

Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	3
2	Beleidskader.....	4
3	Uitgangspunten.....	5
4	Keuzes – waar zetten we op in?.....	7
5	Doelen en output.....	11
6	Organisatie en uitvoering.....	12
7	Meerjarenbegroting	14
8	Communicatie.....	15
	<i>Bijlagen.....</i>	
	<i>Bijlage A: marktsituatie en -ontwikkeling.....</i>	<i>17</i>
	<i>Bijlage B: definitie creatieve bedrijvigheid</i>	<i>20</i>
	<i>Bijlage C: kansen voor creatieve bedrijvigheid in Utrecht.....</i>	<i>21</i>
	<i>Bijlage D: bibliografie.....</i>	<i>22</i>

1 Inleiding

Kunst en cultuur bereiken ons tegenwoordig niet alleen meer via musea, podia, erfgoed, bibliotheken en media, maar steeds vaker letterlijk op straat, in cafés en winkels, via internet, bij evenementen en zelfs in natuurgebieden. In de huidige globaliserende wereld heeft de betekenis van cultuur binnen de economische sector sterk aan invloed gewonnen. De economische waarde van creatieve deelbranches als vormgeving en architectuur op consumptieve bestedingen is aanzienlijk groot geworden. De gehele sector creatieve bedrijvigheid is in Nederland goed voor € 8,4 mld aan bestedingen, ofwel 2,1% van alle werkgelegenheid. De branche creatieve bedrijvigheid is hiermee groter dan bijvoorbeeld de horecasector of de verzekeringsbranche. In Utrecht bedraagt de sector creatieve bedrijvigheid 3,8% van de totale werkgelegenheid.

Met dit programmatisch kader willen we het in de provincie Utrecht aanwezige creatieve vermogen gebruiken om innovatie en profilering te stimuleren. Dit is belangrijk, omdat het vermogen tot vernieuwing steeds meer de concurrentiekracht bepaalt. Consumenten hebben bovendien een steeds grotere behoefte aan emotie, verbeelding en beleving.

Het reguliere bedrijfsleven, de kunstensector en de groeiende creatieve bedrijvigheid weten elkaar vaak (nog) niet goed te vinden. En dat terwijl ze veel van elkaar kunnen winnen. De kunstensector kan leren van zaken als ondernemerschap en effectief werken. Het bedrijfsleven kan meerwaarde vinden in de toepassing van creatieve concepten en de kwalitatieve aspecten van kunst. Het bijeenbrengen van beide werelden biedt uitgesproken kansen.

De provincie Utrecht wil de kansen van cross-overs tussen cultuur en economie grijpen en de sector creatieve bedrijvigheid actief stimuleren. Het voorliggende programmatisch kader 'Smaakmakers, spraakmakers' moet tot en met 2011 leiden tot tientallen nieuwe uitvoeringsprojecten op het vlak van creatieve bedrijvigheid. Het zal verbindingen zoeken van de traditionele kunsten met nieuwe zakelijke creativiteit als vormgeving, mode, architectuur. Het zal leiden tot meer werkgelegenheid en een bijdrage leveren aan een sterk en duurzaam kwaliteitsprofiel van Utrecht als topregio. Het kader zal ruimte bieden voor een actieve en zichtbare rol van de provincie Utrecht.

Het voorliggende programmatisch kader draagt niet alleen bij aan de profilering en versterking van cultuur en economie, maar is ook een introductie van een nieuwe manier van provinciaal werken. Waarin de provincie zich actief opstelt en zichzelf herkenbaar wil presenteren aan de buitenwereld. Als aanjager en financier, als organisator en stimulator. De concrete projecten die in het kader van dit programmatisch kader zullen worden uitgevoerd zijn nog niet bekend. In de periode 2008-2011 zal per jaar een uitvoeringsplan met projecten worden opgesteld.

2 *Beleidskader*

Provincie Utrecht kiest voor creatieve bedrijvigheid

Gedeputeerde Staten kiezen in het collegeprogramma 2007-2011 *'Samen maken wij Utrecht mooier'* voor de uitbouw van de goede economische situatie in Utrecht tot een topregio voor ondernemers. Samen met de betrokken gemeenten wil de provincie het ondernemerschap bij kunstenaars stimuleren en creativiteit bij ondernemers. Het provinciebestuur kiest voor duurzaamheid en kwaliteit. Het programmatisch kader *'Smaakmakers, spraakmakers'* sluit op deze ambitie aan.

'Smaakmakers, spraakmakers' is verankerd in het Economisch beleidsplan 2007-2011 en zal ook deel uitmaken van in de toekomstige Cultuurnota 2009-2012. Een ambitie vanuit het economisch beleid is de bevordering van de creatieve economie door kennis en creativiteit meer en beter te benutten en innovatie bij bedrijven te stimuleren. Cultuur heeft een positief effect op de economie. En cultuur heeft baat bij een goede economische profilering, verbetering van de werkgelegenheid en het kunnen gebruiken van hun inventiviteit in andere sectoren. Interessant is ook om te zoeken naar verbindingen met cultuurhistorisch onderscheidende plekken en erfgoedobjecten.

