

Ons Creatieve Landschap

Een onderzoek naar het krachtenveld in de creatieve industrie in Nederland

Onderzoek

■ Een krachtenveldanalyse van de creatieve industrie in Nederland, waarin de belangrijkste bedrijven en kennisinstellingen, inclusief hun onderlinge (structurele) verhoudingen naar voren komen.
 ■ Een vergelijkende analyse van Nederlandse en buitenlandse kennisinstututen en de hieruit voortgekomen leerpunten.

Externe begeleider.
dr. Frits D.J. Grotenhuis
 (Grotenhuis Organisatieadvies, D66 Kenniseconomieplatform)

TU/e technische universiteit eindhoven

Begeleider: Ir. J. Daams
Uitvoerender:
 - Mark Wilde (0416128)
 - Luc van Sas (0530827)

O N D E R
 N S I M
 L T U U R
 N E T E M
 S C H A P

Opdrachtgever:
 dr. B.P. Hofstede

Bachelor
EindProject

Voorwoord

In het kader van de Bachelor Eindopdracht van de studie Technische Bedrijfskunde aan de Technische Universiteit Eindhoven hebben wij dit onderzoek uitgevoerd. De hoofddoelstelling van dit project is het laten zien dat we voor een bedrijfskundige vraagstelling het bedrijfskundig theoretisch en methodisch gereedschap zelfstandig kunnen toepassen. De eindtermen ten aanzien van de opdracht hebben we bereikt en de doelstelling geconcretiseerd.

De opdracht hebben we onder begeleiding van het D66 Platform Kenniseconomie uitgevoerd voor het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Het onderwerp is interessant en de samenwerking met zowel het platform als het Ministerie was zeer positief. We hebben er dan ook met plezier aan gewerkt en er hebben er in meerdere opzichten veel van opgestoken.

Allereerst heeft dit onderzoek ons veel inzicht verschaft in de creatieve industrie en de ontwikkelingen die er momenteel in deze sector gaande zijn. Gezien de actualiteit van het ontwerp beschouwen we dit als zeer waardevol. Daarnaast hebben we via de afgenomen interviews kennis kunnen maken met enkele individuele bedrijven en instellingen in de sector. We hebben ons verder bekwaamd in het effectief uitvoeren van deskresearch en in het afnemen van interviews met behulp van verschillende interviewtechnieken. Ten slotte hebben we licht kunnen proeven van het reilen en zeilen binnen de politiek; een wereld die weer anders in elkaar steekt dan het bedrijfsleven. Al met al een leerzame ervaring voor onze verdere loopbaan. Wij kijken dan ook met een tevreden gevoel terug op dit project.

Via deze weg bedanken wij alle personen die tijd hebben vrijgemaakt om aan dit onderzoek mee te werken. We danken hen voor hun behulpzaamheid en openheid naar ons toe. De heren Henk de Vries en Carel Rutteman (D66 Platform Kenniseconomie) en de heer Bart Hofstede (ministerie van OCW) bedanken we voor hun input en bijsturing tijdens onze bijeenkomsten. Ook willen wij onze TU-begeleider Jo Daams bedanken voor zijn begeleiding met betrekking tot de sturing en het wegwijs maken in het vak. Ten slotte gaat onze speciale dank gaat uit naar dr. Frits Grotenhuis die ons gedurende het gehele traject intensief heeft begeleid en veel nuttige input en ondersteuning heeft geboden.

Luc van Sas
Mark Wilde

Samenvatting

In opdracht van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap hebben twee studenten Technische Bedrijfskunde aan de Technische Universiteit Eindhoven dit onderzoek uitgevoerd. Het heeft plaatsgevonden tussen september 2005 en januari 2006. Aanleiding was de toenemende aandacht voor de zogenoemde creatieve industrie. Omdat dit als één van de speerpunten van de Nederlandse economie wordt gezien, ontstond vanuit het ministerie de behoefte aan een overzicht van de belangrijkste spelers in deze 'industrie'. Het ministerie van OCW en het ministerie van EZ hebben gezamenlijk het document *Creativiteit in kaart gebracht: Mapping document creatieve bedrijvigheid in Nederland* (juni 2005) uitgebracht. Tijdens het onderzoek is uitgegaan van de definitie van de creatieve industrie zoals die in dit document is beschreven. Er worden elf subsectoren van de creatieve industrie aangeduid. In overleg met de betrokkenen is een tweetal onderzoeksopdrachten geformuleerd:

- *Maak een krachtenveldanalyse van de creatieve industrie in Nederland, waarin de belangrijkste bedrijven en kennisinstellingen, inclusief hun onderlinge (structurele) verhoudingen naar voren komen;*
- *Kies op basis van serendipiteit een vijftal Nederlandse instituten die actief zijn buiten de creatieve industrie en een vijftal buitenlandse instituten die actief zijn binnen de creatieve industrie. Analyseer en vergelijk deze instituten en beschrijf de hieruit voortkomende leerpunten.*

Voor de invulling van de eerste opdracht (de focus van het onderzoek) is een methode ontwikkeld om de spelers in de creatieve industrie en hun onderlinge relaties te visualiseren. Er is de nodige informatie verzameld via deskresearch en een aantal persoonlijke interviews met deskundigen. Op basis hiervan is het krachtenveld geconstrueerd. Vooral de subsectoren 'Vormgeving, Grafisch ontwerp, Modeontwerp' en 'Gaming, Nieuwe media' hebben veel potentie en zijn daarom dieper uitgewerkt. Vooruitlopend op een eventueel vervolgonderzoek, worden in dit rapport een aantal mogelijke bouwstenen voor een topinstituut gegeven. Het blijkt dat een dergelijke instelling zich vooral zou moeten richten op de mogelijkheden op de snijvlakken tussen de verschillende subsectoren.

Het tweede deel van de opdracht, een analyse van bestaande topinstituten, is beperkt tot louter literatuur- en internetonderzoek. Hieruit zijn leerpunten getrokken die bruikbaar kunnen zijn voor de inrichting van een topinstituut in de creatieve industrie.

Inhoudsopgave

Inleiding.....	6
Hoofdstuk 1: “De Creatieve Industrie”.....	8
Hoofdstuk 2: “Plan van Aanpak”.....	10
Hoofdstuk 3: “Verantwoording”.....	12
Hoofdstuk 4: “Krachtenveldanalyse”.....	18
4.1 Beeldende kunst, fotografie.....	18
4.2 Alle podiumkunsten: muziek, dans en theater.....	20
4.3 Recreatiecentra, organisatie van culturele evenementen.....	23
4.4 Film: Scenario, Scriptwriting, Pre-productie.....	26
4.5 Productie van radio- en televisieprogramma’s.....	28
4.6 Schrijven: romans, poëzie, non-fictie.....	30
4.7 Journalistiek.....	32
4.8.a Vormgeving, grafisch ontwerp, modeontwerp.....	34
4.8.b Modeontwerp.....	38
4.9. Gaming, Nieuwe Media.....	40
4.9.b Gaming.....	44
4.10 Architectuur, stedenbouwkundig ontwerp.....	46
4.11 Reclame.....	48
Hoofdstuk 5: “Leerpunten Krachtenveld en Interviews”.....	50
Hoofdstuk 6: “Analyse Bestaande Instituten”.....	51
Hoofdstuk 7: “Conclusies en Aanbevelingen”.....	54
Literatuurlijst.....	56
Bijlage 1: “Formats Analyse Bestaande Instituten”.....	58
1a FACTOR.....	58
1b NESTA.....	60
1c SINTEF.....	65
1d Tekes.....	67
1e DesignSingapore.....	69
1f DPI.....	72
1g NIMR.....	74
1h Wageningen Centre for Food Sciences.....	76
1i Telematica Instituut.....	77
1j Platform Bèta techniek.....	79
1k Melkvee Academie.....	82
1l Kennisrotonde.....	84
Bijlage 2: “Partners Consortia”.....	86
2a Telematica instituut.....	86
2b Freeband.....	86
2c MultimediaN.....	87
2d Nederland breedbandland.....	87
2e SIKS.....	88
Bijlage 3: “Richtlijnen Interviews”.....	89

Inleiding

"The rise of the Creative Economy is drawing the spheres of innovation (technological creativity), business (economic creativity) and culture (artistic and cultural creativity) into one another, in more intimate and more powerful combinations than ever."

Richard Florida

In de jaren 1880 was er de fabrieksarbeider. De jaren 50 bracht de "company man" en in dit nieuwe millennium is de meest invloedrijke maatschappelijke klasse de door Richard Florida beschreven "Creative Class". In zijn boek *The Rise of The Creative Class* (2002) geeft Florida antwoord op wie deze creatievelingen zijn en welke invloed zij hebben op de maatschappij. Hij stelt dat de creatieve sector één van de drijvende krachten is achter economische groei.

De laatste jaren is er veel aandacht voor wat veelal de creatieve industrie wordt genoemd. Beleidsmakers wereldwijd hebben Florida's gedachtegoed omarmd en richten hun beleid op creatieve bedrijvigheid. Ook Nederland heeft de creatieve industrie erkend als belangrijke motor van de economie. Het innovatieplatform heeft het als één van de pijlers van de Nederlandse economie benoemd en de sector krijgt de komende jaren vanuit de overheid een flinke impuls.

Het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en het ministerie van Economische Zaken hebben gezamenlijk het document *Creativiteit in kaart gebracht: Mapping document creatieve bedrijvigheid in Nederland* (2005) uitgebracht. Hierin komt onder andere de directe economische betekenis van de creatieve industrie aan de orde en worden de kenmerken van de creatieve industrie en de markten voor creatieve producten besproken.

Met de brief Cultuur en Economie ("*ons creatieve vermogen*", oktober 2005) wordt een aftrap gegeven voor een proces van beleidsvorming, wat is gevoed door de onderzoeksresultaten uit het mapping document. Minister Brinkhorst en de staatsecretarissen van der Laan en van Gennip geven namens het kabinet hun visie op het belang van cultuur en creativiteit voor de Nederlandse economie. Het doel is het creatieve vermogen van het Nederlandse bedrijfsleven een impuls te geven, waarbij het mes aan twee kanten snijdt. Enerzijds krijgt het bedrijfsleven meer zicht op de mogelijkheden die de creatieve sector biedt. Anderzijds worden de creatieve bedrijfstakken gestimuleerd om meer oog te krijgen voor marktmogelijkheden. Er is ruim vijftien miljoen euro uitgetrokken voor het programma voor de Creatieve Industrie. Uitgangspunt van het beleid is dat de randvoorwaarden om te ondernemen op orde dienen te zijn. Bestaande maatregelen dienen ook goed te zijn aangesloten op de creatieve bedrijfstakken. Daarnaast zijn er in het programma enkele actielijnen uitgezet.

Dit onderzoek dient ter ondersteuning van verdere beleidsvorming ten aanzien van de creatieve industrie. Het eerste deel richt zich op het in kaart brengen van de belangrijkste spelers en hun onderlinge verhoudingen binnen de creatieve industrie. Het dient als basis voor verdere analyse van de mogelijkheden voor een topinstituut binnen de creatieve industrie. In andere, voornamelijk technisch/technologische sectoren zijn al dergelijke instellingen actief die een bijdrage leveren aan de innovatiekracht en concurrentiepositie van het Nederlandse bedrijfsleven. Voorbeelden zijn het Dutch Polymer Institute voor de kunststofindustrie en het Telematica Instituut, dat actief is op het gebied van telecommunicatie. Daarnaast zijn er in het buitenland al enkele instituten terug te vinden die actief zijn binnen de creatieve industrie. NESTA in het Verenigd Koninkrijk is hier een voorbeeld van. Verder onderzoek zal moeten uitwijzen of een topinstituut meerwaarde biedt voor de creatieve industrie in Nederland en zo ja, hoe dit vorm moet worden gegeven. Hierbij

kan lering worden getrokken uit vergelijkbare instituten in binnen- en buitenland. Het tweede deel van het onderzoek is hier op gericht.

In overleg met de opdrachtgevers en begeleiders zijn de volgende onderzoeksopdrachten geformuleerd:

- **Maak een krachtenveldanalyse van de creatieve industrie in Nederland, waarin de belangrijkste bedrijven en kennisinstellingen, inclusief hun onderlinge (structurele) verhoudingen naar voren komen.**
- **Kies op basis van serendipiteit een vijftal Nederlandse instituten die actief zijn buiten de creatieve industrie en een vijftal buitenlandse instituten die actief zijn binnen de creatieve industrie. Analyseer en vergelijk deze instituten en beschrijf de hieruit voortkomende leerpunten.**

In het onderzoek wordt gebruik gemaakt van de definitie van de creatieve industrie zoals die is geformuleerd in het eerder genoemde mapping document en de brief Cultuur en Economie. In hoofdstuk 1 “de Creatieve Industrie” wordt deze definitie gegeven. In het plan van aanpak wordt toegelicht welke werkwijze is gehanteerd om de doelstellingen van het onderzoek te bereiken. In het daaropvolgende hoofdstuk worden de gehanteerde methoden verantwoord en de richtingsbepalende keuzes die tijdens het verloop van het onderzoek zijn gemaakt, toegelicht. Verder wordt hier aangegeven hoe het onderzoek is verdeeld over beide studenten. Hoofdstuk 4 geeft de resultaten van de krachtenveldanalyse, waarna in hoofdstuk 5 de hieruit voortgekomen leerpunten aan bod komen. De analyse van de bestaande instituten en verbonden leerpunten komen naar voren hoofdstuk 6. Ten slotte volgen de conclusies en aanbevelingen voor verder onderzoek.

Hoofdstuk 1: “De Creatieve Industrie”

Bij het in kaart brengen van de bedrijven en instellingen binnen de creatieve industrie, is uitgegaan van de definitie van de creatieve industrie zoals die is gegeven in het document “*Creativiteit in kaart gebracht: Mapping document creatieve bedrijvigheid in Nederland*” (2005). Dit wordt hier kort toegelicht.

De term creatieve industrie is in feite een slechte vertaling van de engelse term ‘creative industries’, wat creatieve bedrijfstakken betekent. De sector bestaat dan ook niet alleen uit industriële productie, wat de naamgeving in eerste instantie doet vermoeden, maar is breder. In de eerder genoemde documenten wordt om die reden liever gesproken over creatieve bedrijfstakken. Met deze kanttekening in het achterhoofd, wordt in dit onderzoek desondanks de term creatieve industrie aangehouden.

In de creatieve industrie onderscheiden we drie sectoren:

- **kunsten:** podiumkunsten, beeldende kunsten, cultureel erfgoed en culturele evenementen.
- **media en entertainment:** film, audiovisuele branche, letteren en journalistiek.
- **creatieve zakelijke dienstverlening:** vormgeving, mode, architectuur, nieuwe media en games, reclame.

Er is een beperkte en een ruime definitie van de creatieve industrie opgesteld. Hierbij is gebruik gemaakt van vier stadia die binnen elke categorie zijn terug te vinden: initiële creatie, productie, distributie en retail. De beperkte definitie kan worden beschouwd als ‘creatie’; de ruime definitie als ‘creatie en vermarkten’.

In de krachtenveldanalyse van dit onderzoek wordt uitgegaan van de beperkte definitie.

Creatieve industrie (beperkte definitie)

De beperkte definitie omvat bedrijven, producenten en instellingen die zich bezig houden met initiële creatie en die dus nauw betrokken zijn bij het creatieve proces. In de praktijk blijkt dat bedrijfstakken op het vlak van initiële creatie vaak ook de materiële productie realiseren, zoals in het geval van theaterproductie. Bij bijvoorbeeld architectuur gaat dit niet op. De materiële productie is in de beperkte definitie alleen meegenomen als betrokken bedrijfstakken daadwerkelijk zowel creatie als productie realiseren.

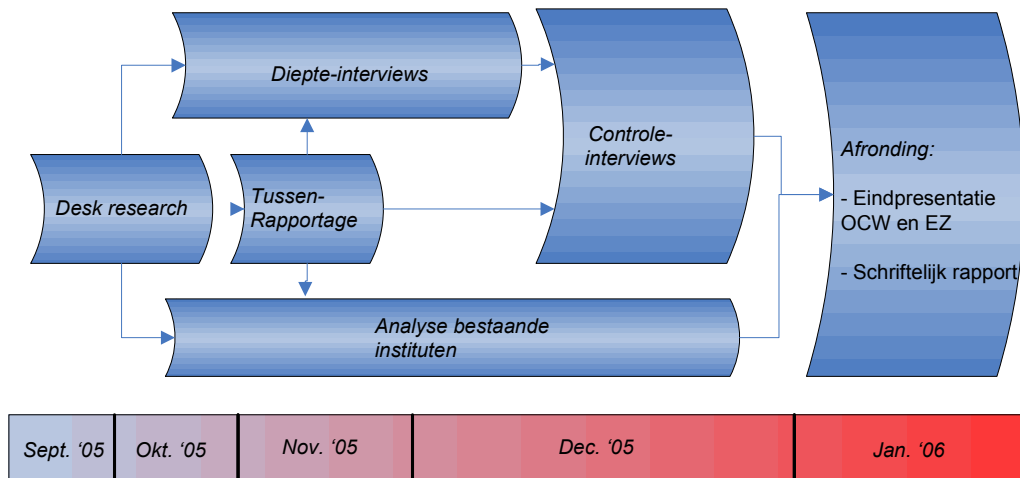
Creatieve industrie (ruime definitie)

De ruime definitie omvat de beperkte definitie plus de rest van de bijbehorende bedrijfskolom: alle producenten, distributeurs en verkopers die creatieve producten bij de consument brengen. Voor de creatieve zakelijke dienstverlening geldt dat de link met creatie sterk afneemt. Daarom is productie en distributie in de categorie creatieve zakelijke dienstverlening (denk daarbij bijvoorbeeld aan aannemers, autofabrikanten of IKEA) niet meegenomen (en grijs gearceerd).

Creatie	Materiele productie	Distributie en Retail
Kunsten <ul style="list-style-type: none">• Beeldende kunst, fotografie• Alle podiumkunsten: muziek, dans, theater• Recreatiecentra, organisatie van culturele evenementen	<ul style="list-style-type: none">• Beeldende kunst, fotografie• Productie van podiumkunsten: muziek, dans, theater, en reproductie en uitgeverij van geluidsopnamen• Recreatiecentra, evenementenhallen	<ul style="list-style-type: none">• Veilingen, kunstuitleen, kunstgalerieën en expositieruimten, musea, winkels• Theaters, schouwburgen en concertgebouwen, evenementenhallen, Cd-winkels• Recreatiecentra, organisatie van culturele evenementen, evenementenhallen
Media en entertainment <ul style="list-style-type: none">• Film: Scenario, Scriptwriting, Pre-product• Productie van radio- en televisieprogramma's• Schrijven: romans, poëzie, non-fictie• Journalistiek	<ul style="list-style-type: none">• Filmproductie incl. ondersteunende activiteiten• Productie van radio- en televisieprogramma's• Uitgeverij en boekdrukkerij• Uitgeverij en drukkerij dagbladen	<ul style="list-style-type: none">• Filmdistributie, bioscopen, filmtheaters, videotheken• Omroeporganisaties• Openbare bibliotheken, boekwinkels• Openbare bibliotheken, winkels in boeken, tijdschriften en kranten
Creatieve zakelijke dienstverlening <ul style="list-style-type: none">• Vormgeving, modeontwerp, grafisch ontwerp• Gaming, nieuwe media• Architectuur, stedenbouwkundig ontwerp• Reclame	<ul style="list-style-type: none">• Vervaardiging van meubels, kleding, brilmonturen, auto's, enzovoorts• Gaming, nieuwe media• Algemene burgerlijke en utiliteitsbouw, projectontwikkeling• Drukkerijen	<ul style="list-style-type: none">• Handel in kleding, brillen, meubels, auto's• Handel in computers en software• Projectontwikkeling, handel in onroerend goed, monumentenzorg• Overige reclaimediensten

Figuur 1a: Creatieve Industrie In Kaart Gebracht

Hoofdstuk 2: “Plan van Aanpak”



Figuur 2a: Plan van Aanpak

Aan de hand van een vooraf opgesteld plan van aanpak is het onderzoek op gestructureerde wijze uitgevoerd. In bovenstaand schema staat dit schematisch weergegeven. De verschillende stappen zullen hier verder worden toegelicht.

Deskresearch

Voor beide delen van het onderzoek wordt gebruik gemaakt van deskresearch. Het Internet en verschillende literatuur wordt geraadpleegd bij het verzamelen van de benodigde informatie.

In de krachtenveldanalyse wordt gekeken naar de relevantie van de speler aan de hand van nader te bepalen prestatie-indicatoren. De geselecteerde spelers worden verwerkt in twee overzichten:

- *Kennisinstellingen*. Hieronder vallen opleidingsinstituten (hogeschool en wetenschappelijk onderwijs), brancheorganisaties, stichtingen en consortia.
- *Bedrijven*. Dit zijn alle (commerciële) bedrijven die een grote rol van betekenis spelen in het krachtenveld.

De overzichten zullen elk opgedeeld worden in 11 lijsten; overeenstemmend met de 11 subsectoren in de gehanteerde definitie van de creatieve industrie. De overzichten zijn terug te vinden in de losse bijlage genaamd *Bedrijven en Kennisinstellingen in de Creatieve Industrie*.

Uit de deskresearch zal bovendien naar voren komen welke partijen interessant zijn voor een diepte-interview. Ook wordt er gezocht naar een manier om het krachtenveld grafisch weer te geven.

Diepte interviews

Aan de hand van diepte-interviews wordt de informatie verkregen uit de deskresearch geverifieerd en aangevuld. Hier wordt veel aandacht besteedt aan aspecten die aan de hand van deskresearch niet aan het licht komen, zoals de verhoudingen tussen bedrijven en instellingen in het krachtenveld.

Tussenreportage

In een tussenreportage bij het ministerie van OCW kijken de betrokkenen waar de onderzoekers staan, en wat er van de eindrapportage wordt verwacht. Deze reportage levert bovendien input voor het verdere verloop van het onderzoek.

Analyse bestaande instituten

De onderzoekers maken een analyse van zowel Nederlandse instituten buiten de creatieve industrie als buitenlandse instituten binnen de creatieve sector. Zoals in de grafische weergave van het plan van aanpak te zien is, kan deze stap parallel aan andere stappen in het onderzoek verlopen.

Controle interviews

Wanneer het krachtenveld (grafisch) in kaart is gebracht, zullen de resultaten ter verificatie worden voorgelegd worden aan een aantal deskundigen.

Afronding

Als afronding geven de onderzoekers op 21 december 2005 een eindpresentatie en wordt er een schriftelijk rapport geschreven. Het eindrapport is medio februari 2006 beschikbaar.

Hoofdstuk 3: “Verantwoording”

Secundaire data

In de deskresearch voor de krachtenveldanalyse en de analyse van de bestaande instituten is gebruik gemaakt van secundaire data. Internet is hierbij het belangrijkste medium.

Primaire data

Aangezien secundaire data alléén niet volstaat, is deze met behulp van diepte en controle interviews (primaire data) aangevuld en geverifieerd.

Interviewtechnieken

In dit onderzoek is ervoor gekozen data te verzamelen aan de hand van persoonlijke interviews. Deze methode heeft de voorkeur vanwege de diepte en het detail van de informatie die op deze manier verkregen kan worden¹. Bovendien heeft de onderzoeker in deze methode de meeste invloed op de kwaliteit van de informatie. De interviewer kan tijdens het interview bijsturen, en door middel van doorvragen informatie achterhalen waar hij met behulp van andere technieken niet achter zou komen. Nadeel van deze methode is echter dat het tijdrovend is. Elk interview vereist een gedegen voorbereiding. Immers, met de geïnterviewde moet een soort van vertrouwensband opgebouwd worden. Dit kan alleen als deze de indruk krijgt dat de interviewer verstand van zaken heeft en geïnteresseerd is in hetgeen hij mee bezig is. Ook het uitwerken van de interviews kost veel tijd. Tijdens de interviews is weliswaar een lijst met vragen gebruikt, maar hier hebben de interviewers zicht niet strikt aan gehouden. Het diende slechts als rode draad voor het interview en als een soort houvast, mocht het gesprek stilvallen. De gehanteerde vragenlijst is te vinden in bijlage 3.

Prestatie-indicatoren

Het is niet mogelijk één prestatie-indicator aan te wijzen welke voor elke speler te achterhalen en te controleren is. Bij de keuze welke spelers wel en niet in het krachtenveld worden opgenomen, is daarom gebruik gemaakt van een combinatie van prestatie-indicatoren.

- *Aantal FTE.* Waar mogelijk is achterhaald hoeveel FTE binnen een onderneming daadwerkelijk worden besteed aan het creatieve proces. Deze gegevens zijn echter niet overal beschikbaar, of is er geen eenduidig onderscheid te maken tussen creatie en andere processen.
- *Omzet.* Ook ten aanzien van omzet is zoveel mogelijk gekeken naar de relatie met het creatieve proces. Ook hier is dit echter niet altijd te achterhalen.
- *De mate waarin spelers in de interviews naar voren komen als relevant.* Deze, meer kwalitatieve presentatie-indicator geldt als het belangrijkste criterium. De geïnterviewden zijn allen deskundigen binnen hun vakgebied en kunnen feilloos aangeven welke spelers een substantiële rol van betekenis spelen.

Daarnaast zijn in sommige gevallen aanvullende criteria gebruikt bij de selectie. Deze zijn toegelicht in de beschrijvingen van de verschillende sectoren in het krachtenveld.

¹ Bron: *Business research Methods, eighth edition.* Donald R. Cooper, Pamela S. Schindler, 2003.

Onderlinge relaties

Tussen organisaties zijn vele vormen van samenwerking en onderlinge relaties mogelijk. Er kan bijvoorbeeld sprake zijn van een joint venture, bedrijven en instellingen kunnen verenigd zijn in een consortium, bedrijven zijn lid van een brancheorganisatie of er wordt op projectbasis met elkaar samengewerkt. In dit onderzoek worden alleen de structurele samenwerkingsverbanden in de analyse meegenomen. Projectmatige of andere vormen van samenwerking op de korte termijn worden buiten beschouwing gelaten.

Focusgebieden

Bij 9 van de 11 subsectoren betreft de analyse slechts een quickscan, welke voornamelijk is uitgevoerd aan de hand van deskresearch. De onderzoekers hebben niet de pretentie in deze analyse compleet te zijn. De scan is slechts een aanzet tot eventueel verder onderzoek en diende als voorbereidend werk voor de selectie van 2 dieper uit te werken sectoren.

In overleg met de opdrachtgever is tijdens de tussenpresentatie bepaald dat de focus in het verdere onderzoek moet liggen op 'Vormgeving, Grafisch ontwerp, Modeontwerp' en 'Gaming, nieuwe media'. Binnen deze sectoren zijn veel ontwikkelingen gaande en ontstaan allerlei initiatieven en samenwerkingsverbanden ter stimulering van de sector. Met het oog op het succesvol initiëren van een topinstituut, worden ze dan ook als meest potentievol gezien. Met behulp van een aantal diepte-interviews zijn deze sectoren verder uitgewerkt en geven nu een goed beeld van de werkelijkheid.

Natuurlijk zal lang niet iedereen het eens zijn met de uiteindelijke weergave van het krachtenveld. Menigeen zal zichzelf een centralere rol geven of aangeven dat bepaalde organisaties meer invloed hebben, dan uit de analyse naar voren komt. Ook zullen sommigen stellen dat er een aantal partijen en relaties ontbreken. We zijn ons er terdege van bewust dat dit krachtenveld niet 100% nauwkeurig is en niet overeenstemmend met ieders wensen kan worden weergegeven. Bovendien is de analyse een momentopname en zal het beeld in de loop der tijd sterk veranderen.

Lijst geïnterviewden

Met het oog op de toespitsing op de twee genoemde sectoren zijn de volgende deskundigen geïnterviewd:

Organisatie	Geïnterviewde	Datum
European Design Center	Dhr. Meno de Matos, dhr. Y. Derksen	26 oktober 2005
Taskforce Innovatie Utrecht	Dhr. V. Wijnen en dhr. L. Rox	9 november 2005
Hogeschool Utrecht	Dhr. S. Vogel	9 november 2005
MultimediaN	Dhr. J. de Vos	16 november 2005
Premsele	Mevr. L. Huiskens	1 december 2005
Lost Boys	Mevr. E. Aen de Kerk	2 december 2005
Hogeschool voor de Kunsten Utrecht	Dhr. G. Hagoort	2 december 2005
Philips Research	Dhr. E. Aarts	7 december 2005
De Waag	Mevr. M. Stikker	13 december 2005
Amsterdam Fashion Institute	Dhr. D. Jacobs	14 december 2005
InterimIC	Dhr. J. van Rijswijk	16 december 2005

Figuur 3a: Overzicht Geïnterviewden

Analyse bestaande instituten

Er is gekozen voor een analyse van de verschillende instellingen, waarbij alleen gebruik wordt gemaakt van deskresearch. De reden hiervoor is de beperkte tijd die beschikbaar was voor de uitvoering. Aanvullende (diepte)interviews zoals in de krachtenveldanalyse leidden tot meer gedetailleerde en betrouwbare gegevens, maar zijn (te) tijdsintensief.

Als leidraad voor de analyse is gebruik gemaakt van de format weergegeven in figuur 3b.

