel doen voor programmatische, gezamenlijke, meerjarige collectieve promotie en <i>matchmaking</i> voor design. De EVD maakt verkenningen: voor design in Japan en Centraal Europa; voor de creatieve industrie in Shanghai. De Sica organiseert een internationaal bezoekersprogramma, de EVD inkomende missies naar Nederlandse evenementen.
<i>4.2 Een optimale inzet van cultuur bij de versterking van het Nederlandse imago</i>								
Designed in Holland	OCW	EZ	0	100	0	0	100	De Premsela stichting heeft de bestaande site www.design.nl aangepast voor de collectieve marketing van Nederlands design en onderzoekt de mogelijkheden van een gezamenlijke presentatie op de Via Milano.
Vernieuwde Toeristische Agenda			Budgettair neutraal				0	Tweejaarlijks vindt een groot evenementenjaar voor de Nederlandse musea plaats: dit jaar is dat <i>Rembrandt 400</i> , in 2008 en 2009 is de werktitel <i>Holland Art Cities</i> .
Holland branding		EZ, OCW, BUZA	Budgettair neutraal				0	De toolkit voor de Holland Branding is aangevuld met informatie over de sterktes van de Nederlandse creatieve industrie. Het departementale geschenkenbeleid wordt momenteel door vier ministeries (AZ, BuZa, EZ en OCW) onder de loupe genomen.
<i>4.3 Acties in EU-verband</i>								
Mobiliteit van collecties verbeteren		FIN, OCW	Budgettair neutraal				0	Het Duitse voorzitterschap presenteert in de eerste helft van 2007 de voortgang van het Actieplan Collectiemobiliteit. Nederland werkt aan de uitleen van rijkscollecties zonder verplichte verzekering.
EU en de creatieve industrie	OCW	EZ		50			50	De Europese Commissie inventariseert de situatie van de creatieve bedrijfstakken in de lidstaten. OCW en EZ verrichten onderzoek naar <i>goede praktijken</i> van beleid en instrumentarium in een vijftal landen.
<i>Actielijn 5. Professionalisering cultureel management</i>								

Voortgangsrapportage Programma voor de Creatieve Industrie

In k€	Begroting	Betrokken departementen	2005	2006	2007	2008	Totaal	Toelichting
Ondernemerschap in het onderwijs	OCW		0	200	600	400	1200	Kunstenaars en CO en Kunst & Zaken voeren samen het project <i>Creative co-makership</i> uit (afstemming van het kunstvakonderwijs op de beroepspraktijk). Het project zal eind 2008 zijn afgerond.
Professionalisering	OCW		0	50	0	0	50	Momenteel wordt een onderzoek uitgevoerd naar belemmeringen die (grotere) musea en schouwburgen ondervinden bij ondernemerschap. Begin 2007 worden de resultaten van dit onderzoek verwacht.
TAX-videoclipfonds	OCW		0	100	100	100	300	De regeling videoclips 2006-2008 (het zogenoemde TAX-videoclipfonds) van het Fonds voor Beeldende Kunsten, Vormgeving en Bouwkunst en het Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties loopt tot en met 2008.
Prikkels gesubsidieerde instellingen			Budgettair neutraal				0	Het onderwerp cultureel ondernemerschap is onderdeel van de opdracht van OCW aan de verschillende cultuurfondsen. Verder zal het onderwerp worden meegenomen in het kader van de subsidieperiode 2009-2012. In 2007 worden de grote lijnen voor dit nieuwe beleid uiteengezet.
<i>Actielijn 6. Overige maatregelen</i>								
Haalbaarheidsonderzoek	OCW	BZK, EZ	0	0	150	0	150	Een haalbaarheidsstudie wordt gestart nadat de eerste resultaten van het Programma voor de Creatieve Industrie bekend zijn. Thema's zijn: kennis en netwerken, financiering, huisvesting, regionaal beleid, starters, innovatie en export. De studie zal opgezet worden met actieve steden en de creatieve bedrijfstakken.
<i>Maatregelen buiten het Programma voor de Creatieve Industrie</i>								
TechnoPartner	EZ			5.000		5.000		
Pieken in de Delta: Noordvleugel	EZ		786					
Gate onderzoeksprogramma	EZ		10.000					
Digitalisering audiovisueel erfgoed (<i>Beelden van de Toekomst</i>)	OCW				24.700	23.810		Het project <i>Beelden van de Toekomst</i> (in totaal € 90 mln FES-gelden) is gericht op het conserveren en exploiteren van ons nationale audiovisuele erfgoed en loopt van 2007 tot 2013. Zes betrokken partijen: het Filmmuseum, het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, de Centrale Discotheek Rotterdam, het Nationaal Archief, stichting Nederland Kennisland en de Vereniging van Openbare Bibliotheken.

