

Creatieve industrie

De creatieve stad laat zich niet plannen

By Redactie | Creatieve industrie

De creatieve stad als nieuw stedelijk en economisch fenomeen is hot. De creatieve stad is een echte mensenstad. Mensen zijn de motor en genereren de kwaliteit van leven. Kenmerkend voor de creatieve stad zijn jeugdigheid en een hoog cultureel klimaat. Binnen het stedelijk decorum groeien en bloeien trendy bars en hippe restaurants, kunstgaleries en een grote diversiteit aan outlets rondom design en fashion. De creatieve stad wil altijd voorop lopen en kijkt niet achterom. De creatieve stad is cool, en dat is hij vooral door de soort van werkgelegenheid die er zich nestelt en ontwikkelt: innovatief en geavanceerd. Denk hierbij niet aan louter reclamebureaus of digitale snelwegbedrijfjes, vaak n of tweepitters. Creativiteit betekent scheppingskracht, iets voortbrengen. Hiertoe worden ook productontwikkelaars, (technische) softwareontwikkelaars en ontwerpers op velerlei gebied gerekend. ([meer...](#))

From creative crowds to creative tourism

By Redactie | Creatieve industrie

Sinds de publicaties van Richard Florida en Charles Landry zijn de ontwikkelingen op het gebied van de creatieve klasse en creatieve clusters in Nederland in een snel tempo gegaan. De creatieve industrie is een belangrijk item op de politieke agenda geworden en veel gemeenten hebben de afgelopen jaren flink geïnvesteerd in deze 'nieuwe' sector. Steevast wordt daarbij aangedragen dat de creatieve industrie een belangrijke bijdrage levert aan de aantrekkelijkheid van een stad: voor bedrijven, voor (nieuwe) inwoners én voor bezoekers (en dus toeristen). Wanneer het gaat over deze laatste doelgroep, dan liggen er op het gebied van het ontwikkelen van creatief toerisme nog volop kansen.

[\(meer...\)](#)

De chieft creative officers van de 21e eeuw

By Redactie | Creatieve industrie

Voettocht door het landschap van de creatieve industrie. ([meer...](#))

Finland vs. Nederland: Fatboy & Bugaboo

By Redactie | Creatieve industrie

In een bovenzaal van Felix Meritis liggen de Finse zitzakken, beter bekend als Fatboys, verspreid over de grond. In deze toepasselijke setting werd donderdag 21 februari de landenbijeenkomst Creative Industries in Finland, an example for The Netherlands? van de SICA gehouden. ([meer...](#))

Vlaanderen werkt aan ondernemingscreativiteit

By Redactie | Creatieve industrie

Pascal Cools: Onze oorspronkelijk missie was ondernemend Vlaanderen creatiever te maken. Sinds 1 juni van dit jaar is daar een tweede aspect bijgekomen, namelijk om creatief Vlaanderen ondernemender te maken. Bij dat eerste gaat het om het herdenken en verder denken van alle mogelijke aspecten van bedrijfsvoering. Creativiteit is daarbij de vaardigheid om continu die nieuwe ideeën te zoeken of te vinden om effectief verder te denken dan je vandaag doet. Creativiteit in de creatieve industrie is meer dan vaardigheid. Het is de grondstof van de creatieve industrie, of de key resource. Creativiteit is de ziel van het product. Aan de creativiteit van een gezelschap als Rosas of van filmmakers als de gebroeders Dardenne kan FLANDERS DC niets bijdragen. Deze creatieven hebben van FLANDERS DC niets te leren. Maar FLANDERS DC kan wel iets bijdragen wanneer het gaat om de vraag of creatieven genoeg verdienen. We zijn weliswaar geen overheidsinstantie, maar we kunnen creatieven er wel op wijzen dat de subsidiepot eindig is. Daarmee kom je terug bij het eerste punt. Dan bekijken we ze als gewone ondernemers en gaat het om creativiteit in businessmodellen en in processen.

[\(meer...\)](#)

De ondernemende burger in de gedroomde stad

Opkomst van enterprising communities in Rotterdam

By Redactie | Creatieve industrie

Wie geven er invulling aan de stad van morgen? Het antwoord op die vraag was de laatste jaren veelal de creatieve klasse. Lange tijd was zij het troetelkindje van alle bestuurders - van Rotterdam tot Bourtange - en moest alles in het werk gesteld worden om haar binnen te halen. In de woorden van Reijndorp: Het parochiale domein van die creatieve klasse is met stip het meest gewilde en ook visueel meest dominante domein van iedere stad. De toeristische blik, die het aanzien van steden in de jaren negentig veranderde, is over de hele wereld ingeruild voor de creatieve blik (Reijndorp, 2012, p. 14). Die tijd lijkt echter voorbij.

[\(meer...\)](#)

KUNSTGRAS, voedingsbodem voor Utrechtse creatieve kruisbestuivingen

By Redactie | Creatieve industrie

Toegegeven KUNSTGRAS is geen gebruikelijke naam voor een net-werkavond. Maar het event voor crea-tieve kruisbestuivingen dat op 26 april jl. plaatsvond in Utrecht was dan ook geen gewoon feestje. Maar liefst vijf-honderd creatieve MKBers, verte-gen-woordigers van het kunstvakonderwijs en kennis-instellingen, ambtenaren van de Gemeente en Provincie Utrecht en grote ondernemingen werden in het Dutch Design Center met elkaar in contact gebracht met picknickmandjes, matchmakers, stiltedebatten en een veiling met gesloten beurzen. Dat alles met als doel om meer samenwerking tot stand te brengen en Utrecht als creatieve regio te profileren. Daniëlle Arets, projectleider van KUNSTGRAS, geeft een toelichting. ([meer...](#))

