
Nederland
Top-10 steden
Gevolgen van COVID-19

Monitor creatieve industrie 2021



media
perspectives

Nederland
Top-10 steden
Gevolgen van COVID-19

Monitor creatieve industrie 2021



Colofon

Titel

Monitor creatieve industrie 2021
Nederland, top-10 steden, gevolgen van COVID-19

ISBN

ISBN 978-90-9035610-5

© Stichting Media Perspectives, december 2021



Vereenvoudiging en/of openbaarmaking van of uit deze publicatie is niet toegestaan, behalve indien hiervoor schriftelijk toestemming is gekregen van Stichting Media Perspectives. Citeren uit de Monitor creatieve industrie 2021 is alleen toegestaan met bronvermelding.

Auteurs

dr. Paul Rutten, Paul Rutten Onderzoek, Creating 010
(Hogeschool Rotterdam)
dr. Walter Manshanden, Neo Observatory
ir. Frank Visser, Media Perspectives

Ontwerp

Designdays

Drukwerk

Van der Eems

Oplage: 200 exemplaren

Ontwikkeling

De Monitor creatieve industrie 2021 is een initiatief van Media Perspectives en bouwt voort op de Cross Media Monitor edities 2006-2012 en het vervolg, de Monitor creatieve industrie 2014-2019. Het format voor de Cross Media Monitor werd in 2006 ontwikkeld door Paul Rutten binnen de Hogeschool INHOLLAND i.s.m. iMMovator en TNO. Het format is vervolgens gaandeweg aangepast in overleg tussen uitgever, auteurs en belanghebbenden.

Distributie

U kunt de digitale versie van deze publicatie downloaden op www.mediaperspectives.nl. Exemplaren zijn te bestellen via info@mediaperspectives.nl. Neem voor meer informatie over de Monitor creatieve industrie en de mogelijkheden voor maatwerkproducten op basis van de Monitor creatieve industrie contact op met Media Perspectives via communicatie@mediaperspectives.nl

Financiering

De totstandkoming van deze Monitor creatieve industrie 2021 is mede mogelijk gemaakt door bijdragen van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat en gemeente Hilversum.

Figuren

Figuren 3.5, 3.6, 3.8 en 3.9 zijn door de vormgever gemaakt. De overige figuren in deze uitgave zijn op basis van brondata door de redactie gemaakt met Localfocus.

Inhoud

Samenvatting	4
1. Inleiding	12
1.1 Monitor creatieve industrie 2021	13
1.2 Leeswijzer	15
2. Creatieve industrie en ICT in Nederland	18
2.1 Banen	21
2.2 Bedrijven	40
2.3 Productiewaarde	49
2.4 Toegevoegde waarde	56
2.5 Integrale analyse: banen, bedrijven en waarde	63
2.6 Conclusies	71
3. Creatieve industrie en ICT in de stedelijke context	76
3.1 Creatieve industrie en ICT in de top 10 steden	79
3.2 Creatieve industrie in de top 10 steden	83
3.3 ICT in de top 10 steden	97
3.4 Conclusies	105
4. COVID-19 en de Creatieve Industrie	108
4.1 Effecten van COVID-19 onderzocht	112
4.2 Werknemers in de creatieve industrie	123
4.3 Toegevoegde waarde en afzetmarkten	133
4.4 Ecosysteem van de creatieve industrie	144
4.5 Conclusies	154
Bijlagen	158
1 De top 10 steden	159
2A Definitie creatieve industrie	180
2B Definitie ICT	182
3 Definitie creatieve beroepen	184