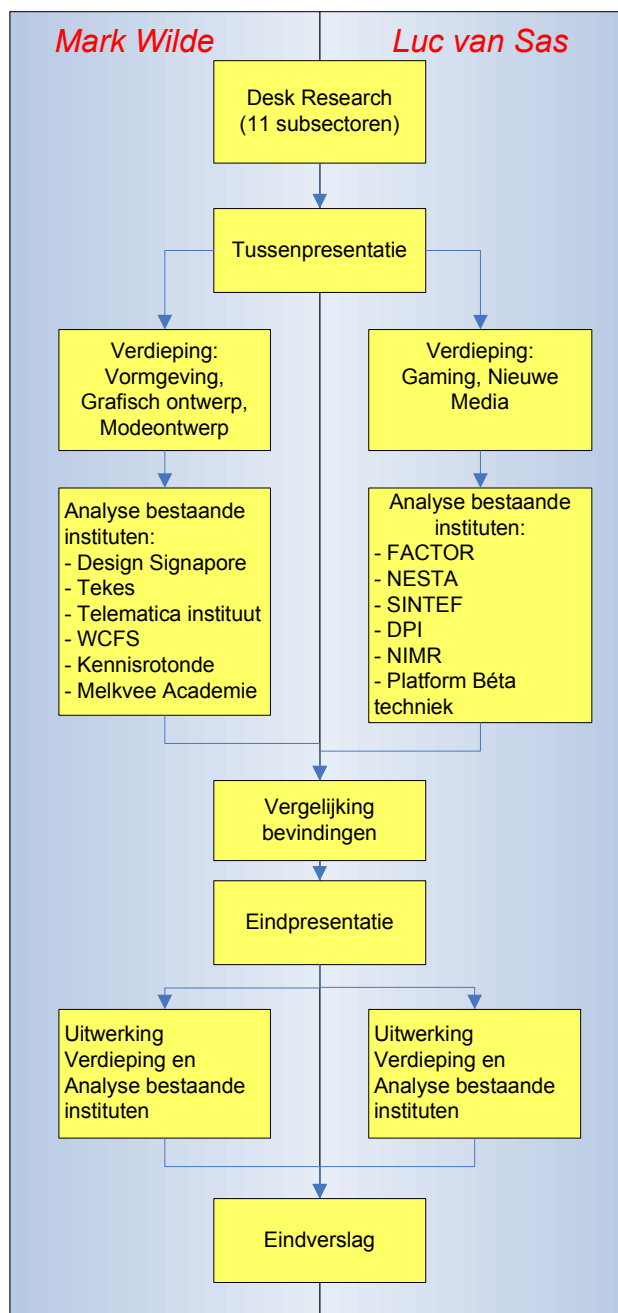
Vraag	Uitleg
<i>Contactgegevens</i>	Adres, website etc.
<i>Type organisatie</i>	Wat voor type organisatie is dit (instituut, kennisinstelling, stichting, bedrijf, etc.)?
<i>Virtueel/tastbaar</i>	Is de organisatie virtueel of is hij tastbaar (eigen fysieke locatie)?
<i>Missie, visie</i>	Waartoe is deze organisatie opgericht? Wat zijn de lange termijn plannen, intenties?
<i>Historie</i>	Hoe lang bestaat dit initiatief al? Door wie en hoe is dit gestart?
<i>Vraag versus aanbod</i>	Is dit initiatief vraag of aanbod gestuurd? Betreft dit de beantwoording van een markt vraag of is dit puur vanuit aanbodzijde ontwikkeld?
<i>Organisatie en financiering</i>	Hoe is men georganiseerd (welke partners participeren) en hoe worden de activiteiten gefinancierd?
<i>Samenwerking</i>	Met welke partijen wordt (meer of minder structureel) samengewerkt? Denk aan de overheid, bedrijven, kennisinstellingen, etc.
<i>Resultaten en leerpunten</i>	Wat heeft men dusver weten te realiseren? Wat kunnen we hiervan in algemene zin van leren, en meer specifiek voor de creatieve industrie?

Figuur 3b: Format Analyse Bestaande Instituten

Zoals eerder aangegeven zijn zowel binnen- als buitenlandse voorbeelden van kennisinstellingen die interessant zijn in de context van de creatieve industrie geanalyseerd. Dit houdt echter niet in dat deze instellingen ook in de creatieve sector actief hoeven te zijn. In overleg met de opdrachtgever is gebruik gemaakt van serendipiteit als belangrijkste selectiemechanisme. Er zijn geen strikte criteria gehanteerd waaraan de instellingen moeten voldoen en het is dan ook niet precies bekend waarnaar gezocht wordt. De gedachte hierachter is dat deze manier van werken kan leiden tot een aantal verrassende vondsten, die mogelijk nieuwe leerpunten opleveren ten behoeve van de beleidbepaling binnen de creatieve industrie in Nederland.

Verdeling Mark Wilde/Luc van Sas

Het Bachelor Eindproject verwacht van de studenten enerzijds een gezamenlijk deel, en anderzijds een individuele bijdrage aan het rapport. Daarom is in overleg met de TU-begeleider een verdeling overeengekomen, welke in figuur 3c staat weergegeven.

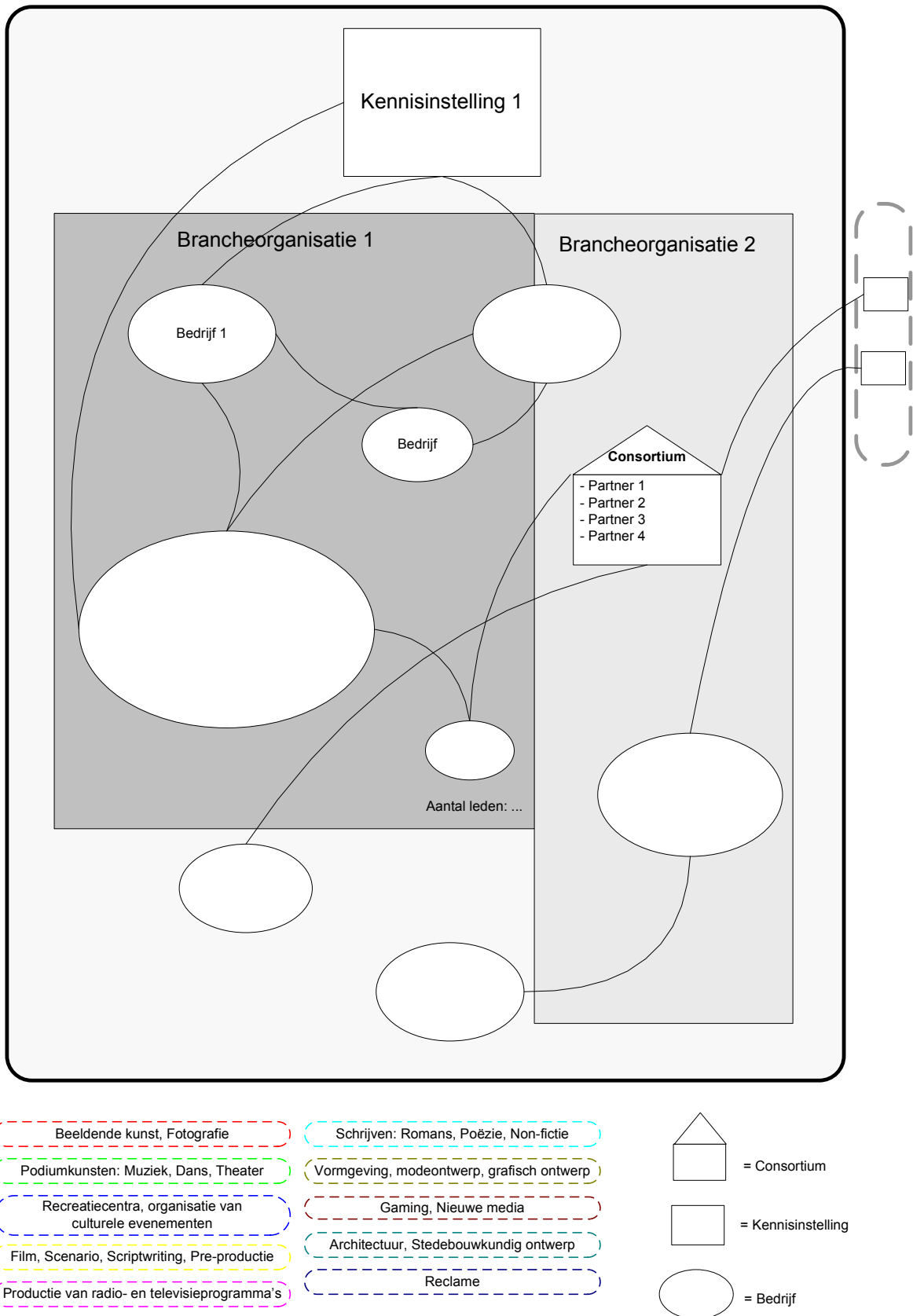


Figuur 3c: Rolverdeling Mark Wilde en Luc van Sas

Hoewel de studenten zelfstandig aan delen van het onderzoek hebben gewerkt, vond er frequent overleg plaats. Dit om van elkaars bevindingen te leren en om tot een goede gezamenlijke eindrapportage te komen.

Weergave Krachtenveld

Om het krachtenveld zo goed mogelijk in beeld te brengen, is er gezocht naar een manier om deze grafisch weer te geven. De criteria die hierbij gehanteerd zijn: (1) duidelijk onderscheid tussen bedrijven, kennisinstellingen en consortia, (2) het kunnen weergeven van de relatieve “grootte” van de organisaties, (3) het kunnen weergeven van onderlinge relaties, ook als deze aanwezig zijn tussen organisaties in verschillende sectoren en (4) overzichtelijkheid. Aan de hand van deze criteria is tot de opzet gekomen zoals weergegeven in figuur 3d.



Figuur 3d: Opzet grafische weergave krachtenveld

Zoals ook in de legenda is aangegeven, worden bedrijven weergegeven met een ovaal, kennisinstellingen met een rechthoek en consortia met een 'huisje'. In het dak van het huisje staat de naam van het consortium, en daaronder de deelnemers. De grootte van een rechthoek of ovaal geeft de relatieve grootte van de betreffende organisatie weer.

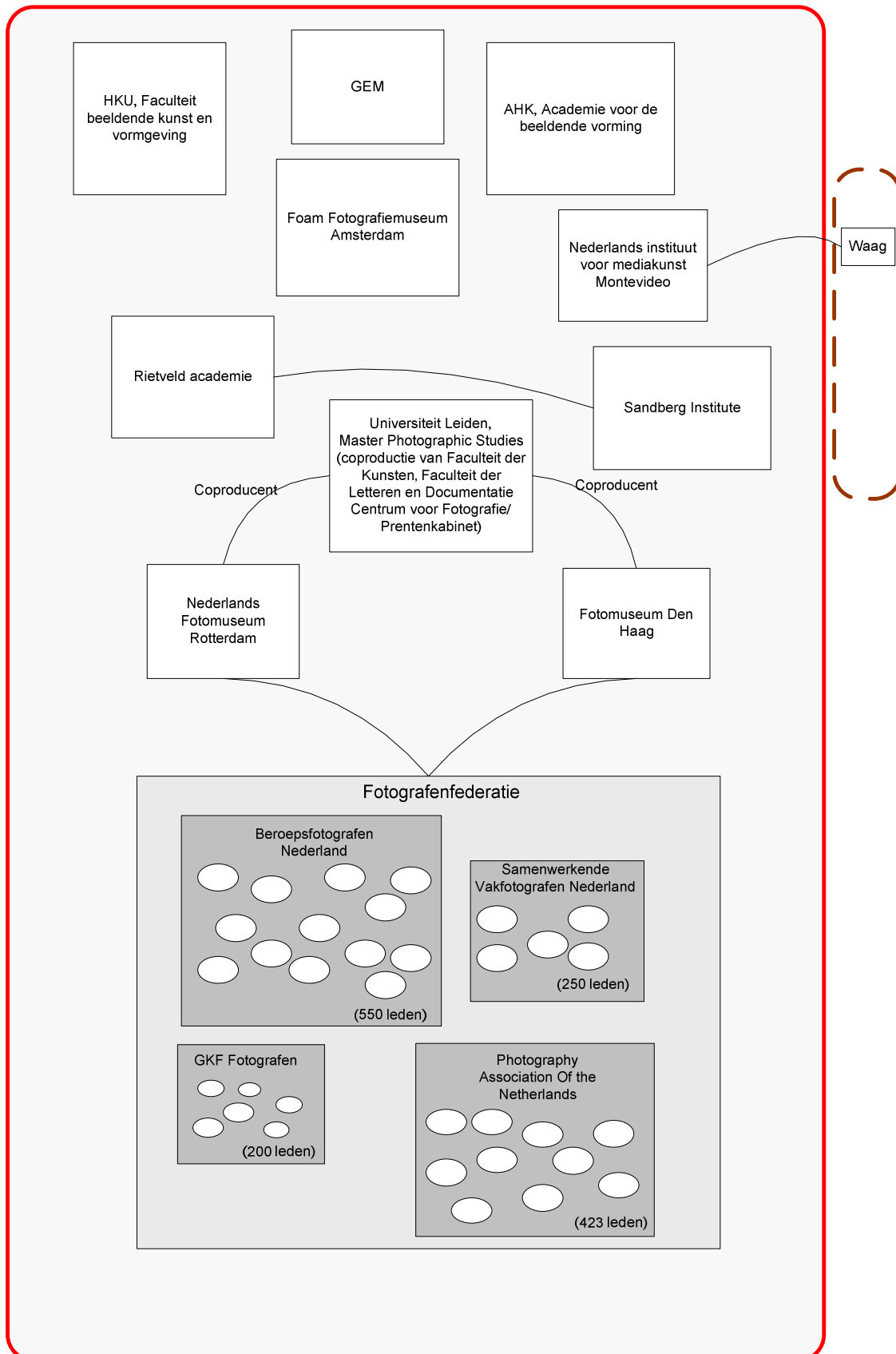
Grote vakken om de figuren heen representeren overkoepelende organen of een ander gezamenlijk verband. In de meeste gevallen zijn dit brancheorganisaties. Tussen de verschillende symbolen staan lijnen welke de onderlinge verbanden weergeven. Tenzij anders vermeld, geven ze een samenwerkingsverband weer. Zoals eerder aangegeven, worden alleen de structurele verbanden in beschouwing genomen.

Voor elk van de elf subsectoren is één figuur gemaakt. Om het overzichtelijk te houden zijn de twee nader uitgewerkte sectoren opgedeeld in twee samenhangende figuren.

Rond elk van de figuren is een kader geplaatst, dat voor iedere subsector een eigen kleur heeft gekregen. Deze kaders worden gebruikt om verbanden tussen spelers in verschillende sectoren aan te geven. Aan de kleur is dus te zien naar welke sector het verband gaat.

Hoofdstuk 4: “Krachtenveldanalyse”

4.1 Beeldende kunst, fotografie



Kennisinstellingen

Kijkend naar de krachtenveldanalyse van de sector beeldende kunst en fotografie, springt meteen de fotografiefederatie in het oog. Deze stichting omvat de volgende verenigingen: Beroepsfotografen Nederland, Samenwerkende Vakfotografen Nederland, GK Fotografen en Photography Association of the Netherlands. De besturen van deze verenigingen hebben zich verenigd met de gedachte dat voor er een aantal zaken een gezamenlijke oplossing bestaat. Om dat efficiënt te regelen is de Fotografenorganisatie opgericht. Ondanks dit blijven de betrokken verenigingen zelfstandig. De reden hiervoor is deels historisch en het geeft ondernemingen en fotografen de mogelijkheid zich aan te sluiten bij de vereniging die het best bij hen past.

In de analyse komt een viertal musea naar voren, die hun zwaartepunt leggen bij fotografie. Buiten het verzorgen van tentoonstellingen, vervullen zij ook nog andere functies. Zo heeft het Nederlands fotomuseum Rotterdam een eigen bibliotheek, boekwinkel en een restauratieafdeling. In het gebouw van het Fotomuseum Den Haag is ook het GEM (museum voor actuele kunst) gevestigd. In het GEM komt een grote diversiteit aan disciplines aan bod: (video)installaties, schilder- en beeldhouwkunst, multimedia, performance, film, fotografie, tekeningen, digitale kunst, design, etc. Behalve exposities vinden er ook activiteiten plaats als lezingen, discussies, performances, optredens, filmvertoningen en boekpresentaties. Bovendien biedt het workshops voor de jeugd.

De rollen van de opleidingen in dit plaatje (HKU, AHK, Rietveld, Sandberg, Universiteit Leiden) spreken voor zich. Zij hebben allen tot doel individuen op te leiden tot beeldend kunstenaar. Interessant hierbij is de samenwerking tussen de Universiteit van Leiden en de fotomusea.

Het Nederlands Instituut voor Mediakunst, Montevideo/Time Based Arts richt zich op de ondersteuning van de mediakunst op

drie kerngebieden: presentatie, onderzoek en conservering. Het heeft zichzelf de opdracht gesteld een vrije ontwikkeling, toepassing, verspreiding van, en reflectie op nieuwe technologieën binnen de beeldende kunst te bevorderen. Dit maakt deze instelling tot een interessante partij in dit krachtenveld.

Frits Gierstberg

Hoofd Tentoonstellingen Nederlands Foto Instituut

"Steeds meer Nederlandse fotografen experimenteren met andere of 'nieuwe media'. Deze, de grenzen van de traditionele genres overschrijdende interesse strekt zich sinds enkele jaren uit tot het medium van de (digitale) video, die al dan niet in museale 'installaties' wordt gepresenteerd. Nederlandse beeldmakers hebben een goede naam op het experimentele gebied van de 'nieuwe media' waarin bijvoorbeeld interactiviteit een grote rol speelt."

Bron: www.nederlandsfotomuseum.nl

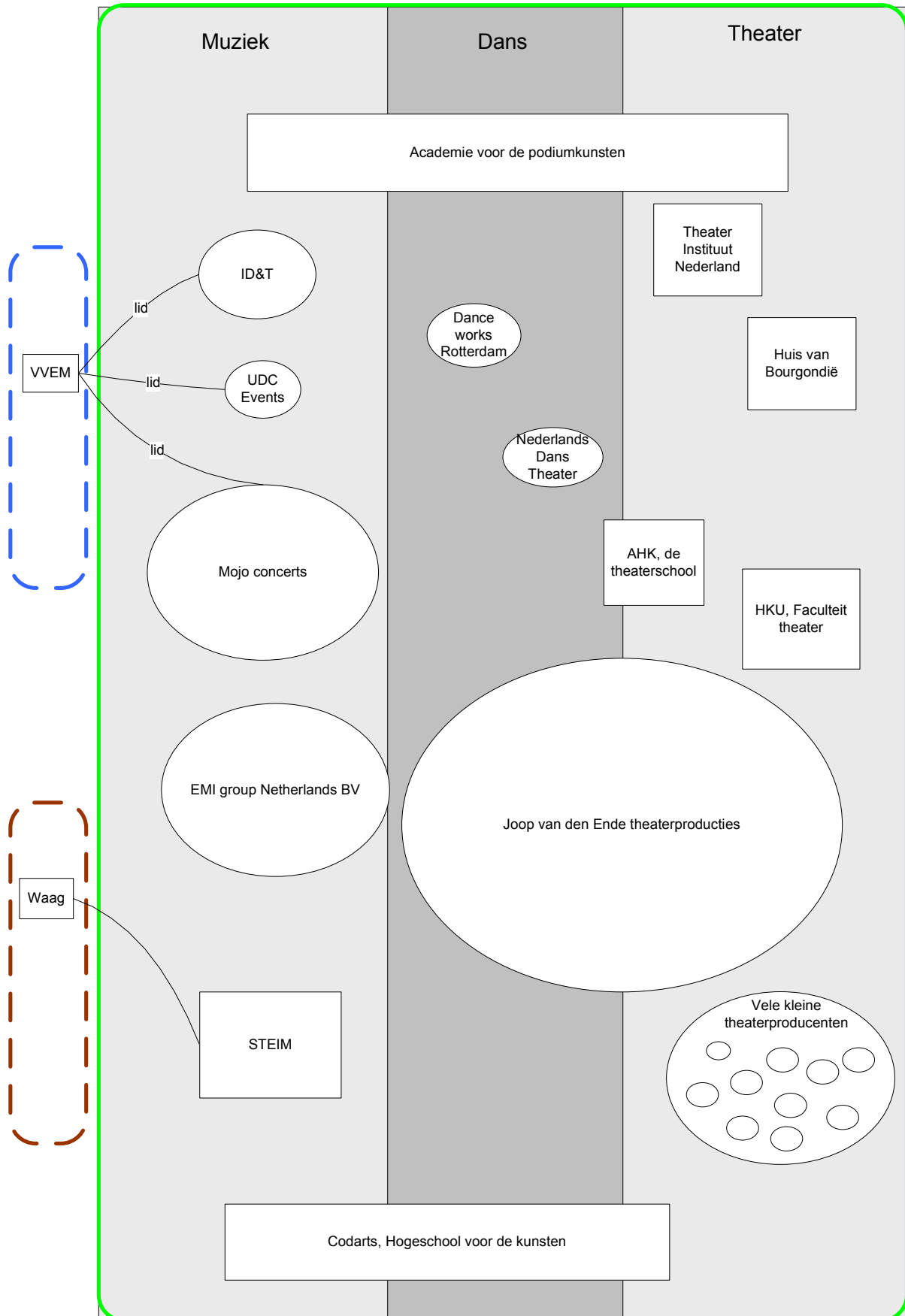
Bedrijven

Bedrijven zijn niet nader gespecificeerd. De reden hiervoor is dat het spelersveld grotendeels bestaat uit éénmanszaken, waarbij er niet een select aantal boven de rest uitsteekt. Er is geen heldere indicator te definiëren aan de hand waarvan de belangrijkste spelers geselecteerd kunnen worden. Een indicatie voor het aantal bedrijven kan worden gehaald uit de ledenaantallen van de diverse verenigingen.

Naar een topinstituut?

Binnen de sector beeldende kunst en fotografie lijkt een topinstituut op het eerste oog niet interessant. Uit onder andere de vele éénmanszaken blijkt dat in de wereld van fotografen en kunstenaars veelal een 'ieder voor zich'-mentaliteit geldt. Wel lijken er mogelijkheden te zijn op de snijvlakken met andere sectoren (zie ook het citaat van dhr. Frits Gierstberg). Een potentieel kansrijke combinatie is hierbij de toepassing van nieuwe media in beeldende kunst en fotografie, waar de samenwerking tussen Waag en Montevideo op inspeelt.

4.2 Alle podiumkunsten: muziek, dans en theater



Binnen de sector podiumkunsten wordt onderscheid gemaakt tussen muziek, dans en theater. Het blijkt dat de meeste spelers in deze sector op slechts één van deze gebieden actief zijn. Er is dan ook voor gekozen deze indeling expliciet in het krachtenveld mee te nemen. Het is grafisch weergegeven door de sector op te delen in 3 vlakken. Op deze manier geven we aan op welk(e) gebied(en) een organisatie actief is.

Kennisinstellingen

Met uitzondering van STEIM, Huis van Bourgondië en het Theater Instituut Nederland zijn de kennisinstellingen in dit krachtenveld allen opleidingsinstituten. De Academie voor de kunsten is qua werkgebied het meest veelzijdig. Het verzorgt opleidingen op het gebied van zowel muziek, dans als theater. Codarts, Hogeschool voor de kunsten is ook breed georiënteerd, maar heeft zwaartepunten op het gebied van dans en muziek. Dit blijkt uit het opleidingsprogramma en de lectoraten verbonden aan het instituut. Het lectoraat 'wereldmuziek' heeft als doel om door middel van praktijkgericht onderzoek een substantiële bijdrage te leveren aan kennisontwikkeling op het gebied van wereldmuziek, professionalisering van docenten, verbreding en verdieping van het curriculum en kenniscirculatie. Het tweede lectoraat, 'Excellence and well being in the performing arts' richt zich op de relatie tussen artistieke en fysieke excellentie en de gezondheid van dansers. De Theaterschool is een faculteit van de Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten en bestaat uit twaalf HBO-opleidingen voor dans, theater en theatertechniek en productie. Ook de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht richt zich met de faculteit theater op dit onderdeel van de podiumkunsten.

Het Huis van Bourgondië is een ontmoetingsplaats voor jonge kunstenaars, die artistieke risico's durven te nemen in hun ontwikkeling. Per theaterseizoen maakt het Huis van Bourgondië vijf tot zeven eigen producties, die te zien zijn in het eigen huistheater en in andere theaters in Nederland en België.

Daarnaast programmeert het, onder de naam *Vreemd in Eigen Huis*, één keer per maand een gastvoorstelling van een veelbelovende nieuwe theatermaker. Het Huis van Bourgondië is een theaterproductiehuis waar inhoudelijk wordt meegedacht en waar artistieke ideeën een productionele ondersteuning krijgen.

"The studio for electro-instrumental music", ofwel STEIM is naar eigen zeggen het enige onafhankelijke centrum voor live elektronische muziek ter wereld dat zich exclusief richt op de performing arts. De stichting ondersteunt een internationale gemeenschap van toneelspelers en muzikanten op artistiek en technisch vlak en een groeiende groep van visual artists bij het ontwikkelen van unieke instrumenten voor hun werk.

Bedrijven

Er zijn in Nederland vele kleine theaterproducenten. Hoeveel dit er zijn en of er enkele aan te wijzen zijn als vooruitstrevend, of op een andere wijze van extra belang, moet uit verder onderzoek blijken. Als wordt geselecteerd op basis van omzet en aantal FTE steekt Joop van den Ende theaterproducties er met kop en schouders boven uit. Deze onderneming is vooral bekend door de grote musical producties, maar richt zich ook op toneel en theatershows.

Op het gebied van muziek zijn de grote organisatoren van concerten en andere muzikale evenementen vermeld. Mojo is een wereldwijde organisatie met als core business muziek. Mojo concerts is onderdeel van de organisatie en is verantwoordelijk voor een groot deel van de concerten in Nederland van landelijk en wereldbekende artiesten. ID&T is bekend geworden met grote evenementen als *Sensation* en *Mystery land*.

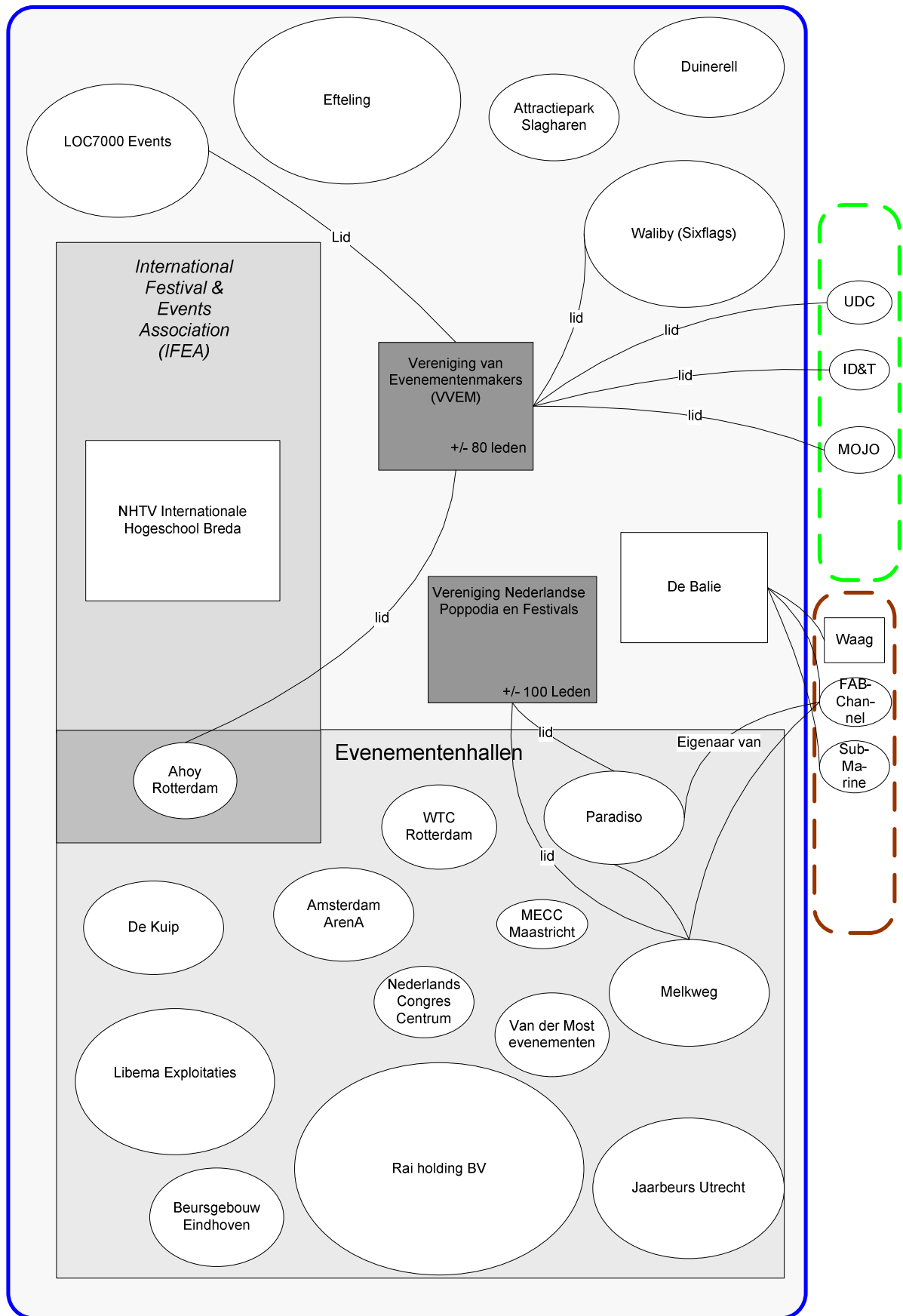
Op het gebied van dans zijn twee vooruitstrevende dansgezelschappen genoemd: *Dance Works Rotterdam* en het *Nederlands Dans Theater*. Beiden staan goed aangeschreven en staan voor een hoog niveau van choreografie en dansvernieuwing.