Bijlage 3

Gehonoreerde projecten uit de "Creative Challenge Call"

Indiener

- 1 Atelier Vrijdag
- 2 Bas Ruysenaars uitgever-producent
- 3 Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers BNO
- 4 Catation Relations
- 5 CCCP.tv
- 6 Centrale Bond van Meubelfabrikanten
- 7 Centrum voor Leiderschap
- 8 Cultuurfabriek BV
- 9 De Netwerkgeregisseurs
- 10 Digikring Flevoland
- 11 DN Urbland
- 12 Dumont Advies V.o.f.
- 13 EDC B.V
- 14 Federatie Dunne Plaat
- 15 ICT-Office
- 16 Imediate
- 17 Koninklijke Metaalunie
- 18 MAD Emergent art center
- 19 Matching Innovation B.V.
- 20 Mediamatic Lab V.O.F.
- 21 Motum
- 22 Museum Boijmans Van Beuningen
- 23 Nederlands Verpakkingscentrum
- 24 School Foundation i.o
- 25 Stichting Ainsi
- 26 Stichting Creative Learning Lab
- 27 Stichting de Wintertuin
- 28 Stichting Design Management Netwerk (DMN)
- 29 Stichting ISH
- 30 Submarine Rotterdam BV
- 31 Technologie Kring Twente
- 32 Temporary Art Center
- 33 Tinker Imagineers
- 34 Vereniging Metalen Ramen en Gevelbranche
- 35 Via Traiectum v.o.f.
- 36 Vinland
- 37 Virtueel Platform
- 38 Visual Experience bv
- 39 Walter Maas Huis

Een inhoudelijke beschrijving van de projecten is vindbaar via de website www.cultuureconomie.nl.

Bijlage 4

Toelichting op motie Canada Music Fund

Inleiding

Op 1 februari 2006 vond een algemeen overleg plaats over de initiatiefnota Oorstrelend en Hartveroverend – Kwaliteit en Diversiteit in de Nederlandse Popmuziek van lid Gerkens. Een van de aanbevelingen uit de nota die tijdens dit overleg aan de orde kwam, was de oprichting van een fonds voor Nederlandse muziekproducties naar voorbeeld van het Canada Music Fund. Staatssecretaris Van der Laan zegde tijdens het overleg toe de Kamer te informeren over de mogelijkheid het model van het Canada Music Fund in Nederland toe te passen. Hieronder volgt een vergelijking tussen het Canada Music Fund en de ondersteuning van de muzieksector in Nederland. De vergelijking richt zich op de reikwijdte van het Canada Music Fund en het Nederlandse muziekbeleid, de programma's die in beide landen voor de ondersteuning van de muzieksector bestaan en de overheidsbemoediging in Canada en in Nederland. Daarnaast maakt dit rapport aan de hand van een evaluatie duidelijk hoe in Canada gedacht wordt over het functioneren van het Canada Music Fund.