Aansluiten op landelijk en Europees beleid

De ministeries van EZ en OCW hebben recent in *'Ons creatieve vermogen'* gezamenlijk beleid ontwikkeld om creatieve bedrijvigheid te stimuleren. De uitwerking van dit programma zal hierop aanhaken. Het programma Pieken in de Delta van het ministerie van EZ, gericht op onder meer het stimuleren van creatieve projecten met een internationale ambitie binnen de noordvleugel van de Randstad, biedt eveneens goede aanknopingspunten. In dit programma is de creatieve industrie expliciet als kansrijk thema benoemd.

Ook de mogelijkheden van Europese beleidslijnen en subsidieprogramma's zullen wij nader verkennen.

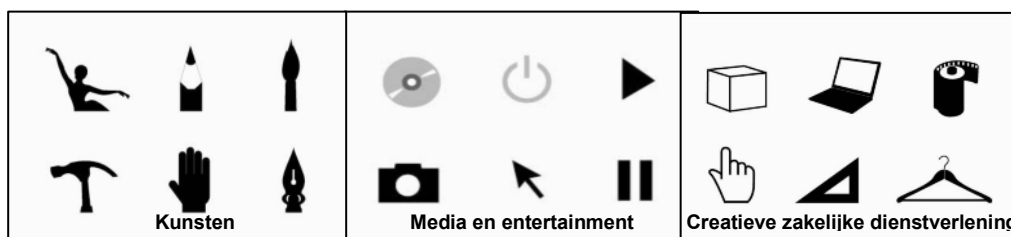
3 *Uitgangspunten*

Wat verstaan we onder creatieve bedrijvigheid?

Creatieve bedrijvigheid definiëren we als:

De verzameling van ontwikkelaars, ontwerpers en producenten in de deelsectoren ‘kunsten’, ‘media en entertainment’ en ‘creatieve zakelijke dienstverlening’.

In bijlage B is een uitgebreide toelichting opgenomen van de deelbranches die binnen deze definitie vallen.



Projectsubsidies in 2007 als voorloper

Er is reeds in 2007 eenmalig budget vrijgemaakt vanuit het ‘Stimuleringsfonds versterking Utrechtse economie’, dat is ingezet voor de ondersteuning van vier projecten die zich afspelen op het grensvlak van cultuur en economie. Dit zijn: FabLab, Utrecht Manifest, Kunstgras en een nieuwe, innovatieve publieksvoorziening bij het Utrechts Archief. De steun aan deze projecten kan worden gezien als voorbode van het programmatisch kader ‘*Smaakmakers, spraakmakers*’.

FabLab is een samentrekking van Fabrication Laboratory, wat een fysieke ruimte is, ingericht voor het vervaardigen van prototypes van nieuwe creatieve en innovatieve producten. In zo'n beoogd Utrechts FabLab kunnen ontwerpers en kunstenaars hun ontwerpen daadwerkelijk laten produceren op machines, die bediend worden door professionals. Het verbindt de kunstenaars en ontwerpers met de ‘maakindustrie’. Dit leidt voor de betrokken maakbedrijven tot mogelijke nieuwe producten (innovatie) en voor de ontwerpers / kunstenaars tot mogelijke vermarkting van hun idee. Het concept FabLab is ontleend aan het gelijknamige concept van het Massachusetts Institute of Technology (MIT) in Boston, USA. Onder de naam Protospace zal het concept in het voorjaar van 2008 in de stad Utrecht zijn gelanceerd.

Utrecht Manifest is een toonaangevende, internationale biënnale voor design en maatschappij in Utrecht. Utrecht Manifest vond plaats in het najaar van 2007 op diverse locaties in de stad Utrecht. Centraal staan thema's als duurzaamheid, kwaliteit en vernieuwing. Het onderdeel bedrijvenplatform onderzoekt relaties tussen culturele en sociaal-economische ambities. Het programma van Utrecht Manifest wordt aangevuld met activiteiten georganiseerd door verschillende culturele instellingen in de stad. Utrecht Manifest wordt gedragen door Pastoe, Centraal Museum en de Universiteit Utrecht.

Kunstgras is een innovatief thematisch evenement voor creatieve bedrijvigheid en gerelateerde sectoren met 500 bezoekers. Het vormt onderdeel van het programma Cultureel MKB van de Hogeschool voor de Kunsten (HKU). Centraal bij de bijeenkomst in 2007 stonden ontmoeting, kennisuitwisseling en nieuwe samenwerking. De HKU wil het evenement jaarlijks gaan organiseren. Betrokken partners zijn de gemeente Utrecht, Jaarbeurs en de Kamer van Koophandel.

Innovatieve publiekvoorziening Het Utrechts Archief. In het voorjaar van 2008 zal Het Utrechts Archief haar deuren hebben geopend in het gebouw van de voormalige rechtbank in de binnenstad van Utrecht. Onderdeel van de nieuwe voorziening is een hoogwaardige en innovatieve publieksattractie met multimediale toepassingen. Hiermee wordt een beleving van de Utrechtse regiogeschiedenis op attractieve wijze mogelijk gemaakt voor een breed publiek.