Samenvatting

Deze editie van de monitor laat allereerst de ontwikkeling zien van het aantal banen en bedrijven in de Nederlandse creatieve industrie en ICT-sector aan de hand van de LISA-dataset waarin data tot en met april 2020 beschikbaar waren. Ook de analyse van het belang van de top 10 steden in creatieve industrie en ICT is op die data gebaseerd. Toen had Nederland net kennisgemaakt met het COVID-19 virus en ondergingen we de eerste lockdown. Daarmee waren de effecten van deze crisis nog niet in de data verdisconteerd en konden de effecten op de ontwikkeling van banen en bedrijven en op de situatie in de top 10 steden nog niet worden vastgesteld. Daarop is gezocht naar manieren om in deze publicatie toch de consequenties van COVID-19 voor de creatieve industrie en de sector ICT te evalueren. Daartoe is een aantal specifieke analyses op additioneel verworven datasets uitgevoerd en is een beperkt aantal studies geconsulteerd.

Deze samenvatting gaat allereerst in op de ontwikkeling van banen en bedrijven van 2010 tot april 2020. Daarna wordt de rol en betekenis van de belangrijkste steden voor creatieve industrie en ICT in diezelfde periode besproken. Afgesloten wordt met de schets van de effecten en gevolgen van COVID-19 voor de creatieve industrie.

Creatieve industrie onverminderd banenmotor

Het aantal banen in de Nederlandse creatieve industrie ontwikkelt zich voorspoedig in de voorbije decennia. Dat geldt onverminderd voor de periode 2010 tot april 2020. De eerste helft daarvan staat in het teken van het herstel van de economische crisis van 2008. In die jaren overtreft de banengroei van de creatieve industrie de gemiddelde groei in de Nederlandse economie. In de loop van het decennium laat de Nederlandse economie de crisis definitief achter zich en versnelt de banengroei. In die fase behoudt de creatieve industrie de groeivoorsprong op het landelijk gemiddelde. De creatieve industrie stuwt de banengroei in Nederland onverminderd. Het aantal banen in de creatieve industrie is in de periode 2010 tot april 2020 jaarlijks met 2,4 procent gegroeid. De gemiddelde banengroei in Nederland is in die periode 0,8 procent. Vanaf 2010 tot april 2020 komen er in de creatieve industrie ruim 78 duizend banen

bij, resulterend in een totaal van 368 duizend. De hardst groeiende deelsectoren binnen de creatieve industrie zijn kunsten en erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening. Media- en entertainmentindustrie groeit minder hard, maar overtreft het landelijk gemiddelde wel. De snelst groeiende bedrijfstak is design met een groeipercentage per jaar van meer dan twaalf procent. De creatieve industrie is in maart 2020 goed voor 4,1 procent van de banen in Nederland.

Schaalverkleining in creatieve industrie gaat door, maar tempo vlakt af

Het aantal bedrijven in de creatieve industrie kent een hoger groeitempo dan het aantal banen en bereikt in 2020 de 206 duizend. Het aandeel van creatieve bedrijven op het Nederlandse totaal is 16,1 procent. Met een gemiddelde bedrijfsomvang van 1,8 baan is de creatieve industrie extreem kleinschalig, vergeleken met de gemiddelde bedrijfsomvang in Nederland van vijf banen. Het tempo waarin de schaalverkleining in creatieve industrie plaatsvindt vlakt echter vanaf 2015 af, terwijl die in de economie als geheel juist versnelt. De gemiddelde bedrijfsomvang in creatieve industrie en de Nederlandse economie bewegen naar elkaar toe. Echter het verschil is anno 2020 nog aanzienlijk.

Toegevoegde waardeontwikkeling geen tred met banengroei in creatieve industrie

Anders dan in de gehele economie blijft de ontwikkeling van de toegevoegde waarde in de creatieve industrie in de periode 2010-2020 achter bij de banengroei. Dat is het gevolg van de structureel lagere arbeidsproductiviteit in de creatieve industrie. De arbeidsintensiteit van creatieve productie is dermate dat de inzet van technologie maar beperkt mogelijk is en dan ook nog in een beperkt aantal disciplines. Daar staat een groot vermogen om aan talent werk te verschaffen tegenover.