Naar een topinstituut?

Binnen de sector podiumkunst zijn geen aanwijzingen gevonden dat er behoefte is aan een topinstituut voor de verdere stimulering van de sector. Uit de samenwerking tussen STEIM en de Waag

blijkt dat ook hier ontwikkelingen gaande zijn op het snijvlak met de sector Nieuwe Media. Verder onderzoek zal moeten uitwijzen in hoeverre deze ontwikkeling zich doorzet en al dan niet ondersteuning behoeft.

4.3 Recreatiecentra, organisatie van culturele evenementen



In Nederland worden allerlei evenementen georganiseerd; van groot tot klein en van regionaal tot (inter)nationaal. Enkele bekende zijn Sail, Dance Valley, Lowlands, het Leidsch Cabaretfestival en Sensation. De organisatoren van deze evenementen, en de gerelateerde kennisinstellingen zijn opgenomen in de krachtenveldanalyse. Veelal kunnen ze onder de noemer cultureel evenement worden geschaard. Echter kunnen evenementen die sterk op muziek zijn gericht, ook als muzikale podiumkunst worden gezien. Hier is gekozen voor het laatste en de betreffende bedrijven en instellingen zijn daarom in de sector podiumkunsten geplaatst.

Kennisinstellingen

Op het gebied van recreatie en evenementorganisatie is de NHTV Internationale Hogeschool Breda een belangrijke instelling. Ze houdt zich primair bezig met onderwijsaanbod op de gebieden toerisme, hospitality, entertainment en mobiliteit en werkt voortdurend aan kennisontwikkeling binnen de opleidingen. Daarnaast wil de NTHV een kenniscentrum zijn op de genoemde vakgebieden.

De Balie is een instelling die verschillende kunstdisciplines met elkaar verbindt en dit toepast bij de presentatie van actuele maatschappelijke onderwerpen. De kerntaak hierbij is de productie en programmering van culturele evenementen. De Balie is onderscheidend en vervult een voorbeeldfunctie als cultuurpolitieke denktank. Dit is ook meerdere malen onderkend door de Raad van Cultuur in hun adviezen ten aanzien van subsidiatoekenning. Momenteel is de Balie zeer actief op het gebied Nieuwe Media in relatie met cultuur. Er is op dit gebied samenwerking met o.a. de Waag, FAB-Channel en Submarine, welke allen zijn verenigd in het 'Virtueel Platform'. Deze bedrijven en instellingen zijn terug te vinden in de sector Nieuwe Media.

De Vereniging van Evenementmakers (VVEM) en de Vereniging Nederlandse Poppodia en Festivals (VNPF) zijn brancheorganisaties binnen de sector. Ze

behartigen de belangen van de aangesloten bedrijven, werken aan de ontwikkeling van de branche en fungeren als kenniscentrum voor de leden, maar ook richting overheid en het publiek.

Als laatste is de International Festival & Events Association (IFEA) vermeld. Dit is een internationale netwerkorganisatie die organisatoren van culturele festivals en evenementen, stadspromotors en verscheidene andere gerelateerde instanties bij elkaar brengt. Dit om ideeën en ervaringen uit te wisselen, de kennis en vaardigheden van de leden te vergroten en om het netwerken tussen leden en gerelateerde instanties te bevorderen. Hoewel het geen strikt nationale organisatie is en daarmee in feite buiten de scope van het onderzoek valt, is het gezien het belang van de organisatie voor de industrie en het veelal internationale karakter van de (grote) Nederlandse evenementen, toch genoemd. De lijst van kennisinstellingen kan nog verder worden uitgebreid. Enkele voorbeelden van organisaties die naar voren zijn gekomen tijdens het onderzoek zijn VVV Nederland, RECRON, ANWB, ANVR en Hiswa. Verder onderzoek zal moeten uitwijzen of zij in het krachtenveld moeten worden opgenomen en zo ja, hoe de relaties liggen met andere organisaties.

Bedrijven

Binnen de sector kan men verschillende typen bedrijven onderscheiden. Met pretparken en evenementenhallen is een eerste aanzet gegeven. Voorbeelden van andere typen die binnen de sector vallen zijn dierenparken, de overige attractieparken en evenementenbureaus. In een eventueel vervolgonderzoek kan dit verder worden uitgediept.

De Efteling, attractiepark Slagharen en Duinrell zijn de grootste pretparken in Nederland met respectievelijk 3,253 miljoen, 1,325 miljoen en 1,310 miljoen bezoekers per jaar (cijfers 2004, Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen). Alle drie de parken werken samen met verschillende andere partijen op allerlei gebieden van de bedrijfsvoering. Een voorbeeld is de

samenwerking tussen de Efteling en het Wereld Natuur Fonds bij de ontwikkeling van PandaVision; een Efteling attractie waarbij een 3-dimensionale film centraal staat. Structurele samenwerkingsverbanden tussen de parken en/of kennisinstellingen zijn echter niet gevonden.

Henk van Raan

Manager facilitair bedrijf Amsterdam Arena

"Bedrijven en omroepondernemingen tonen steeds meer belangstelling voor grootschalige evenementen. Dat geldt ook voor artiesten, die kampen met een instortende cd-markt. Je ziet dan ook een verschuiving van cd-verkoop naar evenementen."

Bron: Telecommerce Magazine 5, mei 2005
(<http://www.telecommerce.nl/sf/sf.cgi?5130>)

Met behulp van internetonderzoek en de interviews is een eerste overzicht gegeven van de belangrijke evenementenhallen in Nederland. Opvallend hierin zijn De Kuip en de Amsterdam Arena; beiden uiteraard bekend als voetbalstadion. Deze multifunctionele stadions worden ook steeds meer voor andere evenementen, voornamelijk concerten verhuurd. De evenementenmarkt is een groeimarkt. De

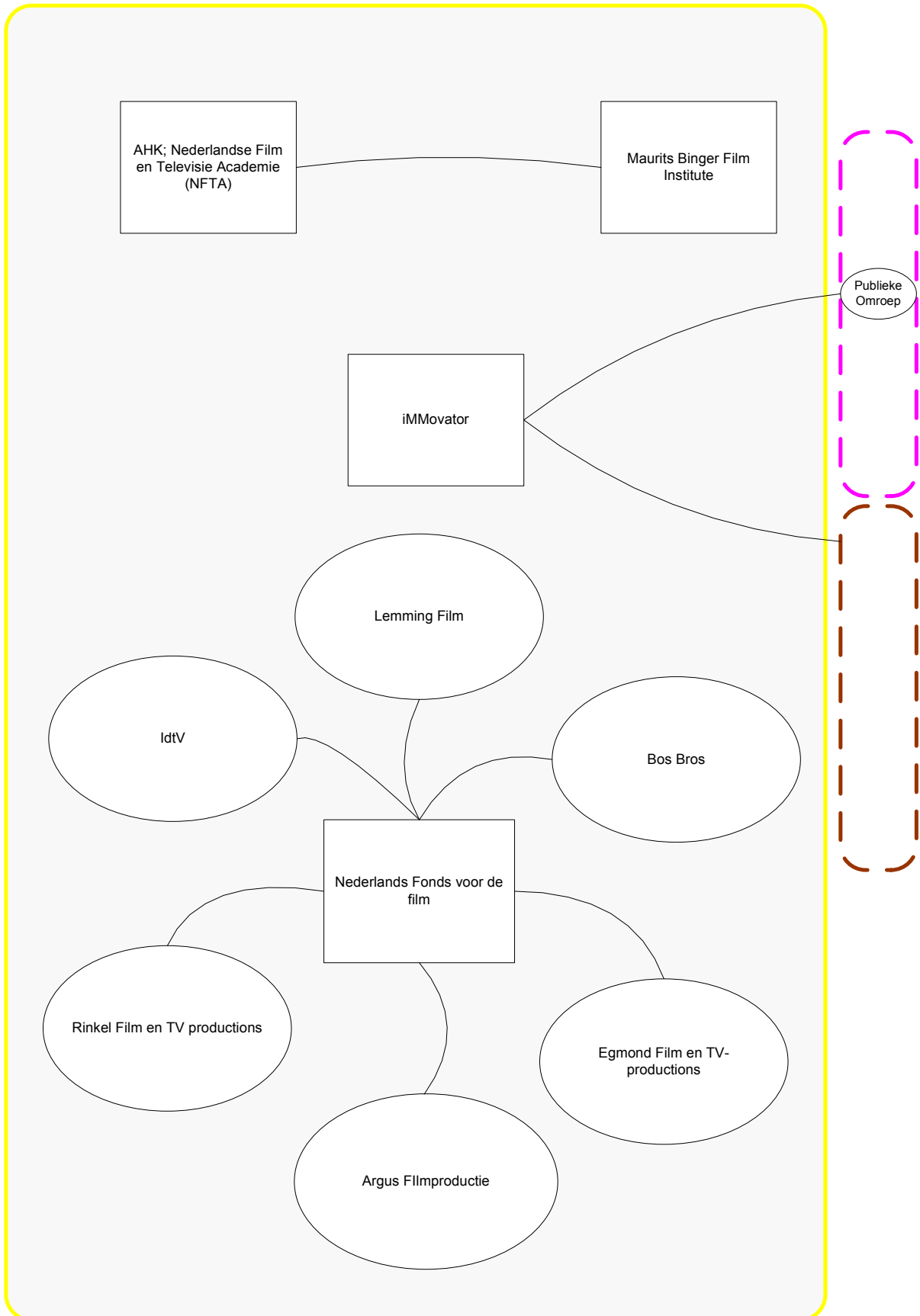
Amsterdam Arena ziet hier dan ook vele kansen.

Naar een topinstituut?

Gedurende het onderzoek zijn er geen aanwijzingen gevonden die er op wijzen dat er behoefte is aan een topinstituut in deze sector. Om hier definitieve uitspraken over te kunnen doen, is verder onderzoek vereist. Verder blijkt dat, indien besloten wordt een topinstituut in deze sector te starten, de VVEM en VNPF als centrale factoren in het krachtenveld een goede basis vormen.

Ook in deze sector komen er relaties op de snijvlakken van de verschillende sectoren naar voren. In het geval van de relaties met de sector podiumkunsten is dit een pure definitie kwestie. Het gaat hier om grootschalige evenementen, zoals Lowlands die in dit onderzoek als podiumkunst worden beschouwd, maar ook als cultureel evenement kunnen worden gezien. De relaties met de sector Nieuwe Media en de mogelijkheden die dit biedt voor een topinstituut, komen aan bod in de bespreking van die sector.

4.4 Film: Scenario, Scriptwriting, Pre-productie



Kennisinstellingen

De Nederlandse Film en Televisie academie (NFTA) is één van de faculteiten van de Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten (AHK). Deze kunstvakopleiding leidt studenten op om op een hoog professioneel niveau aan het werk te gaan bij film-, televisie- en interactieve multimediatelevisieproducties. Het onderwijs richt zich op de creatieve, vakinhoudelijke, de technische en de artistieke ontwikkeling van de student. Het Maurits Binger Film Institute is een autonome zustermaatschappij van AHK. Het is in 1996 opgericht met als doel screenwriters, script editors, regisseurs en producers een mogelijkheid te bieden om hun vaardigheden naar een hoger plan te tillen onder begeleiding van prominente filmmakers en ervaren docenten vanuit de hele wereld.

Op het gebied van cross-media is iMMovator een belangrijke instelling in Nederland. Onder cross-media verstaan we de integratie van radio, televisie, internet, mobiel, print en events. iMMovator richt zich als expertise centrum op het verzamelen en bundelen van kennis, het aantrekken en begeleiden van innovatieve en veelbelovende starters en studenten en het verspreiden van kennis en onderhoudt verschillende netwerken. iMMovator heeft bovendien sterke banden met de Publieke Omroep.

Het Nederlands Fonds voor de Film is één van de cultuurfondsen die de overheid in het leven heeft geroepen om culturele activiteiten te stimuleren. Het Fonds is in 1993 ontstaan uit een fusie van het Productiefonds van de Nederlandse film en het Fonds voor de Nederlandse film.

Bedrijven

Op het gebied van film zijn vele bedrijven actief. In het schema staan de productiemaatschappijen vermeld, die

vooraanstaande filmproducties hebben uitgegeven. Hierbij is gekeken naar producties die een brede bekendheid genieten en/of de prestigieuze prijs "Het Gouden Kalf" hebben gewonnen in de jaren 2001 t/m 2005 [zie www.filmfestival.nl].

Het gouden kalf

Het Gouden Kalf, de grote prijs van het Nederlands Film Festival, werd in 1980 door de Utrechtse beeldend kunstenaar Theo Mackaay ontworpen in opdracht van Jos Stelling, filmregisseur en initiatiefnemer van het festival. Sinds 1981 wordt deze prijs jaarlijks tijdens het festival uitgereikt aan Nederlandse filmmakers, scenarioschrijvers, producenten, acteurs en actrices. Het beeld is 33 cm hoog en in brons gegoten.

Theo Mackaay werd in 1950 geboren in Utrecht. Na de steenhouwersopleiding in Utrecht studeerde hij van 1971 tot 1976 aan de Gerrit Rietveld Academie en van 1976 tot 1978 aan de Rijksakademie van beeldende kunsten in Amsterdam.

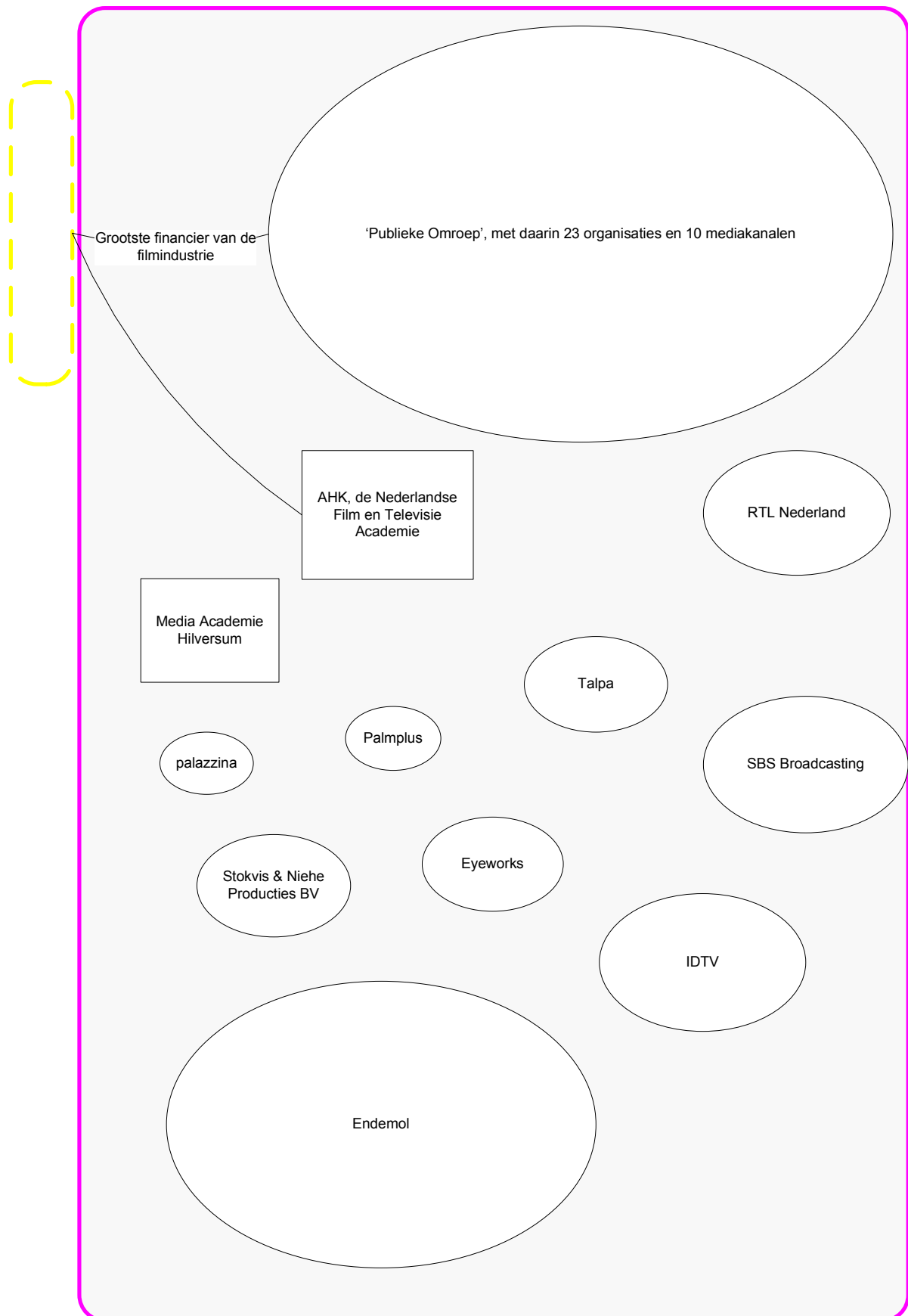


Bron: www.filmfestival.nl

Naar een topinstituut?

Binnen de analyse van de sector Film zoals die er nu ligt, kunnen nog geen uitspraken worden gedaan over de eventuele positionering van een topinstituut. De sector is echter zeer actief en er zijn interessante ontwikkelingen gaande op het gebied van cross-media. Een uitgebreider onderzoek naar deze sector is dan ook op zijn plaats.

4.5 Productie van radio- en televisieprogramma's



Kennisinstellingen

In het schema zijn twee kennisinstellingen opgenomen: de Media Academie Hilversum en de Nederlandse Film en Televisie Academie (NFTA). De eerstgenoemde is het opleidingsinstituut voor de Nederlandse publieke & commerciële omroepen, mediaproductoren, facilitaire bedrijven en tal van andere bedrijven die professioneel te maken hebben met communicatie en Audio Visuele (AV) Media. De Media Academie organiseert bovendien een aantal open trainingen. De NFTA kent acht studierichtingen: scenario, regie (fictie en documentaire), productie, camera/licht, production design, geluid, montage en interactieve media/visual effects. Het bevorderen van de artistieke kwaliteit van film, televisie en nieuwe media-producties, en het stimuleren van de ontwikkeling van het vak is mede een verantwoordelijkheid van de academie.

Bedrijven

De 'publieke omroep' staat hier vanwege het behoud van overzicht genoemd als één 'bedrijf'. Het betreft eigenlijk een netwerk van 23 organisaties en 10 mediakanalen. De merknaam 'publieke omroep' is een aantal jaren geleden in het

leven geroepen om dit geheel beter te profileren. Elke afzonderlijke omroep verdient aandacht, maar in dit onderzoek komt dit niet aan bod.

Kijkend naar de overige bedrijven springt Endemol er tussenuit. Endemol is dan ook de grootste speler in deze markt. Talpa, SBS, en RTL genieten veel naamsbekendheid door de gelijknamige kanalen. Bedrijven als Stokvis & Niehe Producties BV, Eyeworks en IDTV zijn niet minder belangrijk.

De gezamenlijke missie van de publieke omroepen luidt:

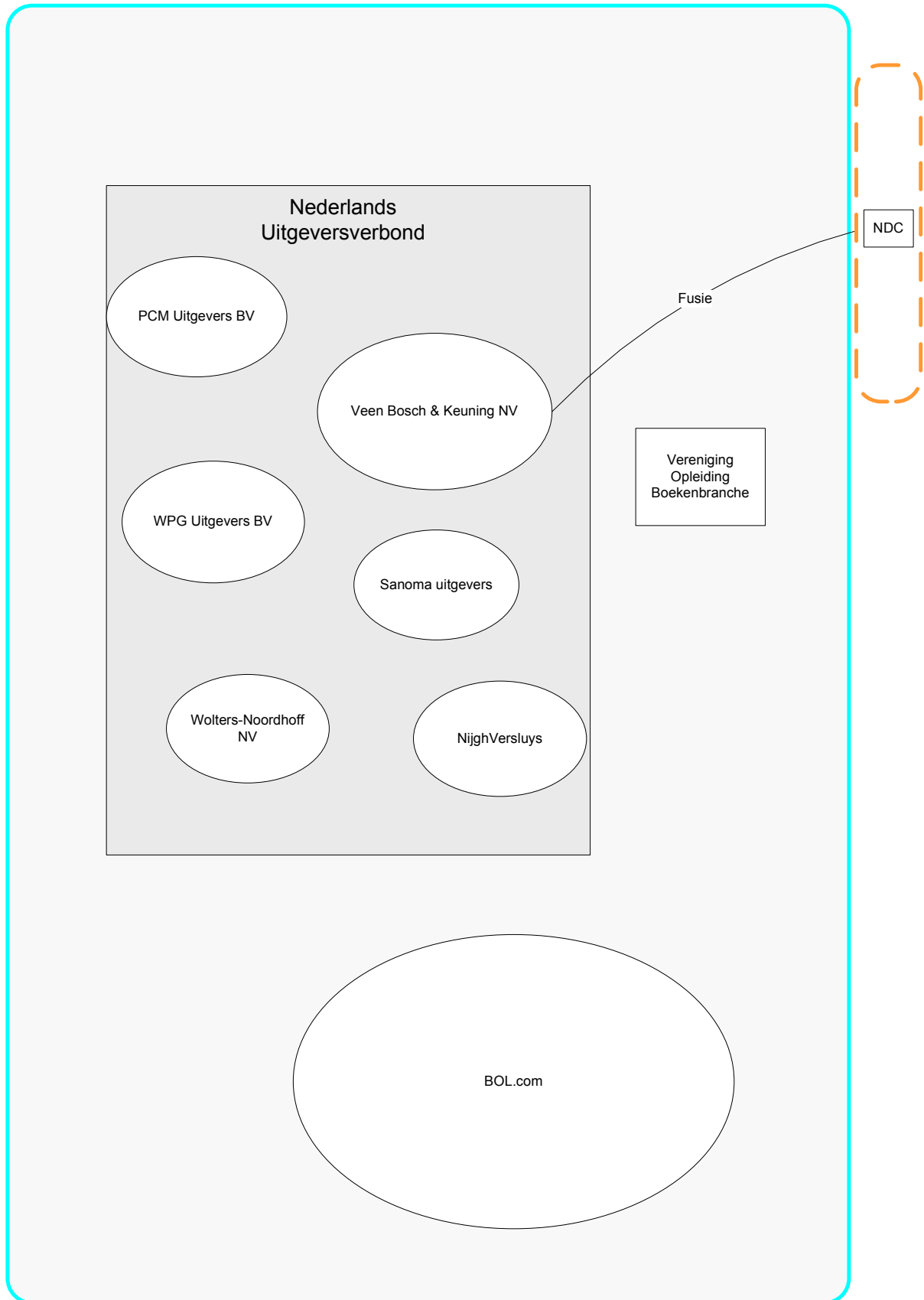
"De Publieke Omroep is van en voor iedereen, overal en altijd. De Publieke Omroep bindt de Nederlandse samenleving met programma's die informeren, inspireren en amuseren."

Bron: www.publiekeomroep.nl

Naar een topinstituut?

Een topinstituut zou hier nuttig kunnen zijn wanneer men denkt aan kennisoverdracht op het gebied van nieuwe technologie. Voor verdere inzichten en haalbaarheid is breder en dieper onderzoek gewenst.

4.6 Schrijven: romans, poëzie, non-fictie



Kennisinstellingen

De Groep Algemene Uitgevers (GAU) van het Nederlands Uitgeversverbond (NUV) is de collectieve belangenorganisatie voor de uitgevers van het algemene boek, zowel fictie als non-fictie. De Groep ontwikkelt branchespecifiek beleid voor haar 93 leden en heeft rechtstreeks en/of via het Nederlands Uitgeversverbond (NUV) een platformfunctie. Op vele gebieden vertegenwoordigt de GAU haar leden. Samen met de Nederlandse Boekverkopersbond (NBB) en de Vereniging Openbare Bibliotheken participeert de GAU financieel in de stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek (CPNB) voor de promotie van boeken en leesbevordering. In opdracht van de GAU en andere partijen wordt door de Stichting Speurwerk marktonderzoek verricht en worden door de VOB opleidingen voor het uitgeefvak verzorgd. In deze analyse is nog niet achterhaald in hoeverre deze samenwerkingsverbanden structureel zijn en ze zijn daarom nog niet in het schema verwerkt.

De Vereniging Opleiding Boekenbranche verzorgt opleidingen, trainingen en cursussen voor de boekenbranche. Het richt zich op zowel de boekhandel als de uitgeverijen en heeft als doel mensen die werken in deze sector te voorzien van kennis en vaardigheden in alle facetten van hun beroepsbeoefening.

Bedrijven

In feite zijn de schrijvers de werkelijke createurs in deze sector. Deze zijn zeer talrijk en er is geen geschikt criterium gevonden aan de hand waarvan een selectie kan worden gemaakt. Er is daarom voor gekozen om de eerstvolgende schakel in het proces van schrijven weer te geven: de uitgeverijen.

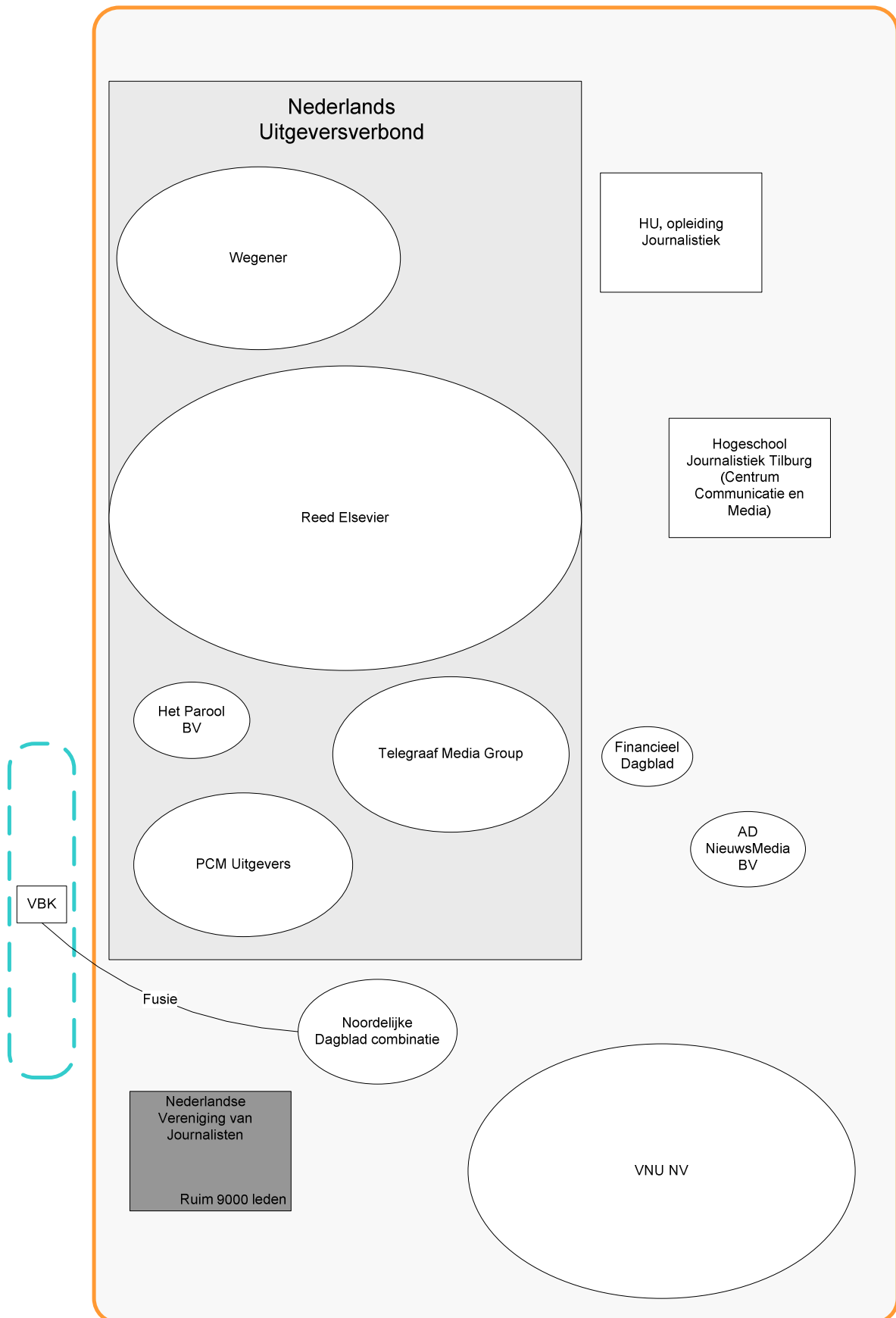
De grote Nederlandse uitgevers staan in het krachtenveld weergegeven. Voor de verschillende focusgebieden werken de uitgeverijen met werkmaatschappijen. ThiemeMeulenhoff is een voorbeeld van een werkmaatschappij van PCM Uitgevers. Het richt zich op educatieve uitgaven. De Boekerij houdt zich bezig met toegankelijke literatuur en non-fictie. De werkmaatschappijen staan niet in het krachtenveld vermeldt, alleen de overkoepelende onderneming. Allen zijn lid van het NUV.

BOL.com is geen uitgever maar een online boekenwinkel. Het begeeft zich dus niet aan de creatiekant van de sector, maar is gezien de grote impact die het heeft, toch vermeld.

Naar een topinstituut?

De krachtenveldanalyse zoals die er nu ligt, is te beperkt om uitspraken te kunnen doen ten aanzien van de positionering van een topinstituut. Gevoelsmatig kunnen we stellen dat het schrijversvak individualistisch is en er weinig behoefte is aan een centrale instelling ter stimulering van kennisontwikkeling en –overdracht.