4 Keuzes – waar zetten we op in?

Wij constateren dat de provincie Utrecht veel in huis heeft voor bloeiende economische en culturele sectoren (zie ook bijlage C). Toch worden mogelijke kansen niet gegrepen en beperken de ontwikkelingen zich veelal tot de stad Utrecht. Deelsectoren van de creatieve bedrijvigheid en het reguliere bedrijfsleven functioneren te veel als gescheiden werelden, terwijl ze veel voor elkaar kunnen betekenen. Cultuur en economie kunnen elkaar op een positieve manier beïnvloeden.

Op dit moment leggen bedrijfstakingen buiten de creatieve industrie nog moeilijk contact met creatieve bedrijven of kunnen zich soms nog moeilijk voorstellen wat de toegevoegde waarde van creativiteit kan zijn. Ook kan de culturele sector leren van het bedrijfsleven in bijvoorbeeld verzakelijking en zichtbaarheid.

Dit programmatisch kader draagt bij aan het stimuleren van een creatief klimaat in de Utrechtse regio en het beter benutten van de creatieve kracht van de culturele sector voor economische bedrijvigheid. Ofwel, het beter benutten van de waarde van cross-overs tussen cultuur en economie.

Missie

De missie van ‘Smaakmakers, spraakmakers’:

De provincie Utrecht wil binnen Nederland
een creatieve topregio zijn

Ambities: regionaal, zichtbaar en onderscheidend

Het programmatisch kader Cultuur en Economie richt zich op de hele provincie: zowel op de steden Utrecht en Amersfoort als op andere gemeenten, regio’s of specifieke locaties. Een belangrijk uitgangspunt van het kader is dat de provincie Utrecht zichtbaar en onderscheidend wil zijn. Met andere woorden: het moet duidelijk zijn wat de rol van de provincie is in de te ontwikkelen projecten. Met de uitwerking van het beleid in enkele bijzondere projecten wil de provincie Utrecht zich landelijk onderscheiden.

De projecten die wij zullen financieren uit het programmatisch kader Cultuur en Economie zijn projecten die aanvullend zijn op het reeds bestaande beleid van de provincie. We zoeken naar de cross-overs tussen economie en cultuur en richten ons

op de meerwaarde die dit oplevert. Dit sluit niet uit dat projecten aansluiten op, of een meerwaarde geven aan, projecten die al provinciale subsidie ontvangen. Het zal in de uitvoeringsplannen gaan om projecten die een incidentele bijdrage kunnen ontvangen: exploitatiesubsidies vallen buiten het bereik van dit programmatisch kader.

Voorbeeld mogelijke uitwerking: het gebruik van creatief talent en vaardigheden in andere bedrijfstakken

We denken aan de inzet van creatieve bedrijven als architecten, vormgevers, kunstenaars, fotografen, uitvinders en conceptontwikkelaars in bedrijfstakken als midden- en kleinbedrijf, toerisme, horeca, onderwijs en bankwezen. De creatieve ondernemers kunnen hier nieuwe denkwijzen, concepten, ontwerpen of andere vormen van creativiteit introduceren. Dit komt ten goede aan de vernieuwing en het imago van het MKB / de bedrijven en hun producten/diensten.

Voorbeeld mogelijke uitwerking: profilering van onderscheidende thema's en/of locaties

Hierbij denken we aan projecten die onderscheidend zijn voor de provincie Utrecht binnen de Randstad en Nederland. Een innovatieve markering van de verdedigingslinies Limes of Grebbelinie, een nieuw licht op de historische kernen van Utrechtse steden of een bijzondere bestemming voor typisch Utrechts erfgoed als kastelen en buitenplaatsen. Zo ontstaan mogelijkheden voor nieuwe projecten met een grote uitstraling en een imagoversterkende functie.

Generieke effecten

Het programmatisch kader zal diverse economische, culturele en indirecte effecten opleveren:

Economisch

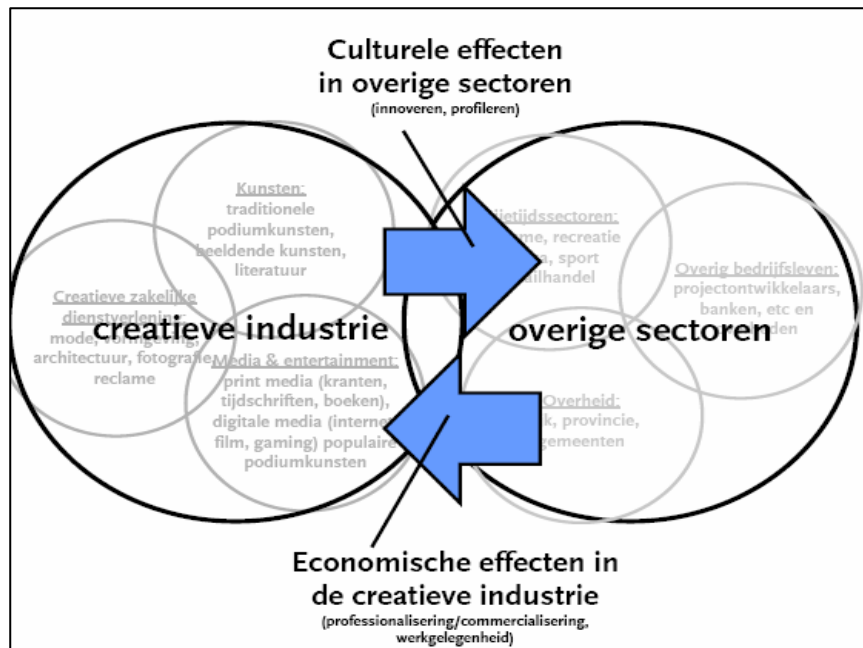
- *Meer werkgelegenheid* binnen de sector creatieve bedrijvigheid.
- *Innovatie* van diensten en producten binnen het reguliere bedrijfsleven door de inzet van creatieve bedrijvigheid.