De reikwijdte van het Canada Music Fund en het Nederlandse muziekbeleid

In Nederland is het cultuurbeleid ondergebracht bij het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW). Het Nederlandse cultuurbeleid bestrijkt de domeinen van media, letteren, bibliotheken, cultureel erfgoed en de kunsten, waaronder muziek. OCW verstrekt in het kader van de cultuurnota meerjarige instellingssubsidies aan muziekinstellingen. Het Fonds voor de Amateurkunst en Podiumkunsten (FAPK) voorziet in de subsidiëring van muziekproducties op projectbasis. Daarnaast ondersteunt het Fonds voor Podiumprogrammering en Marketing (FPPM) podia en festivals in hun programmering en marketing. Het Fonds voor de Scheppende Toonkunst subsidieert werken van componisten. In Canada valt het cultuurbeleid onder het Department of Canadian Heritage. Het muziekbeleid is voor een belangrijk deel vervat in het Canada Music Fund (CMF). Het CMF is in 2001 door het Department of Canadian Heritage opgericht als beleidsinstrument in het kader van de Canadian Sound Recording Policy, dat gericht is op de versterking van de Canadese muziekindustrie. Het CMF is niet een fonds in de betekenis van een zelfstandig bestuursorgaan (ZBO) of onafhankelijke stichting, maar een overkoepelende beleidsterm voor acht afzonderlijke programma's met elk minimaal één eigen subsidieregeling. Deze programma's worden buiten het departement door vier afzonderlijke organisaties uitgevoerd. Het Canada Music Fund is werkzaam in de volle breedte van de muzieksector en noemt in zijn verslagen 15 verschillende genres, met naast pop, rock en dance tevens klassiek, hedendaags, jazz, jeugdmuziek, wereldmuziek en aboriginal music (muziek van oorspronkelijke bevolkingsgroepen). Het Department of Canadian Heritage stelt in het kader van het CMF een jaarlijks budget van maximaal 30 miljoen CAD beschikbaar.⁹ Investerings in de beleidsprogramma's worden in een aantal gevallen gematcht door bijdragen van private partners in de muziekindustrie, deels op vrijwillige basis, deels op grond van verplichte opdrachten.

Doelstellingen van het Canadian Music Fund

Het CMF past in een langere traditie van overheidsbemoediging met de muzieksector. Zo bestond voor de oprichting van het CMF het Sound Recording Development Program (SRDP) van de Canadese overheid dat zich globaal op dezelfde doelstellingen richtte als het CMF.

⁹ 1.00 Canadian Dollar = 0.705264 euro.

Hoofddoelen van het SRDP waren: het vergroten van de beschikbaarheid voor het Canadese publiek van Canadese muziek (zowel kwalitatief als kwantitatief) en het vergroten van de populariteit van Canadese artiesten en muziek(producten). Daarnaast moest het programma bijdragen aan de ontwikkelingen van genres in termen van diversiteit aan stijlen, inclusief *specialised music*¹⁰ met een minder sterk commercieel oogmerk of potentie. Het SRDP had daarbij de opdracht rekening te houden met overwegingen van regionaal belang door bij te dragen aan producties in zowel de Engelse als de Franse taal.

In april 2000 verscheen een uitgebreide evaluatie van dit programma, dat sinds 1986 bestond.¹¹ De evaluatie van de SRDP noemde een aantal successen, onder meer de toename van aantal, kwaliteit en beschikbaarheid van albums van Canadese artiesten en componisten/tekstschrijvers. Maar het evaluatierapport stelde ook dat de resultaten niet optimaal uitvielen door een gebrek aan heldere, samenhangende doelstellingen. Het zou de SRDP aan een coherente strategie ontbreken. Er zouden scherpere keuzen gemaakt moeten worden om versnippering van middelen en inspanningen te voorkomen. Het beleid was bovendien niet progressief genoeg om in te spelen op ontwikkelingen in de muziekindustrie en werkte niet als katalysator voor het genereren van extra investeringen in de sector door private partijen.

De aanpassingen leidden tot de volgende doelstellingen van het CMF, dat in 2001 als opvolger van de SRDP van start ging:

- het vergroten van de beschikbaarheid voor Canadees publiek van een breed scala aan Canadese muziekproducten via bestaande en nieuwe media
- het vergroten van mogelijkheden voor Canadese muzikartiesten en culturele ondernemers om een significante, duurzame bijdrage aan de Canadese culturele expressie te leveren
- het waarborgen dat Canadese muzikartiesten en ondernemers beschikken over voldoende expertise en vaardigheden om succesvol te zijn in een globale en digitale context.