4.7 Journalistiek



In de analyse van de sector journalistiek is voornamelijk gekeken naar uitgeverijen van kranten en de kennisinstellingen die gerelateerd zijn aan het beroep van journalist. Uiteraard kan de journalistiek veel breder worden gezien. Tijdschriften, radio, televisie en het Internet zijn journalistieke media die in een uitgebreider onderzoek zeker niet buiten beschouwing moeten worden gelaten. Daarnaast tonen steeds meer instellingen, instanties en bedrijven interesse in mensen met een journalistieke achtergrond voor hun communicatieafdelingen.

Kennisinstellingen

Op het gebied van journalistiek zijn er verschillende opleidingen in Nederland te vinden. Hier staan de opleidingen Journalistiek van de Hogeschool Utrecht en de Hogeschool Tilburg genoemd. Beiden zijn hogere beroepsopleidingen en bieden een basisopleiding journalistiek aangevuld met een specialisatie.

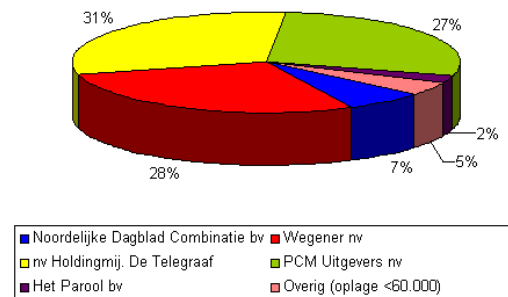
Met ruim 9000 leden vertegenwoordigt de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) een groot deel van de journalisten in Nederland.

Het Nederlands Uitgeversverbond (NUV) is de brancheorganisatie van uitgevers in Nederland. Het maakt een onderscheid in vijf typen uitgaven, waarvan dagbladen er één is. De Groep Nederlandse Dagbladpers (NDP) binnen de NUV behartigt de belangen van alle dagblad-ondernemingen in Nederland. De NDP heeft als primaire doelstelling voorwaarden te scheppen voor een economisch gezonde dagbladpers in Nederland, waardoor een veelzijdig aanbod van dagbladen gerealiseerd kan worden.

Bedrijven

Journalisten werken op freelance basis of zijn in dienst van een krant. Het aantal freelance journalisten is talrijk en niet in dit schema opgenomen. Van de verschillende dagbladen die er in Nederland worden uitgegeven, staan hier de uitgeverijen genoemd. De Noordelijke Dagblad Combinatie, De Telegraaf, Het Parool,

Wegener en PCM Uitgevers zijn qua oplagen de grootste ². Financieel Dagblad BV en AD Nieuwsmedia BV behoren qua marktaandeel tot de overige 5 procent, maar mogen als uitgever van de bekende kranten het Financieel Dagblad en het Algemeen Dagblad niet in het krachtenveld ontbreken.



Figuur 4.7a: Oplagen Uitgeverijen Dagbladen (bron: www.ceuco.nl)

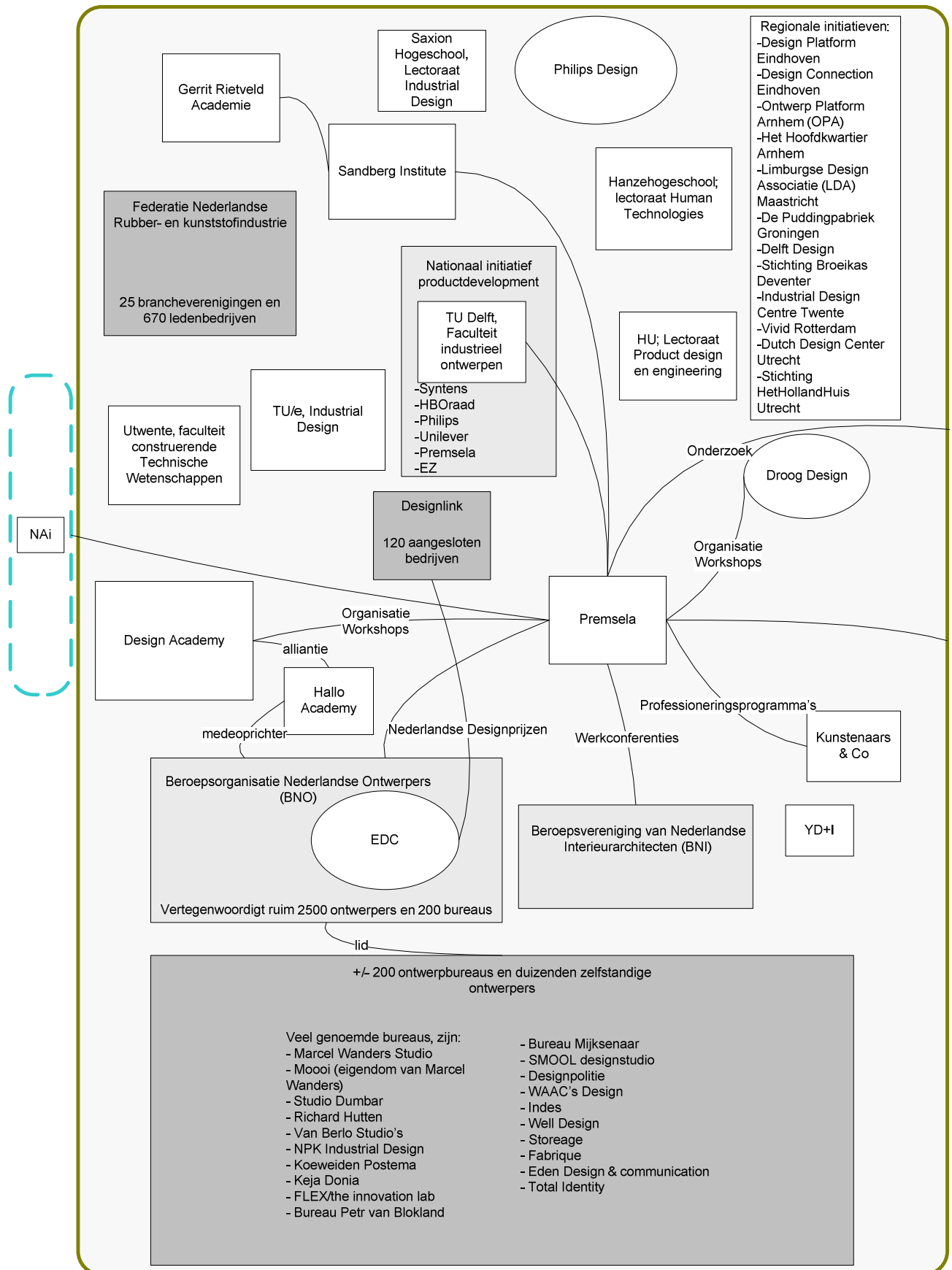
Naast de traditionele gedrukte krant wordt door de genoemde ondernemingen veel gebruik gemaakt van het Internet. Hier wordt een aantal diensten aangeboden, zoals een digitale versie van de krant. Andere diensten zijn veelal advertentiepagina's, aangevuld met relevante achtergrondinformatie. Speurders.nl, Woonkrant.nl en Vaarkrant.nl zijn voorbeelden van internetpagina's uitgegeven door De Telegraaf. Reed Elsevier en VNU NV publiceren business informatie voor professionele gebruikers. Ze geven verschillende tijdschriften, vakbladen en boeken uit, maar produceren ook informatie diensten op CD-rom en via het Internet. Beide bedrijven vallen dus niet binnen het focusgebied 'kranten', maar wel binnen de sector Journalistiek.

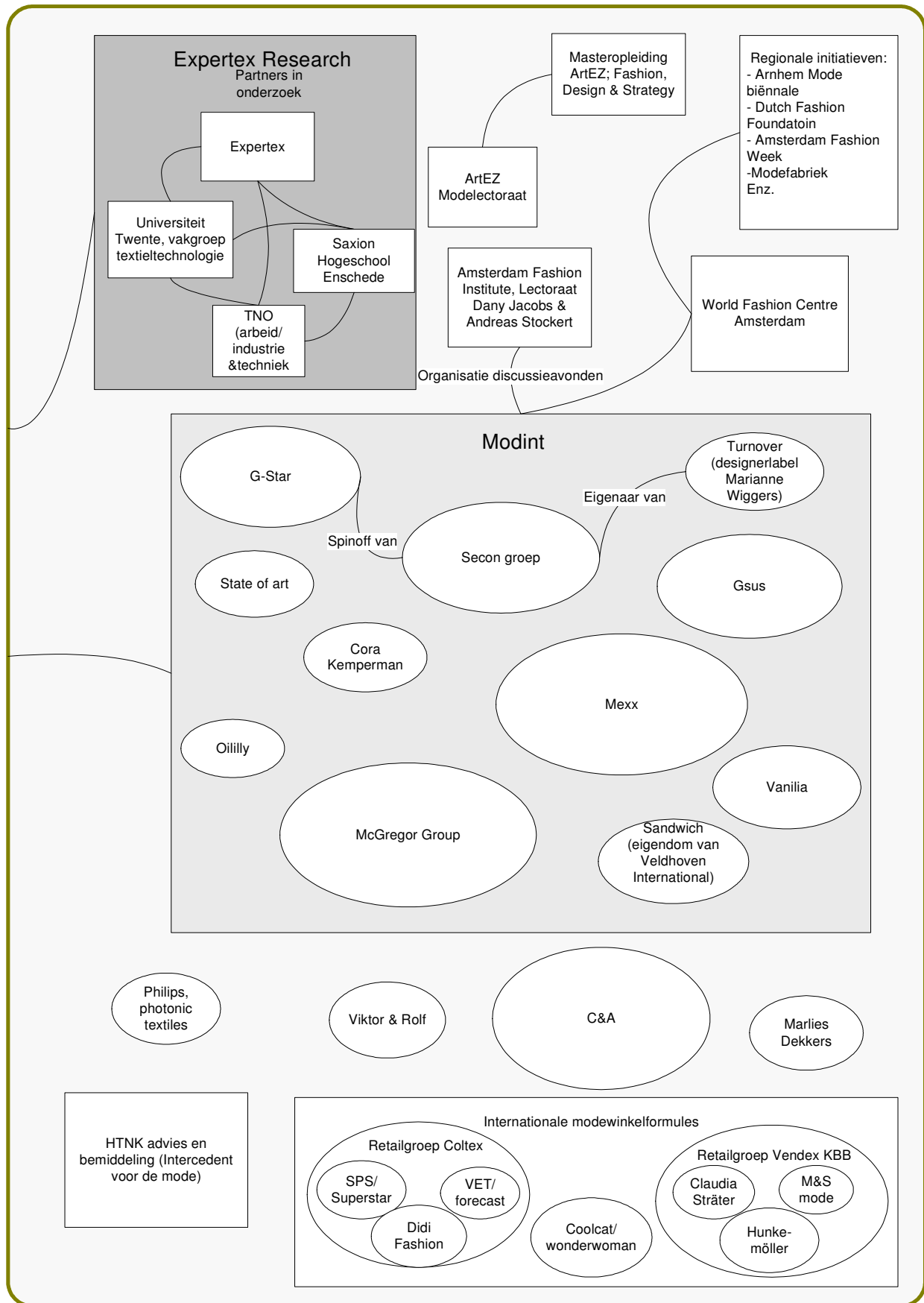
Naar een topinstituut?

Er kunnen op basis van deze analyse nog geen uitspraken worden gedaan over de eventuele positionering van een topinstituut.

² Bron: Oplagen Dagbladen 2004, www.ceuco.nl

4.8.a Vormgeving, grafisch ontwerp, modeontwerp





Kennisinstellingen

Kijkend naar de relaties in dit krachtenveld, komt Premsula prominent naar voren. Premsula is een stichting ter bevordering van de ontwikkeling van de Nederlandse vormgeving. De hoofddoelstelling van het beleid is het vormgeven van nieuwe verhoudingen.

Stichting Premsula

"De Nederlandse vormgeving zal opnieuw haar verhouding moeten bepalen tot cultuur, economie en maatschappij, tot opdrachtgever en gebruiker, tot technologie en toepassing, tot theorie en praktijk, tot beeldende kunst en architectuur, tot generalisme en specialisme, tot de Nederlandse regio en de rest van de wereld, tot werkelijkheid en ideaal"

Bron: www.premsula.org

Naast de structurele samenwerkingsverbanden zoals aangegeven in het krachtenveld, werkt Premsula op projectmatige basis samen met allerlei bedrijven, instellingen en instanties op het gebied van vormgeving.

De Gerrit Rietveld Academie, het Sandberg Institute en de Design Academy zijn vooraanstaande opleidingsinstituten op het gebied van vormgeving vanuit de kunstzinnige benadering. De faculteit Industrieel Ontwerpen van de TU Delft, de faculteit Industrial Design van de TU Eindhoven en de faculteit Construerende Technische Wetenschappen van Universiteit Twente hanteren een industriële, technische benadering van de vormgeving. Verder zijn er enkele lectoraten actief.

Kunstenars & Co richt zich op kunstenaars in den brede zin des woord. Hier vallen o.a. muzikanten, beeldend kunstenaars en ook vormgevers onder. Hier is er voor gekozen deze organisatie in de sector vormgeving en grafisch ontwerp te plaatsen. De stichting heeft een tweeledige doelstelling. Enerzijds streven ze na dat kunstenaars de kennis en vaardigheden hebben, waarmee zij een succesvolle beroepspraktijk kunnen uitoefenen. Anderzijds willen ze de maatschappelijke positie van kunstenaars

verruimen en verbeteren. Via coaching, training en verschillende projecten waar kunstenaars in kunnen deelnemen wordt hier invulling aan gegeven. Daarnaast heeft Kunstenars & Co de wettelijke taak te onderzoeken of een kunstenaar aangemerkt kan worden als 'beroepsmatig werkend' als deze aanspraak wil maken op de WWIK-regeling³.

Young Designers & Industry (YDI) is een ontmoetingsplaats voor Europese ondernemingen en jonge, getalenteerde ontwerpers. YDI's missie is het verkennen en ontwikkelen van de culturele, sociale en economische betekenis van vormgeving op een nationaal en internationaal niveau. Om dit bereiken wordt een omgeving gecreëerd waarin jonge ontwerpen en bedrijven kunnen samenwerken en nieuwe oplossingen kunnen verkennen.

Designlink is een onafhankelijk netwerk voor bedrijven en organisaties aan de vraagzijde van industrieel ontwerpen. Het richt zich op kennisuitwisseling en referentie-informatie over vernieuwende producten en design. Designlink is onder andere initiatiefnemer en medeoprichter van de Nederlandse Designprijzen.

In meerdere interviews is het Nationaal Initiatief Productdevelopment naar voren gekomen. Aan dit initiatief moet nog verder invulling worden gegeven en het is nog niet bekend welke activiteiten het exact gaat ontplooiën. Wel is duidelijk dat het een belangrijke plaats gaat innemen in de sector en is daarom al vermeld.

Ondanks de landelijke focus van dit onderzoek, zijn er in het krachtenveld van de sector vormgeving, grafisch ontwerp enkele regionale initiatieven opgenomen. Uit de interviews blijkt deze ook landelijk gezien effect en inbreng hebben. Ze nemen weliswaar geen prominente plek in het krachtenveld in, maar zijn wel van invloed. De lijst bevat slechts die instellingen die in de interviews naar voren

³ De WWIK-regeling biedt inkomenssteun aan kunstenaars met een laag inkomen, zodat zij een beroepspraktijk kunnen opbouwen. Meer informatie op www.kunstenarsenco.nl

zijn gekomen en is daarmee niet uitputtend.

De Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO) en de Beroepsvereniging van Nederlandse Interieurarchitecten (BNI) zijn de belangrijkste brancheorganisaties binnen de sector vormgeving, grafisch ontwerp. Ze ondersteunen hun leden bij het uitoefenen van hun vak. Daarnaast richten ze zich op vakontwikkeling, voorlichting, belangenbehartiging en het bevorderen van sociale en zakelijke contacten tussen de leden onderling.

De Federatie Nederlandse Rubber- en Kunststofindustrie omvat 25 brancheverenigingen en ongeveer 670 bedrijven. De bedrijfstak rubber en kunststof houdt zich niet primair bezig met vormgeving en/of grafisch ontwerp, maar speelt wel een belangrijke rol. Zo is er een sterke focus op productontwikkeling. De materiaaleigenschappen van rubber en kunststof worden continu verbeterd en nieuwe toepassingen worden ontwikkeld. Het gevolg is dat er veel nieuwe mogelijkheden ontstaan voor het ontwerp en de vormgeving van nieuwe producten. Verder zien ook producenten van rubber- en kunststofproducten meer en meer het belang van vormgeving. Zij maken dan ook onderdeel uit van de doelgroep van vormgeving- en ontwerp bureaus.

Bedrijven

In deze sector zijn er duizenden zelfstandige ontwerpers en vele kleine ontwerp bureaus (ongeveer 200) actief. Daarnaast zijn er vaak grote ondernemingen die een eigen ontwerpafdeling hebben. Deze zijn hier buiten beschouwing gelaten. De in de interviews

veel genoemde ontwerp bureaus staan vermeld.

Naar een topinstituut?

Nederland is sterk op het gebied van vormgeving en grafisch ontwerp, ook internationaal gezien. Er zijn talloze voorbeelden te vinden van Nederlandse ontwerpers die successen boeken in binnen- en buitenland. Veel ondernemingen beseffen dat vormgeving en grafisch ontwerp een belangrijke rol spelen bij de ontwikkeling en het in de markt zetten van nieuwe producten en diensten. De sector heeft potentie en het verdient nader onderzoek naar hoe een topinstituut een bijdrage kan leveren aan de verdere versterking hiervan.

Mede als gevolg van de toenemende aandacht voor de creatieve industrie vanuit de overheid, zijn er binnen de sector vormgeving en grafisch ontwerp vele initiatieven ontstaan. Op allerlei aandachtsgebieden binnen de sector zijn er instellingen actief, zowel regionaal als nationaal. Ze houden zich onder andere bezig met kennisontwikkeling en –overdracht, het onderhouden van netwerken en ondersteuning van ontwerpers bij de uitoefening van hun vak. Veel ingrediënten voor een topinstituut zijn dus al aanwezig. Om de sector zowel op landelijk en internationaal niveau goed en sterk te positioneren is het van belang dat alle afzonderlijke activiteiten worden gecoördineerd, dan wel samengevoegd. Gezien de centrale rol die Stichting Premisela momenteel al vervult, is deze organisatie een goed aanknopingspunt voor de verdere ontwikkeling van een topinstituut. De brancheorganisaties en de verschillende opleidingen mogen hierbij niet worden vergeten.

4.8.b Modeontwerp

Kennisinstellingen

De belangrijke kennisinstellingen in de sector modeontwerp zijn Modint als brancheorganisatie, het World Fashion Centre Amsterdam als belangrijke ontmoetingsplaats voor bedrijven en instellingen in de sector en de opleidingsinstituten ArtEZ en het Amsterdam Fashion Institute. Daarnaast spelen Stichting Premisela (zie sector vormgeving, grafisch ontwerp) en Expertex Research een rol. Expertex is een samenwerkingsverband waarin onderzoek en onderwijs op het gebied van textiel en kleding zijn verenigd.

Net als in de sector vormgeving, grafisch ontwerp zijn er ook hier enkele regionale initiatieven vermeld. Ze zijn in de interviews naar voren gekomen en omschreven als regionaal maar wel met nationale invloed. Ze zijn tevens van belang bij het leggen van contacten met regionaal georiënteerde bedrijven.

HTNK is een advies- en bemiddelingsbureau voor werving en selectie van creatief en commercieel personeel in de modebranche. In eerste instantie lijkt het daarmee buiten de scope van dit onderzoek te vallen. In verscheidene interviews is echter naar voren gekomen dat HTNK door kennis en ervaring een zeer goede kijk heeft op de modebranche. Daarnaast heeft het bureau een uitgebreid netwerk van ontwerpers en bedrijven die relevant zijn voor de sector.

Bedrijven

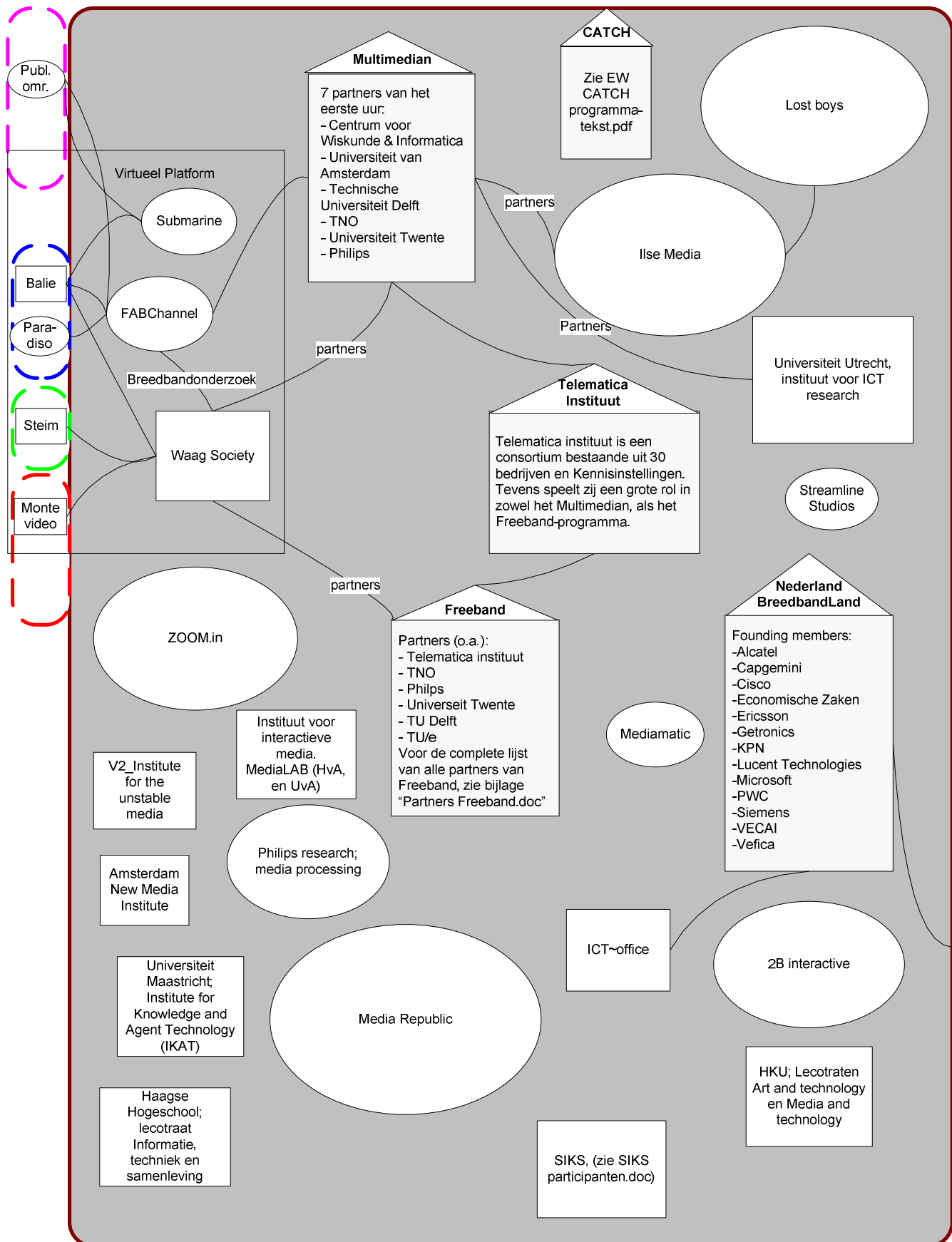
Binnen de sector vormgeving zijn geen ondernemingen gevonden die zich puur met de creatie van mode bezighouden.

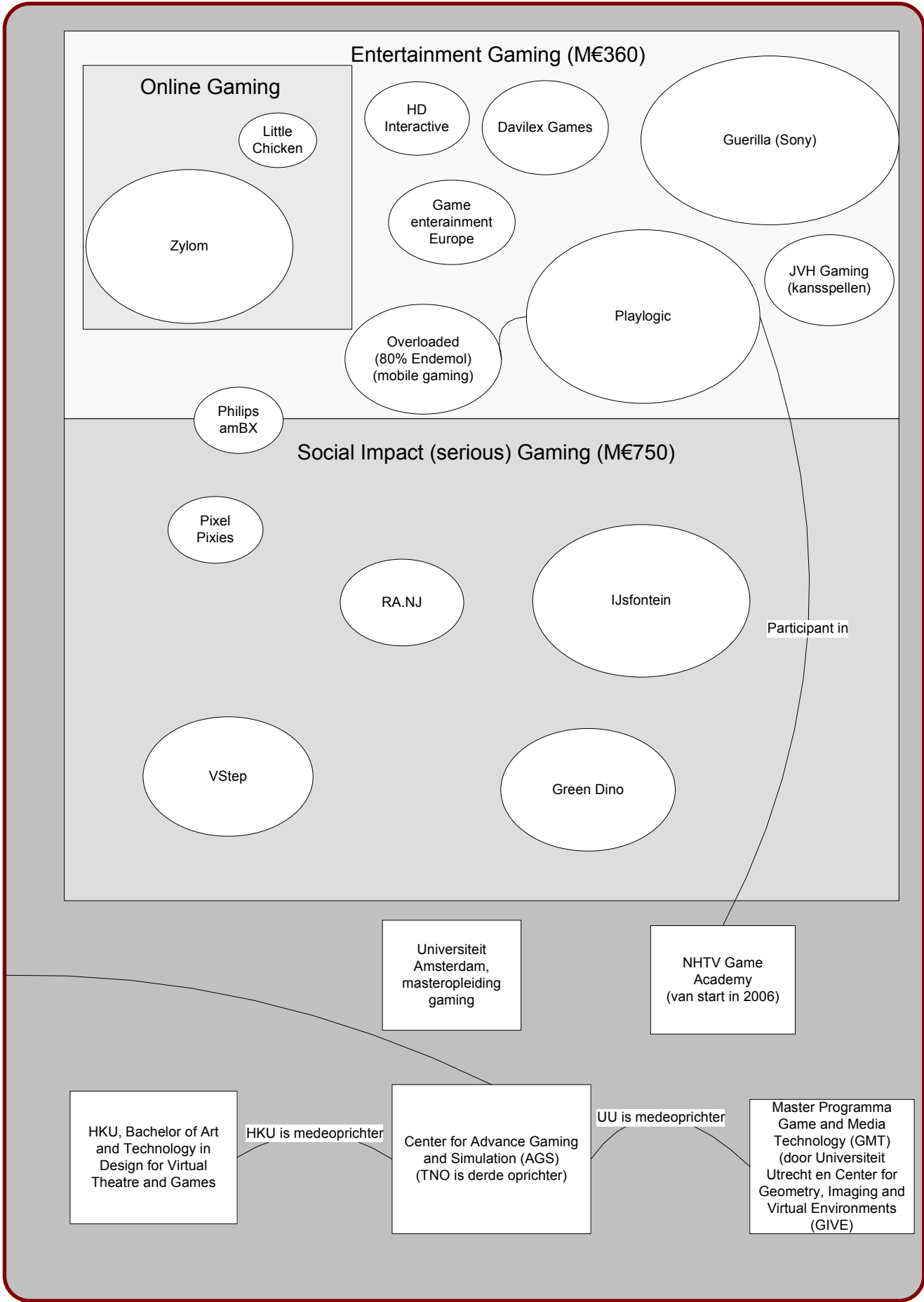
Het betreft ondernemingen die één of meerdere merken voeren en zowel het ontwerp als het op de markt zetten van het product voor hun rekening nemen. In sommige gevallen wordt ook de verkoop via eigen winkels gedaan. De productie wordt veelal uitbesteed in lage lonenlanden. Vrijwel alle ondernemingen zijn lid van de brancheorganisatie Modint. Opvallend is Philips, photonic textiles. Dit onderdeel van Philips houdt zich bezig met de ontwikkeling van lichtgevende stoffen die hun toepassingen (kunnen) vinden in onder andere de mode-industrie.

Naar een topinstituut?

Ten aanzien van het ontwikkelen en overdragen van technische kennis ten aanzien van kleding en textiel speelt Expertex Research een belangrijke rol. Het World Fashion Centre Amsterdam en de regionale initiatieven op het gebied van mode dragen bij aan meer algemene kennisontwikkeling en –overdracht en ze vormen belangrijke ontmoetingsplaatsen voor bedrijven en instellingen in de sector. De brancheorganisatie Modint is sterk en het overgrote deel van de (grote) ondernemingen is aangesloten. Kortom: veel ingrediënten ter stimulering van de sector zijn aanwezig, ze zijn alleen niet gebundeld in één topinstituut. Of hier ook daadwerkelijk behoefte aan is, is nog onduidelijk. Mocht er besloten worden deze stap te nemen, dan vormen Stichting Premisela en brancheorganisatie Modint, gezien het netwerk dat ze hebben, een goede basis.

4.9. Gaming, Nieuwe Media





Kennisinstellingen

Opvallend in deze figuur is het vijftal consortia. Overigens zegt de grootte van de gebruikte symbolen in het geval van een consortium niets over de grootte van de betreffende organisatie. De waarde, grootte of invloed van een consortium (vrijwel altijd een stichting) is immers nauwelijks vast te stellen.

Het telematica instituut in Enschede is een dergelijk consortium. De naam zegt het al; dit instituut voert onderzoek uit in de telematica, ofwel de combinatie tussen telecommunicatie en informatica. Meer dan 30 kennisinstellingen en bedrijven nemen hierin deel. Deze zijn weergegeven in bijlage 2a.