De innovatiekracht van het CMKB

By Redactie | Creatieve industrie

De creatieve industrie (kunst, cultuur, media, entertainment en creatieve dienstverlening) wordt gezien als het hart van de creatieve economie. Creativiteit en kennis vormen de nieuwe productiefactoren van deze economie. Cijfers van de VN (rapport 2008) tonen aan dat deze economie op praktisch alle continenten de traditionele industrieën rond grondstoffen en bulkgoederen van hun prominente plaats stoten. De observatie is dat wereldwijd de kleinschalige culturele en creatieve bedrijvigheid onvoldoende van deze ontwikkelingen weet te profiteren. Een sterkere, in de regio gewortelde positionering van deze CMKB (Cultureel Midden- en Kleinbedrijf) moet de inzet zijn om hierin verandering te brengen. Giep Hagoort, sinds juni van dit jaar voorzitter van IPCICO, werkt in onderstaand artikel deze positionering verder uit. ([meer...](#))

Permanent innoveren

De noodzaak van langdurige sociale innovatie

By Redactie | Creatieve industrie

Recent is er veel aandacht voor sociale innovaties. In 2013 publiceerde een samenwerkingsverband van het middenveld een analyse van tien Vlaamse innovatieve projecten (Schuurmans 2013) en *MMNieuws* gaf een themanummer over recente innovaties in de culturele en vrijetijdssector uit. De Vlaamse minister Ingrid Lieten lanceerde in 2013 een eenmalige oproep voor sociale innovatie-projecten en voorzag hiervoor een totaalbudget van één miljoen euro. De EU besteedde in haar groeistrategie voor de komende tien jaar eveneens aandacht aan sociale innovatie. De onderzoeksfinanciering van de Europese Unie zal vanaf 2014 voor het merendeel gegroepeerd worden binnen het Horizon 2020 Kaderprogramma. Het onderwerp leeft, maar de definitie van sociale innovatie wisselt per auteur. Een aspect waaraan meestal geen expliciete aandacht wordt besteed is het kritische aspect van innovaties. ([meer...](#))

Stop! Gele kaart!

Creatieve industrie wil af van status van sleutelgebied

By Redactie | Creatieve industrie

Giep Hagoort gaf de aftrap voor de discussie met de stelling dat het oordeel van de commissie Scheepbouwer volkomen voorspelbaar was. Volgens hem heeft de overheid, met in haar kielzog de commissie, een vertekend beeld van wat er in de creatieve sector gebeurt. De creatieve industrie bestaat voor ongeveer 80% uit kleine of middelgrote bedrijven. Die zijn nauwelijks vertegenwoordigd in de bestaande overlegorganen. De overheid benadert de creatieve industrie vanuit een jargon dat betrekking heeft op de 'oude industrie' en vanuit de gedachte dat de sector gebaat is bij een centrale regie. Dat gaat wellicht op voor 'oude industrie'-sectoren, zoals de grafische industrie en de omroeporganisaties, maar niet voor het Cultureel MKB. 'Laten we blij zijn dat er geen centrale regie is,' aldus Hagoort. 'Die leidt alleen maar tot bureaucratische regelingen om de boel bij elkaar te houden.' ([meer...](#))

Samen met de creatieve industrie naar een duurzamer bestaan

By Redactie | Creatieve industrie

Door haar grote verbeeldingskracht en haar ervaring met het ontwikkelen van nieuwe methoden, instrumenten of voorwerpen is de creatieve sector bij uitstek geschikt om bij te dragen aan de transitie naar een duurzamer maatschappij, betoogt John Huige. Hij pleit voor een slow creativity movement en schetst voorstellen voor nader onderzoek rond dit thema.
[\(meer...\)](#)

Creative Challenge Call-subsidie voor 39 organisaties

By Redactie | Creatieve industrie

Onlangs vond in Amsterdam de conferentie Cultuur & Economie, Connecting Creativity plaats. Op deze conferentie zijn 39 zeer diverse projecten gepresenteerd, die voor subsidie in aanmerking komen in het kader van de Creative Challenge Call. [\(meer...\)](#)

Evaluatie leidt tot evolutie

Colin's Creatieve Marktplaats

By Redactie | Creatieve industrie

Tijdens de Creatieve Marktplaats verzorgt Colin georganiseerde diversiteit en ontmoeting. Speeddates in een informele setting bieden de mogelijkheid tot het leggen van eerste contacten en brainstormsessies reiken handvaten aan om kansen in trans-sectorale samenwerking te ontdekken. Presentaties inspireren en enthousiasmeren, zoals verhalen over het succes achter de innovatieve 'braille-stoel', de projecten van Mission Possible in het Veemarktkwartier of de samenwerking tussen landbouworganisatie ZLTO en Productie-huis Brabant, die resulteerde in een uniek theaterstuk. Op het marktplaatsplein wordt creatieve entrepreneurs een podium geboden en via verrassende matchingsmethodes, zoals de 'Polaroid Picture', 'Procentuele Match' en 'Enveloppenmuur', worden zakelijken en creatieven aan elkaar gekoppeld. Om de brug naar ondernemers makkelijker te maken wordt nauw samengewerkt met Kamers van Koophandel, Syntens, ABN Amro, de Brabantse Ontwikkelings Maatschappij en Starterslift. Om een beter beeld te krijgen van de effecten van de Creatieve Marktplaats heeft Colin onderzoek gedaan naar de ervaringen en meningen van bezoekers. Van alle deelnemers aan de eerste drie Creatieve Marktplaatsen hebben 127 personen (60%) de enquête ingevuld. ([meer...](#))

Colins Toolkit voor Creatieve hotspots

By Redactie | Creatieve industrie

Omdat onze concurrentiepositie op wereldschaal door de snel groeiende economie in Azi sterk wordt aangetast moet het roer in de Westerse landen drastisch om. Het leggen van verbindingen en netwerken is essentieel om aan die vereiste vernieuwing invulling te geven. Clusteren van creativiteit is de opdracht om een blijvende concurrentiepositie te verwerven. Het faciliteren van ruimten en gebieden waarbinnen verbinding kan ontstaan en creativiteit en experiment wordt gestimuleerd is een belangrijk beleidsinstrument. Het gaat dus om het ontwikkelen van creatieve hotspots, the places to be and the place where It happens. Maar hoe creer je zoiets? Colin heeft daarvoor een speciale toolkit ontwikkeld: Colins Toolkit voor Creatieve hotspots. ([meer...](#))