ICT-banen groeien minder snel dan banen in de creatieve industrie

In het eerste deel van het decennium vanaf 2010 groeit ook het aantal banen in de ICT-sector bovengemiddeld, maar minder snel dan in de creatieve industrie. Echter wanneer in het tweede deel van het decennium de banengroei in de

gehele economie versnelt, gaan de ICT-banen niet in hetzelfde tempo mee. De groei in ICT-banen en de groei in banen in de gehele economie gaan nagenoeg gelijk op. De banengroei in ICT van 2010 tot april 2020 is jaarlijks gemiddeld 1,7 procent. Van 2010 tot april 2020 komen er in ICT 52 duizend banen bij, resulterend in 336 duizend in 2020. Het aandeel ICT-banen in de Nederlandse economie is per april 2020 3,7 procent. Binnen de ICT-sector is ICT-diensten veruit dominant, met facilitaire ICT-diensten en software die voor de sterkste groei zorgen.

Schaal van ICT groter dan creatieve industrie maar kleiner dan Nederland gemiddeld

Net als in de creatieve industrie groeit het aantal bedrijven in ICT fors, tussen 2010 en 2020 met 28 duizend, naar bijna 82 duizend. Het ICT-aandeel op het totaal van Nederlandse bedrijven is 4,6 procent. Met gemiddeld 4,1 banen is de ICT-sector iets kleinschaliger dan het gemiddelde van alle bedrijven in Nederland, maar lang niet zo kleinschalig als de creatieve industrie. Door de versnelling van de schaalverkleining in de Nederlandse economie bewegen de gemiddelde bedrijfsomvang van de ICT-sector en het Nederlands gemiddelde naar elkaar toe.

Toegevoegde waarde van ICT stijgt sneller dan aantal banen; productiviteit groeit

In 2010 tot april 2020 overtreft de groei in toegevoegde waarde in de ICT-sector de toename van banen ICT-sector ruimschoots. De arbeidsproductiviteit in de ICT-sector verbetert in die periode aanzienlijk. Daarmee onderscheidt ICT zich sterk van de creatieve industrie. ICT is een sector bij uitstek waar de inzet van technologie leidt tot schaalvoordelen en dus hogere productiviteit. De toename aan bedrijven in ICT in dezelfde periode is 28 duizend naar een totaal van 81,9 duizend. Het ICT-aandeel op het totaal van Nederlandse bedrijven is 4,6 procent.

Nederlandse economie wordt creatiever; aandeel creatieve professionals groeit

Het aantal creatieve professionals in de Nederlandse economie neemt toe. Daarbij gaat het om alle werknemers en zelfstandigen die een creatief beroep uitoefenen, zowel in een creatieve industrie bedrijf of in een organisatie daarbuiten. Afhankelijk van de gehanteerde definitie gaat het om 450 duizend of 708 duizend creatieve professionals, respectievelijk vijf of 7,9 procent van de beroepsbevolking. In 2018 waren die percentages 4,8 en 7,4. Van hen is een belangrijk aantal ingebed buiten de creatieve industrie, bijvoorbeeld in industrie, onderwijs of detailhandel. Het belang van creatieve professionals, met kennis en vaardigheden afkomstig uit de creatieve industrie neemt de laatste jaren toe. De economie wordt steeds creatiever.

Amsterdam meest omvangrijke cluster maar noteert procentueel niet langer de sterkste groei