Freeband en MultimediaN zijn projecten van het telematica instituut. De eerstgenoemde is een nationaal onderzoeksprogramma dat mikt op een leidinggevende positie voor Nederland op het gebied van intelligente communicatie. Het programma leidt een negental projecten, waarin verschillende partners deelnemen. Voor een overzicht hiervan, verwijzen we naar bijlage 2b.

De partners van MultimediaN (zie bijlage 2c) werken aan de ontwikkeling van multimedia informatie techniek voor gebruik in hoogwaardige toepassingen. Voornamelijk in media en informatie-intensieve bedrijven, maar ook in maatschappelijke instellingen op het gebied van veiligheid en cultuur. Kort door de bocht gesteld houdt het zich bezig met nieuwe ICT-toepassingen.

Enigszins in hetzelfde straatje als MultimediaN ligt Nederland breedbandland (zie bijlage 2d), dat de economie wil stimuleren door beter en slimmer gebruik te maken van breedbandtoepassingen.

Het laatste consortium is het "Continuous Access To Cultural Heritage", ofwel CATCH-programma. Zoals de naam al doet vermoeden, is dit programma gericht op ons cultureel erfgoed. Het erfgoed moet gedigitaliseerd en daarmee veel makkelijker toegankelijk worden. CATCH is een programma van de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO) in samenwerking met zes grote vertegenwoordigers van het

culturele erfgoed, zoals het Rijksmuseum en de Koninklijke Bibliotheek.

De rol van de Waag society valt erg op, omdat zij veel relaties met andere instellingen onderhoudt. Deze stichting verricht onderzoek, ontwikkelt nieuwe concepten en toepassingen (software applicaties) en initieert in publieke evenementen het debat op het snijvlak van oude en nieuwe media. Het onderzoek- en ontwikkelingsprogramma richt zich op de vraag hoe mensen zich kunnen uitdrukken, hoe zij kunnen leren en hoe zij kunnen samenwerken met (nieuwe) media. Waag Society werkt veel samen met partners die in deze krachtenveldanalyse buiten de sector 'nieuwe media' vallen, maar wel elders zijn opgenomen. Bovendien maakt de Waag Society deel uit van het Virtueel Platform, dat hier met een stippellijn staat aangegeven. Dit platform vormt de link tussen cultuur en nieuwe media in Nederland. Haar doel is dan ook om kunst en cultuur via ICT vrij toegankelijk te maken. Ook V2_Institute for the Unstable Media is een stichting die zich bezighoudt met research en development in de kunst en in – wat zij noemt - media technologie. Het Amsterdam New Media Institute (AMNI) is een kleine organisatie, maar wordt niettemin vaak genoemd in interviews als belangrijke speler en is daarom opgenomen in dit krachtenveld. Het AMNI bundelt kennis over nieuwe media ontwikkelingen uit verschillende sectoren en instellingen en zorgt voor informatie overdracht tussen kennisinstellingen, bedrijven en overheden en tussen professionals, onderzoekers en studenten. Om dit te bereiken organiseerde het in samenwerking met een reeks andere partijen, de summerschool. Dit is een soort cursus waarmee verschillende partijen die voor elkaar interessant kunnen zijn, bij elkaar worden gebracht.

Een andere interessante partij is ICT~office, de branchevereniging van IT-, Telecom- en Officebedrijven in Nederland. Tot slot zijn er nog een aantal lectoraten en andere onderzoek- en

opleidingsinstituten zoals hogescholen en universiteiten vermeld.

Bedrijven

Het is erg lastig bedrijven te selecteren die zich puur met nieuwe media bezig houden. Hier is het beperkt tot bedrijven die vernieuwend zijn op dit gebied. Bedrijven die nieuwe media alleen toepassen, zoals veel reclamebureaus zeggen te doen, zijn dus niet meegenomen in de analyse.

Media Republic is een groot bedrijf dat via bestaande en nieuwe kanalen (bijv IPTV, spelcomputers, mobiele telefoons) unieke concepten bedenkt op het gebied van entertainment. Het bedrijf werkt samen met grootmachten als Microsoft, Sony en MTV en staat bekend als een toonaangevend bedrijf.

Ook toonaangevend is Ilse Media, dat een breed aanbod aan diensten op internet biedt. Onder andere de websites NU.nl, Startpagina.nl, Overzicht.nl, Vindex.nl, Download.nl en Web-log.nl behoren tot de Ilse media groep. Ilse Media is partner in het MultimediaN programma. Tevens werkt het vaak samen met Lost Boys.

Plat gesteld is deze laatstgenoemde een reclamebureau. Omdat Lost Boys echter

zo vernieuwend is in het gebruik van nieuwe media voor marketing, is het ook in de analyse van nieuwe media opgenomen.

In een heel andere markt (om maar eens te benadrukken hoe breed de term 'nieuwe media' is), is 2B interactive operatief. Deze onderneming is specialist in op het gebied van E-business.

FABChannel, ZOOM.in en Streamline Studios zijn ondernemingen die streaming video's via internet aanbieden. ZOOM.in is de grootste online videonieuwsdienst in de Benelux, en FABChannel staat internationaal bekend als broadcaster van muziek, met name concerten.

Die laatste maakt ook onderdeel uit van het virtueel platform.

Zo ook Submarine, een soortgelijke onderneming, met als verschil dat zij naast internet ook gebruik maakt van andere media. Denk hierbij bijvoorbeeld aan DVD.

Mediamatic Interactive Publishing is een ontwerp- en adviesbureau dat zich richt op oude en nieuwe media.

Tot slot staat ook Philips research genoemd in het krachtenveld. De afdeling media processing is hier relevant.

4.9.b Gaming

Gaming is wereldwijd een industrie die de afgelopen jaren een stormachtige groei doormaakte. Het is dus erg interessant om deze sector in Nederland eens onder de loep te nemen.

Er wordt een onderscheid gemaakt tussen enerzijds entertainment gaming (spelletjes die puur als vermaak dienen) en anderzijds social impact gaming (spellen/simulaties gericht op werken, leren en communiceren). De laatstgenoemde staat ook wel bekend als 'serious gaming'. De voorkeur gaat echter uit naar de eerste term, omdat serious gaming impliceert dat de andere tak, entertainment gaming *niet* serieus zou zijn. De entertainment gaming, met daarin online gaming (spelletjes op internet), is een sector waarin jaarlijks in Nederland zo'n 360 miljoen euro omgaat. Verrassend is dat in het minder bekende social impact gaming dubbel zoveel geld omgaat, namelijk zo'n 750 miljoen euro.

AGS-Gaming and Simulation

"An ongoing, mostly silent, revolution is taking place in our culture and society. The realms of gaming and simulation have become rapidly important for work and leisure, innovation, business and economics, law and ownership, ethics, family life, and last but not least for professional training and education."

Bron: www.gameresearch.nl

Kennisinstellingen

De gaming sector wordt steeds meer erkend als een serieuze industriesector en dat is ook te merken aan de opleidingen die als paddenstoelen uit de grond schieten.

Zo biedt de universiteit van Amsterdam een masteropleiding gaming en gaat komend studiejaar de Gaming Academy aan de NHTV in Breda van start. Dit is mede een initiatief van Playlogic. Dit bedrijf is tevens participant, wat moet zorgen voor een goede 'match' tussen bedrijfsleven en onderwijs.

Interessant is het 'centre for advanced gaming and simulation' (AGS), dat bestaat uit een samenwerking tussen de Universiteit Utrecht, de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (HKU) en TNO Defence, Security and Safety. De combinatie van deze drie partners moet synergie creëren tussen verschillende researchgebieden, de research concentreren en beoogt verder een aanzuigende werking te hebben op expertise. Via deze weg wil het AGS een leidende positie verwerven op het gebied van onder meer educatieve simulatie en interactie met de echte wereld.

De HKU heeft een opleiding "Bachelor of Art and Technology in Design for Virtual Theatre and Games", welke studenten onder meer opleidt tot ontwerper van games. De Universiteit Utrecht heeft een masteropleiding 'Game and Media Technology', waarbij ze samenwerkt met het Center for Geometry, Imaging and Virtual Environments (GIVE).

Bedrijven

Een groot deel van de bedrijven in dit veld zijn naar voren gekomen uit een interview met dhr Jurriaan van Rijswijk (Game Entertainment Europe, Nederland Breedbandland).

In de online gaming is Zylom veruit de grootste speler. De onderneming geniet grote bekendheid op het gebied van amusementsspelletjes op internet. Little chicken is meer gericht op marketing en communicatie. Het houdt zich bezig met gaming als een tool om een bepaalde groep te benaderen.

Binnen de entertainment gaming springen verder Guerilla en Playlogic in het oog. Guerilla, onlangs overgenomen door Sony, produceert spellen voor Playstation. Playlogic doet dit vooral voor de Xbox en de PC. Beide bedrijven hebben al enkele zeer vooruitstrevende games in hun portfolio staan. HD interactive en Davilex games zijn weliswaar kleiner, maar ze spelen zeker een rol van betekenis in de

markt waar ook Guerilla en Playlogic opereren.

JHV gaming is groot op het gebied van kansspelen en andere automaat spellen, waaronder de bekende photoplay-automaat. Deze automaten zijn veelal terug te vinden in horecagelegenheden als snackbars en cafés.

Overloaded is actief in een andere markt, en wel die van mobile gaming. Dit wil zeggen spelletjes op de mobiele telefoon. Het bedrijf, voor 80% in handen van Endemol werkt hiervoor vaak samen met Playlogic.

Philips amBX is een zeer innovatieve afdeling van Philips die onderzoek doet naar hoe de beleving van de user vergroot kan worden. Hierbij moet men bijvoorbeeld denken aan een ventilator die aanspringt als simulatie voor een parachutesprong, of aan een verwarming die opwarmt bij een brand. Ook aan de hand van lichteffecten in de omgeving probeert Philips amBX elementen toe te voegen aan de beleving.

Op het gebied van Social impact gaming is IJsfontein een grote speler. Dit bedrijf ontwikkelt interactieve mediaconcepten en –producties gericht op kinderen en jongeren. Green Dino levert projecten en producten op basis van virtual reality technologie. Een bekend voorbeeld hiervan is de rijnsimulator, met behulp waarvan mensen onder begeleiding van een virtuele chauffeur het besturen van een auto onder de knie kunnen krijgen. Vstep doet hetzelfde. Zij focust in het bijzonder op veiligheid, waarbij gedacht

moet worden aan trainingen van brandweerlieden, ziekenhuispersoneel of militairen.

Ook RA.NJ. richt zich ook op games en simulaties voor educatieve en communicatieve doeleinden, maar is gemeten in aantal FTE kleiner dan de eerder genoemde partijen.

Pixel Pixies is met 2 FTE de kleinste speler in dit schema. Niettemin speelt het toch een rol van betekenis op het gebied van marketing met behulp van gaming.

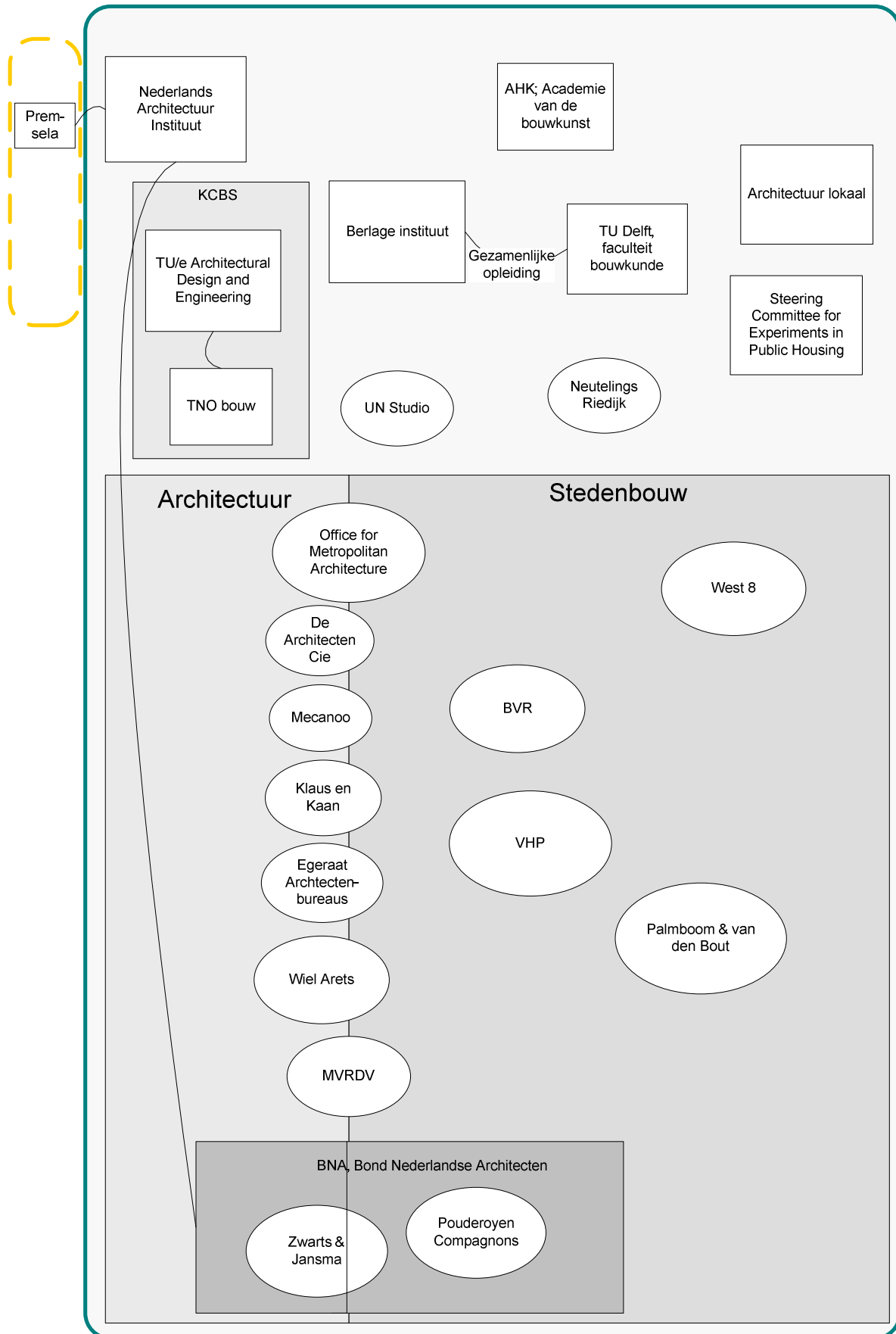
Naar een topinstituut?

In de sector Gaming en Nieuwe Media liggen veel kansen voor een topinstituut. De sector maakt een snelle groei door en hierbij is kennis een belangrijk aspect voor het verwerven van een sterke concurrentiepositie. Ten aanzien van gaming is er behoefte aan specifiek geschoolde werknemers, wat onder andere blijkt uit de nieuwe opleiding die door de NHTV in samenwerking met Playlogic is opgericht.

In een aantal consortia zoals MultimediaN wordt al goed samen gewerkt op een manier die ook voor een topinstituut bruikbaar zou zijn.

Zoals ook in andere sectoren naar voren is gekomen, liggen er vooral veel mogelijkheden op de snijvlakken met andere sectoren. Toepassingen van nieuwe media in bijvoorbeeld kunst openen een nieuwe wereld. Het Virtueel Platform en de hierin verenigde organisaties zijn al actief op dit gebied.

4.10 Architectuur, stedenbouwkundig ontwerp



Kort door de bocht gesteld is het zo dat architectuur zich richt op het ontwerpen van gebouwen en dat stedenbouw kijkt naar de inrichting van (stads)wijken en de bijbehorende problematiek. In de krachtenveldanalyse zijn de twee richtingen expliciet weergegeven.

Kennisinstellingen

TNO en de Technische universiteit Eindhoven vormen samen het KCBS (Knowledge Centre for Building and Systems), wat kijkt naar wat de integratie van bepaalde systemen in gebouwen kan opleveren (bijvoorbeeld op het gebied van gezondheid, ICT en licht). Er wordt bijvoorbeeld onderzocht wat de invloed van licht is op de prestatie en de gezondheid van mensen. Aan de hand van de uitkomsten hiervan optimaliseert men het gebruik van licht.

Het Berlage Instituut is een internationaal 'postgraduate' laboratorium voor onderwijs, onderzoek en ontwikkeling op het gebied van architectuur, stedenbouw en landschapontwerp. Samen met de TU Delft (faculteit Bouwkunde) verzorgt zij een opleiding.

Verder is het Nederlands Architectuur Instituut (NAi) een belangrijke speler. Het noemt zichzelf "een voor iedereen toegankelijke culturele instelling waar op verschillende manieren aandacht wordt besteed aan de ontworpen omgeving." Het instituut voorziet in mogelijkheden voor onderzoek en biedt een platform voor discussie. Door middel van tentoonstellingen en publicaties wil het NAi zowel het professionele werkveld als het grote publiek informeren, inspireren en stimuleren. Het NAi onderhoudt nauwe banden met de Bond van Nederlandse Architecten (BNA), en werkt ook vaak samen met de stichting Premisela.

De academie van de bouwkunst richt zich op de ontwikkeling van talenten in architectuur, stedenbouw en landschapsarchitectuur en heeft daarvoor 3 masteropleidingen. Het OLA (Overleg Lokale Architectuur-centra) is een informeel netwerk voor de uitwisseling van ideeën, kennis en informatie. Het fungeert als voedingsbodem voor beginnende

centra en als ontmoetingsplatform voor centra die zich tot de oudgedienden kunnen rekenen. Het OLA heeft geen formele status, er zijn geen statuten en er is geen bestuur. Ook is het OLA betrokken bij de uitschrijving van wedstrijdprogramma's.

De SEV (voorheen de Stuurgroep Experimenten Volkshuisvesting) werkt aan grensverleggende, praktisch toepasbare oplossingen voor maatschappelijke woonvraagstukken, in de praktijk ontwikkeld en beproefd. Dat doet het in de vorm van voorstudies, experimenten, voorbeeldprojecten en adviezen.

Bedrijven

Een 15-tal toonaangevende bedrijven zijn opgenomen in het krachtenveld. Met hun grootte is hier geen rekening gehouden. Het aantal FTE varieert van +/- 15 (Palmboom & van den Bout) tot 127 (de architecten cie).

Architect Wiel Aerts ontwierp het nieuwe stadion van FC Groningen, de Euroborg, welke zowel door de fans als door de pers zeer enthousiast werd ontvangen.



Johan Derksen in Voetbal International:

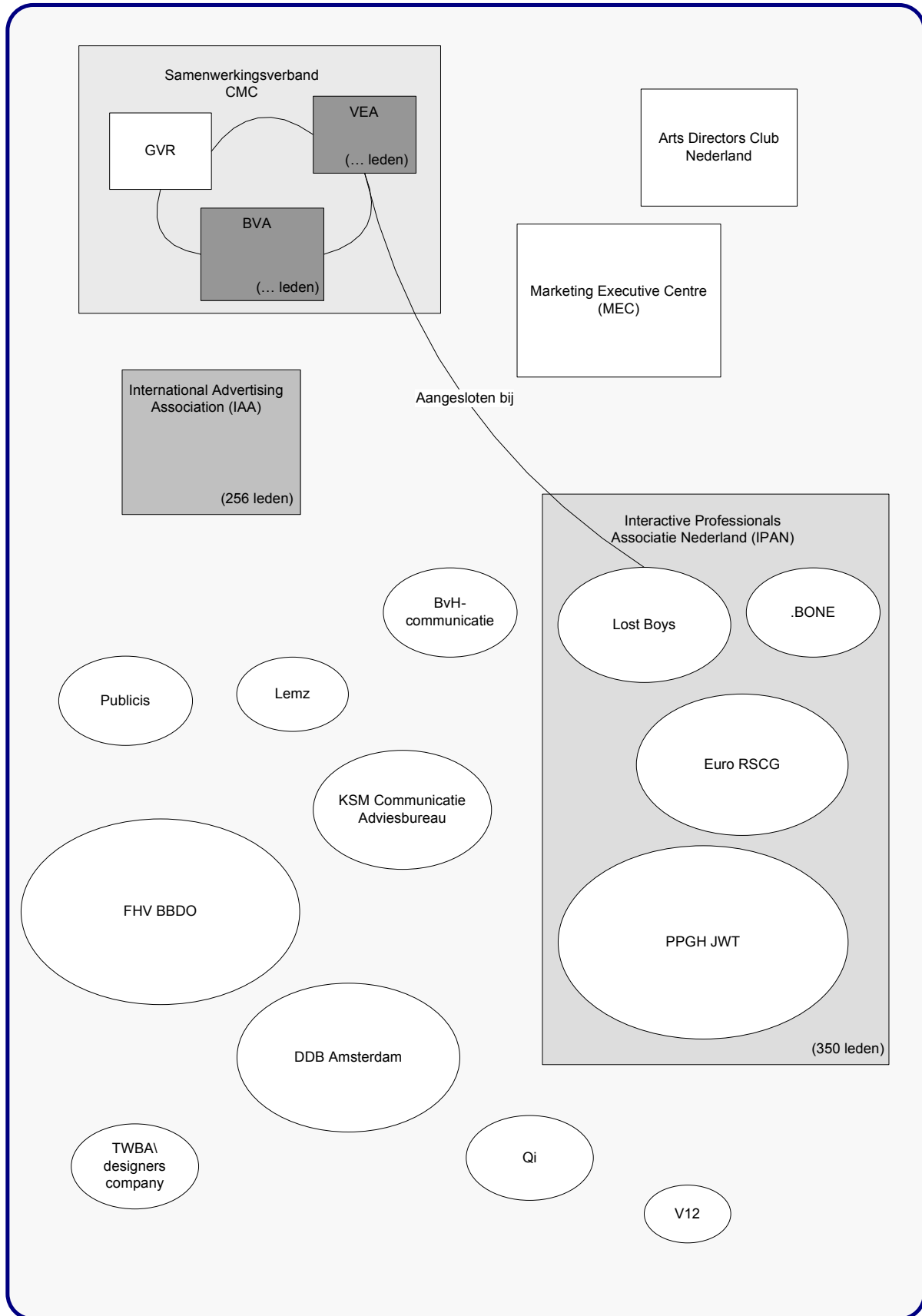
"De Groene Hel van het noorden is een hemel voor voetballiefhebbers... Ik durf te stellen dat Nederland er na De Kuip en het Philips Stadion een derde topaccommodatie bij heeft."

Een groot aantal architecten (ongeveer 3000 individuele leden) is aangesloten bij de BNA.

Naar een topinstituut?

Ook onder de architecten geldt (logischerwijs) dat de spelers ideeën niet graag met elkaar delen. Een eventueel topinstituut zou zich ook hier moeten richten op mogelijkheden op de snijvlakken met andere sectoren. Verder onderzoek is hierbij gewenst.

4.11 Reclame



Kennisinstellingen

In het krachtenveld valt de rol van het Centrum voor Merk en Communicatie (CMC) op. Dit is een samenwerkingsverband van:

- *GVR*. Het centrum voor marketing-communicatie, met als doel het fungeren als *kennisfacilitator* voor de gehele branche.
- *VEA*. De branchevereniging die de zakelijke en professionele belangen behartigt van de voornaamste organisatieadviesbureaus in Nederland.
- *BVA* (Bond Van Adverteerders). Zij brengt transparantie in de relatie tussen bureaus, adverteerders, exploitanten en overheid.

Door onder andere het samen brengen van adverteerders, bureaus en kennisinstellingen, wil het CMC een stimulans zijn voor het genereren en uitwisselen van inzichten op het gebied van merk en communicatie.

Het MEC beoogt een actief centrum te zijn voor de leden in het verwerven en versterken van zijn of haar beroepspositie. Het MEC stelt zich tevens ten doel om met haar functies en activiteiten het niveau van markt- en klantgericht ondernemen van bedrijven, organisaties en instellingen op een hoger plan te brengen.

Arts Directors Club Nederland (ACDN) houdt zich bezig met het zichtbaar maken en het verbeteren van de reclame. Dit doet het onder meer door reclameprijzen uit te reiken, het organiseren van een 'reclame jaarfeest' en het organiseren van workshops. Ook de International Advertising Association (IAA) organiseert jaarlijks een reeks activiteiten die als doel hebben de delen van vakkennis door de leden. Hierbij moet bijvoorbeeld gedacht worden aan thema-avonden en bedrijfsbezoeken.

De International Professionals Associatie Nederland (IPAN) profileert zich als platform waar leden uit de interactieve industrie kunnen netwerken.

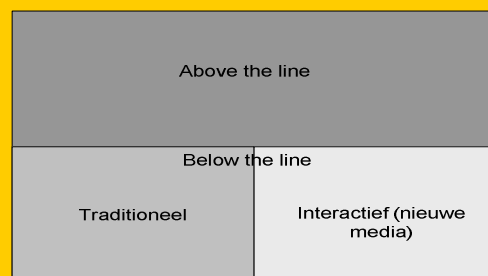
Bedrijven

De grootste bedrijven van Nederland zijn in het krachtenveld opgenomen. Deze zijn

enerzijds geselecteerd aan de hand van het aantal FTE dat zij in dienst hebben, anderzijds is er nog een aantal bedrijven dat uit interviews naar voren kwam toegevoegd. De positionering van de bedrijven geeft vaak problemen. Omdat reclame veel in verband wordt gebracht met nieuwe media, zullen een aantal bedrijven claimen ook in de 'nieuwe media'-subsector actief te zijn.

Alternatieve indeling

In de reclamewereld kent men een indeling die wellicht bruikbaar is bij het verder in kaart brengen van deze sector. Grafisch ziet deze er als volgt uit:



Er wordt een onderscheid gemaakt tussen 'above the line' en 'under the line'. Men spreekt van 'above the line' wanneer het gaat om corporate image-, introductie- en rebranding campagnes. Het betreft dan een totaal concept. 'Under the line' is gericht op korte termijn verkoop en weer onder te verdelen in 'traditioneel' (kranten-advertenties, tv-spots e.d.) en 'interactief' (nieuwe media).

Naar een topinstituut?

Er is weliswaar een aantal kennisinstellingen dat de mensen in de reclamewereld tot elkaar brengt, maar het blijft een ijdele bedrijfstak met behoorlijke ego's, waarin samenwerking vaak moeilijk verloopt. Een topinstituut dat daadwerkelijk ontwerpen maakt, lijkt dan ook niet wenselijk. Daarvoor is men te huiverig om ideeën met de concurrent te delen. Een topinstituut zou ook in deze subsector een rol kunnen spelen in de zoektocht kansrijke combinaties met andere subsectoren.

Hoofdstuk 5: “Leerpunten Krachtenveld en Interviews”

In de beschrijvingen bij de verschillende subsectoren zijn al een aantal specifieke conclusies getrokken die uit de analyse naar voren kwamen. In meer algemene zin kunnen we nog een aantal zeer belangrijke leerpunten formuleren. Deze staan beschreven in dit hoofdstuk.

Meerdere malen zijn de makers van dit onderzoek gestuit op de beperkingen van de indeling in subsectoren waaraan zij gebonden waren. Veel geïnterviewde personen hadden er moeite mee zichzelf in een dergelijk ‘hokje’ te plaatsen. Een indeling als deze laat weinig ruimte over om de werkelijke mogelijkheden aan het licht te brengen. Vaak liggen de mogelijkheden namelijk, zoals al veelvuldig naar voren kwam uit de teksten in de krachtenveldanalyse, juist op de snijvlakken tussen verschillende subsectoren. Er liggen bijvoorbeeld veel mogelijkheden in de combinatie tussen kunst en nieuwe media. Dit fenomeen reikt zelfs tot buiten de grenzen van de creatieve industrie. Denk hierbij aan maatschappelijk zeer belangrijke thema’s als zorg, veiligheid en educatie, in combinatie met nieuwe media.

Dat de creatieve industrie ‘hot’ is niemand ontgaan zijn. Helaas schuilt juist hier een belangrijk gevaar achter. Door alle aandacht en geld voor deze sector, worden er aan de lopende band nieuwe initiatieven in het leven geroepen. Zolang dit niet goed gereguleerd wordt, ontstaat hierdoor een sterke versnippering en een onoverzichtelijk oerwoud aan organisaties en instellingen. Er ligt voor de overheid een schone taak om dit te voorkomen, niet in de laatste plaats omdat landelijke verankering van levensbelang is voor instellingen in deze sector. Hoe groter het aantal kleine organisaties, des te moeilijker het wordt om dit te bereiken. Opereren op lokaal, kleinschalig niveau zet op de lange termijn geen zoden aan de dijk; daar is Nederland simpelweg te klein voor.

“Men kan best op regionaal niveau opereren, maar dan heet de regio Nederland”.
H de Vries, voorzitter D66 kennis-economieplatform.

Als Nederland zich op de lange termijn wil onderscheiden in de creatieve industrie, dan is ook de internationale positionering van levensbelang. Internationale bekendheid zal met een sterke versnippering niet verworven worden. Er wordt dan ook vaak de behoefte geuit aan een katalysator of platform dat vraag en aanbod kan matchen en dat als een soort overkoepelend orgaan de vele initiatieven coördineert en samenbrengt. Dit is nodig, want het valt op dat er weliswaar veel ad hoc projecten aan te wijzen zijn tussen de verschillende instanties, maar van structurele verbanden tussen de bestaande organisaties is slechts zelden sprake. Men weet elkaar vaak niet te vinden, of men wil elkaar simpelweg niet vinden uit angst voor concurrentie. Daarom zal een overkoepelend orgaan niet zonder slag of stoot te werk kunnen gaan, maar ook in de creatieve industrie geldt: zonder wrijving, geen glans.

Een dergelijk overkoepelend orgaan verwerft makkelijker internationale bekendheid, en leidt daarmee in potentie tot interessante internationale samenwerkingsverbanden.

Op basis van de interviews wagen we ons verder aan een aantal opmerkingen over de inrichting van een topinstituut.