Cultureel

- *Professionalisering* van (segmenten) van de culturele sector.
- *Deskundigheidsbevordering* binnen de sector creatieve bedrijvigheid.
- *Hergebruik van waardevol cultureel erfgoed.*

Indirect

- *Versterking van het vestigingsklimaat* door een sterkere binding van de creatieve klasse aan de Utrechtse regio.
- *Profilering* van onderscheidende thema's en/of plekken van de provincie Utrecht met de inzet van creatieve bedrijvigheid.



Bron: LAgroun Leisure en Arts Consulting 2007

Programmaliijnen

Het programmatisch kader Cultuur en Economie bestaat uit drie programmalijnen, namelijk ontwikkeling, vernieuwing en deskundigheidsbevordering. Hieronder worden deze programmalijnen nader toegelicht.

1. Ontwikkeling

Nieuwe projecten of verbanden, die een grote uitstraling of effect hebben, economisch en cultureel.

Door de provincie aangestelde ontwikkelscouts (zie ook hoofdstuk Organisatie en uitvoering) treden actief naar buiten om nieuwe verbindingen te leggen tussen projecten van derden. Het gaat erom dat de provincie een meerwaarde heeft voor deze concrete uitvoeringsprojecten. Bijvoorbeeld in de vorm van geografische spreiding, opschaling, uitstraling en profilering. Projecten in deze programmalijn moeten binnen twee jaar tot uitvoering zijn gebracht.

Doelstellingen

- 10 nieuwe projecten voortkomend uit de samenwerking tussen creatieven en regulier bedrijfsleven tussen 2008-2011
- 20 nieuwe projecten voortkomend uit de samenwerking binnen de deelsectoren creatieve bedrijvigheid tussen 2008-2011
- 5 erfgoedlocaties worden ontwikkeld voor creatieve bedrijvigheid

Doelgroepen

Gemeenten, maatschappelijke organisaties, bedrijfsleven, creatieve bedrijven en culturele instellingen

2. Vernieuwing

Experiment of onderzoek, nodig om projecten in de programmalijn 'ontwikkeling' aan te jagen.

Soms is experiment nodig om een idee uit te proberen, of een pilot om te kijken of een project levensvatbaar is. In deze lijn speelt de provincie een actieve rol. Denk hierbij aan het laten uitvoeren van een proefproject of experiment op het gebied van

creatieve bedrijvigheid. Ook kan de provincie lacunes op bepaalde terreinen constateren en met projecten in deze programmalijn proberen dat te stimuleren. Het initiatief van deze projecten kan komen van de provincie, van de ontwikkelscouts of van partijen zelf. Projecten in deze programmalijn moeten binnen een jaar tot uitvoering zijn gekomen.

Doelstellingen

- 10 nieuwe projecten voortkomend uit de samenwerking tussen creatieven en regulier bedrijfsleven tussen 2008-2011.
- 20 nieuwe projecten voortkomend uit de samenwerking binnen de deelsectoren creatieve bedrijvigheid tussen 2008-2011.

Doelgroepen

Kunstenaars, bedrijfsleven, creatieve bedrijven en culturele instellingen

3. Deskundigheidsbevordering en professionalisering

De provincie initieert projecten (onderzoek, expertmeeting, uitwisseling) voor verschillende doelgroepen. Centraal staat kennisuitwisseling, deskundigheidsontwikkeling en netwerkvorming van creatieve bedrijven en de culturele sector. Projecten in deze programmalijn moeten binnen een jaar tot uitvoering zijn gebracht.

Doelstelling

- 2 projecten op het vlak van deskundigheidsbevordering in de periode 2008-2011.
- 2 projecten op het vlak van professionalisering in de periode 2008-2011.

Doelgroepen

Gemeenten, creatieve bedrijven en culturele instellingen, MKB, onderwijsinstellingen en afstudeerders van kunstvakopleidingen, reguliere bedrijfsleven

5 Doelen en output

Doelstellingen – wat willen we bereiken?