Denktank Kennisland Nederland

By Redactie | Creatieve industrie

In het vorige nummer van MMNieuws (2007 nr 8) startten we een inventarisatie van creatieve netwerken in Nederland. In dit nummer zetten we de schijnwerpers op de activiteiten en medewerkers van twee specifieke netwerken, Kennisland Nederland en Colin. Stichting Nederland Kennisland (KL) is een denktank op het gebied van kenniseconomie en innovatie die in 1999 is opgericht. Dat gebeurde in een Amsterdamse kroeg. Acht jaar later is KL uitgegroeid tot een organisatie met ongeveer vijftien vaste medewerkers, die op zeer uiteenlopende terreinen actief zijn. ([meer...](#))

CREATIEVE KRACHT [in de] WIJK

By Redactie | Creatieve industrie

Van Aandachtswijk naar Krachtwijk. Dat is de titel van het grootschalige project van het ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (VROM). Het idee achter het project? Probleemwijken, prioriteitswijken of aandachtswijken om te toveren tot krachtwijken. Minister Vogelaar selecteerde in 2007 veertig achterstandsbuurtten, waar veel gezinnen in armoede leven en waar hoge werkloosheid heerst. Deze krijgen extra hulp om problemen het hoofd te bieden. MMNieuws wilde graag weten welke rol de creatieve industrie speelt bij de ontwikkeling en verbetering van deze krachtwijken. ([meer...](#))

Creatieve stadsvernieuwing in Noordwest-Europa

By Redactie | Creatieve industrie

Om vervallen stedelijke gebieden in Noordwest-Europa nieuw leven in te blazen en de economie aan te wakkeren is vanuit de EU het project Creative Urban Renewal (CURE) opgezet. Door de vestiging van creatieve industrie moet een impuls worden gegeven aan het leef- en werkklimaat in zulke gebieden. Daartoe ontwikkelde CURE de Creative Zone Innovator (CZI), die momenteel wordt getest in zeven Noordwest-Europese steden. ([meer...](#))

Over de financieringsproblematiek van creatieve bedrijven; Startende culturele ondernemers ontbreekt het aan kennis over ondernemerschap

By Redactie | Creatieve industrie

Afgelopen maanden is er in opdracht van Colin* een onderzoek uitgevoerd naar financieringsmogelijkheden voor startende culturele ondernemers. Het doel van dit onderzoek was om een bijdrage te leveren aan de oplossing van het financieringsprobleem van de startende culturele ondernemers, zodat deze beter in staat zijn een onderneming te starten, hun producten in productie te nemen of naar volwassenheid door te groeien. Er is (kwalitatief) onderzocht in hoeverre de bestaande financieringsmogelijkheden voor startende culturele ondernemers voldoende aansluiten bij hun financieringsbehoeften. Maar speelt ook niet de kennis van de financiële mogelijkheden een belangrijke rol? Of juist het gebrek aan die kennis? En waar wordt die dan door veroorzaakt? ([meer...](#))

Centraal - Games: al lang meer dan alleen maar spel

By Redactie | Creatieve industrie

The Sims, World of Warcraft, Second Life er zullen maar weinig mensen zijn die niet weten wat er achter deze titels schuilt. Jong of oud, computerfreak of niet iedereen is de laatste jaren wel op de een of andere manier in contact gekomen met de wereld van het gamen. Computerspellen zijn dan ook al lang niet meer uitsluitend iets voor kinderen en nerds zonder hobby's en een sociaal leven. En het zou een misverstand zijn te denken dat de wereld van de games een mannenwereld is: vrouwen spelen veel vaker computerspelletjes dan algemeen wordt aangenomen. De branche mag zich dan traditiegetrouw nog steeds richten op de puisterige puber de doelgroep van jongens van 6 tot 17 jaar, die de meeste games kopen maar die vormen al lang niet meer de grootste groep spelers. De leeftijd van de gemiddelde gamer is inmiddels gestegen tot 29 jaar en vrouwen gamen meer en meer. ([meer...](#))

Towards a creative city?

By Redactie | Creatieve industrie

Is Istanbul a creative city? Yigit Evren and Zeynep Merey Enlil explore the tendency for creative industries to cluster in certain areas of the city, and the challenges and opportunities that clustering brings to these creative industries as well as to Istanbul as a creative city. ([meer...](#))

Innovation in the media sector

An example from Flanders

By Redactie | Creatieve industrie

Companies in the media sector are regularly required to innovate in order to adapt to the desires of their viewers, as well as to the advent of new uses associated with the development of the internet and digital technologies. As in most other economic sectors, innovation has therefore become a prerequisite. Yet on the other hand, the media sector has also a few specificities that have a strong impact on how innovation can be promoted in this sector compared to other economic sectors. ([meer...](#))

Oude wijn in een nieuwe zak?

In gesprek met Roy van Dalm

By Redactie | Creatieve industrie

Roy van Dalm is een expert op gebied van innovatie en creativiteit in steden. Als docent citybranding aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) is hij onder meer verbonden is aan het expertisecentrum Krachtige Kernen. We legden hem een aantal vragen voor over cultuur, innovatie en veranderende steden. Verschilt een creatieve stad van een social innovation stad?

[\(meer...\)](#)

Het recept voor een creatieve regio

Werk volgt talent

By Redactie | Creatieve industrie

Neem een stuk industrieel erfgoed, liefst aan de rand van het centrum, stop daar een handvol creatievelingen in, doe er wat trendy horeca bij, klop het geheel op met feesten en evenementen, laat het een tijdje broeden (niet in de koelkast), herhaal deze procedure verschillende malen tot het erfgoed helemaal op is en serveer het geheel als creatieve regio. Succes verzekerd?