Het topinstituut zou een vertegenwoordiging moeten kennen vanuit het (creatieve) bedrijfsleven, de overheid en de kennisinstellingen. Idealiter komt 50% van de financiering vanuit het bedrijfsleven en 50% van de overheid. De verschillende vertegenwoordigingen kunnen vanuit een matrixgedachte proberen nieuwe mogelijkheden leven in te blazen. In deze gedachte staan op de ene as eerder genoemde thema’s als zorg, educatie en veiligheid, en op de andere as de specifieke toepassingsgebieden als bijvoorbeeld gaming, vormgeving en nieuwe media.

Hoofdstuk 6: “Analyse Bestaande Instituten”

Met de krachtenveldanalyse is een eerste stap gezet in de richting van de positionering van een topinstituut voor de creatieve industrie. Verder is in hoofdstuk 5 ingegaan op een aantal aanvullende leerpunten die gedurende het onderzoek naar voren zijn gekomen. Een volgende vraag is: “Hoe moet een dergelijk instituut worden ingericht?”. Op basis van de interviews zijn hier al voorzichtige uitspraken over gedaan. Met behulp van een analyse van instituten die al actief zijn, wordt een uitgebreider beeld gevormd.

Uiteindelijk zijn 12 instituten (zie figuur 6a) nader onderzocht en met elkaar vergeleken. In hoofdstuk 3 is de methode die hierbij is gehanteerd al toegelicht. De leerpunten die uit de analyse naar voren kwamen, zullen hier besproken worden. Voor meer informatie over de afzonderlijke instituten wordt verwezen naar bijlage 1. Hierin staan de aan de hand van de format verzamelde gegevens weergegeven.

Land	Organisatie
Nederland	Melkveeacademie
Nederland	Platform beta techniek
Nederland	Dutch Polymer Institute (DPI)
Nederland	Kennisrotonde
Nederland	Telematica Instituut
Nederland	Wageningen Centre for Food Sciences (WCFS)
Nederland	Netherlands Institute for Metal Research (NIMR)
Verenigd Koninkrijk	NESTA
Singapore	Design Singapore
Canada	FACTOR
Finland	TEKES
Noorwegen	SINTEF

Figuur 6a; Overzicht Geanalyseerde Instituten

De Nederlandse instellingen met elkaar vergelijkend, valt op dat in alle gevallen de instellingen (mede) zijn geïnitieerd vanuit de overheid. Verder is er altijd sprake van een samenwerking tussen bedrijven, de overheid en/of kennisinstellingen. De verhoudingen van combinaties van (financiële) participatie zijn echter niet overal gelijk, maar verschillen van instelling tot instelling. De instellingen zijn veelal vraaggestuurd, maar er zijn ook voorbeelden van aanbodgestuurde organisaties.

Gegeven de recente oprichting van de Melkveeacademie (2005), het Platform Bèta Techniek (2004) en de Kennisrotonde (2005) hebben zij een beperkte leerervaring en hier kunnen dan ook weinig leerpunten uit onttrokken worden. De vier, door de overheid geïnitieerde Top Technologie Instituten (TTI) die onderzocht zijn (WCFS, Telematica Instituut, NIMR en DPI),

zijn al langer actief. In een tussentijdse evaluatie in 2001 kwamen zij goed uit de bus en lijken goede voorbeelden te zijn voor de inrichting van een dergelijke kennisinstelling.

In het geval van de buitenlandse instituten is ook de overheid in de meeste gevallen betrokken bij de oprichting van de instituten. Dit kan zijn als initiatiefnemer, maar ook als partner of subsidieverstrekker. Zowel regionale als nationale overheden spelen hierbij een rol. NESTA (Verenigd Koninkrijk), FACTOR (Canada) en DesignSingapore zijn voorbeelden van instituten met een duidelijke focus op (onderdelen) van de creatieve industrie. Er is een onderscheid tussen twee benaderingen. Enerzijds kan men kiezen voor een specifieke domeinfocus zoals muziek (FACTOR) of vormgeving (DesignSingapore). Anderzijds is er de keuze voor een meer generieke aanpak in de hele sector van de creatieve industrie, met als doel cultuur en economie te verbinden (NESTA)

Voor de afzonderlijke instituten zijn nog enkele specifieke leerpunten aan te wijzen. Zo heeft SINTEF een zeer goede kennisoverdracht tussen de organisatie en de twee partner universiteiten weten te realiseren. Het mes snijdt hier aan twee kanten; enerzijds profiteren de universiteiten van de deskundigheid van de medewerkers van SINTEF doordat deze colleges verzorgen. Anderzijds profiteert SINTEF van de kennisinput vanuit de universiteiten en van studenten die onderzoek kunnen verrichten. Verder is het opvallend dat een groot deel van de financiën binnen SINTEF wordt gegenereerd vanuit de industrie.

Tekes (Finland) zet allerlei programma's op die zijn gericht op een bepaalde probleemstelling of onderzoeksvraag. Verschillende belanghebbende bedrijven en instellingen uit verschillende vakgebieden worden benaderd met de vraag of ze willen participeren in het programma. Deze clusterbenadering leidt, gezien het directe belang dat betrokkenen hebben bij een goed eindresultaat, tot betere samenwerking en meer interactie tussen de actoren.

Beginnende artiesten worden vaak geremd door de noodzaak van grote investeringen. FACTOR doorbreekt deze remming, en is daarin zeer succesvol. Er ontstaat een inverdieneffect; de bestedingen van de overheid verdienen zichzelf (al dan niet ten dele) terug door de gunstige gevolgen van deze investeringen. Denk daarbij bijvoorbeeld aan de BTW-heffingen op de verkoop van albums. FACTOR wordt gezien als dé drijfveer van de Canadese muziekindustrie. Het is een prima startpunt voor talentvolle artiesten. Ongeveer 60% van de Canadese artiesten heeft ergens in de carrière financiële steun gehad van FACTOR.

Nesta wordt door meerdere partijen als een succesvol initiatief gezien. In het onderzoek *“Creatieve Starters, kansen en knelpunten voor starters in de creatieve industrie”* (2005) komen een aantal leerpunten ten aanzien van deze organisatie naar voren. Eén van de succesfactoren van Nesta is de heldere positionering. Er is een duidelijk onderscheid tussen Nesta en financiers van de culturele sector. Nesta staat voor het commerciële potentieel van creatieve ideeën, niet zozeer voor de culturele waarde ervan. De programmacoördinator binnen Nesta stelt dat het belangrijk is om na te gaan welke clusters binnen de creatieve industrie gebaat zijn bij ondersteuning. Een aantal sterke clusters versterken zou wel eens tot meer economische groei kunnen leiden dan het stimuleren van allerlei beginnende initiatieven in de gehele sector. Meer focus kan ook tot een grotere spin-off leiden.

Een ander leerpunt is het belang van de expertise die in de organisatie aanwezig is. De mensen die werken bij Nesta spreken de taal van de creatievelingen. Dit heeft een gunstig effect op de programma's binnen Nesta en de uitvoering ervan.

Nesta heeft een zelfstandige positie en is niet afhankelijk van een continue stroom van projecten of politieke steun. Dit geeft de organisatie slagkracht en zorgt ervoor dat zij in lange termijnen kan denken.

Wat verder opvalt, is de aanpak bij alle programma's. Voor de start van een programma wordt geanalyseerd wat het knelpunt is en wat mogelijk oplossingen zijn. Vervolgens wordt een mogelijke interventie gedefinieerd en deze wordt eerst op kleine schaal ingezet. Het

programma wordt geëvalueerd en als het succesvol blijkt te zijn, wordt het opgeschaald. Daarna probeert Nesta het op een andere plek te laten landen. Tot slot wordt een exit-strategie geformuleerd. Alle programma's zijn op deze wijze ontwikkeld. Deze cyclus maakt dat Nesta keer op keer oplossingen zoekt voor gesignaleerde problemen in de creatieve industrie.

Er is een sterke link tussen Nesta op landelijk niveau en de regio's. Nesta is gelegen in het hart van Londen. De mensen die aanvragen doen voor Nesta-programma's komen uit het gehele land. Nesta heeft intensief contact met mensen uit de regio die talenten spotten en deze talenten doorverwijzen. Ook in de uitvoering van programma's wordt samengewerkt met regionale overheden, kennisinstellingen en andere organisaties.

Hoofdstuk 7: “Conclusies en Aanbevelingen”

Aan de doelstelling om het krachtenveld in kaart te brengen is voldaan. In overleg met de betrokkenen zijn 2 sectoren dieper uitgewerkt. Zoals in hoofdstuk 3 is gesteld, heeft het onderzoek niet de pretentie in de overige 9 sectoren compleet te zijn. ‘Vormgeving, grafisch ontwerp en modeontwerp’ en ‘gaming, nieuwe media’ zijn het meest potentievol en voor deze twee sectoren ligt er een compleet krachtenveld. Met de kanttekening dat de analyse van bestaande instituten is uitgevoerd met behulp van secundaire data, is ook aan de tweede doelstelling voldaan.

Per subsector is in de bespreking van de krachtenveldanalyse aangegeven in hoeverre een topinstituut een bijdrage kan leveren aan de verdere stimulering van de sector. De overige conclusies zijn in de vorige twee hoofdstukken aan bod gekomen. Samenvattend kan ten aanzien van de dieper uitgewerkte sectoren, worden geconcludeerd dat hier volop mogelijkheden liggen. Beide sectoren zijn de afgelopen jaren sterk gegroeid en er zijn veel initiatieven en samenwerkingsverbanden te vinden die dit verder stimuleren. In meerdere sectoren komt naar voren dat de mogelijkheden vooral liggen op de snijvlakken tussen de verschillende sectoren. Hoewel nader onderzoek nodig is om het een en ander verder uit te werken en te onderbouwen, zijn er al een aantal bestaande samenwerkingsverbanden aan te wijzen waarop de overheid kan voortborduren in de richting van een topinstituut.

Ten aanzien van de positionering van een eventueel topinstituut kan het volgende geconcludeerd worden. Op basis van de bevindingen zijn een tweetal verschillende aanpakken mogelijk.

1. *De matrix aanpak.* De basis van het instituut bestaat uit een as met ‘generieke’ domeinen (denk aan zorg, educatie) en een as met meer ‘specifieke’ toepassingsgebieden (denk aan nieuwe media, mode, vormgeving, gaming). Hierbij bestaat het eindresultaat uit één topinstituut voor de creatieve industrie.
2. *Ga uit van het denkraam uit het ‘mapping document’ en werk de twee meest kansrijke sectoren verder uit.* Voor de sectoren ‘Vormgeving, grafisch ontwerp & modeontwerp’ en ‘Gaming & nieuwe media’ wordt een topinstituut opgezet. Het eindresultaat is dus ofwel twee verschillende topinstituten, ofwel één instituut met aparte afdelingen.

Spelers die relevant (kunnen) zijn bij het opzetten van één of meerdere topinstituten zijn:

- In de sector ‘Vormgeving, grafisch ontwerp & modeontwerp’:
 - Amsterdam Fashion Institute, Eindhoven Design Academy, ‘Product Design Instituut’ (3 TU’s en Premisela), Premisela;
 - European Design Center, Philips Design.
- In de sector ‘Gaming & nieuwe Media’:
 - De Waag, Center for Advanced Gaming and Simulation, MultimediaN, Telematica Instituut;
 - Lost Boys, Philips, Media Republic, ...

Vervolgonderzoek zou het een en ander nader moeten uitwerken en onderbouwen.

Aanbevelingen voor verder onderzoek zijn:

- Het verder uitwerken van de 9 sectoren uit de quickscan met behulp van (diepte)interviews;
- Het verder uitwerken van de analyse van bestaande instituten met behulp van (diepte)interviews;
- Nader onderzoek naar de wijze waarop een eventueel topinstituut ingericht moet worden. Denk hierbij aan onderwerpen als fysiek versus virtueel, vraag- versus aanbod gestuurd en de rol van de overheid en het bedrijfsleven;
- Een onderzoek naar het draagvlak en de mate waarin het bedrijfsleven daadwerkelijk gebruik zou maken van een topinstituut.

Literatuurlijst

Documenten en Artikelen:

- Raes & Hofstede (red.), 2005, "*Creativiteit in kaart gebracht: Mapping document creatieve bedrijvigheid in Nederland*", ministerie van OCW en EZ, Den Haag (www.cultuureconomie.nl)
- Brief Cultuur en Economie, ons creatieve vermogen. Oktober 2005 (www.cultuureconomie.nl)
- Bob van den Berg en Henk Hoefdraad, 2005 *NESTA: Turning ideas into businesses* (www.twanetwerk.nl)
- Joeri van den Steenhoven, Kim van den Berg en Marieke Rietbergen, 2005, *Creatieve starters; kansen en knelpunten voor starters in de creatieve industrie*, Stichting Nederland Kennisland, ministerie van EZ (http://www.kennisland.nl/kennisland/binaries/KLsite/actueel/publicaties/KL_Inventarisatie_CreatieveStarters_2005.pdf)
- *Facts about SINTEF*, 2005 (http://www.sintef.no/upload/Konsern/Facts_about_SINTEF_2005.pdf)
- Ministerie van Economische Zaken, "*LTI Evaluation Report*", 2001
- Maria J.A. van der Hoeven, mr. L.J. Brinkhorst; "*voortgang Deltaplan Bèta/Techniek*", november 2005, ministerie van EZ, ministerie OCW
- Ministerie van Economische Zaken, "*Technologische Topinstituten*", 2001
- Katju Holkeri and Johanna Nurmi, "*Best Practices from Finland, Making opportunities work*", 2004, MINISTRY OF FINANCE, Public Management Department. (<http://www.vm.fi/tiedostot/pdf/fi/88457.pdf>)
- Ron A. Boschma and Markku Sotarauta, "*Economic policy from an evolutionary perspective: the case of Finland*", augustus 2005, (<http://econ.geog.uu.nl/peeg/peeg0509.pdf>)
- Petri Uusikylä, Ville Valovirta, Risto Karinen, Enno Abel, Thomas Froese, "*Towards a competitive cluster: an evaluation of real estate and construction technology programmes*", 2003, Tekes, (<http://www.tekes.fi/julkaisut/Towards.pdf>)
- Tijdelijke Adviescommissie Vormgeving, "*advies commissie vormgeving 2001*", 2001, Ministerie van OCW, (<http://www.minocw.nl/documenten/download-doc-vormgeving.pdf>)
- R.M. Braaksma, J.P.J. de Jong, E. Stam, "*Creatieve bedrijvigheid in Nederland; Structuur, ontwikkeling en innovatie*", september 2005, EIM (<http://econ.geog.uu.nl/stam/BraaksmaDeJongStam2005.pdf>)
- Werkgroep Creatieve Industrie, "*Creativiteit: de gewichtloze brandstof van de economie*", september 2005, Innovatieplatform, (http://www.innovatieplatform.nl/assets/binaries/documenten/2005/creatieve_industrie_rapportcreatieveindustrie2.pdf)
- Gerard Marlet, Joost Poort, "*Cultuur en creativiteit naar waarde geschat*", juni 2005, Stichting Atlas voor gemeenten, SEO Economisch Onderzoek, (http://www.cultuureconomie.nl/rapporten/SEO_Economisch_Onderzoek_en_Atlas_voor_gemeenten.pdf)
- Paul Rutten, Walter Manshanden, Jos Muskens, Olaf Koops, "*De creatieve industrie in Amsterdam en de regio*", september 2004, TNO
- "*Verzekering van onze toekomst*", 2005, Kenniscentrum D66
- Joeri van den Steenhoven, Marleen Stikker, e.a. "*Final Report Creative capital conference*", 2005, NPN Drukkers, Breda
- Ministerie van EZ, "*creativity and technology in the Netherlands*", 2005, (www.twanetwerk.nl)

- Jaap Wils, Arnold Ziegelaar, “Sectoronderzoek Film en televisie Eindrapport”, 2005
- Ministerie van EZ, “evenementen zijn een stimulans voor de stedelijke economie”, 2003
- Gerbrand Bas, “Een verkenning naar de mogelijkheden van een instituut voor productontwikkeling”, 2005, TU Delft, Faculteit Industrieel ontwerpen
- Mark H. Overmars, “leven van de handel in virtuele zwaarden”, november 2005, Automatisering Gids, week 47 2005, (<http://www.cs.uu.nl/people/markov/papers/AG3.pdf>)
- “Film facts and figures of the Netherlands 2003”, 2003, Nederlands Film Fonds, (http://www.filmfund.nl/algemeen/pdf_files_algemeen/staalkaart.pdf)
- Monique Roso, “Modevormgeving in Nederland: de ontbrekende bruggen tussen creatie en commercie”, juni 2005, Premsele Stichting, (http://www.premsele.org/pdf/economie/eo/rapport_modevormgeving.pdf)
- “Vooruitblik 2005, MODINT jaarverslag 2004”, MODINT, (<http://www.modint.nl/index.cfm/31,687,c,html/MODINT%20Jaarverslag%202004%20compleet1.pdf>)
- “Leading Technology Institutes; a proven innovation instrument with abundant potential”, Manifest juli 2004, (<https://doc.telin.nl/dscqi/ds.py/Get/File-45190>)
- “NIMR Annual Report 2004”, april 2005, NIMR, (www.nimr.nl)
- “LTI Brochure”, 2001, Ministerie van Economische Zaken, (www.nimr.nl)
- “Public-private partnerships for research and innovation: an evaluation of the Dutch experience”, 2003, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), (<http://www.oecd.org/dataoecd/58/19/21693395.pdf>)

Internet:

Alle websites van bedrijven en kennisinstellingen die in de krachtenveldanalyse zijn opgenomen, zijn geraadpleegd. Zie de overzichten “Bedrijven” en “Kennisinstellingen” voor de adressen.

- | | |
|--|--|
| • www.annualreports.info | • www.ind.tno.nl |
| • http://app.mti.gov.sg | • www.kennisrotonde.nl |
| • www.creativeclass.org | • www.melkveeacademie.nl |
| • www.cultuureneconomie.nl | • www.minfin.nl |
| • www.cultuur.nl | • www.minocw.nl |
| • www.deltapunt.nl | • www.nbtc.nl |
| • www.designsingapore.org | • www.nesta.org |
| • http://edu.fss.uu.nl/ord/ | • www.nimr.nl |
| • www.factor.ca | • www.polymers.nl |
| • www.filmfestiva.nl | • www.sintef.no |
| • www.foodsciences.nl | • www.telin.nl |
| • www.ictopschool.net | • www.tekes.fi |
| • www.imdb.com | • www.twanetwerk.nl |

Overig

- Marktselect DM – CD (zie www.marktselect.nl)
- Nederlands ABC voor Handel en Industrie

Bijlage 1: “Formats Analyse Bestaande Instituten”

1a FACTOR

Contactgegevens	FACTOR 355 King St. W, 5th Floor Toronto, Ontario M5V 1J6 P: [416]351-1361 Canada
Type organisatie	Subsidieverstrekker
Virtueel/Tastbaar	Tastbaar
Missie, visie	FACTOR heeft als doel de Canadese onafhankelijke muziekindustrie een impuls te geven, zodat deze zal opleven op zowel nationaal, als internationaal niveau.
Historie	FACTOR is in 1982 opgericht door CHUM limited, Moffat Communications en Rogers Broadcasting Limited, in samenwerking met de Canadian Independent Record Producers Association (CIRPA) en de Canadian Music Publishers Association (CMPA). In 1985 is de Canadian Talent Library (CTL) van Standard Broadcasting daar nog bijgekomen. Het idee erachter is dat Canadese artiesten gestimuleerd moeten worden, om zo een florerende Canadese muziek industrie te verkrijgen.
Vraag versus aanbod gestuurd	Enerzijds biedt factor subsidies aan, waardoor het aanbod gestuurd zou zijn. Anderzijds is dit aanbod afhankelijk van de vraag naar subsidies, wat het vraaggestuurd maakt. Een eenduidig antwoord is dan ook niet te geven.
Organisatie en financiering	FACTOR is een private non-profit organisatie. De financiering komt voort uit vrijwillige bijdragen van radiostations en uit twee componenten van Canada Music Fund Council. FACTOR startte met een budget van \$200,000, en op het moment draagt het meer dan \$11.5 miljoen bij aan de Canadese muziekindustrie. In de 21 jaar dat het bestaat, is er reeds \$71 miljoen geïnvesteerd. \$33.2 miljoen hiervan ging naar de productie van muziek voor commerciële verkoop. Dit leverde nationaal 13.6 miljoen verkochte platen op, en 10.1 miljoen internationaal. Bij elkaar genereerde deze verkopen ongeveer \$487.5 miljoen.
Samenwerking	Samenwerking is er met overheden en radiostations.
Resultaat en leerpunten	Middels een groot aantal programma's ondersteunt FACTOR de ontwikkeling van de muziekindustrie. Dit doet het op alle niveaus; van de creatie van eenvoudige demo's tot productie en tot de commerciële release. Enkele van de meest vooraanstaande programma's zijn: <ul style="list-style-type: none"> • Professional Demo Grant Program Steun aan artiesten/groepen in de vorm van assistentie bij het maken van een demo van hoge kwaliteit, om zo de kans op een deal met een platenmaatschappij te vergroten. • Professional Songwriters Demo Grant Program Steun aan songwriters bij het opnemen van een demo, om het nummer onder de aandacht te brengen bij andere artiesten. • Independent Recording Loan Program Een lening om de kosten van het produceren van een cd te

	<p>dragen. De lening wordt terugbetaald door het afdragen van 50 cent per verkocht exemplaar wereldwijd gedurende de eerste 2 jaar na release. Als de lening dan niet is afbetaald wordt deze kwijtgescholden.</p> <ul style="list-style-type: none">• enzovoorts <p>Voor een volledige lijst van alle programma's, zie http://www.factor.ca/applications_info.html</p> <p>Alle personen die in aanmerking denken te komen voor een vorm van ondersteuning kunnen online 'solliciteren' naar de gewenste ondersteuning.</p> <p>Beginnende artiesten worden vaak geremd door de noodzaak van grote investeringen. FACTOR doorbreekt deze remming, en is daarin zeer succesvol. Er ontstaat een inverdieneffect; de bestedingen van de overheid verdienen zichzelf (al dan niet ten dele) terug door de gunstige gevolgen van deze investeringen. Denk daarbij bijvoorbeeld aan de BTW-heffingen op de verkoop van albums.</p> <p>FACTOR wordt gezien als dé drijfveer van de Canadese muziekindustrie. Het is een prima startpunt waar talentvolle artiesten op weg worden geholpen. Zo'n 60% van de Canadese artiesten heeft ergens in de carrière financiële steun gehad van FACTOR</p>
--	--

1b NESTA

Contactgegevens	De hoofdvestiging bevindt zich in London, Engeland. NESTA Fishmongers' Chambers 110 Upper Thames Street London EC4R 3TW
Type organisatie	Instituut/kennisinstelling
Virtueel/Tastbaar	Tastbaar
Missie, visie	De missie van Nesta is het vinden, ondersteunen en promoten van talent, innovatie en creativiteit om zo cultuur en economie samen te brengen. Letterlijk: "Through a range of pioneering programmes, we invest in talented people and ground-breaking ideas. On a wider scale, we work to improve the climate for creativity in this country, acting as a catalyst for change and helping the UK fulfil its potential." [bron: www.nesta.org/assets/publications/strategy/2003-06/index.html]
Historie	De organisatie is in 1998 opgericht naar aanleiding van de constatering dat economische groei steeds meer wordt gedreven door kennis en nieuwe ideeën. Voor een chronologisch overzicht wordt verwezen naar: http://www.nesta.org/insidenesta/timeline_flash.html
Vraag versus aanbod gestuurd	Beide. 'Aanbod' omdat het zelf activiteiten initieert, en 'vraag' omdat het subsidies verstrekt op basis van vraag.
Organisatie en financiering	NESTA valt formeel onder de verantwoordelijkheid van DCMS (department of Culture, Media and Sport). Echter, omdat DTI (Department of Trade and Industry) verantwoordelijk is voor economie heeft NESTA ook veel te maken met dit ministerie. NESTA heeft bij aanvang een gift van 200 miljoen pond ontvangen van de National Lottery (de Engelse variant van de staatsloterij). In 2003 is dit bedrag verhoogd naar 230 miljoen. Van DCMS krijgt NESTA een aanvullende financiering van 45 miljoen pond, verspreid over drie jaar.
Samenwerking	Er zijn 41 samenwerkingsverbanden opgezet sinds de opening van NESTA. Voor een overzicht hiervan wordt verwezen naar: http://www.nesta.org/insidenesta/hwf_extend.html
Resultaat en leerpunten	NB: Resultaten en leerpunten zijn letterlijk overgenomen uit: "Joerie van de Steenhoven, Kim van de Berg en Marieke Rietbergen, 2005, <i>Creatieve Starters, kansen en knelpunten voor starters in de creatieve industrie</i>, Stichting Nederland Kennisland, Ministerie van EZ." <i>Investeerder in creatieve ideeën</i> Nesta is op de eerste plaats een investeerder. Zij noemt zichzelf een <i>creative investor</i> . Nesta investeert in kansrijke creatieve concepten en begeleidt deze tot het punt dat ze aantrekkelijk genoeg zijn voor private investeerders. Dat kan bijvoorbeeld door (pre) seed capital te verstrekken aan creatieve starters (meestal in de vorm van achtergestelde leningen) of via beurzen voor creatief talent om een kansrijk concept verder uit te werken tot een business plan. Zij investeert dus in een vroeg stadium en verwacht niet direct succes. Eigenlijk, zo wordt ook in interviews gesteld, dekt ze op deze manier risico's af die private investeerders nog niet durven te nemen. Het

gaat er daarbij om het creatieve potentieel voor de Britse economie en samenleving te versterken. Dat potentieel is meestal commercieel gedefinieerd, maar er is ook een beperkt aantal programma's waarin juist de sociaal-maatschappelijke waarde centraal staat.

Katalysator van creativiteit en innovatie

Daarnaast fungeert Nesta als katalysator. Zij ziet het als haar taak om knelpunten weg te nemen om het klimaat voor creativiteit en innovatie, en de creatieve industrie in het bijzonder, te verbeteren. Nesta ontwikkelt en financiert daartoe tal van initiatieven. Dit varieert van het stimuleren van ondernemersvaardigheden (o.a. op kunstopleidingen) tot onderwijsinnovatie.

Deze initiatieven moeten uiteindelijk leiden tot reguliere inbedding. Nesta analyseert welke knelpunten er zijn, bedenkt een oplossing, experimenteert met een tijdelijke impuls en draagt het actief over aan bestaande instanties.

Alle programma's van Nesta werken volgens dit model. Het is in die zin vergelijkbaar met een ontwikkelingsmaatschappij.

Promotor van de creatieve industrie

De laatste taak van Nesta is het promoten van de creatieve industrie, zowel richting bedrijven als richting de overheid. Voor die laatste fungeert ze als een denktank voor de ontwikkeling van beleid gericht op cultuur en economie.

Nesta doet onderzoek, publiceert en organiseert bijeenkomsten. Ook werkt ze actief aan het overdragen van kennis en ervaring uit haar programma's richting relevante organisaties. Daarmee heeft ze de afgelopen jaren een actieve bijdrage geleverd aan de groeiende zichtbaarheid van de creatieve industrie en de ontwikkeling van het beleid.

Programma's

Nesta geeft haar activiteiten vorm binnen een aantal programma's. Er zijn programma's om ideeën in een vroeg stadium te helpen ontwikkelen tot commerciële producten. Er zijn pionierprogramma's die individuele talenten stimuleren een bredere visie te ontwikkelen op hun werk. Deze programma's ondersteunen de talenten ook als zij nieuwe richtingen inslaan. Er zijn onderwijsprogramma's waarin wordt geëxperimenteerd met nieuwe leermodellen en manieren om de samenleving te betrekken en waarmee ICT in het onderwijs wordt gestimuleerd. De belangrijkste programma's voor creatieve starters zijn het *Invention and Innovation Programme* en het *Creative Pioneer Programme*. Deze twee worden in de volgende alinea's verder toegelicht. Deze programma's lopen enkele jaren en zijn ten dele ook geëvalueerd. Helaas ontbreken vooralsnog harde cijfers waarin de bijdrage ervan aan de economische groei in het VK duidelijk naar voren komt.

Invention and Innovation Programme (I&I)

Dit is een investeringsprogramma met een jaarlijks budget van £2.946.000. Er wordt geïnvesteerd in creatieve concepten die op de internationale markt kunnen slagen en/of voor een bepaalde sector een 'disrupting innovation' betekenen. Het is het best te beschouwen als (pre) seed financiering. Met dit I&I-programma krijgen mensen

met vernieuwende ideeën die nog in een vroeg stadium van ontwikkeling zijn, wel geld om het verder te ontwikkelen. Nesta hanteert dezelfde selectiemethoden als reguliere VC's, maar doordat de mensen in dit programma de creatieve industrie kennen, kunnen zij de potentie van ideeën beter zien. Soms werkt Nesta samen met VC's. Het initiële bedrag dat Nesta beschikbaar kan stellen, is een converteerbare lening tot maximaal 150.000 pond. Bij volgende financieringsronden (tot maximaal 500.000 pond) bedingt Nesta een aandeel in het bedrijf. Dit laatste gebeurt altijd in samenwerking met een private VC. Het I&I-programma is de grootste financiële bron voor (pre) seed financiering voor de creatieve industrie in het Verenigd Koninkrijk. Het I&I-programma kent een sterke selectie; elk jaar komen zo'n 1.200 voorstellen binnen. Ongeveer 36 mensen krijgen uiteindelijk een lening om het idee verder uit te werken. De selectie wordt gedaan door experts. Zij geven een oordeel over zowel het idee als het businessplan. Daarnaast vindt een peer review via een referentiegroep plaats. Uiteindelijk verschijnt de creatieve starter voor een selectiecommissie. Creatieven krijgen gedurende de selectieprocedure begeleiding bij het schrijven van het businessplan. Deze coaching gaat de eerste negen maanden nadat de financiering is toegekend door. De mentor van Nesta moet helpen bij het verkrijgen van vervolfinanciering van een reguliere VC. De nadruk op coaching is een belangrijk kenmerk van het investeringsprogramma. Een aantal verschillen tussen Nesta en reguliere VC's zijn:

- Nesta specialiseert zich niet binnen de creatieve industrie (richting bijvoorbeeld film), maar is generalist.
- Het actieve mentorschap van Nesta wordt als bijzonder ervaren.
- Nesta heeft een andere attitude, een andere taal en een andere relatie met de mensen waar zij in investeert.
- Nesta zorgt ervoor dat haar klanten straks klaar zijn om bij normale investeerders terecht te kunnen. Elke sector heeft iets anders nodig. De rol van Nesta is om het gat tussen de creatieve industrie en venture capitalists te verkleinen.
- Nesta biedt de mogelijkheid om mensen uit andere portefeuilles en Nesta-netwerken te ontmoeten.