Het programmatisch kader kent de volgende SMART-doelen (meetjaar 2012):

- 0,2% groei marktaandeel creatieve bedrijvigheid provincie Utrecht in het landelijk marktaandeel creatieve bedrijvigheid in de periode 2008-2011 (meetjaar 2012).
- 10% meer creatieve vestigingen in de provincie Utrecht in de periode 2008-2011 (meetjaar 2012).
- 10 nieuwe projecten voortkomend uit de samenwerking tussen de creatieve bedrijvigheid en het reguliere bedrijfsleven tussen 2008-2011.
- 20 nieuwe projecten voortkomend uit de samenwerking binnen de deelsectoren creatieve bedrijvigheid tussen 2008-2011.
- 5 erfgoedlocaties worden ontwikkeld voor creatieve bedrijvigheid.
- 2 projecten op het vlak van deskundigheidsbevordering in de periode 2008-2011.
- 2 projecten op het vlak van professionalisering in de periode 2008-2011.

Outputindicatoren – wat gaan we meten?

De meetbaarheid van de effecten zal als voorwaarde worden gesteld op projectniveau. De monitoring van de effecten krijgt in de uitwerking van het beleid ruim de aandacht. Hiermee onderscheidt de provincie Utrecht zich van lopende programma's van andere provincies.

Het opstellen van outputindicatoren vraagt om maatwerk. Per project zal worden gezien welke outputindicatoren voor dat specifieke geval het meest toereikend zijn. Verder vragen sommige indicatoren om een meer kwalitatieve toets.

Voorbeelden van indicatoren met bijbehorende, verantwoorde bronnen kunnen zijn:

- Werkgelegenheid in aantal banen en aantal vestigingen, Provinciaal Arbeidsplaatsen Register, provincie Utrecht
- Aantal nieuwe inschrijvingen van startende MKB-ers, registers Kamers van Koophandels
- Aantal bezoekers en bestedingen, Centraal Bureau voor de Statistiek, Continu VrijeTijds Onderzoek (CVTO) van Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen
- Publiciteitswaarde in regionale en landelijke media, uitgedrukt in advertentiewaarde (in €) op basis van aantal free publicity-meldingen

Na afloop van een project, en jaarlijks bij meerjarige projecten, zal van de diverse projecten een schriftelijke evaluatie worden gevraagd. Hierin wordt getoetst op de criteria waarop ook de oorspronkelijke aanvraag is beoordeeld

6 Organisatie en uitvoering

Rol provincie

De provincie Utrecht heeft in dit beleid de rol van aanjager: niet zelf nieuwe projecten opstarten maar op zoek gaan naar aansprekende, bovenlokale initiatieven van andere partijen. Hierin is ook afstemming met de gemeenten van groot belang. Zo zijn er in het kader van de Samenwerkingsagenda afspraken gemaakt tussen gemeenten en provincie. Het programmatisch kader zal deze afspraken als uitgangspunt meenemen.

Deze rol willen wij op de volgende manieren invullen:

- *Aanjagen* van en deelnemen aan de gedachtevorming over de ontwikkeling van Cultuur en Economie, inbrengen van kennis over de mogelijke koppeling aan provinciale beleidsthema's en aan goede voorbeelden elders in het land en internationaal
- *Financieren* van ontwikkelprojecten
- *Organiseren* van of bijdragen aan expertmeetings
- *Stimuleren* van uitwisseling tussen Utrechtse initiatieven
- *Bundelen* van lokale initiatieven (en lobby naar rijksoverheid)
- *Communicatie* van programma en projecten

Programmamateam

De provincie Utrecht zal voor de uitvoering van dit beleid werken met een programmamateam, bestaande uit inhoudelijke beleidsmedewerkers en de aangestelde ontwikkelscouts, onder leiding van een programmamanager. Het programmamateam Cultuur en Economie toetst de aanvragen aan de criteria. De inhoudelijke beleidsmedewerkers zijn verantwoordelijk voor het interne provinciale netwerk en de zorg voor het bestuurlijk draagvlak en afwikkeling van de projecten. Zij vormen samen ook de basis van het programmamateam en toetsen of de projecten aan de criteria voldoen.

Ontwikkelscouts

De ontwikkelscouts opereren extern en hebben de functie van aanjager. Zij krijgen de opdracht om projecten op te zoeken of te stimuleren. Het gaat om jaarlijks meerdere projecten die het beste aansluiten op de doelstellingen van dit programmatisch kader. Ook kunnen ze projecten stimuleren door het programmamateam te attenderen op mogelijke pilots, onderzoeken of het stimuleren van samenwerking. Voorwaarde is dat ze geen projecten aandragen waaraan ze zijn gelieerd. Het zijn creatieve doeners, netwerkers met originele ideeën. Ze denken mee over de opzet en uitvoering van een project, coachen bij het schrijven van een projectplan, maar nemen de uitvoering niet zelf ter hand. Belangrijk is ook dat ze gevoel hebben voor ondernemerschap. De ontwikkelscouts zullen verschillende doelgroepen bedienen. Bekend zijn met het reguliere bedrijfsleven of juist met de onderstroom in Utrecht.

Uitvoeringsplan per jaar

Onder verantwoordelijkheid van de afdelingsmanager Economie, Cultuur en Vrije tijd zal een jaarlijks uitvoeringsplan met concrete projecten worden opgesteld. Voor het eerste jaar kan dit uitvoeringsplan worden verwacht in de zomer van 2008. In de jaren hierna zal dit uitvoeringsplan steeds in het voorjaar gereed zijn.