[\(meer...\)](#)

Festival Fever

Groei in de Nederlandse festivalwereld

By Redactie | Creatieve industrie

Festivals blijken bijzonder resistent tegen de economische crisis. ‘Boetiekfestivals’ schieten als paddestoelen uit de grond terwijl reuzen als Lowlands jaarlijks binnen enkele uren zijn uitverkocht. Een les voor andere culturele organisaties? We spraken met Berend Schans, directeur van de Vereniging voor Nederlandse Poppodia en Festivals (VNPF), over festivalisering, gages en samenwerking.

[\(meer...\)](#)

Businessmodellen voor de creatieve industrie een kijkje in de Vlaamse keuken

By Redactie | Creatieve industrie

Een creatieve instelling is net als bedrijven in andere sectoren gebaat bij een effectief businessmodel, waarmee het in staat is zijn missie te volbrengen en zijn sporen in de markt achter te laten. Guido De Brabander gaat in op het concept businessmodel en houdt de werking van tien financieringsbronnen tegen het licht in de Vlaamse creatieve sector, die nog niet geteisterd wordt door cultuurbezuinigingen. ([meer...](#))

vormgeving (1) ; Industrieel ontwerpen

By Redactie | Creatieve industrie

Vormgeving is een verzamelbegrip voor allerlei vormen van ontwerpen: architectuur, grafische en industriële vormgeving, interieur-, mode- en (multi)mediaontwerp. Als vorm van creatieve zakelijke dienstverlening neemt vormgeving een belangrijke plaats in binnen het koepelbegrip creatieve industrie. In deze aflevering van Centraal inventariseert MMNieuws de verschillende (koepel)organisaties en platforms op het gebied van vormgeving en gaat in op het belang van industrieel ontwerpen in Nederland. In latere afleveringen komen andere vormen van ontwerpen aan de orde. ([meer...](#))

Utrecht koestert creatief talent

By Redactie | Creatieve industrie

Kernwoord in het versterken en behouden van een creatief klimaat is verbinden, niet alleen op regionaal niveau, maar juist ook op Europees en internationaal niveau. En waar creatieve netwerken eenmaal zijn gesmeed, is het belangrijk ze te verduurzamen. Utrecht timmert aan de weg met onder andere de Creative Zone Incubator.

[\(meer...\)](#)

Creatieve industrie stimuleren is meer dan bakstenen stapelen

By Redactie | Creatieve industrie

Het vormen van creatieve clusters in oude fabriekspanden en vervallen spoorzones lijkt een kernactiviteit geworden van gemeentelijke overheden. Iedere stad wenst zichzelf te profileren als creatieve stad, nu onderzoekers als Richard Florida de potentie van de creatieve industrie hebben uiteengezet. ([meer...](#))

Creatieve sector? Hard nodig!

Sociale innovatie en de toekomst van Nederland

By Redactie | Creatieve industrie

De huidige crisis laat het in volle glorie zien: onze innovatiemaatschappij werkt niet meer. Nederland heeft daarom een nieuwe vorm van slimheid nodig; een nieuwe vorm van innovatie. De culturele, creatieve sector kan bij uitstek bijdragen aan het ontwikkelen van nieuwe manieren om economische en maatschappelijke waarde te creëren en te verdelen. Wat is 'slim zijn' anno 2013? En hoe kunnen de creatieve industrie en culturele sector hier mede vorm aan geven?

[\(meer...\)](#)

‘deeltjesversneller’ voor creatieve ondernemingen

Creative Cities Amsterdam Area

By Redactie | Creatieve industrie

De Noordvleugel van de Randstad is de thuisbasis van talenten als dj Tiësto, die over de hele wereld volle zalen trekt en live optrad tijdens de openingsceremonie van de Olympische Spelen in Athene, van fotograaf Erwin Olaf die beroemd werd met een foto van een Lady Di look-a-like met een bloederige Mercedesster in haar bovenarm, van architect Ben van Berkel die ontwerpt van Rotterdam (Erasmusbrug) tot New York (Ground Zero) en van cameraman Jan de Bont, bekend van onder meer de film Speed. Ook het internationaal bekende spijkerbroekmerk G-star en de game-portals van Spillgroup kunnen gelden als creatieve visitekaartjes van de Noordvleugel. Om de creatieve industrie in het gebied verder te versterken is in 2007 Creative Cities Amsterdam Area (CCAA) opgericht. ([meer...](#))

Blessuregevoelige topsector

By Redactie | Creatieve industrie

De creatieve industrie is in het bedrijvenbeleid van minister Verhagen van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie (EL&I) een van de tien topsectoren van de Nederlandse economie. Eerder mocht de creatieve sector zich al sleutelgebied noemen. Maar als neveneffect van de opheffing van het Innovatieplatform zijn de sleutelgebieden alweer verleden tijd. Met de topsectoren is minister Verhagen met een onbeschreven lei gestart. Op 17 juni brachten speciaal gevormde topteams, van ondernemers, wetenschappers en topambtenaren voor elke topsector advies uit over hoe de minister zijn beleid inhoudelijk zou moeten vormgeven.

[\(meer...\)](#)

”High touch is onze missie”

De Ambassade voor Creatieve Zaken

By Redactie | Creatieve industrie

De Ambassade voor Creatieve Zaken is een platform van betrokken professionals. Creativiteit staat er hoog in het vaandel en de blik is gericht op het verbinden van de samenleving met innovatie en technologie. High touch is onze missie. Belangrijke vragen die binnen De Ambassade worden gesteld zijn: Hoe blijven mensen betrokken in onze complexe maatschappij en technologisch gestuurde omgeving? Op welke ontwikkelingen kunnen we daadwerkelijk inspelen? Hoe mobiliseer je daarvoor de partijen? De Ambassade wil projectmatig oplossingsrichtingen vinden voor complexe vraagstukken van vandaag.