Creative Pioneer Programme

Dit programma bevordert de opkomst van een nieuwe groep creatieve ondernemers door hen vaardigheden bij te brengen. De kern van dit programma is The Academy en vanuit dit concept zet Nesta ook andere onderwijsprogramma's op. The Academy is bedoeld voor elk jaar dertig personen die drie maal gedurende een week – afgesloten van de wereld – een businessplan schrijven. Het programma zorgt ervoor dat de creatieven zich zelfverzekerder gaan voelen als ondernemer en vertrouwd raken met het ondernemen. Daarbij krijgen zij begeleiding van coaches en managers. Aan het eind van de derde week kunnen de creatieven hun businessplan presenteren aan een commissie waarbij zij een lening van maximaal £35.000 kunnen krijgen om een bedrijf te starten. Daarnaast krijgen zij negen maanden ondersteuning. The Academy richt zich op mensen die sinds één tot drie jaar klaar zijn met hun kunstopleiding

en ondernemer willen worden. Omdat er elk jaar 2.200 aanmeldingen zijn en er slecht plaats is voor dertig mensen, worden binnen het Creative Pioneer Programma regionale Mini-Academies opgezet. Dit gaat in samenwerking met de kunstacademies in het VK. Als deze succesvol verlopen, wordt het grote Academy-programma afgebouwd en wordt het geheel overgedragen aan de kunstacademies. The Academy blijkt een extreem succesvol programma te zijn: meer dan 80% van de deelnemers krijgt een lening om het businessplan uit te voeren. Het budget voor het gehele *Creative Pioneers Programme* was in 2004 £350.000. Recent is een nieuw programma opgezet voor creatieve ondernemingen die drie jaar of langer bestaan. *Small, Medium, Large* is bedoeld voor creatieve ondernemers die een volgende stap willen zetten en willen doorgroeien. Zij worden met de juiste mensen samengebracht waarna een groeiplan wordt opgezet.

Nesta wordt door meerdere partijen als een succesvol initiatief gezien. In het onderzoek is gevraagd naar de succesfactoren van Nesta. De volgende worden hierbij genoemd:

Heldere positionering, wel met meer focus

Nesta is een aanspreekbaar loket voor creatieven. En er is een duidelijke onderscheid tussen Nesta en financiers van de culturele sector. Nesta staat voor het commercieel potentieel van creatieve ideeën, niet zozeer voor de culturele waarde ervan. Voor zuivere cultuurfinanciering zijn andere bronnen (bijvoorbeeld Arts Council). Sommigen stellen dat Nesta meer focus op die rol moet leggen, omdat in het verleden Nesta wel zeer breed opereerde om creativiteit te stimuleren. Een geïnterviewde geeft aan dat Nesta eigenlijk meer een 'Council for the Creative Industries' zou moeten worden. Binnen het investeringsprogramma werd gesteld dat in het begin van het programma alles en iedereen die zich als creatieve industrie bestempelde, aanvragen kon indienen voor het I&I-programma. De huidige programmacoördinator zou dat niet opnieuw op deze manier doen. Hij gelooft dat het belangrijk is om na te gaan welke clusters binnen de creatieve industrie gebaat zijn bij ondersteuning. Een aantal sterke clusters versterken zou wel eens tot meer economische groei kunnen leiden dan het stimuleren van allerlei beginnende initiatieven in de gehele sector. Meer focus kan ook tot een grotere spin-off kunnen leiden.

Expertise in de organisatie

Nesta kent de wereld van de creatieve industrie. De mensen die werken bij Nesta spreken de taal van de creatieven. Ze hebben vaak hun sporen verdiend in de creatieve industrie door zelf succesvolle creatieve bedrijven op te zetten. Zij begrijpen hierdoor ook wat nodig is om een bedrijf op te zetten. De programma's en de uitvoering ervan sluiten daardoor aan bij de behoeften van creatieven.

Zelfstandig kunnen opereren met een blik op de lange termijn

Nesta kent als organisatie een grote mate van vrijheid door de wijze waarop zij wordt gefinancierd. De financiering middels de endowment zorgt ervoor dat de organisatie zelfstandig kan functioneren en beslissingen kan nemen over op te zetten programma's en onderzoek. Zij is niet afhankelijk van een continue

	<p>stroom van projecten of politieke steun. Deze zelfstandige positie geeft de organisatie slagkracht en zorgt ervoor dat zij in lange termijnen kan denken. In interviews werd aangegeven dat er gedacht wordt aan een termijn van 10 tot 12 jaar waarin een creatieve industrie moet worden opgebouwd.</p> <p><i>Een ontwikkelmodel om het klimaat voor creatieve industrie te versterken</i></p> <p>Wat opvalt is de aanpak bij alle programma's. Voor de start van een programma wordt geanalyseerd wat het knelpunt is en wat mogelijk oplossingen zijn. Vervolgens wordt een mogelijke interventie gedefinieerd en deze wordt eerst op kleine schaal ingezet. Het programma wordt geëvalueerd en als het succesvol blijkt te zijn, wordt het opgeschaald. Daarna probeert Nesta het op een andere plek te laten landen. Tot slot wordt een exit-strategie geformuleerd. Alle programma's zijn op deze wijze ontwikkeld. Deze cyclus maakt dat Nesta keer op keer oplossingen zoekt voor gesignaleerde hiaten in de creatieve industrie.</p> <p><i>Samenwerking tussen nationale en regionale overheden</i></p> <p>Er is een sterke link tussen Nesta op landelijk niveau en de regio's. Nesta is gesitueerd in het hart van Londen. De mensen die aanvragen doen voor Nestaprogramma's komen uit het gehele land. Nesta heeft intensief contact met mensen uit de regio die talenten spotten en deze talenten doorverwijzen. Ook in de uitvoering van programma's wordt samengewerkt met regionale overheden, kennisinstellingen en andere organisaties.</p>
--	--

1c SINTEF

Contactgegevens	<p>Visiting address: Strindveien 4 Postal address: SINTEF NO-7465 Trondheim Norway www.sintef.no</p>
Type organisatie	Onderzoeksinstituut
Virtueel/Tastbaar	Tastbaar
Missie, visie	<p>SINTEF heeft een heldere visie: <i>technologie voor een betere samenleving</i>. Haar doel is om bij te dragen aan de welvaart en de ontwikkeling van de samenleving. Voor het 'development plan 2003-2006', zie www.sintef.no/content/page1_396.aspx</p>
Historie	<p>SINTEF is in 1950 in het leven geroepen door het Norwegian Institute of Technology (NTH), dat nu onderdeel uitmaakt van de Norwegian University of Science and Technology (NTNU). Er waren twee intenties:</p> <ul style="list-style-type: none"> • het aanmoedigen van zowel Technische als andere industrieel georiënteerde research; • gehoor geven aan de behoefte aan research and development in publieke en private sectoren. <p>In de jaren 70 groeide SINTEF hard door de toenemende vraag naar technologie in de Noorse petroleum industrie. Toen midden jaren 80 de Norwegian Research Institute of Electricity supply en de Continental Shelf Institute onder de hoede van SINTEF kwamen, was de zogeheten SINTEF Group geboren.</p>
Vraag versus aanbod gestuurd	Zowel vraag als aanbod gestuurd
Organisatie en financiering	<p>SINTEF is georganiseerd in de volgende divisies: SINTEF Health Research SINTEF ICT SINTEF Marine SINTEF Materials and Chemistry SINTEF Petroleum and Energy SINTEF Technology and Society</p> <p>In 2004 had SINTEF een omzet van NOK 1.7 miljard. Contracten met industrie en de publieke genereren sector meer dan 93% van het inkomen. De bijdrage van de 'Research Council of Norway' bedraagt slechts 7%.</p> <p>De omzet uit contracten is als volgt uit de volgende bronnen: Industrie (40%) Publieke sector (18%) Internationale contracten (16%) Research Council (projectmatig) (16%) Anders (10%)</p> <p>SINTEF voert in Noorwegen onderzoek uit in de divisies zoals die zijn weergegeven in "organisatie en financiering". Ook buiten Noorwegen heeft SINTEF een groot aantal activiteiten, die verspreid zijn over de hele wereld. Zie voor een overzicht hiervan:</p>

	http://www.sintef.no/content/page1_372.aspx
Samenwerking	<p>SINTEF ziet de NTNU (Norwegian University of Science and Technology) en de University of Oslo als haar belangrijkste partners.</p> <p><i>NTNU en SINTEF</i> NTNU personeel werkt aan SINTEF projecten, en SINTEF personeelsleden doceren aan de NTNU. Verder delen ze locaties en maken ze gebruik van elkaars laboratoria en apparatuur. De samenwerking bevat ook elf zogeheten Gemini Centres. Dit is een model voor de samenwerking tussen parallelle onderzoeksgroepen om zo de kwaliteit te verbeteren. De Gemini Centres moeten internationale leiders zijn op alle vlakken (doceren, onderzoek, vermarkten).</p> <p><i>University of Oslo en SINTEF</i> De samenwerking met de University of Oslo komt met name tot uitdrukking in het MiNaLab – Micro en Nano laboratoria. Het MiNaLab is ook een Gemini Centre, gebaseerd op hetzelfde model van samenwerking als in de Gemini Centres in Trondheim</p>
Resultaat en leerpunten	<p>Het belangrijkste leerpunt is te vinden in de samenwerking tussen SINTEF en de twee universiteiten. Dit leidt tot een extreem goede kennisoverdracht. Het mes snijdt aan twee kanten; enerzijds profiteren de universiteiten van deskundigheid van de medewerkers van SINTEF doordat deze colleges geven aan de universiteiten. Anderzijds profiteert SINTEF van de kennisinput vanuit de universiteiten en van studenten die onderzoek kunnen verrichten voor SINTEF. Ook het feit dat een groot deel van de financiën wordt gegenereerd vanuit de industrie is een leerpunt. Nader onderzoek zou moeten uitwijzen hoe dit precies ingevuld is.</p>

1d Tekes

Contactgegevens	<p>Postbus 69 Kyllikinportti 2, Länsi-Pasila FIN-00101 Helsinki Finland Tel. +358-105 2151 Fax +358-9-694 9196 tekes@tekes.fi www.tekes.fi</p>
Type organisatie	Subsidieverstrekker en kennisinstelling
Virtueel/Tastbaar	Tastbaar
Missie, visie	<p>Tekes, het Nationale Technologie Agentschap is de belangrijkste publieke geldverstrekker en kennisinstelling voor onderzoek en technologische ontwikkeling in Finland.</p> <p>Het hoofddoel van Tekes is het versterken van de concurrentiekracht van de Finse industrie en de dienstverleningssector door middel van het assisteren in de ontwikkeling van hoogstaande technologie en technologische kennis. Meer specifiek richten Tekes' activiteiten zich op de diversificatie van productie structuren, het verhogen van het productie- en exportniveau en het creëren van een goede basis voor werkgelegenheid en sociale welzijn.</p>
Historie	<p>Tekes is in 1983 opgericht om het technology beleid in Finland meer doelgericht en systematischer te maken. Enkele taken van het Ministerie van Handel en Industrie, waaronder R&D leningen en subsidies, werden overgedaan aan Tekes. Eén van de richtpunten van Tekes in die jaren was informatie technologie. Tekes is zeer succesvol gebleken. Niet alleen verdubbelde de R&D uitgaven, maar het heeft bewijsbaar geleid tot de creatie van welvaart, werkgelegenheid en nieuwe kansen. Finland staat op de vijfde plek in termen van welvaart gegeneerd door licenties en royalties en achtste in termen van patenten. (cijfers 2001, bron Information Technology Association of Canada)</p>
Vraag versus aanbod gestuurd	Vraag gestuurd
Organisatie en financiering	<p>Het hoofdkantoor van Tekes ligt in Helsinki. Het overgrote deel van het personeel van Tekes is hier werkzaam. Ze houden zich bezig met de toepassings- en selectieprocedures, technologie programmas en met advies en activatie van potentiële deelnemers. De Tekes organisatie is gebaseerd op technologische en bedrijfskunde expertise.</p> <p>De technology unit van Tekes heeft 14 regionale Werkgelegenheid en Economische Ontwikkeling Centra (T&E Centres) verspreid over Finland. Het belangrijkste doel van deze centra is nabij de ondernemers en innovatie talenten verspreid over Finland te kunnen zijn.</p> <p>Tekes heeft tevens 6 kantoren buiten Finland: Peking, Brussel, Tokio, San Jose, Silicon Valley, Shanghai en Washington D.C.</p> <p>In totaal werken er 320 mensen voor Tekes; 150 hiervan zijn</p>

	<p>technology en bedrijfskundige experts.</p> <p>Tekes wordt gefinancierd door de overheid via het Ministerie van Handel en Industrie. Tekes heeft een budget van 400 miljoen euro, waarmee jaarlijks zo'n 2000 projecten worden gefinancierd.</p>
Samenwerking	<p>Selectieve subsidiering van projecten is de basis van de werkwijze van Tekes. Subsidies en kennisdiensten worden aan R&D projecten toegekend, die worden uitgevoerd door bedrijven, onderzoeksinstituten en universiteiten. Samenwerking tussen deze wordt gestimuleerd.</p> <p>Daarnaast werkt Tekes met zogenaamde Technology Programma's. Dergelijke programma's worden geïnitieerd om veelbelovende (deel)markten of vakgebieden waar extra inspanning uiteindelijk kan leiden tot een groter succes, verder te onderzoeken. Ze worden gericht ontworpen om de beste spelers op een bepaald vakgebied bij elkaar te brengen. Er wordt gezamenlijk gewerkt aan een vraagstuk, met als streven het bereiken van een gezamenlijk doel. Bedrijven en kennisinstellingen kunnen in deze programma's participeren. Via deze weg zijn er allerlei samenwerkingsverbanden ontstaan. Tevens zijn er projecten opgezet in samenwerking met de 'The Academy of Finland'</p>
Resultaat en leerpunten	<p>Via de Technology Program's zijn al vele resultaten geboekt. Voor een overzicht wordt verwezen naar: http://www.tekes.fi/english/programmes/all/all.html</p> <p>Tekes is gekozen als één van de drie best practices gekozen voor de derde Kwaliteits Conferentie voor Public Administrations in de EU, gehouden in Rotterdam in september 2004 (zie "Best Practices from Finland, making opportunity work. Download op: http://www.vm.fi/tiedostot/pdf/fi/88457.pdf)</p> <p>Het werken met de Technology Program's leidt tot een minder gefragmenteerde en meer geïntegreerde aanpak van onderzoek.</p> <p>Het Finse innovatie systeem is clustergericht, wat leidt tot een toename in samenwerking en interactie tussen de verschillende actoren.</p>

1e DesignSingapore

Contactgegevens	<p>DesignSingapore Secretariat Ministry of Information, Communications & the Arts 140 Hill Street, #05-00, MICA Building Singapore 179369 E: info@designsingapore.org F: +65 6837 9686 www.designsingapore.org</p>
Type organisatie	Kennisinstelling
Virtueel/Tastbaar	Virtuele organisatie
Missie, visie	<p>De overheid van Singapore heeft in 2001 de Economic Review Committee (ERC) opgericht. De ERC was een denktank die voorstellen moest doen om de economie van de stadstaat om te vormen en klaar te stomen voor de toekomst. De ERC had verschillende subgroepen, verdeeld naar industrie. Eén van die subwerkgroepen was de Creative Industries Working Group. Met het rapport van deze subgroep werd het pas echt menens met de creatieve industrie van Singapore. De overheid stond en staat er volledig achter, ziet in deze tak een nieuwe bron voor banen en inkomsten, en wil Singapore neerzetten als de creatieve hub van Azië. Een uitvloeisel van de aanbevelingen is de DesignSingapore council. Het doel van dit comité is het bepleiten van het design cluster en het samenvoegen van de activiteiten en belangen van de verschillende spelers.</p> <p>De DesignSingapore Raad bevat leiders en individuen uit variërende industrieën, de design gemeenschap en de overheid. Dit comité is een platform van en voor overheid, designers, de industrie en onderwijsinstellingen, en promoot design in de industrie en in het onderwijs. Het beheert en stuurt de designagenda van het eiland.</p> <p>De rol van de Raad is:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Het plannen en in kaart brengen van de nationale design richting • Het coördineren van de middelen van de verschillende instanties, instituten en industrieën voor de promotie en ontwikkeling van design excellence • Het bewerkstelligen van een sterk netwerk tussen Singapore en de internationale design gemeenschap en spelers.
Historie	De DesignSingapore Council is in augustus 2003 opgericht door het Ministerie van Informatie, Communicatie en de Kunsten
Vraag versus aanbod gestuurd	Aanbod gestuurd
Organisatie en financiering	De DesignSingapore Council wordt geassisteerd en geadviseerd door de Industry Development Panel (IDP) en de The International Advisory Panel (IAP). De IDP bestaat uit vertegenwoordigers uit de belangrijkste design en designgerelateerde industrieën en professionele instellingen in Singapore. Het wendt zich tot de specifieke onderwerpen gerelateerd aan de groei en het continueren van de concurrentiekracht van de design industrie als geïntegreerd cluster. Het IAP bevat leiders uit internationale designgerelateerde

	<p>ondernemingen en design gemeenschappen en adviseren het comité bij hun plannen voor Singapore met design als één van de pijlers voor economische groei.</p> <p>De DesignSingapore Council heeft verschillende partners; zowel vanuit de overheden als uit het bedrijfsleven. Voor een overzicht wordt verwezen naar de website (http://www.designsingapore.org/RunScript.asp?page=79&p=ASP\Pg79.asp)</p> <p>Financiering vanuit de overheid.</p>
Samenwerking	Zie organisatie
Resultaat en leerpunten	<ul style="list-style-type: none"> • Verschillende projecten worden ondersteund of gesponsord door de DesignSingapore Council, die aansluiten bij één of meerdere van de doelstelling(en). Voor een overzicht wordt verwezen naar de website [http://www.designsingapore.org/RunScript.asp?page=71&p=ASP\Pg71.asp] • In samenwerking met IdN presenteert de DesignSingapore Council de DesignEDGE Conference and Expo; een grootschalig creatief evenement. Voor meer info zie website [www.designedge.sg]. Het draagt bij aan de doelstelling om het design cluster te promoten en het netwerk van spelers binnen het design cluster te versterken. <p>Algemene leerpunten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Een stad, land, gebied met een hoogopgeleide en wereldlijke bevolking, biedt een goede testbodem voor creatieve producten. • Een goede basis in IT en telecommunicatie biedt mogelijkheden in de fusie van kunst, business en technologie. • Een internationale kijk is van belang voor de creatieve industrie, met name als de eigen markt klein is. • De creatieve industrie heeft vaak problemen met het waarborgen van de financiering. Verschillende oorzaken zijn: <ul style="list-style-type: none"> ○ Financiers hebben mogelijk een gebrek aan industriespecifieke kennis ○ Creatieve ondernemingen en individuen hebben mogelijk een gebrek aan kennis tav bedrijfsvoering ○ Hoog percentage aan middenstand en kleine ondernemingen ○ De return-on-investment in de creatieve industrie zijn in sommige gevallen ongrijpbaar of op lange termijn. • Creatieve personen en bedrijven voelen zich aangetrokken tot, en bloeien in gebieden waar men tolerant is ten opzichte van creatieve verhandelingen en men ruimte biedt voor experimenteren. • Investerings in hard- en software moeten parallel lopen om het volledige potentieel van de infrastructuur te kunnen benutten • Integreer kunst, vormgeving, media, etc. in alle niveaus van het onderwijs om de creatieve capaciteit van de bevolking te

	<p>verhogen</p> <ul style="list-style-type: none">• Het verstrekken van subsidies ter bevordering van de creatieve industrie. Breidt hiertoe niet het aantal ondersteuningsmogelijkheden uit, maar kijk naar de al bestaande regelingen met hierbij de creatieve industrie in het achterhoofd.• Ontwikkel een testbodem voor creatieve producten en concepten.• De creatieve industrie moet als speerpunt worden gezien door zowel de overheid als het bedrijfsleven.
--	---

1f DPI

Contactgegevens	<p>Postbus 902 5600 AX Eindhoven Kennispoort John F. Kennedylaan 2 5612 AB Eindhoven</p> <p>Tel: +31(0)40-2475629 Fax: +31(0)40-2472462 E-mail: info@polymers.nl Website www.polymers.nl</p>
Type organisatie	Het DPI is een kennisinstelling.
Virtueel/Tastbaar	Virtueel
Missie, visie	<p>De missie van het DPI is het neerzetten van een Top Technologie Instituut (TTI) in Europa op het gebied van polymer science & engineering.</p> <p>Het research programma is niet gericht op het oplossen van problemen met bestaande polymeren in de markt, maar op grensverleggende eigenschappen en vernieuwende concepten. Het research programma van DPI levert nieuwe 'leads' op voor de Partnerbedrijven. Het programma is opgezet rond polymere producten en niet vanuit disciplines. In DPI zijn de verschillende disciplines van het polymeeronderzoek geïntegreerd, te weten: polymeerchemie, polymeerfysica en polymeerverwerking. Centraal staan binnen DPI de 'chain of knowledge'-gedachte en de kennisuitwisseling tussen industrie en kennisinstellingen aan de hand van gezamenlijke projecten.</p> <p>De deliverables hierbij zijn:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fundamenteel kennisplatform voor de industrie;• Nieuwe concepten en leidraden voor industriële ontwikkeling;• Goed opgeleide wetenschappers en ingenieurs;• Patent aanvragen;• Publicaties;• Actief netwerk van onderzoekers in zowel academische instellingen als de industrie op het gebied van polymeren.
Historie	Beging jaren negentig lanceerde de Nederlandse overheid het idee van zogenaamde Top Technologie Instituten in sleutelgebieden van de Nederlandse industrie. In 1997, hebben het Ministerie van Economische Zaken, het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij aan vier voorstellen/ondernemingsplannen een subsidie toegekend uit een totaal van 18 voorstellen. Dit heeft o.a. geleid tot het DPI.
Vraag versus aanbod gestuurd	Vraag gestuurd
Organisatie en financiering	De participerende partijen vanuit de industrie zijn: Akzo Nobel, Analytik Jena, Agro Technology & Food Innovations, Astra Zeneca, Avantium Technologies, Avery Dennison, Basell, Bayer, Borealis, Chemspeed, Ciba, Degussa, Dow, DSM, ECN, Forschungsgesellschaft Deutsche Kunststoffe, Friesland Foods, GE Plastics, Hysitron, Kraton Polymers, Microdrop, Merck, National

	<p>Petrochemical Company Iran, NTI Europe, Océ, OTB, Philips, Sabic, SEP, Shell, Teijin Twaron, Ticona, TNO, Waters.</p> <p>De participerende kennisinstellingen zijn: Universiteit van Amsterdam, National Technical University of Athens, Agro Technology & Food Innovations, Technische Universiteit Delft, Deutsches Kunststoff Institut, ECN, Forschungsinstitut fuer Pigmente und Lacke, University of Birmingham, University of East Anglia, Technische Universiteit Eindhoven, Rijksuniversiteit Groningen, Universität Hamburg, Universität zu Köln, University of Leeds, Universiteit Leiden, Max Planck Institut für Polymer, Queen Mary University of London, TNO, Università degli studi di Napoli Federico II, Universiteit van Maastricht, Radboud Universiteit Nijmegen, University of Stellenbosch, Universiteit Twente, Universiteit Utrecht, Wageningen Universiteit, Ecole Supérieure de Physique et Chimie Industrielles/ Centre National de la Recherche Scientifique.</p> <p>DPI word gefinancierd door de industrie (25,3% in 2004), kennisinstellingen/universiteiten (24,9% in 2004) en het Ministerie van Economische Zaken (49,8% in 2004). De totale uitgaven in 2004 waren 18 miljoen euro.</p> <p>Zie ook het <u>jaarverslag 2004</u>: http://www.polymers.nl/pro1/general/show_document_general.asp?documentid=5232</p>
Samenwerking	<p>DPI is een publiekprivaat samenwerkingsverband. DPI doet zelfstandig onderzoek, maar ook onderzoek waarin direct wordt samengewerkt met andere partijen (welke al onderdeel kunnen uitmaken van DPI) . Een voorbeeld is de samenwerking met de OTB-group en TNO Industrie. Gezamenlijk is een pilotlijn opgezet voor polymere (plastic) elektronica. (bron: http://www.ind.tno.nl/persbericht/persbericht29042004.html)</p>
Resultaat en leerpunten	<p>DPI heeft al vele publicaties uitgebracht (zie www.polymers.nl) en via deze weg bijgedragen aan de opleiding van wetenschappers en ingenieurs. Middels gezamenlijke projecten heeft DPI bijgedragen in nieuwe ontwikkelingen in de industrie.</p> <p>Leerpunten voor deze kennisinstelling moeten met name gezocht worden in de manier waarop onderzoek is ingericht</p>

1g NIMR

Contactgegevens	Mekelweg 2 2628 CD DELFT The Netherlands www.nimr.nl
Type organisatie	Kennisinstelling
Virtueel/Tastbaar	-
Missie, visie	Het NIMR leidt onderzoek en onderwijs op gebieden die bepalend zijn voor de internationale concurrentiekracht van de Nederlandse metaalindustrie. Dit gebeurt door een specifiek multidisciplinair programma van onderzoek.
Historie	Beging jaren negentig lanceerde de Nederlandse overheid het idee van zogenaamde Top Technologie Instituten in sleutelgebieden van de Nederlandse industrie. In 1997, hebben het Ministerie van Economische Zaken, het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij aan vier voorstellen/ondernemingsplannen een subsidie toegekend uit een totaal van 18 voorstellen. Dit heeft o.a. geleid tot het MIMR.
Vraag versus aanbod gestuurd	-
Organisatie en financiering	<p>Er zijn 3 kernactiviteiten:</p> <p><i>1) Onderzoek.</i> Het onderzoeksprogramma van het NIMR richt zich op drie aandachtsgebieden: metaalproductie, metaalverwerking en duurzaamheidsaspecten, onderverdeeld in zeven clusters:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fundamentals of Forming 2. Modelling of Forming of Metal and Laminate Products 3. Aluminium Production 4. Steel Production 5. Corrosion 6. Surface and Interface Engineering 7. Welding <p>In driemaandelijke bijeenkomsten van wetenschappers en industrie, wordt een effectieve afstemming van het onderzoek op de behoeften van de industrie bereikt en worden de resultaten bij de partners verankerd. Naast deze bijeenkomsten – cluster meetings – draagt een intensief (on-line beschikbaar) rapportage systeem, significant bij aan de overdracht van de opgebouwde kennis. De zeven clusters worden toegelicht in het document “Technologische Topinstituten” (LTI Brochure 2001; Ministerie van Economische Zaken), te downloaden op: http://www.ez.nl/content.jsp?objectid=18957</p> <p><i>2) Training</i> Ook bestaat er het zogeheten NIMR-college. Dit College organiseert trainingen voor de eigen onderzoekers en personeel van de industriële partners en ook daarbuiten. Belangerijk onderwerp is “the use of finite element tools for the numerical simulation of product performance and manufacturing processes.”</p>

	<p><i>3) consult</i> “NIMR Consult performs consulting activities on a project basis. This enables definition of projects tailored to the direct needs of the industry and facilitates transfer of specific parts of the knowledge to the industry.”</p> <p>NIMR kreeg 10 miljoen gulden bij aanvang. Verder ontvangt het subsidie van het NWO (Nederlandse Organisatie Wetenschappelijk onderzoek).</p>
<p>Samenwerking</p>	<p><i>industriële partners:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • BOAL International BV • Corus Daf Trucks NV • ESAB • Hauzer Industries BV • Impress Metal Packaging BV • Interturbine Group • Koninklijke Nedschroef Holding N.V. • Koninklijke Schelde Groep B.V. • Nedal Aluminium BV • Philips Centre of Industrial Technology • Polynorm N.V. • Alcoa Europe • SKF Engineering & Research Centre BV • TNO • Stork N.V. • FME-CWM Association <p><i>Nederlandse universiteiten</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Delft Technical University • Eindhoven Technical University • University of Groningen • University of Twente <p><i>Internationaal:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • SINTEF, Noorwegen • Universiteit van Trondheim, Noorwegen • Universiteit van Leuven, België • Universiteit van Aken, Duitsland
<p>Resultaat en leerpunten</p>	<p>NIMR is samen met de andere 3 TTI's geëvalueerd in 2001 (zie LTI evaluation report.pdf). Resultaten van daarna zijn niet bekend.</p> <p>Een leerpunt zou kunnen zijn dat het NIMR niet van vanuit het niets is opgebouwd, maar gebaseerd op een bestaand netwerk (discussion forum on metal research).</p>