De rol van de overheid

Het CMF richt zich niet uitsluitend op Canadese artiesten en Canadees repertoire, maar ook op de bescherming en ondersteuning van de binnenlandse muziekindustrie. Voorwaarde voor subsidiëring is steeds dat de aanvragende of betrokken platenmaatschappij *Canadian owned* of in ieder geval *Canadian-controlled* moet zijn. Dit laatste wil zeggen dat minstens 50% van de aandelen in Canadese handen moet zijn. De Canadese overheidsbemoedening met de muzieksector hangt nauw samen met het protectionistische Canadese beleid, waarin een grote rol voor de overheid is weggelegd als het gaat om de bescherming van nationale producten en cultuuruitingen.¹²

Het Nederlandse muziekbeleid is voorwaardenscheppend in de zorg voor een kwalitatief hoogwaardig en divers aanbod. Overheidsingrijpen bestaat vrijwel geheel uit subsidiëring van producten en functies die zonder inzet van publieke middelen niet zouden kunnen bestaan. Wet- en regelgeving houden verband met de verdeling van subsidies en zijn in het muziekbeleid geen op zichzelf staand middel om de markt te corrigeren.

Programma's Canadian Music Fund

¹⁰ De Canada Council for the Arts hanteert de volgende definitie (<http://www.canadacouncil.ca/grants/music>): "Specialized music' is defined as music whose intent and/or content is not shaped by the desire for wide market appeal but which instead places creativity, self-expression and/or experimentation above the current demands and format expectations of the mainstream recording industry. Specialized music has a significance that extends beyond being solely a form of entertainment and is usually identified with the parallel market and alternative distribution systems."

¹¹ http://www.pch.gc.ca/progs/ac-ca/progs/pades-srdp/TOC_E.htm.

¹² Zo legt de Canadese Broadcasting Act radiostations (incl. commerciële zenders) een quotum van minimaal 35% airplay voor Canadees product op.

Het CMF is opgebouwd uit acht verschillende programma's met elk minimaal één eigen subsidieregeling. Zij worden in samenwerking met vier partners uitgevoerd. Hieronder volgt een beknopte beschrijving van de acht programma's, waarbij voor elk programma kort wordt aangegeven hoe het zich verhoudt tot de situatie in Nederland.

Het **Creators' Assistance Program** is een subsidieregeling die wordt uitgevoerd door de SOCAN Foundation. Zij ondersteunt projecten van landelijke organisaties gericht op de ontwikkeling van componisten en tekstdichters in alle muziekgenres. Voor deze subsidieregeling komen o.a. workshops, conferenties, lezingen, promotionele ondersteuning en website-support in aanmerking.

In het Nederlandse cultuurbeleid worden taken ter ondersteuning van componisten uitgevoerd door de ondersteunende instellingen Donemus en Gaudeamus. De subsidiëring van het componeren zelf is belegd bij het Fonds voor de Scheppende Toonkunst. Stichting Buma Cultuur (voorheen Conamus) wordt in het kader van de cultuurnota uitsluitend gesubsidieerd voor het Amsterdam Dance Event. De activiteiten van Buma Cultuur ten behoeve van auteurs in onder meer populaire muziek en kleinkunst worden gefinancierd door auteursrechtenorganisatie Buma.

Het **Canadian Musical Diversity Program** is een programma dat wordt uitgevoerd door de Canada Council for the Arts. Het biedt een subsidieregeling ter bevordering van muzikale diversiteit en ondersteunt auteurs, musici en ondernemers bij de productie, distributie en promotie van geluidsopnamen op het gebied van *specialized music*.

In de Nederlandse cultuurnota bestaat geen specifiek subsidie-instrument voor ondersteuning van opnamen van artistiek gemotiveerde muziekvormen. Incidenteel besteden producerende en ondersteunende muziekinstellingen een deel van hun subsidie aan de registratie en/of uitgave van muziekuitvoeringen. Dit gebeurt in de meeste gevallen om erfgoed te presenteren en/of effectief promotiemateriaal beschikbaar te kunnen stellen.