Amsterdam is nog steeds het meest omvangrijke creatieve cluster met ruim 114 duizend banen in creatieve industrie en ICT samen in 2020. Daarna volgt Utrecht met ruim 35 duizend banen. Echter vanaf 2017 noteert de hoofdstad niet langer de hoogste procentuele banengroei in deze sectoren. De jaarlijkse banengroei in creatieve industrie banen vanaf 2017 van 3,4 procent in Amsterdam wordt overtroffen door Rotterdam (vijf procent), Utrecht (4,2 procent) en Den Haag (3,6 procent). De jaarlijkse groei in banen in ICT van 4,3 procent in Amsterdam is groter in Rotterdam (8,1 procent) en Utrecht (6,2 procent). Oorzaak lijkt aan de ene kant het verminderde vestigingsklimaat van de hoofdstad, onder meer door prijsstijgingen van koop en huur van onroerend goed en anderzijds het verbeterde vestigingsklimaat in de andere steden, Rotterdam in het bijzonder. In absolute zin groeit de creatieve industrie, nog wel steeds het sterkst in Amsterdam, met zesduizend banen in de periode 2017 tot april 2020. Rotterdam noteerde met 2,5 duizend banen in diezelfde periode het op een na hoogste aantal. Ook de banentoeename in ICT is Amsterdam het grootst met 4,7 duizend banen van 2017 tot april 2020. In Utrecht kwamen er in diezelfde periode 3,3 duizend banen bij, gevolgd door Rotterdam met 2,8 duizend.

Creatieve industrie en ICT vooral in grote steden; veel kleine bedrijven en ZZP'ers

De eerste zes steden in de top 10 van steden met de meeste banen in creatieve industrie en ICT zijn de steden met de meeste inwoners. Zij tellen veel ZZP'ers en banen bij kleine bedrijven in creatieve industrie en ICT. De andere steden in de top 10 zijn meestal gespecialiseerd in een of beide sectoren en herbergen vaak meer grootschalige bedrijvigheid.

Twée bij uitstek gespecialiseerde steden in creatieve industrie: Hilversum en Amsterdam

De Nederlandse creatieve industrie kent in 2020 met Hilversum – 20,6 procent van de banen in de creatieve industrie – en Amsterdam – 10,6 procent creatieve banen – twee sterke stedelijke specialisaties. De kracht van Hilversum, met tienduizend banen, ligt in haar relatief grootschalige media- en entertainmentsector. Amsterdam koppelt in haar 74,6 duizend banen, omvang aan specialisatie en een diverse sector met sterke presentie van kunsten en erfgoed, media- en entertainmentindustrie en creatief zakelijke dienstverlening. Rotterdam is na Amsterdam de stad met de meeste banen in de creatieve industrie: 18,2 duizend.

ICT sterk gespreid over grote steden; geen echte specialisaties

De ICT-sector is, in tegenstelling tot de creatieve industrie relatief sterk gespreid over de grote steden in Nederland. Het verschil in het aandeel van ICT-banen in de lokale economie in de meest gespecialiseerde stad Amersfoort (7,4 procent) en de zevende in rang Amsterdam (5,7 procent), is klein. In alle steden domineert ICT-diensten over ICT-hardware. Eindhoven kent het grootste aandeel in hardware van 1,4 procent van de lokale banen. De meeste banen in ICT telt Amsterdam met 39,6 duizend banen, gevolgd door Utrecht met 19,8 duizend.

Creatieve industrie zwaar getroffen door COVID-19

De creatieve industrie is een van de zwaarst door COVID-19 getroffen sectoren. Bedrijfstakingen wier aanbod op locatie aan een publiek wordt gepresenteerd en die grotendeels afhankelijk zijn van publieksinkomsten leden in 2020 de meeste schade. Maar ook in andere domeinen van de creatieve industrie was de schade bovengemiddeld. Onderzoek laat zien dat organisaties die niet of niet structureel worden gesubsidieerd de grootste verliezen moesten inboeken.