7 Meerjarenbegroting

Op 19 december 2006 hebben GS € 700.000 beschikbaar gesteld uit het Stimuleringsfonds voor de versterking van de Utrechtse economie, waarvan € 500.000 is aangewend in 2007 voor projectsubsidies aan FabLab, Utrechts Manifest, Het Utrechts Archief en Kunstgras (zie tekstkader pagina 5). Het resterende budget van € 200.000 kan in 2008 worden benut.

Voor de periode 2008-2011 is vanuit het Uitvoeringsprogramma 2007-2011 van GS een budget beschikbaar gesteld van in totaal € 2.000.000 voor stimulering van creative broedplaatsen/cultuur en economie. Hiervan zal € 500.000 per jaar beschikbaar worden gesteld. Ingeschat wordt dat jaarlijks € 80.000 zal worden aangewend voor uitvoeringskosten, zoals de inhuur van ontwikkelscouts en communicatiekosten.

Het budget is zodoende als volgt over de vier jaren verdeeld:

	2008	2009	2010	2011
Programmalijn 1: Ontwikkeling	620.000	320.000	320.000	320.000
Programmalijn 2: Vernieuwing	0	50.000	50.000	50.000
Programmalijn 3: Deskundigheidsbevordering en professionalisering	0	50.000	50.000	50.000
Uitvoeringskosten	80.000	80.000	80.000	80.000
Totaal (in €)	700.000	500.000	500.000	500.000

8 *Communicatie*

In het Beleidskader Communicatie 2007-2011 kiest het provinciebestuur voor duurzaamheid en kwaliteit. '*Smaakmakers, spraakmakers*' sluit goed op deze ambitie aan. Creatieve bedrijvigheid draagt immers direct bij aan een duurzame economische ontwikkeling van de regio. Creatieve bedrijvigheid betreft bovendien waardetoevoegende producten en diensten, die kwalitatief en onderscheidend van aard zijn.

In dit beleid willen we onder meer onderscheidende thema's en/of plekken van de provincie Utrecht met de inzet van creatieve bedrijvigheid benadrukken. Bijzondere plekken in de provincie en typische thema's krijgen extra aandacht en betekenis door de crossover met creatieve bedrijvigheid. Door de inzet van specifieke communicatiemiddelen rondom het programma proberen we het promotionele effect voor de provincie te versterken. Vanaf een vroeg stadium van de uitvoering zullen we zodoende aandacht schenken aan een zichtbare communicatie en promotie.

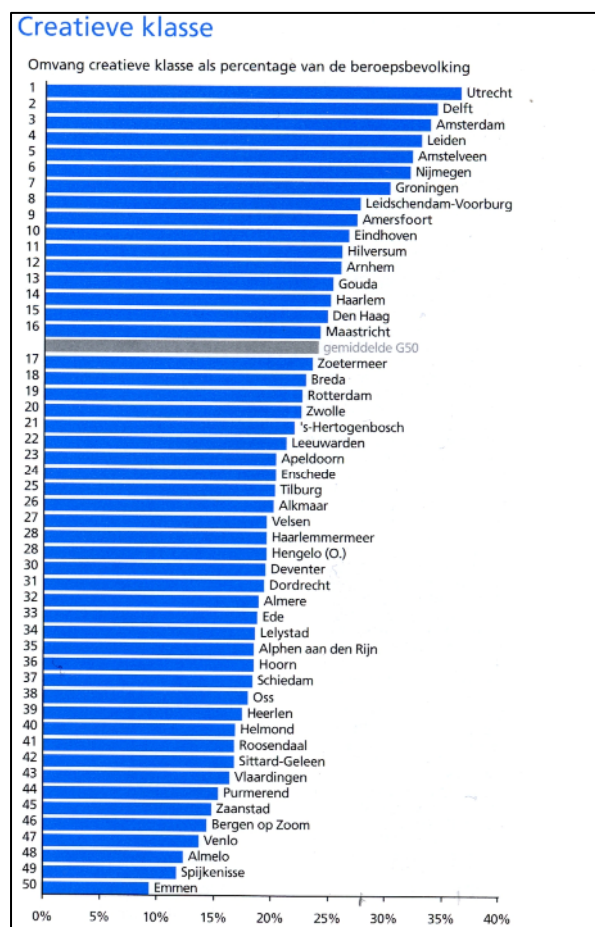
Bijlagen

- A: Marktsituatie en -ontwikkeling
- B: Definitie creatieve bedrijvigheid
- C: Kansen creatieve voor bedrijvigheid in Utrecht
- D: Bibliografie

Bijlage A: marktsituatie en -ontwikkeling

Stad Utrecht: hoogste aandeel creatieve inwoners in Nederland

De Atlas voor Gemeenten 2007 constateert dat de stad Utrecht met 37% de grootste creatieve klasse van Nederland heeft als percentage van de beroepsbevolking. Amersfoort scoort hier een negende plek op de ranglijst (van vijftig steden) met een aandeel van 28%.