Het **New Musical Works Program** (NMWP) richt zich op uiteenlopende behoeften binnen de muziekindustrie: beperkte bijdragen aan demo-cd's van nieuwe talenten, subsidiëring van de productie en marketing van complete muziekalbums en ondersteuning van internationale tournees van gevestigde artiesten. Het NMWP wordt uitgevoerd door FACTOR (*Foundation Assisting Canadian Talent on Recordings*) voor het Engelstalige deel en MusicAction voor het Franstalige deel. Het New Musical Works Program wordt door het Department of Canadian Heritage als hoeksteen van het CMF beschouwd. Taken ten behoeve van expertisebevordering, professionalisering, (internationale) promotie en tour support worden in Nederland uitgevoerd door verschillende ondersteunende muziekinstellingen. Talentontwikkeling wordt gestimuleerd door het FAPK in de vorm van beurzen en stipendia. Daarnaast spelen de activiteiten van werkplaatsen en concoursen als De Grote Prijs van Nederland en het Prinses Christina Concours een rol in het stimuleren van talent. Evenals bij het voorgaande programma geldt dat voor de subsidiëring van muziekopnamen in het kader van het NMWP in Nederland geen equivalent bestaat.

Het **Collective Initiatives Program**, een door FACTOR/MusicAction uitgevoerd programma, subsidieert terugkerende evenementen als symposia, prijsuitreikingen en andere initiatieven die bijdragen aan de collectieve marketing van de muziekindustrie.

Binnen de Nederlandse cultuurnota geschiedt collectieve promotie vooral in het kielzog van de programmering van instellingen. Jaarlijkse evenementen als Eurosonic/Noorderslag, Amsterdam Dance Event, Holland Festival Oude Muziek en de Gaudeamus Muziekweek hebben naast hun publiekgerichte

programmering een programma voor en door professionals, gericht op collectieve promotie, uitwisseling en netwerkvorming. Bij veel van deze evenementen worden prijzen uitgereikt.

Het **Music Entrepreneur Program** (MEP) is aanvullend aan het NMWP en werkt, in tegenstelling tot de andere programma's, niet met projectsubsidies, maar met jaarlijkse toekenningen aan Canadese bedrijven. Het MEP richt zich voornamelijk op het bevorderen van innovatie in marketing en gebruik van nieuwe media. Het MEP werd opgezet in 2002 en beheerd door Telefilm Canada. Per april 2005 is de regeling onder rechtstreeks beheer van het Department of Canadian Heritage gebracht.

Voor de wijze waarop op dit moment in Nederland de creatieve industrie versterkt wordt, verwijs ik naar de beleidsbrief 'Ons Creatieve Vermogen' die het kabinet op 14 oktober 2005 heeft verstuurd. Dit beleidsthema biedt ook nieuwe mogelijkheden voor innovatieve projecten binnen de muziekindustrie.

Het **Support to Sector Associations Program** wordt beheerd door het Department of Canadian Heritage en verstrekt subsidies aan koepelverenigingen binnen de muziekindustrie ten behoeve van informatievoorziening, ontsluiting van marktgegevens en beleidsinformatie.

De Cultuurnota 2005-2008 brengt onderscheid aan tussen producerende taken en ondersteunende taken. Ondersteunende taken zijn daarbij onderverdeeld in besteltaken, opdrachttaken en branchetaken. Besteltaken zijn slechts subsidiabel indien zij worden uitgevoerd door onafhankelijke stichtingen die zonder last of ruggespraak kunnen functioneren, wat belangenverenigingen uitsluit. Branchetaken komen sinds 2005 niet meer voor cultuurnotasubsidie in aanmerking. De activiteiten die worden ondersteund vanuit het Support to Sector Associations Program zijn aan te merken als branchetaken.