Toegevoegde waarde daalt met 4,7 miljard; kunsten en erfgoed leveren 60,8 procent in

De creatieve industrie en haar deelsectoren hebben zwaarder geleden onder corona dan de rest van de economie. De sector levert in 2020 een kwart van de toegevoegde waarde in (4,7 miljard), terwijl de gemiddelde schade voor de Nederlandse economie 3,8 procent bedraagt. De subsector kunst en erfgoed verliest ruim zestig procent aan toegevoegde waarde, wat neerkomt op € 3,4 miljard. Ook de daling van de waarde in de media- en entertainment-industrie en creatieve zakelijke dienstverlening, respectievelijk 12,4 (€ 0,9 miljard) en 6,3 procent (€ 0,4 miljard), is groter dan het Nederlandse gemiddelde.

Creatieve industrie moet in coronajaar 2020 ruim 18.5 duizend werknemers laten gaan

Het aantal werknemers in de creatieve industrie, ZZP'ers buiten beschouwing gelaten, is in 2020 met ruim 18.5 duizend (7,5 procent) teruggelopen. De krimp in kunsten en erfgoed was met 14,1 procent (6,5 duizend werknemers) het grootst, gevolgd door de media- en entertainmentindustrie met 6,5 procent (3,2 duizend) en creatieve zakelijke dienstverlening met 5,5 procent (2,9 duizend). Voor de gehele Nederlandse economie is de terugloop van het aantal werknemers 1,8 procent. De ondersteuning van overheidswege heeft niet voorkomen dat veel personeel afvloeiende en ZZP'ers hun opdrachten en inkomsten kwijtraakten, zo laat onderzoek zien.

Afzet van diensten en goederen van creatieve industrie dramatisch gekrompen

Verskillende categorieën bedrijven uit de creatieve industrie hebben hun omzetten op uiteenlopende markten drastisch zien slinken. De omzetschade is het grootst voor bedrijven in creatieve diensten, kunst en amusement. Op de consumentenmarkt (B2C) leverden ze tachtig procent aan omzet in (€ 617 miljoen). Op de zakelijke markt voor de creatieve industrie – waar creatieve bedrijven leveren aan andere creatieve bedrijven (B2C) – was de daling 68 procent (€ 942 miljoen) en op de markt van derde bedrijven (B2B) 59 procent (€ 630 miljoen). Productie van films, TV, radio en muziek is de op een na zwaarst getroffen categorie. Bedrijven daarin verloren zowel veel omzet op de consumentenmarkt (43 procent en € 184 miljoen) als op die van de creatieve industrie (twintig procent en € 341 miljoen). Bedrijven uit reclamewezen en onderzoek noteerden in 2020 omzetverlies op de markt voor derde bedrijven (tien procent en € 610 miljoen) en de creatieve industriemarkt (elf procent en € 267 miljoen). Bibliotheken, archieven, musea e.d. zagen hun omzet vooral dalen op de consumentenmarkt (26 procent en € 114 miljoen). Bedrijven in de categorie design, fotografie, vertaalbureaus verloren € 207 miljoen (zes procent) op de markt voor derde bedrijven. Het meest omvangrijke verlies op de markt voor derde bedrijven kwam op het conto van IT-dienstverlening: € 1,5 miljard en ruim twaalf procent.

Negatieve keteneffecten tasten het ecosysteem van de creatieve industrie aan

De omzetzaling bij creatieve bedrijven werkt door in productieketens van goederen en diensten waardoor toeleverende bedrijven getroffen worden. Er is sprake van een achterwaarts domino-effect. Specifiek op de markt, waar creatieve bedrijven aan andere creatieve bedrijven leveren, wordt duidelijk hoe afzetverlies van bepaalde bedrijven een negatief effect heeft op andere bedrijven. De drie categorieën bedrijven die het sterkst genetwerkt zijn in de creatieve industrie en die de grootste teruggang in afzet op de markt van creatieve industrie bedrijven moesten accepteren zijn: creatieve diensten, kunst en amusement, productie van films, TV, radio en muziek (audiovisuele productie) en reclamewezen en onderzoek. De analyse van hun onderlinge patroon van toelevering en afname en hun connecties met andere categorieën bedrijven laat zien hoe zij een groot deel van de teruggang van hun afzet doorgeven aan

elkaar en andere bedrijven in de creatieve industrie, maar zelf ook de negatieve effecten van het afzetverlies van anderen ervaren door een mindere vraag naar hun eigen diensten en producten. Dat mechanisme kan leiden tot erosie van het ecosysteem van de creatieve industrie waarvan de gevolgen op de wat langere termijn onbekend zijn.