[\(meer...\)](#)

De Hub: Connecting creatives

By Redactie | Creatieve industrie

Eind februari ging de Hub, knooppunt voor de creatieve industrie in de regio Eindhoven, van start. De Hub, een initiatief van Stichting Alice, maakt deel uit van het Europese project developing Economic Clusters of Cultural Enterprises (ECCE) waarin onder andere wordt samengewerkt met CMKBU in Utrecht en vergelijkbare initiatieven in Frankrijk, Duitsland en Groot Brittanië. ([meer...](#))

Creatieve industrie: een boegbeeld voor de Nederlandse economie?

By Redactie | Creatieve industrie

De Nederlandse creatieve industrie staat er goed voor, als we tenminste de verschillende overheidsrapporten mogen geloven die daarover de laatste tijd zijn verschenen. Er is voldoende aanbod van menselijk kapitaal (afgestudeerden van conservatoria, kunstacademies en andere opleidingen), het onderwijsaanbod op het gebied van creatieve vorming is groot en de kwaliteit van de Nederlandse opleidingen is goed. ([meer...](#))

Network-power

HUB's as social innovation enablers

By Redactie | Creatieve industrie

What is crucial for the success of any social activity is the total resource of the community network within which it interacts. Every business agent would confirm that without the support of a community social network, sustainable efficiency is going to come and go at the whim of chance. Chambers of Commerce, Business Improvement Districts, Rotarians, Lions, etcetera are all long established interactive network efforts among business people to connect and create new avenues for profitable emergence. Today, on the verge of change, where everything becomes connected, people start searching for integrity, joint evolution processes and inspiration. Thus they discover the meaningful drive for belonging to the “unique ecosystem of resources to grow impact” - the HUB's.

[\(meer...\)](#)

China expert meets Dutch experts

By Redactie | Creatieve industrie

China is het Mekka van de creatieve industrie. Althans, dat was het idee waarmee Giep Hagoort, lector aan de HKU, onlangs terugkeerde van zijn reis door dat land. Geïnspireerd door zijn ervaringen in China zette Giep Hagoort een expertmeeting op en nodigde voormalig HKU master studente Liu Yan uit naar Nederland te komen. ([meer...](#))

Games, commercie en musea

By Redactie | Creatieve industrie

Op het eerste gezicht lijkt gaming vooral een vorm van laagdrempelig vermaak. Bij nadere beschouwing blijken de creatieve inspanningen van jongeren binnen games van commerciele waarde. Verder zijn er tal van educatieve en museale toepassingen die games een ander aanzien geven. ([meer...](#))

Een kijkje bij de burens

By Redactie | Creatieve industrie

In het kader van de studie Kunst en Economie aan de HKU reisde een groep van twintig studenten eind januari af naar Engeland. De auteur ging mee om meer te weten te komen over het toekomstige werkveld, de ander omdat hij of zij niet goed wist wat de nieuwe industrie precies inhield. Als student aan de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht wordt je opgeleid tot kunstmanager, maar zón ervaring om aan den lijve te ondervinden hoe het er elders aan toe gaat, is een buitenkans. ([meer...](#))

Over kunst, economie en stad

By Redactie | Creatieve industrie

Leeswijzer naar aanleiding van: Koos van Zanen (2006), Productiemilieus van de creatieve sector in Amsterdam, Amsterdam, DRO Simon Kuper (2006), Retourtjes Nederland, Atlas
[\(meer...\)](#)

Europese regionale samenwerking binnen de creatieve economie: Denken in dwarsverbanden

By Redactie | Creatieve industrie

In de reeks Cultuur en Economie organiseerde SICA op 25 april jl. in het Amsterdamse Pakhuis de Zwijger de bijeenkomst Creative Cities, de kansen van Europese regionale samenwerking voor de creatieve economie. En zoals zo vaak viel de naam van Richard Florida regelmatig. Toch wel een beetje verwonderlijk, want niet alleen is zijn wereldwijde kassucces *The rise of the creative class* alweer zes jaar geleden verschenen, maar ondertussen mogen ook een aantal andere titels tot de creatieve klassiekers gerekend worden. Om er een paar te noemen: *The Creative City* van Charles Landry (2000), *The Cultural Economy of Cities* van Allen Scott (2000), en *The Creative Economy* van John Howkins (2001). ([meer...](#))

Creatieve stad of creatievenstad?

By Redactie | Creatieve industrie

Op 27 april jl. vond in het Dutch Design Center in Utrecht de eerste editie van Kunstgras plaats. Het creatieve festival en voedingsbodem voor dito kruisbestuivingen kende een druk bezochte en vruchtbare vuurdoop. Utrechts burgemeester Annie Brouwer-Korff opende Kunstgras zelf, want ja: Utrecht moet als creatieve stad op de kaart gezet worden. En dat roept gelijk de vraag op wat een creatieve stad nou eigenlijk is. En wat de rol is van de creatieve industrie. Hip, hype of hoognodig? ([meer...](#))

Beleid voor de creatieve industrie: Amsterdamse ervaringen

By Redactie | Creatieve industrie

In de afgelopen drie jaar heeft het Amsterdams beleid voor de creatieve industrie zich geleidelijk ontwikkeld. In het Kunstenplan 2005-2008 Amsterdam Creatieve Stad is gekozen voor een programmatische aanpak, waarbij het stimuleren van de groei centraal staat. Om dit te bereiken zijn vijf actielijnen geformuleerd. ([meer...](#))

Creatief MKB'ers ondernemen niet

By Redactie | Creatieve industrie

Ondernemen vraagt om vernieuwing, maar creatief MKB'ers zijn daar niet goed in. Voor vernieuwing moet je weten waar je staat en wat je opties zijn. Dat vraagt om bezinning, onderzoek en experiment. Creatief ondernemers laten op grote schaal na om onderzoek te doen naar bijvoorbeeld nieuwe werkwijzen, nieuwe financieringsmogelijkheden of het matchen met andere branches. Wie goed naar de resultaten kijkt van het onlangs gepubliceerde onderzoek en de strategische opties voor het creatief MKB (C-MKB), ziet een kluwen van netwerken, maar van innovatief ondernemerschap in de creatieve sector is vrijwel geen spoor te vinden. Wat is er aan de hand? Buzzing zonder business? ([meer...](#))

Ontwerp één startersregeling voor alle creatieven

By Redactie | Creatieve industrie

Om ondernemerschap en innovatie in Nederland verder te bevorderen bepleiten Cor Wijn, Willem van der Schoot en Jo Houben de Wet Werk en Inkomen Kunstenaars (WWIK) uit te breiden naar alle startende creatieven. Afschaffen van deze sociale regeling, zoals het kabinet-Rutte van plan is, druist in tegen de kabinetsvisie.