1h Wageningen Centre for Food Sciences

Contactgegevens	Postbus 557 6700 AN Wageningen Diedenweg 20 6703 GW Wageningen Tel. +31 317 485 383 Fax. +31 317 485 384 E-mail info@wcfs.nl Website http://www.wcfs.nl
Type organisatie	Het WCFS is een kennisinstelling
Virtueel/Tastbaar	Virtueel
Missie, visie	De missie van het WCFS is het versterken van de capaciteit voor innovatie en de concurrentiekracht van de voedsel industrie. WCFS doet lange termijn strategisch en fundamenteel onderzoek voor de ontwikkeling van nieuw en innovatief voedsel met aandacht voor de gezondheidsaspecten.
Historie	Beging jaren negentig lanceerde de Nederlandse overheid het idee van zogenaamde Top Technologie Instituten in sleutelgebieden van de Nederlandse industrie. In 1997, hebben het Ministerie van Economische Zaken, het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij aan vier voorstellen/ondernemingsplannen een subsidie toegekend uit een totaal van 18 voorstellen. Dit heeft o.a. geleid tot het WCFS.
Vraag versus aanbod gestuurd	Vraaggestuurd
Organisatie en financiering	Het Wageningen Centre for Food Sciences is een gezamenlijk initiatief van de overheid, de industrie en onderzoeksinstituten. De WCFS onderzoek activiteiten worden gefinancierd door de industriële partners, de partner onderzoeksinstituten en het Ministerie van Economische Zaken. De industriële partners zijn: Unilever, AVEBE, DSM, Royal Cosun, CSM, NZO (Coöperatieve Zuivelonderneming CONO, Koninklijke Numico, DOC Kaas, Campina, Coöperatieve Zuivelfabriek "Rouveen", Friesland Foods, Leerdammer Company). De partner onderzoeksinstituten zijn: Universiteit Maastricht, Wageningen UR, TNO, NIZO Food Research
Samenwerking	WCFS zelf is een publiekprivaat samenwerkingsverband. WCFS is verder betrokken in 2 EU projecten (NutraCells en Labdel) en de volgende nationale projecten: IC Nutrigenomics , Kluyver Centre , IOP Genomics , Virtual Laboratory e-Sciences (VL-E) en Seafood plus.
Resultaat en leerpunten	-

1i Telematica Instituut

Contactgegevens	Brouwerijstraat 1 7523 XC Enschede Phone: + 31 53 4850485 www.telin.nl
Type organisatie	onderzoeksinstituut
Virtueel/Tastbaar	Tastbaar
Missie, visie	De ontwikkeling en toepassing van hoogwaardige telematicakennis voor bedrijfsleven en samenleving.
Historie	<p>Begin 1996 brengt de overheid de notitie 'Op weg naar Technologische Topinstituten' uit. In een open tender nodigt zij het bedrijfsleven uit voorstellen in te dienen voor onderzoeksterreinen waarop een technologisch topinstituut zou kunnen worden gevestigd. Dit leidt tot de vorming van het Telematica Consortium, bestaande uit een twintigtal bedrijven en een vijftal kennisinstellingen met het Telematica Research Centrum (TRC) als initiatiefnemer en penvoerder. Dit consortium formuleert een voorstel voor de oprichting van een telematica topinstituut.</p> <p>Een commissie van wijzen beoordeelt de achttien ingediende voorstellen op wetenschappelijke en economische levensvatbaarheid. Zes consortia ontvangen uiteindelijk een uitnodiging tot het indienen van een businessplan, waaronder het Telematica Consortium. Op 14 april 1997 krijgt het vervolgens groen licht voor de oprichting van een technologisch topinstituut. Vanaf dat moment wordt er hard gewerkt aan zowel de bestuurlijke als inhoudelijke vormgeving van het instituut.</p> <p>Op 6 december van dat jaar gaat het TRC juridisch op in het Telematica Instituut. De feestelijke opening van het instituut door de ministers Wijers, Ritzen en de vervanger van minister Van Aartsen, professor De Wit, vindt plaats op 11 februari 1998.</p>
Vraag versus aanbod gestuurd	-
Organisatie en financiering	<p>Het Telematica Instituut is een onderzoeksinstituut dat wordt bestuurd en gefinancierd door het bedrijfsleven en als technologisch topinstituut door de overheid wordt ondersteund. De organisatie is een unieke krachtenbundeling van grote nationale bedrijven, kennisinstellingen en overheid. Kerntaak bestaat uit de snelle vertaling van fundamenteel onderzoek naar marktgerichte toepassingen op het gebied van telematica. In een netwerk met vele (inter)nationale kennisinstellingen werken wij aan strategisch toponderzoek voor het Nederlandse bedrijfsleven. De onderzoeksprojecten zijn multi-client en multidisciplinair, gericht op maatschappelijk vitale issues. Enkele voorbeelden van onze kennisgebieden zijn: multimedia, electronic commerce, mobiele communicatie en netwerktechnologie, bedrijfsoverschrijdende samenwerking, tele-leren, computergesteund samenwerken (CSCW) en kennismanagement.</p> <p>Met telematica kan het Nederlandse bedrijfsleven zijn innovatievermogen en concurrentiepositie versterken. Daarnaast kan telematica de kwaliteit van onze samenleving positief beïnvloeden. Hiertoe verenigt ons instituut toonaangevende</p>

	<p>onderzoekers uit verschillende instellingen en van verschillende disciplines. Het Telematica Instituut wordt geleid vanuit een centrale organisatie in Enschede, die verantwoordelijk is voor de bedrijfsvoering, acquisitie en management en een deel van het onderzoek.</p> <p><i>organisatie is non-profit</i></p> <p>Het uitvoeren van onderzoek in ICT-systemen, -toepassingen en de maatschappelijke voorwaarden voor grootschalig gebruik van deze toepassingen. Strategisch onderzoek op lange termijn en toepassingsgericht onderzoek voor de korte termijn. (http://www.onderzoekinformatie.nl/nl/oi/nod/organisatie/ORG1238340/)</p>			
Samenwerking	<p>Consortium van de volgende bedrijven en kennisinstellingen</p> <table border="1" data-bbox="467 772 1374 1377"> <tr> <td data-bbox="467 772 927 1377"> <ul style="list-style-type: none"> • ABN-AMRO Nederland • ABP • Basell • CeTIM • Corus • Centrum voor Wiskunde en Informatica • DSM • Ericsson • FEI • IBM Nederland N.V. • ING Nederland N.V. • LIACS • Lucent Technologies • Microsoft • WMC • Océ-Technologies B.V. • Ordina </td> <td data-bbox="933 772 1374 1377"> <ul style="list-style-type: none"> • Philips Research • Radboud Universiteit Nijmegen • Rijksuniversiteit Groningen • Roessingh Research and Development • SURFnet • Technische Universiteit Delft • TNO • Universiteit van Amsterdam • Universiteit Maastricht • Universiteit Tilburg • Universiteit Twente • Universiteit Utrecht • Vodafone </td> </tr> </table>		<ul style="list-style-type: none"> • ABN-AMRO Nederland • ABP • Basell • CeTIM • Corus • Centrum voor Wiskunde en Informatica • DSM • Ericsson • FEI • IBM Nederland N.V. • ING Nederland N.V. • LIACS • Lucent Technologies • Microsoft • WMC • Océ-Technologies B.V. • Ordina 	<ul style="list-style-type: none"> • Philips Research • Radboud Universiteit Nijmegen • Rijksuniversiteit Groningen • Roessingh Research and Development • SURFnet • Technische Universiteit Delft • TNO • Universiteit van Amsterdam • Universiteit Maastricht • Universiteit Tilburg • Universiteit Twente • Universiteit Utrecht • Vodafone
<ul style="list-style-type: none"> • ABN-AMRO Nederland • ABP • Basell • CeTIM • Corus • Centrum voor Wiskunde en Informatica • DSM • Ericsson • FEI • IBM Nederland N.V. • ING Nederland N.V. • LIACS • Lucent Technologies • Microsoft • WMC • Océ-Technologies B.V. • Ordina 	<ul style="list-style-type: none"> • Philips Research • Radboud Universiteit Nijmegen • Rijksuniversiteit Groningen • Roessingh Research and Development • SURFnet • Technische Universiteit Delft • TNO • Universiteit van Amsterdam • Universiteit Maastricht • Universiteit Tilburg • Universiteit Twente • Universiteit Utrecht • Vodafone 			
Resultaat en leerpunten	<ul style="list-style-type: none"> • Niet opgebouwd uit het niets, maar gebaseerd op een bestaande organisatie; een bestaand netwerk: het "Telematic Research Center" • De TTI's zijn gebaseerd op een doordacht concept waarin wordt beschreven hoe uit onderzoek gebleken gebreken in het Nederlandse innovatiesysteem, worden aangepakt • Ontstaan vanuit een strikte bottom-up procedure, waarbij verschillende voorstellen moesten concurreren gebaseerd op hun wetenschappelijk inhoud, industriële relevantie en de kwaliteit van het ondernemingsplan. 			

1j Platform Bèta techniek

Contactgegevens	<p>Lange Voorhout 20, 2514 EE Den Haag Postbus 556 2501 CN Den Haag</p> <p>Tel 070 - 311 97 11 (algemeen) Fax 070 - 311 97 10 info@platformbetatechniek.nl</p>
Type organisatie	platform
Virtueel/Tastbaar	Het ondersteunende bureau is het bureau deltapunt. Tastbaar (bureau in den haag).
Missie, visie	<p><i>Wat doet het Platform Bèta Techniek?</i></p> <p>Aan het Platform Bèta Techniek is door overheid, onderwijs en bedrijfsleven de opdracht gegeven om te zorgen voor goede beschikbaarheid van bètatechnici. Het doel: structureel 15% meer leerlingen en studenten in bètatechnisch onderwijs en een betere benutting op de arbeidsmarkt van bestaand talent in bedrijven en onderzoeksinstellingen. Het Platform laat zich leiden door de volgende visie.</p> <p><i>Bijdragen aan de versterking van de internationale concurrentiepositie</i> West-Europese economieën ontwikkelen zich tot kenniseconomieën. Hierin dragen werknemers door hun opleiding en functioneren in bedrijven en kennisinstellingen bij aan continue innovatie van producten en bedrijfsprocessen. Dat geldt zeker voor de dragers van die kennis: kenniswerkers. Bèta's en technisch opgeleiden zijn hierbij van cruciaal belang voor het ontwikkelen en toepassen van technologische innovaties. Nederland heeft, in het verlengde van Europese afspraken, de ambitie uitgesproken bij de Europese voorhoede te willen behoren op het terrein van onderwijs, onderzoek en innovatie. Het Platform Bèta Techniek zal hier een bijdrage aan leveren.</p> <p><i>Kiezen voor een proactieve aanpak van een dreigend kwantitatief tekort</i> Er wordt een structurele schaarste aan kenniswerkers verwacht en aan bèta's en technici daarbinnen. Vanwege de vergrijzing en ambities ontstaat er een structurele vervangingsvraag, de conjuncturele vraag is onzeker. Terwijl de vraag stijgend is, is de belangstelling voor bèta en technische opleidingen dalende. Deze tendens moet worden omgebogen. De opleidingen moeten aantrekkelijker worden gemaakt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • De technische banen moeten aantrekkelijker worden gemaakt (carrière- en loopbaanperspectieven). • De studeerbaarheid van het onderwijs (vermindering uitval) moet hoog op de agenda worden geplaatst. <p><i>Bevordering bètatechniek vergt ook een kwalitatieve aanpak</i> In de visie van Platform Bèta Techniek moeten bèta's en technici meer toekomstgericht en soms anders worden opgeleid. Technische competenties moeten in een aantal segmenten van het onderwijs</p>

	<p>worden verbreed, in anderen verdiept. De techniekwereld in het onderwijs is een andere dan de techniekwereld in het bedrijf. Naast de traditionele maakberoepen zijn er meer en meer creatieve beroepen ontstaan waarin naast technische competenties ook ontwerp en/of stuurvaardigheden zijn vereist. Bètawetenschap en techniek worden in toenemende mate vervlochten met andere sectoren als gezondheid, handel, kunst en amusement. In die zin is het bètatechniek vraagstuk anders en veel breder dan 'slechts' een toekomstig structureel tekort in gespecialiseerde kenniswerkers. Als we spreken over een aan de kenniseconomie gerelateerd bèta/techniek vraagstuk dan is deze kwalitatieve dimensie van vraag naar breed en/of keten opgeleide bèta's en technici, naast de gespecialiseerde vakmensen en kenniswerkers, uiterst relevant.</p> <p><i>Investeren in cultuur</i></p> <p>Om duurzaamheid in de bèta/techniek resultaten te bereiken is het vooral van belang dat de cultuur verandert. Er is veel techniek en technologie in de samenleving. Veel maatschappelijke opgaven vereisen een technische bijdrage in oplossingen en oplossingsrichtingen. Daarom zijn bèta en technische competenties voor iedereen van belang om de wereld beter te begrijpen en de samenleving beter te laten functioneren ('Bildung'). In cultureel opzicht moet de waardering voor bèta en techniek omhoog. Centraal in de vernieuwing moeten leer- en keuzemotieven van jongeren, deze zijn richtinggevend in het proces.</p>
Historie	nvt, het platform bestaat pas sinds 1 juli 2004
Vraag versus aanbod gestuurd	aanbod
Organisatie en financiering	31 miljoen vanuit OCW en EZ over 2004 en 2005
Samenwerking	<p><i>De driehoek Overheid - Onderwijs - Bedrijfsleven</i></p> <p>Om haar doelstellingen te realiseren heeft Platform Bèta Techniek een structurele en goed gefundeerde samenwerking nodig. Een samenwerking op basis van gelijkwaardige benadering van de verschillende betrokkenen.</p> <p><i>Onderwijs</i></p> <p>Initiatieven in het onderwijs richten zich op het informeren en motiveren van (jonge) kinderen en het blijvend enthousiasmeren van studenten van technische opleidingen. Heldere voorlichting, aantrekkelijke werkvormen en aansprekende keuzes vormen de kernwoorden voor het onderwijs. Het spreekt voor zich dat Platform Bèta Techniek zich sterk zal maken voor het zo effectief mogelijk faciliteren van projecten in het onderwijsveld die een bijdrage leveren aan de 15% meer in- en uitstroom.</p> <p><i>Bedrijfsleven</i></p> <p>Het bedrijfsleven heeft naast zijn rol als partner bij onderwijsontwikkelingen nog een andere rol: de instroom bevorderen, het vasthouden van hun medewerkers en uitstroom uit de beroepspraktijk tegengaan. Het werken in technische bedrijven moet dan ook aantrekkelijker worden gemaakt. Dat kan onder meer worden bereikt door een goede begeleiding op de werkvloer,</p>

	<p>aansprekende loopbanen en variatie in de werkzaamheden.</p> <p><i>Overheid</i> Voor de overheid is het Platform Bèta Techniek een spin in het web, het middelpunt van de driehoek die departementen, onderwijsinstellingen en bedrijfsleven samen vormen. In die hoedanigheid is het Platform voor alle partijen aanspreekpunt én stimulator, en daarnaast expert voor wat er leeft in het veld.</p>
<p>Resultaat en leerpunten</p>	<p>In 2006 zal de organisatie worden geëvalueerd, en op basis van deze evaluatie zal de verdere financiële en inhoudelijke invulling vanaf 2007 plaatsvinden. Bepalend daarbij is de mate waarin de verschillende programma's bijdragen aan de doelstellingen van het deltaplan en de mate van bereikte synergie met ander innovatiebeleid. Het functioneren van het Platform bèta/techniek zal onderwerp zijn van een evaluatie in 2007.</p> <p>In de tussenliggende jaren geeft het jaarlijks vaststellen van het beleidskader de gelegenheid om prioriteiten en de rol van het Platform Bèta/techniek steeds te actualiseren.</p>

1k Melkvee Academie

Contactgegevens	Postbus 126 7400 AC DEVENTER www.melkveeacademie.nl info@melkveeacademie.nl
Type organisatie	Landelijk kennisnetwerk
Virtueel/Tastbaar	-
Missie, visie	<ul style="list-style-type: none"> • Doel is de toenemende complexiteit van hun bedrijf het hoofd te bieden. • Verstrekken van kennis gerelateerd aan het 'boeren' via het leggen van verbindingen tussen boeren onderling
Historie	<p>Initiatiefnemers zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LTO Rundveehouderij (www.lto) • Animal Sciences Group van Wageningen UR (www.asg.wur.nl) <p>De Melkvee Academie is gestart op 27 januari 2005 in noord-Nederland en gedurende het jaar uitgebreid naar de overige regio's van het land.</p>
Vraag versus aanbod gestuurd	Vraag en aanbodgestuurd. Er wordt nieuwe kennis ontwikkelt aan de hand van vragen uit de markt (vraaggestuurd). Deze nieuwe kennis wordt beschikbaar gesteld (aanbodgestuurd)
Organisatie en financiering	<p>De organisatie heeft een kernteam van 5 personen en een stuurgroep van 6 personen die belast zijn met de bewaking van de missie en doelen, de informatie-uitwisseling over activiteiten en de continuïteit.</p> <p>De financiers zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fonds ontwikkeling duurzame land- en tuinbouw LTO Noord • Europese commissie • Regionale Landbouw Ontwikkelingsfondsen • Ministerie van LNV • Productschap Zuivel • Provincie Friesland • Rabobank <p>Daarnaast leveren leden een jaarlijkse bijdrage van honderd euro. Het is de bedoeling dat De Melkvee Academie op termijn selfsupporting wordt, onder meer door het aangaan van allianties met het bedrijfsleven en (agrarische) onderwijsinstellingen</p>
Samenwerking	De Melkvee academie zelf kan gezien worden als een samenwerkingsverband tussen de 2 initiatiefnemers. De werkwijze van de academie bestaat voor een groot deel uit het samenbrengen van vraag en aanbod van kennis, wat gezien kan worden als een samenwerking tussen de betrokken partijen
Resultaat en leerpunten	<p>Kennis uitwisseling vindt op verschillende manieren plaats.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Er is een kennisbank waarin vraag en aanbod van kennis bij elkaar worden gebracht. • Er zijn 'kennismakelaars' die het eerste aanspreekpunt zijn voor de kennisuitwisseling van boer tot boer en zij zijn de organisator van activiteiten. • In het Melkveecafé kunnen boeren elkaar ontmoeten en kennis en ervaringen uitwisselen.

	<ul style="list-style-type: none">• Er zijn voorbeeldbedrijven die hun deuren openen en praktijkplaatsen aanbieden om informatie en inspiratie op te doen. <p>Er zijn coaches die begeleiden in het aanscherpen van de persoonlijke succesfactoren en visies</p> <p>Het betreft een samenwerking tussen enerzijds een belangenorganisatie (LTO), waar veel bedrijven uit de branche lid van zijn en anderzijds een instelling in de vorm van de universiteit Wageningen die over veel kennis van de branche beschikt. Zo ontstaat één aanspreekpunt waar ondernemers met al hun vragen/problemen terecht kunnen. Met dezelfde redenering kan ook geconcludeerd worden dat de melkvee academie niets toevoegt en in feite overbodig is.</p>
--	--

1| Kennisrotonde

Contactgegevens	Stichting Ict op School Bleijenburg 1 2511 VC Den Haag E-mail: info@ictopschool.net Telefoon: 070 311 78 38 Fax: 070 311 78 48
Type organisatie	De Kennisrotonde is een programma van de Stichting Ict op School.
Virtueel/Tastbaar	De kennisrotonde is een virtuele organisatie
Missie, visie	Doel de Kennisrotonde is scholen in het primair en voortgezet onderwijs te ondersteunen en te stimuleren bij de verbetering van de kwaliteit van het onderwijs, met behulp van aan de onderwijspraktijk gerelateerde vraagstukken rond kennisontwikkeling en vergroting van de kennisproductiviteit, waarbij ICT-toepassingen dienstig kunnen zijn.
Historie	Na een proefperiode van enkele maanden is de Kennisrotonde op 1 april 2005 daadwerkelijk van start gegaan. Stichting Ict op School, waar de Kennisrotonde een programma van is, is opgericht door de organisaties voor bestuur en management, verenigd in de Vereniging van Samenwerkende Werkgevers Organisaties (VSWO, bestaande uit VBKO, Besturenraad, VBS en VOS-ABB), met medewerking van de verenigingen van onderwijsmanagers AVS en Schoolmanagers_VO en de besturenorganisaties Concent en VGS.
Vraag versus aanbod gestuurd	De Kennisrotonde is vraaggestuurd. Scholen kunnen een vraagstuk aanmelden, waarbij ze zelf het initiatief nemen in het oplossen hiervan en aan het roer blijven. Dit is het gevolg van één van de vastgestelde werkwijzen van de Stichting Ict op School, waarin wordt gesteld dat activiteiten alleen worden uitgevoerd wanneer is vastgesteld dat er behoefte aan is in het onderwijsveld.
Organisatie en financiering	De Kennisrotonde is een procesorganisatie. Dat betekent dat de Kennisrotonde bemiddelt en faciliteert. De school die een vraagstuk aanmeldt, neemt het initiatief in het oplossen van het vraagstuk en blijft aan het roer. Via de Kennisrotonde kan de school in contact komen met partijen die bij het vraagstuk kunnen helpen. Dat kunnen bijvoorbeeld andere scholen zijn, universiteiten, expertisecentra of SBD's. Er is de Regeling Stimuleringsbijdrage Kennisontwikkeling Kennisrotonde, De Kennisrotonde is in het leven geroepen om de Regeling Stimuleringsbijdrage Kennisontwikkeling Kennisrotonde uit te voeren. Voor de Stimuleringsbijdrage is voor de periode 2005-2007 een totaalbudget gereserveerd van € 7.500.000,--. (bron: http://www.ictopschool.net/kennis/publicaties/uitgaven/regeling/document) In 2004 heeft de overheid 4,5 miljoen uitgegeven aan de Kennisrotonde (bron: http://www.minocw.nl/begroting/2004/pdf/17_informatie-en-communicatietechnologie.pdf)
Samenwerking	Binnen de Kennisrotonde worden scholen met een vraagstuk en verschillende 'kennisbronnen' bij elkaar gebracht. Hieruit ontstaan samenwerkingsverbanden die moeten leiden tot een oplossing van het probleem/vraagstuk.

	<p>De Stichting Ict op school heeft een convenant getekend met ICT-Delta. Het samenwerkingsverband ICT-Delta heeft in samenspraak met de participerende scholen een arrangement ingericht met als doel het versterken van een permanent proces van schoolontwikkeling met ICT binnen het samenwerkingsverband. De kern van de activiteiten ligt op de integrale aanpak van deskundigheidsbevordering van het schoolteam op het gebied van ICT.</p>
Resultaat en leerpunten	<p>De mijlpaal van het 50^e ingediende vraagstuk is inmiddels bereikt. Volgens de website van de Kennisrotonde zijn al 6-tal vraagstukken in de laatste fase van de virtuele rotonde beland en tot nieuwe kennisontwikkeling hebben geleid.</p>

Bijlage 2: “Partners Consortia”

2a Telematica instituut

- ABN-AMRO Nederland
- ABP
- Basell
- CeTIM
- Corus
- Centrum voor Wiskunde en Informatica
- DSM
- Ericsson
- FEI
- IBM Nederland N.V.
- ING Nederland N.V.
- LIACS
- Lucent Technologies
- Microsoft
- Océ-Technologies B.V.
- Ordina
- Philips Research
- Radboud Universiteit Nijmegen
- Rijksuniversiteit Groningen
- Roessingh Research and Development
- SURFnet
- Technische Universiteit Delft
- TNO
- Universiteit van Amsterdam
- Universiteit Maastricht
- Universiteit Tilburg
- Universiteit Twente
- Universiteit Utrecht
- Vodafone
- WMC

2b Freeband

Freeband Communication wordt gesteund door het Ministerie van Economische Zaken in het kader van het BSIK programma (BSIK 03025)

A-Muse:

- Universiteit Twente,
- Telematica Instituut,
- Object-I,
- Lucent Technologies,
- Ericsson

AAF:

- Twente Institute for Wireless and Mobile Communications BV,
- Thales Communications B.V.,
- Delft University of Technology,
- University of Twente

Awareness:

- Lucent Technologies Nederland BV, Bell Labs Europe
- University of Twente, Centre for Telematics and Information Technology, Architectures and Services of Network Applications

(ASNA) and Design and Analysis of Communication Systems (DACS) groups

- Telematica Instituut
- Roessingh R&D
- Twente Institute for Wireless and Mobile Communications
- Ericsson Telecommunicatie, Service Layer area, Technology Strategy group
- Yucat mobile business solutions
- Twente Medical Systems International

B@Home

- TNO
- Logica CMG
- Philips
- TU/e
- Erasmus Universiteit
- Lucent technologies

BBPhotonics

(niet terug te vinden op website)

FRUX

- Ericson
- Telematica Instituut

- Politie
- VU Medisch Centrum
- TNO
- TU Delft
- Web Integration
- Waag Society

2c MultimediaN

Zeven grote partners zijn:

- de Universiteit van Amsterdam
- Centrum voor Wiskunde & Informatica
- Technische Universiteit Delft
- Universiteit Twente
- Telematica Instituut
- TNO en
- Philips Research

2d Nederland breedbandland

Founding members:

- Alcatel
- Capgemini
- Cisco
- Economische Zaken
- Ericsson
- Getronics
- KPN
- Lucent Technologies
- Microsoft
- PWC
- Siemens
- VECAI
- Vefica

Associated members:

- Altos Origin
- ELMO ICT solutions
- Simac
- Verdonck, Klooster & Associates BV

SME Members:

- Axias
- BICP
- Byton
- Digital Channel
- ICT&E
- MCH+
- Pre-science
- Stratix Consulting Group
- Teleportel
- VRC Q-mation
- Yucat

2e SIKS

Participating Faculties:

- Free University of Amsterdam
[Faculty of Exact Sciences](#)
- Administrating University, University of Utrecht
[Faculty of Mathematics and Computer Science](#)
- University of Twente
[Faculty of Computer Science](#)
- University of Amsterdam
[Informatics Institute, Faculty of Science](#)
- University of Maastricht
[Faculty of General Sciences](#)
- Eindhoven University of Technology
[Faculty of Mathematics and Computer Science](#)
- University of Tilburg
[Faculty of Economics](#)
- Technical University of Delft
[Faculty of Information technology and Systems](#)
- University of Amsterdam
[Faculty of Law](#)
- Erasmus University of Rotterdam
[Faculty of Economic Sciences](#)
- University of Nijmegen
[Faculty of Computer Science](#)
- Centre for Mathematics and Computer Science (CWI)
[Cluster of Information systems](#)

Bijlage 3: “Richtlijnen Interviews”

Interviewprotocol

Onderwerp: Creatieve Industrie, een krachtenveldanalyse

Organisatie: -

Plaats en datum: -

Inleiding interview

Het betreft een onderzoek naar het krachtenveld in de creatieve industrie in Nederland, geïnitieerd vanuit het Ministerie van OC&W

Doel van het interview

Doel van het onderzoek is het verkrijgen van een beeld van de spelers, kennisinstituten en bedrijven in de creatieve industrie en hoe zij zich tot elkaar verhouden

De interviewgegevens worden gedepersonaliseerd, maar we willen wel graag een lijst opnemen met mensen en organisaties die we geïnterviewd hebben. Heeft u daar bezwaar tegen?

Plaatsbepaling van geïnterviewde

Naam, functie en organisatie?

De creatieve industrie

- Welke belangrijke trends hebben zich de afgelopen jaren voorgedaan in de creatieve industrie?
- Hoe is de creatieve industrie in Nederland georganiseerd?
- Wat is er anders ten opzichte van de creatieve industrie in het buitenland?
- Wat zijn volgens u sterke voorbeelden van samenwerking tussen bedrijven en kennisinstituten in Nederland en in het buitenland en of in andere sectoren dan de creatieve industrie?
- Wat kunnen we daarvan leren?

Krachtenveld

- Wat zijn de belangrijkste bedrijven in het segment XX van de creatieve industrie?
- Wat zijn de belangrijkste kennisinstituten in het segment XX van de creatieve industrie?
- Hoe verhouden partijen zich tot elkaar?
- Wat zou anders moeten en kunnen?
- Hoe zou men dat kunnen organiseren en wie spelen daar een leidende rol in (overheid, bedrijfsleven, kennisinstituten)?

Tot slot

- Zijn er nog andere zaken die ik mee zouden moeten nemen cq waar ik rekening mee zouden moeten houden in dit onderzoek naar het krachtenveld van de creatieve industrie in Nederland?
- Stel u komt zo meteen in de lift de staatssecretaris van Cultuur tegen; welk advies zou u haar willen meegeven?

Filename: Ons Creatieve Landschap - Wilde & van Sas
Directory: D:\Mijn documenten\TBDK\Bachelor Eindopdracht
Template: C:\Documents and Settings\Mark\Application
Data\Microsoft\Templates\Normal.dot
Title: Ons Creatieve Landschap
Subject: Een onderzoek naar het krachtenveld in de creatieve industrie in
Nederland
Author: M.W.P. Wilde & L.P.J. van Sas
Keywords: Krachtenveld, Creatieve Industrie, Nederland, Creatieve
Vermogen, Overheid
Comments:
Creation Date: 9-3-2006 13:45:00
Change Number: 2
Last Saved On: 9-3-2006 13:45:00
Last Saved By: Wilde
Total Editing Time: 0 Minutes
Last Printed On: 9-3-2006 13:49:00
As of Last Complete Printing
Number of Pages: 89
Number of Words: 24,096 (approx.)
Number of Characters: 145,301 (approx.)