Creatieve diensten, kunst en amusement, audiovisuele productie en reclame

Het meest te lijden hadden de bedrijven in creatieve diensten, kunst en amusement. Het grootste deel van de vraaguitval bij deze bedrijven was het gevolg van wegvallende bestedingen van collega-bedrijven uit de eigen kring, maar ook van de audiovisuele productiesector. Ook de audiovisuele productiesector had te kampen met omzetverlies door teruglopende bestedingen van andere creatieve bedrijven, in het bijzonder vanuit de reclamesector maar ook de omroep, de uitgeverijsector en uit eigen kring. De av-producenten namen op hun beurt minder diensten af bij creatieve diensten, kunst en amusement. Het omzetverlies van bedrijven in reclame en onderzoek was het gevolg van vraaguitval in eigen kring, maar ook bij IT-dienstverlening en diensten op het gebied van informatiediensten. Het omzetverlies in de reclamesector leidde weer tot minder bestedingen van het reclamewezen bij de audiovisuele productiesector en creatieve diensten, kunst en amusement.

Gevolgen op langere termijn, innovatie en overheidsbeleid

Europees onderzoek geeft aan dat de COVID-19 crisis ook op langere termijn gevolgen heeft voor de financiële positie van bedrijven en organisaties maar ook voor de vaak onafhankelijke opererende creatieve professionals. Maatschappelijke veranderingen door COVID-19 zijn voorts van invloed op het toekomstig functioneren van de creatieve industrie, die daarop moet inspelen, onder meer door te innoveren. Overheidsbeleid moet volgens Europees onderzoek gericht zijn op het benutten van de kracht van de creatieve industrie, onder meer voor noodzakelijke maatschappelijke transitie, en op het creëren van de juiste randvoorwaarden voor de sector.

Hoofdstuk 1

Inleiding

1.1 Monitor creatieve industrie 2021

De Monitor Creatieve Industrie 2021 is de achtste editie van de reeks. De eerste uitgave, toen nog onder de titel Cross Media Monitor verscheen in 2006. In iedere editie van de monitor zijn de ontwikkelingen in de creatieve industrie en de ICT-sector besproken. De initiële motivatie daarvoor lag in de vooronderstelling dat beide sectoren steeds verder zouden convergeren, dat de grenzen zouden vervagen, fluïde zouden worden. Dat proces heeft zich in de daaropvolgende jaren voltrokken, maar niet in die mate dat er anno 2021 sprake is van een geïntegreerde sector. Creatieve industrie en ICT zijn wel in toenemende mate vervlochten geraakt en digitalisering is, zoals dat een aantal malen in deze editie genoemd wordt, de belangrijkste as waarlangs innovatie in de creatieve industrie haar beslag krijgt.