[\(meer...\)](#)

NDSM-werf op zoek naar nieuwe vormen van eigenaarschap en besluitvorming

By Elien van Riet | Creatieve industrie



Onlangs verscheen de publicatie [Coöperatieve Gebiedsontwikkeling](#) die de resultaten toont van een programmareeks in Pakhuis de Zwijger in samenwerking met Stichting NDSM-werf, lectoraat Gebiedsontwikkeling en transitie management en Stadkwadraat. Voor MMnieuws ga ik verder in op de vraag of onze huidige kennis en vaardigheden toereikend zijn en welke rol cultuur en industrieel erfgoed spelen in de huidige ontwikkeling van de NDSM-werf in Amsterdam-Noord. Hoe zit het bijvoorbeeld met de culturele bestemming van industriële monumenten als de Scheepsbouwloods en Lasloods? ([meer...](#))

Join in!

een artistieke interventie als motor voor verandering

By Saskia van de Wiel | Creatieve industrie



In 2014 vraagt Museum van Bommel van Dam een groep van vijf kunstenaars en designers zich te buigen over de vraag: 'hoe ziet het museum van de toekomst eruit?' In antwoord hierop ontwikkelen zij voorstellen die onder de titel Join in! ten uitvoer worden gebracht. Het museum verandert tijdelijk in een proeftuin voor een radicaal andere werkwijze. De inzet van de artistieke interventie: een sterkere band tussen het museum en zijn publiek. ([meer...](#))

‘Doe maar gewoon’ is niet meer goed genoeg

Wat de culturele sector kan leren van de tech scene

By Roy Cremers | Creatieve industrie

Samen bij Airbnb

Geen enkele wereldwijde beweging is ontstaan vanuit een persoon. Je hebt een heel team nodig om iets groots op te zetten. Samen werken we heel hard, lachen we veel, brainstormen we non-stop, gebruiken we wekelijks honderden post-its, en geven we de beste high-fives in de stad.



Culturele organisaties blijven zich ondanks eerdere beloften nog steeds voornamelijk richten op overheden. Willen we als sector relevant blijven, dan wordt het hoogste tijd om ons op écht op het publiek te richten. De internationale *tech scene* biedt een goed voorbeeld van hoe het anders kan. ([meer...](#))

Toeschouwer, recensent en communitybouwer in één

Tien lessen over optimale publieksparticipatie uit Brussel

By Cor Wijn | Creatieve industrie

CONNECTEER MET ANCIENNE BELGIQUE

Ontvang AB suggesties op maat

Vul gauw de lijst van je favoriete artiesten aan. Zo word je als eerste verwittigd wanneer een bezoek aan AB gepland staat. Op basis van je favoriete artiesten zal AB je ook af en toe nieuwe artiesten aanraden.

Bestel in enkele kliks

AB onthoudt wie je bent: het is niet nodig telkens opnieuw al je gegevens in te vullen.

Nodig je vrienden uit

Voornaam:

Familienaam:

E-mail:

Wachtwoord

☐ Ik ga akkoord met [de algemene voorwaarden](#) en [het privacybeleid](#) van AB.

Heb je al een AB profiel?

MELD JE AAN

Heb je een Facebook profiel?

Dan kan je met 1 klik inloggen via Facebook Connect.