Het **Canadian Music Memories Program** is gericht op het behoud van Canadees muzikaal erfgoed en verstrekt subsidies aan instellingen voor beheer en ontsluiting van audiovisueel materiaal. Het programma wordt gezamenlijk beheerd door het Department of Canadian Heritage en Library and Archives Canada.

Binnen de Nederlandse cultuurnota wordt beheer en ontsluiting van Nederlands muzikaal en audiovisueel erfgoed gewaarborgd aan de hand van meerjarige instellingssubsidies aan erfgoedinstellingen en sectorinstituten. Het gaat daarbij zowel om erfgoed in de vorm van analoge en digitale geluid dragers, fotomateriaal en video, alsook bronnenmateriaal in de vorm van bladmuziek, manuscripten en drukwerken.¹³

Het functioneren van het Canada Music Fund

Het CMF hecht sterk aan draagvlak in het veld. Maar de nauwe betrokkenheid van professionals uit de industrie bij het Canada Music Fund wordt ook als een probleem gezien. Er is sprake van kritiek op het CMF als het gaat om de nauwe banden met de Canadese muzieksector en de geringe bestuurlijke distantie tot belanghebbenden. In het bijzonder bij de door FACTOR uitgevoerde programma's staat de minimale bestuurlijke distantie ten opzichte van belanghebbenden ter discussie.¹⁴ In de jaarverantwoording 2005-2006 bedankt FACTOR meer dan 600 personen in het veld die betrokken zijn geweest bij evaluaties en beoordelingscommissies.¹⁵ Het succes van het CMF is vooral gelegen in verhoging van

¹³ Binnen de muziek ontvangen onder andere het Muziekcentrum van de Omroep, het Nederlands Muziek Instituut, Donemus, Nederlands Jazz Archief en het Nationaal Pop Instituut subsidie in het kader van de cultuurnota voor het uitvoeren van erfgoedtaken. Voor digitalisering van audiovisueel erfgoed is € 154 miljoen vrijgemaakt.

¹⁴ "Another area identified as requiring change is the need to make clear that FACTOR's role is one of an administrator of funds and should not be confused as a lobbying organization." FACTOR's Evolution – Highlights Report, January 13 2006, 2.3 Conflict of Interest, p.15.

¹⁵ FACTOR annual report 2005-2006, p. 44.

de kwaliteit van het brede, diverse aanbod aan muziekuitgaven, zo blijkt uit rapporten van het CMF. Het CMF probeert door zijn beleid zowel de diversiteit van het aanbod te waarborgen als naar commercieel succes en vergroting van het marktaandeel aan Canadese muziek te streven. De verenigbaarheid van deze doelstellingen staat in Canada ter discussie. Sommige partijen in de Canadese muziekindustrie zijn van mening dat het commercieel gezien rendabeler is fors te investeren in enkele kansrijke talenten, in plaats van de diversiteit te dienen door velerlei niches te ondersteunen.¹⁶

Recente ontwikkelingen

De spanning tussen het economische stimuleringsbeleid gericht op marktsucces en het cultuurpolitieke streven naar meer diversiteit dreigt voor het New Musical Works Program tot een crisis te leiden. Private partners, waaronder de commerciële radiostations, heroverwegen momenteel het vrijwillige deel van hun bijdrage in de regeling.¹⁷ Zij kunnen zich steeds minder vinden in de cultuurpolitieke focus van het CMF en willen hun bijdragen wellicht gaan investeren in hun eigen Starmaker Fund: een project gericht op de stimulering van commercieel kansrijk talent (een soort Idols-project).¹⁸ Het Department of Canadian Heritage heeft aangegeven de subsidie aan FACTOR in het kader van het CMF te heroverwegen, mochten de radiostations zich daadwerkelijk terugtrekken.