In deze monitor worden creatieve industrie en ICT behandeld als twee aanpalende sectoren met ieder hun eigen dynamiek, die in elkaar haken en deels overlappen. Echter in de kwantitatieve bepaling van ontwikkelingen van beide sectoren levert die overlap discussie op, bijvoorbeeld over de vraag in welke sector bedrijven op het grensvlak van ICT en creatieve industrie, zoals digital design, moeten worden ingedeeld. Overigens stellen de bedrijven zichzelf ook die vraag. Nieuwe soorten bedrijvigheid kennen doorgaans nog geen statistische categorieën en definities, zodat ze in onderzoek vaak onder de radar blijven. Definities van sectoren en bedrijfstakken zijn, dat kan menig onderzoeker die werkt met bestaande databestanden beamen, een obstinaat probleem. De wijze waarop bijvoorbeeld bedrijfstakken in categorieën als creatieve industrie en ICT worden ingedeeld en hoe daarbinnen aparte indelingen worden gemaakt in deelsectoren, vindt meestal plaats in een afweging van inhoudelijke opvatting en pragmatisme. Onderzoekers die gebruik maken van bestaande databestanden moeten vaak uitgaan van definities en operationalisaties die voor hen bedacht zijn; ze roeien met andermans riemen. Wanneer verschillende databestanden worden gecombineerd hebben auteurs vaak veel woorden nodig om uit te leggen hoe de ene bron in combinatie met de andere bron toch interessante inzichten oplevert over datgene waar onderzoeker en geïnteresseerde lezer door gefascineerd zijn, de ontwikkeling en stand van zaken van creatieve industrie en ICT. Dat geldt ook voor deze monitor.

Hierin wordt meerdere databronnen gebruikt. Dat is allereerst zijn de LISA-dataset die standaard als basis dient voor gegevens over banen en bedrijven in de Nederlandse economie. De tweede is de Nationale Rekeningen

van het CBS die gebruikt wordt om productiewaarde en toegevoegde waarde vast te stellen. Voor het eerst wordt ook in deze monitor gebruik gemaakt van de zogenaamde input-output tabel, een ander onderdeel van de Nationale Rekeningen, Die helpt hier om de ontwikkeling in onderlinge leveringen van creatieve industrie bedrijven in kaart te brengen.

Voor deze monitor levert een verschil tussen de LISA-bestand en de Nationale Rekeningen een complicatie op. De gegevens over banen en bedrijven in LISA over 2020 bestrijken slechts de eerste drie maanden van het jaar, tot en met maart. De Nationale Rekeningen gaan over het gehele kalenderjaar 2020. Doorgaans is dat geen onoverkomelijk probleem, dit jaar wel. Meer concreet, de effecten van de COVID-19 crisis in 2020 zijn in de waardeontwikkeling duidelijk herkenbaar, in de vorm van een enorme teruggang in 2020, terwijl diezelfde effecten in de cijfers over de banen in 2020 niet zijn terug te zien. In maart 2020 was de eerste lockdown, maar de effecten daarvan waren grotendeels pas merkbaar vanaf het tweede kwartaal 2020. Hoe daarmee in de analyse en de beschrijving ervan is omgegaan wordt duidelijk in hoofdstuk 2. Hoofdstuk 4 van deze monitor is volledig gewijd aan de effecten van COVID-19 op de creatieve industrie.

De benadering van creatieve industrie en ICT die in deze monitor is gekozen, sluit naadloos aan op die van de vorige editie. De creatieve industrie drijft op het creërende en scheppende vermogen van individuen, groepen, bedrijven en organisaties. Het individueel en collectief creëren, produceren en exploiteren van betekenis en inhoud staat voorop. Creatie en productie in de creatieve industrie hebben betrekking op het tot stand brengen van symbolisch materiaal om vervolgens de toegang ertoe te exploiteren, voor eindgebruikers of bedrijven. Creatie, productie en exploitatie (of uitgeven) vormen samen de kern van de creatieve industrie. Dat geldt voor de drie hoofdcategoryën of deelsectoren die binnen de creatieve industrie worden onderscheiden: media en entertainmentindustrie, kunsten en cultureel erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening. De voorbije jaren is de aanduiding culturele en creatieve sector ingevoerd, als aanduiding van wat sinds 2006 in de context van dit doorlopend project is aangeduid als creatieve industrie. In de verschillende edities van deze monitor is gekozen om bij de oorspronkelijk benadering en benaming te blijven.