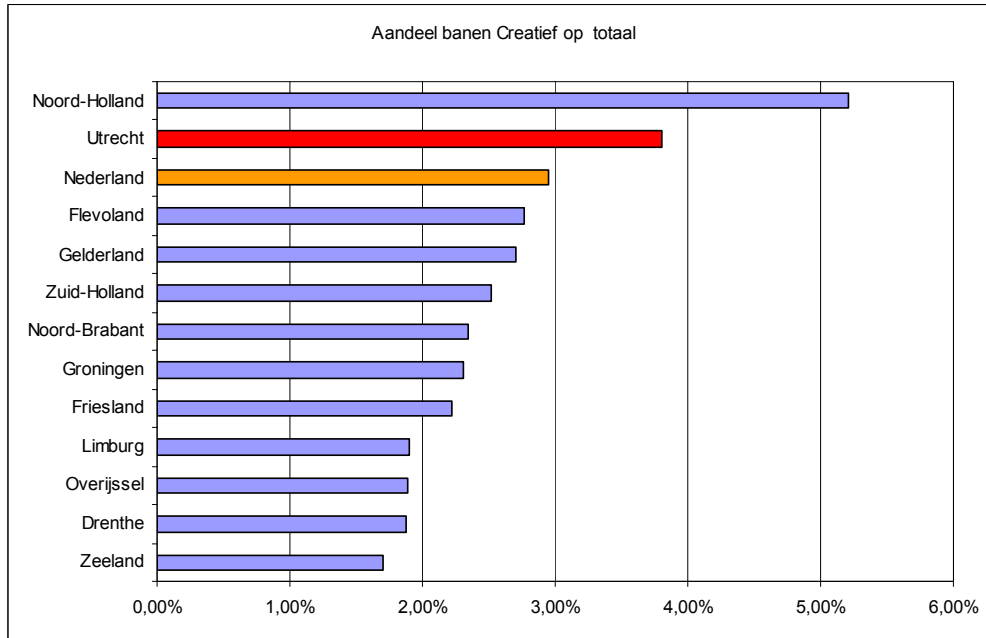


Atlas voor Gemeenten, 2007

Utrecht en Amersfoort blijken ook aantrekkelijke woonsteden te zijn. Utrecht scoort op de woonaantrekkelijkheidsindex een tweede en Amersfoort een achtste plaats. Utrecht scoort ook hoog op de punten 'cultureel aanbod' (2), 'nabijheid natuurgebieden' (2) en 'aanwezigheid universiteit' (1).

Provincie Utrecht na Noord-Holland creatiefste regio van Nederland

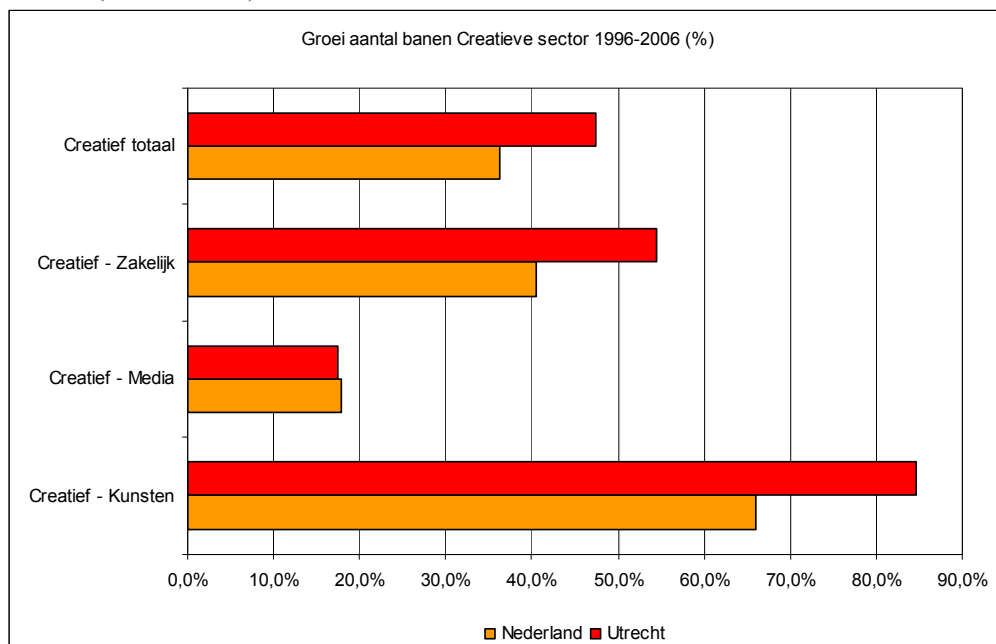
De provincie Utrecht staat op de tweede plek als creatieve regio in Nederland, gemeten naar het aandeel van de creatieve bedrijvigheid binnen de totale werkgelegenheid. In Noord-Holland is 5,2% van de banen gelinkt met de creatieve sector, in Utrecht is dit 3,8% van het totaal.