Samenvatting

Het Canada Music Fund is een overkoepelende beleidsterm voor acht afzonderlijke programma's met elk een eigen subsidieregeling. Evenmin als in Nederland bestaat er in Canada een apart fonds voor de popmuziek. Taken die in Canada in een van de acht programma's van het CMF zijn verenigd, zijn in Nederland vaak anders belegd en in veel gevallen over verschillende partijen gespreid. Het Nederlandse cultuurbeleid van de rijksoverheid kent geen specifieke subsidieregelingen ten behoeve van de productie en marketing van muziekopnamen. Het Canadese muziekbeleid is nauw verbonden met een bestuurlijke traditie waarin de overheid ingrijpt in de markt als het gaat om nationale producten en cultuuruitingen. Er is sprake van kritiek op het CMF als het gaat om de geringe bestuurlijke distantie ten opzichte van de muzieksector en de mate waarin het CMF erin slaagt economisch stimuleringsbeleid met de bevordering van kwaliteit en diversiteit in aanbod te verbinden.

¹⁶ "But I think as stakeholders in the music sector we must all ask ourselves: "How can we make these different talent development programmes more effective?" "How can we ensure that they help achieve the goal we all share: a greater number of successful Canadian stars?" One way is to encourage greater co-ordination between the various programmes. Another is to convince the government to shift its focus; instead of only giving one dollar to 100,000 different artists, in the name of cultural, social, regional and gender diversity, it should also be willing to give \$100,000 to one artist-the artist who is going to make it big and create the music that millions of Canadians will listen to." Michael McCabe, President and CEO Canadian Association of Broadcasters, Canadian Music at a Crossroad: 10 reasons why Canada's music industry needs a new policy framework, speech d.d. 28 maart 2001.

¹⁷ FACTOR annual report 2005-2006, President's report, pp. 4-5.

¹⁸ Zie voor de standpunten van koepelorganisaties in de muziekindustrie: http://www.cirpa.ca/Storage/10/589_CRTC_NPH2006-9_Oct0506.pdf en http://www.cria.ca/news/150306_n.pdf.

Het CRIA stelt: "Given these developments, CRIA submits that there is no longer a rationale for concentrating additional CTD contributions within FACTOR. While CRIA supports the prospect of a reasonable minimum base funding being maintained for FACTOR in the context of licence transfers or licence renewals, we submit that any funding over and above this base amount will not help us to move the yardsticks, as it is unlikely that "radio ready" artists will emerge from funding in this sector of the ecosystem."

Bijlage 5

Gebruikte afkortingen en definities

BBIE	Benelux-Bureau voor de intellectuele eigendom
BGIIn	Benelux Game Initiative
CC-NL	Creative Commons Nederland
ECP.nl	Platform voor eNederland
EVD	Economische Voorlichtingsdienst, een agentschap van het ministerie van Economische Zaken
HGIS-c	Homogene Groep Internationale Samenwerking-cultuur
IPC	Innovatie Prestatie Contract
IVIR	Instituut voor informatierecht
MKB	Midden- en Klein Bedrijf
OCN	Octrooicentrum Nederland
PSB-regeling	Regeling van het programma Starters op Buitenlandse Markten
SenterNovem	Agentschap van het ministerie van Economische Zaken voor duurzaamheid en innovatie
Sica	Stichting Internationale Culturele Activiteiten, een door OCW gesubsidieerde instelling
SLA	Service Level Agreement: belofte dat een instelling zich aan zijn beloften houdt, of straffe van een korting achteraf
SKE	Subsidieregeling Kennisexploitatie
WBSO	Wet Bevordering Speur- & Ontwikkelingswerk

Definities:

De creatieve industrie. Als we spreken over de creatieve industrie, dan gaat het niet om een klassieke industrie, maar om een verzameling creatieve bedrijfstakken, waar een groot deel van de creatieve productie plaatsvindt. Bij het operationaliseren van het begrip creatieve bedrijfstakken worden drie categorieën afgebakend: kunsten, media en entertainment en creatieve zakelijke dienstverlening. Binnen die categorieën is er telkens een bedrijfskolom met dezelfde stadia, die elkaar logisch opvolgen: initiële creatie, productie, distributie en retail.