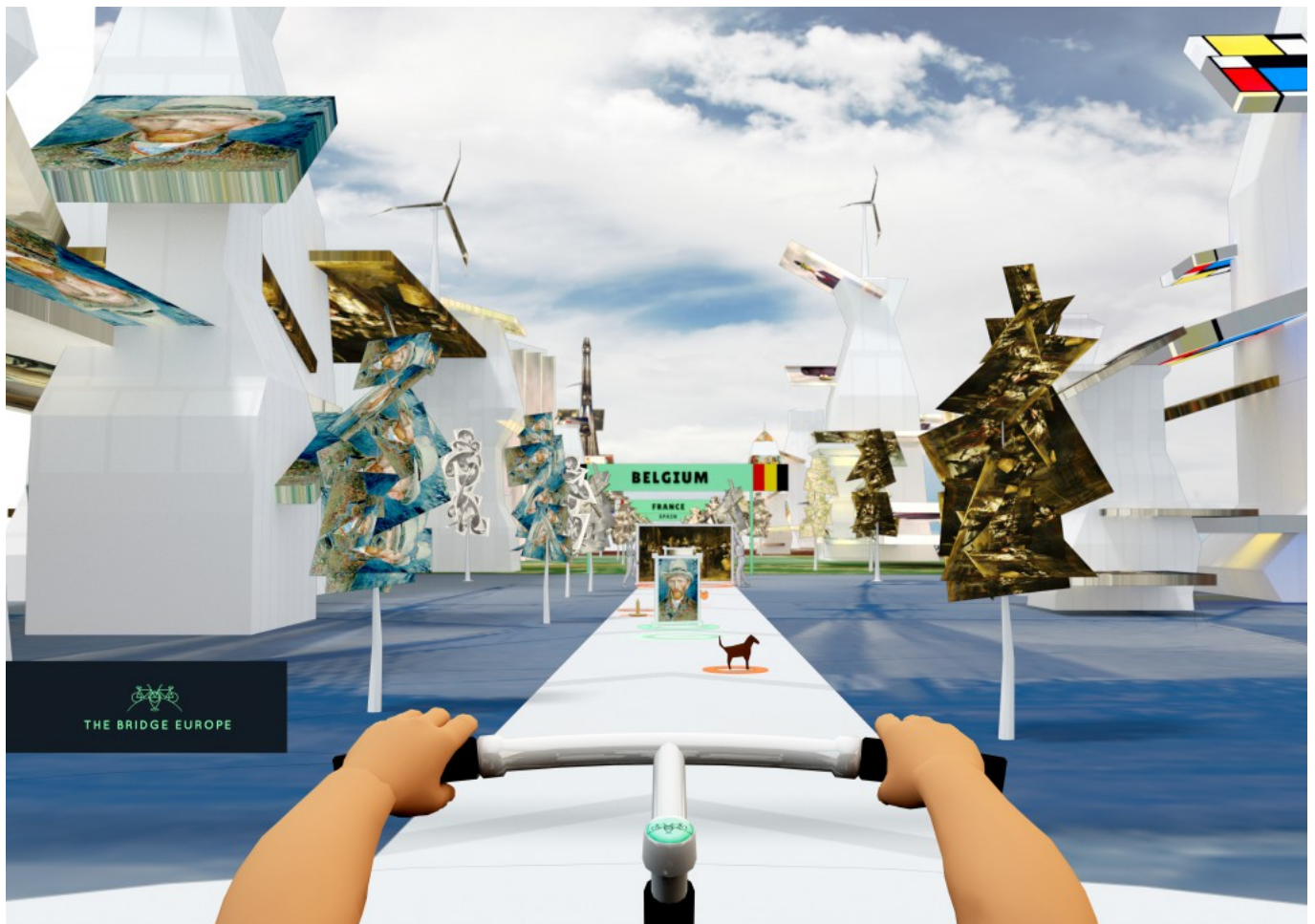
LOG IN VIA FACEBOOK

De scheidslijnen tussen publiek, artiest en kunstcritici zijn vervaagd. Daar speelt poppodium Ancienne Belgique in Brussel handig op in. Met een bijzonder innovatieve publieksparticipatiestrategie weet het podium zijn bezoekers aan zich te binden, ook buiten de optredens. ([meer...](#))

Geschiedenis in 3-D

erfgoedbeleving en virtual reality

By Lizzy Komen | Creatieve industrie

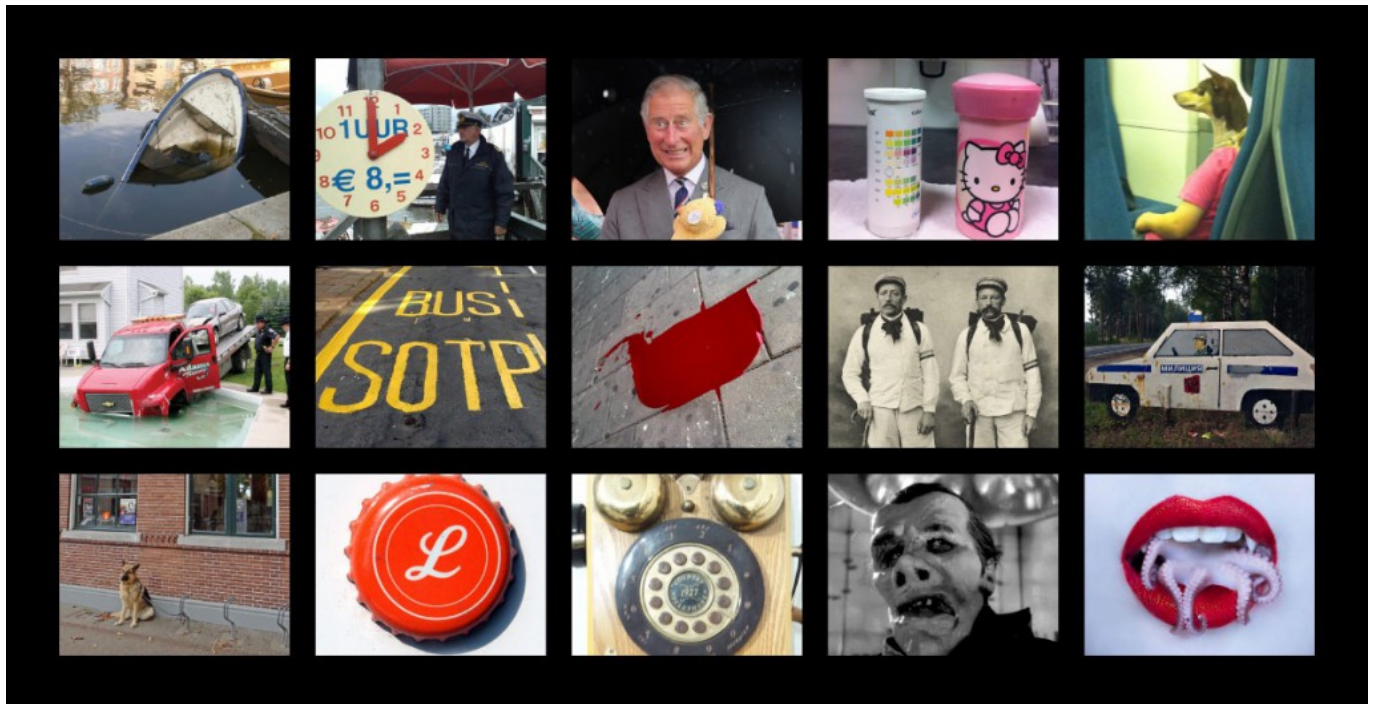


Hoe kan cultureel erfgoed worden ingezet in een beleving in de virtuele wereld? Het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid presenteerde tijdens het congres Cultuur in Beeld in Den Haag (december 2015) enkele projecten waarbij gebruik is gemaakt van archiefbeeld, geluid en fotomateriaal in een virtual reality. ([meer...](#))

Upload Museum

Dagan Cohen over publieksparticipatie, nieuwe media en het museum van de toekomst

By Dagan Cohen | Creatieve industrie



Dagan Cohen geldt als één van de grensverleggers als het gaat om nieuwe museale concepten in een online omgeving. 'Upload Cinema' toonde zijn visie op het veranderende medialandschap. Productie, distributie en de manier van filmkijken maken een diepgaande verandering door. Het hele interactieve proces van maken, mixen, kiezen en uploaden transformeert de filmindustrie. Publieksparticipatie wordt daarbij steeds meer een sociale activiteit die draait om samenwerking.