Bron: Provinciaal Arbeidsplaatsen Register 2007

Creatieve bedrijvigheid in Utrecht groeit snel

Het aandeel creatieve werkgelegenheid in de provincie Utrecht is goed voor 23.700 banen. Het aantal banen in de creatieve industrie is sinds 1996 met ca. 47% gestegen. Creatieve bedrijvigheid is met name vertegenwoordigd in de gemeente Utrecht (9.000 banen), gevolgd door Amersfoort (4.100 banen), Nieuwegein (1.300 banen) en Houten (1.200 banen).



Bron: Provinciaal Arbeidsplaatsen Register 2007

gemeente	Kunsten	Media en entertainment	Zakelijke diensten
Utrecht	22,1%	15,7%	62,2%
Amersfoort	8,2%	12,7%	79,1%
Nieuwegein	14,2%	38,4%	47,4%
Houten	4,7%	78,3%	17,0%

Bron: Provinciaal Arbeidsplaatsen Register 2007

Creatieve klasse vergelijkbare inwonersgroepen

Vraagonderzoek van de Universiteit van Utrecht naar de creatieve klasse als inwonersgroep van stad en regio Utrecht constateert dat de creatieve klasse zich ruimtelijk gezien in het algemeen niet anders gedraagt dan andere bevolkingsgroepen. Net als andere groepen zoekt de creatieve klasse een prettige woonomgeving en hecht men belang aan de prijs en kwaliteit van de woning en aanwezigheid van groen en water.

Bijlage B: definitie creatieve bedrijvigheid

De creatieve bedrijvigheid omvat een verzameling creatieve bedrijfstakken, waar een groot deel van de creatieve productie plaatsvindt. Bij het operationaliseren van het begrip creatieve bedrijfstakken worden drie categorieën afgebakend: 'kunsten', 'media en entertainment' en 'creatieve zakelijke dienstverlening'. Bij creatieve bedrijvigheid gaat het om drie sectoren:

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

Binnen die categorieën is er telkens een bedrijfskolom met dezelfde stadia, die elkaar logisch opvolgen: initiële creatie, productie, distributie en retail.

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

Creatieve bedrijfstakken
Niet behorend tot de creatieve bedrijfstakken

Bron: Ons Creatieve Vermogen, 2006

Bijlage C: kansen voor creatieve bedrijvigheid in Utrecht

- Het opleidingsniveau in de provincie Utrecht is gemiddeld het hoogst in Nederland
- Binnen Nederland en Europa is de provincie een economisch sterke regio: een kennisintensieve regio (bijv. UU, TNO e.d.) en bedrijven, waaronder een grote concentratie zakelijke dienstverlening (consultancy)
- De aanwezigheid van creatieve bedrijven in de provincie Utrecht is bovengemiddeld. Van de groei van de creatieve industrie in de noordvleugel is die in de provincie Utrecht relatief het hoogst
- Het aantal mensen met een creatief beroep is in de provincie Utrecht bovengemiddeld
- De provincie Utrecht kent een hoge concentratie van culturele voorzieningen en een hoge concentratie van kunstenaars en vormgevers ten opzichte van de rest van Nederland
- De stad Utrecht zet in op gaming en design, Amersfoort op advies en design
- Het eigenlijke kenmerk van de provincie Utrecht is diversiteit, maar in de profilering moet worden gekozen voor enkele smaakmakers
- Utrecht is een springplank voor talent (kraamkamer Randstad)

Bron: LAgrou Leisure & Arts Consulting, 2007

Bijlage D: bibliografie

Atzema O. en R. Snel, Universiteit van Utrecht/Urban and regional research centre Utrecht, '*Creatieve klasse in de NV Utrecht. Een survey onderzoek*', maart 2007

Idema J. en H.J. Grievink, '*Datascape cultuur*', september 2007.

Interprovinciaal Overleg (IPO), '*De regionale dimensie van kennis en innovatie*', 2007

LAgrou Leisure & Arts Consulting '*Creatieve kracht en economische bedrijvigheid kortgesloten*' (interne notitie in opdracht van de provincie Utrecht), juli 2007

Ministeries van EZ en OCenW, '*Creativiteit in kaart gebracht*', juni 2005

Ministeries van EZ en OCenW, '*Ons creatieve vermogen*', 2006

Provincie Utrecht, '*Provinciaal Arbeidsplaatsen Register*', 2007

Provincie Utrecht; '*Slagvaardig samen werken aan kwaliteit en duurzaamheid*' (coalitieakkoord CDA, VVD en PvdA), 2007

Provincie Utrecht, '*Uitvoeringsbeleid voor de cultuurhistorische hoofdstructuur en de provinciale parels*', 2006

Provincie Utrecht, '*Op stoom en op koers*', tweede tussenevaluatie van het actieplan recreatie en toerisme 2005-2008, 2007

Provincie Utrecht, '*Provinciale programmatender breedband in Utrecht 2007-2008*', 2007

Raijmakers en Hofmeester, '*De provincies: Kijk zo zit dat, de culturele infrastructuur op regionale schaal in kaart gebracht*', 2007

SEO Economisch onderzoek, '*De kunst van investeren in cultuur*', februari 2007

Stichting Atlas voor gemeenten, '*Atlas voor Gemeenten*', 2007