Creatie	Materiële Productie	Distributie en Retail
<i>Kunsten</i>		
Beeldende kunst, fotografie	Beeldende kunst, fotografie	Veilingen, kunsttuleen, kunstgaleriën en expositieruimten, musea, winkels
Alle podiumkunsten: muziek, dans, theater	Alle beoefening en productie van podiumkunsten: muziek, dans, theater, en reproductie en uitvoering van geluidsopnamen	Theaters, schouwburgen en concertgebouwen, evenementenhallen, CD-winkels
Recreatiecentra, organisatie van culturele evenementen	Recreatiecentra, evenementenhallen	Recreatiecentra, organisatie van culturele evenementen, evenementenhallen
<i>Media en entertainment</i>		
Film: Scenario, Scriptwriting, Pre-productie.	Filmproductie incl. ondersteunende activiteiten	Filmdistributie, bioscopen, filmtheaters, videotheken
Productie van radio- en televisieprogramma's	Productie van radio- en televisieprogramma's	Omroeporganisaties
Schrijven: romans, poëzie, non-fictie	Uitgeverij en boekdrukkerij	Openbare bibliotheken, boekwinkels
Journalistiek	Uitgeverij en drukkerij dagbladen	Openbare bibliotheken, winkels in boeken, tijdschriften en kranten
<i>Creatieve zakelijke dienstverlening</i>		
Vormgeving, modeontwerp, grafisch ontwerp	Vervaardiging van meubels, kleding, brillmonturen, auto's, enzovoorts	Handel in kleding, brillen, meubels, auto's
Gaming, nieuwe media	Gaming, nieuwe media	Handel in computers en software
Architectuur, stedenbouwkundig ontwerp	Algemene burgerlijke en utiliteitsbouw, projectontwikkeling	Projectontwikkeling, handel in onroerend goed, monumentenzorg
Reclame	Drukkerijen	Overige reclaimediensten

Toelichting:

Creatieve bedrijfstakken

Niet behorend tot de creatieve bedrijfstakken

Creatieve productie. De economische waarde van creatieve producten bestaat uit twee componenten: gebruikswaarde en symbolische waarde. Het gaat bij creatieve producten niet alleen om het praktische gebruiksgenot, maar ook om de betekenis die de gebruiker aan het product ontleent op grond van bijvoorbeeld de esthetiek ervan of het imago dat het hem of haar verschaft. Sommige creatieve producten hebben slechts marginale gebruikswaarde, zoals een avondje uit naar de schouwburg. Het beleid richt zich, in economische termen, op markten waar creatieve producten verhandeld worden. Creatieve productie heeft zowel betrekking op de creatieve industrie, als op creatieve activiteiten die elders in de economie plaatsvinden.

Cultuur heeft hier de betekenis van de kunsten en erfgoed, media, entertainment en creatieve zakelijke dienstverlening: alle creatieve goederen en diensten. Sommige markten waar deze producten worden verhandeld, worden gedomineerd door private verhoudingen, popmuziek bijvoorbeeld; op andere speelt de overheid vanuit haar cultuurdoelstellingen een dominante rol, denk aan de markt voor contemporaine beeldende kunst. Cultuur wordt uitdrukkelijk niet beschouwd als beschaving, noch als het eigene van een bepaalde gemeenschap, de waarden ervan.

Creatieve klasse. De grootste begripsverwarring rond creatieve productie is ontstaan sinds Richard Florida furore maakt met zijn bestseller *The rise of the creative class* (2002). Zijn creatieve klasse bestaat uit mensen die niet per se een hoge opleiding hebben genoten, maar creatief zijn en innovatieve ideeën hebben. Bij de creatieve klasse telt Florida niet alleen kunstenaars, ontwerpers en schrijvers, maar ook ingenieurs, medici en onderwijzers. Zelfs managers, financieel en commercieel experts, juristen en technici behoren tot Florida's creatieve klasse. Zo ontwerpt Florida een categorie waaronder maar liefst een derde van de Amerikaanse beroepsbevolking valt. Die ruime definitie wijkt dus significant af van het aantal mensen dat in de creatieve industrie werkt, omdat het hier gaat om mensen met 'probleemoplossend' werk – lang niet altijd in een van de creatieve bedrijfstakken.