[\(meer...\)](#)

Van spoorloods naar sociale hub

In gesprek met Baud Schoenmaeckers van Het Seinwezen

By Baud Schoenmaeckers | Creatieve industrie



Langs het spoor, hartje Haarlem ligt Het Seinwezen: cultureel centrum, flexwerkplek, hub voor sociale ondernemers en een huis en expositieruimte voor de buurt. Het concept is ontsproten aan het brein van Baud Schoenmaeckers, naast eigenaar van Het Seinwezen ook directeur van het bureau Synergos Communicatie. *MMNieuws* sprak met Schoenmaeckers over de kansen en problemen van zijn historisch pand, en de ambitieuze toekomstplannen voor zijn geesteskind.
[\(meer...\)](#)

Geeks, drankjes en kennisdeling

WYSIWYG33< helpt makers elkaar te vinden

By Jantien Borsboom en Anneroos Goosen | Creatieve industrie



WYSIWYG337< is een geekborrel. Een informele borrel waar geeks, 'noobs' en entrepreneurs hun kennis delen. WYSIWYG staat simpelweg voor What You See Is What You Get. Deze term wordt gebruikt voor de modus waarin programmeurs direct zien wat ze in computercode schrijven. Tijdens een geekborrel presenteren makers een prototype aan technologische amateurexperts en innovatieve ondernemers. Waar ze elkaar voorheen vooral op internetfora hielpen, doen ze dat nu ter plekke. Met hun specialistische kennis werken zij samen aan het verfijnen van prototypes. WYSIWYG337< maakt al een jaar vast onderdeel uit van het programma van de Kennismakerij, de proeftuinbibliotheek van Bibliotheek Midden-Brabant. [\(meer...\)](#)

De tijd is rijp!

Theaters als de nieuwe werkplekken

By Jacques Giesbertz en Ruud van der Woerd | Creatieve industrie

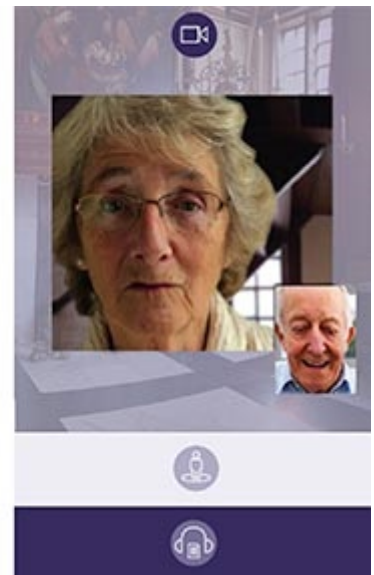


Mens en theater zijn bijna van nature met elkaar verbonden. Echter, sinds theaters ondersteund worden door de overheid, onderdeel van de periodieke kunstsubsidiecarousels, zijn ze teveel verworden tot kunsttempels terwijl de verbindingen met de stad, de burger, de man van de straat meer aandacht vragen. ([meer...](#))

‘CoVisit’

Sharing the museum experience at Ons' Lieve Heer op Solder

By Andrew Bullen | Creatieve industrie



Visitors rarely come to a museum alone. Most people arrive in couples or groups of family or friends. A shared museum visit is a more pleasurable experience, often a heightened experience. Objects are admired and appraised together. In discussion, simple information becomes personalized knowledge. We take such shared moments for granted. ([meer...](#))

Breda: Capital of Dance

De zoektocht naar het dna van een stad

By Peter van der Aalst en Laura van de Voort | Creatieve industrie



Wellicht het meest in het oog springende aspect van Breda, is dat top dj's Tiësto en Hardwell er geboren en getogen zijn. En dat in hun kielzog dj's als R3hab, Dannic en vele anderen het internationale dancetoneel bestormen. Is Breda niet stiekem de 'Capital of Dance'? Of heeft Breda het in zich om die titel op termijn te veroveren? ([meer...](#))

Voorbij de lijstjes

Stadmaken in Rotterdam

By Martijn Mulder | Creatieve industrie



De laatste jaren is er aan aandacht geen gebrek in Rotterdam. In de (internationale) media doet de stad het goed en mede daardoor groeit het aantal bezoekers gestaag. Al die positieve rankings waarin de stad nu opduikt, zeggen echter niet zoveel over de stad zelf - zeker niet op de lange termijn. Belangrijker is de vraag of de wederopgebouwde binnenstad aantrekkelijk en toekomstbestendig is, voor bezoekers maar bovenal ook voor de inwoners van de stad. ([meer...](#))

Manhattan aan de Pijnackerse vaart

Pleidooi voor een reële blik op culturele ontwikkeling

By Jeanet Kullberg | Creatieve industrie



Zeer onlangs toog ik met mijn 87-jarige vader door het Rotterdamse Tuindorp-Vreewijk met een cameraman en een reportagemaker met harige microfoon. Het tuindorp waar mijn vader zijn jeugd doorbracht bestaat honderd jaar en dat wordt aangegrepen om de wijk op de kaart te zetten. Het buurtmuseum maakt verschillende films over de geschiedenis van de wijk en één daarvan betreft BN-ers uit Vreewijk. ([meer...](#))