Informatie- en communicatietechnologie (ICT) verwijst in de hier gehanteerde benadering naar het brede domein waarin bedrijven en instellingen opereren die zich toeleggen op het verwerken, distribueren en faciliteren van (elektronische)

informatie en communicatie. De nieuwste loot aan de ontwikkeling van deze sector is kunstmatige intelligentie, die zonder twijfel in de komende edities van de monitor prominente aandacht zal opeisen. Wellicht is het een goed idee voor de instanties die zich nationaal en Europees bezighouden met de bepaling van statistische categorieën, met het oog daarop, om alvast een code te ontwikkelen voor bedrijven die zich bezighouden met het ontwikkelen van kunstmatige intelligentie. Binnen ICT hoort ook het vervaardigen van apparatuur om distribueren en faciliteren van (elektronische) informatie en communicatie mogelijk te maken. ICT is zowel van belang als zelfstandige economische sector én als enabler van innovatie in de gehele economie. Ontwikkelingen in de ICT-sector hebben bijzondere implicaties voor de creatieve industrie omdat in beide sectoren informatie centraal staat in de bedrijfsvoering. De één creëert, produceert en exploiteert informatie en symbolisch materiaal voortkomend uit creatieve productie; de ander zorgt voor technologie gericht op productie, verwerking, distributie en consumptie van informatie.

Bij de totstandkoming van deze monitor is overleg geweest met diverse betrokken organisaties zoals de Ministeries van OCW en EZK, CBS en het Topteam Creatieve Industrie. De totstandkoming van de Monitor Creatieve Industrie 2021 is mogelijk gemaakt door bijdragen van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, en gemeente Hilversum. De productie is bekostigd door het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, en gemeente Hilversum.

1.2 Leeswijzer

De Monitor Creatieve Industrie is als volgt opgebouwd.

Hoofdstuk 2 geeft een overzicht van de ontwikkeling van de creatieve industrie en de sector ICT in Nederland aan de hand van de belangrijkste economische indicatoren. Het hoofdstuk bevat een totaaloverzicht van de ontwikkelingen in de periode 2010 tot april 2020 voor wat betreft banen en bedrijven en van de periode 2010 tot en met eind 2020 voor wat betreft productiewaarde en toegevoegde waarde. Om behalve inzicht in de ontwikkelingen over het gehele decennium, ook begrip te krijgen van recente ontwikkelingen, krijgt de periode

2017 tot april 2020 voor wat betreft banen en bedrijven aparte aandacht. Voor de ontwikkeling van productiewaarde en toegevoegde waarde wordt ingezoomd op de ontwikkeling van 2019 naar 2020, juist omdat de COVID-19 crisis een enorme en abrupte breuk veroorzaakte, die het scherpst in beeld komt bij een vergelijking van 2019 en 2020.

In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op het belang van creatieve industrie en ICT in de tien belangrijkste steden voor de creatieve industrie en ICT in Nederland. In de bijlagen zijn gedetailleerde profielen opgenomen van de steden afzonderlijk. Creatieve clusters, en in mindere mate ook ICT-clusters, concentreren zich in stedelijke omgevingen waar zij profiteren van elkaars nabijheid in de creatieve netwerkeconomie. In dit hoofdstuk komt naar voren waar creatieve industrie en ICT in welk tempo groeien en in welke steden er juist sprake is van krimp.

Hoofdstuk 4 is in het geheel gewijd aan de effecten van de beperkende maatregelen die in 2020 zijn ingesteld als reactie op de komst van het COVID-virus op de creatieve industrie en haar onderdelen. Aandacht gaat daarin uit naar de effecten op de toegevoegde waarde van de creatieve industrie, de gevolgen voor werkgelegenheid, de consequenties voor de afzet van creatieve bedrijven op de consumentenmarkt, de markt van creatieve industrie bedrijven – waar creatieve bedrijven leveren aan andere creatieve bedrijven – en de markt van derde bedrijven – waar creatieve bedrijven leveren aan bedrijven buiten de creatieve industrie. Tenslotte wordt in hoofdstuk 4 uiteengezet hoe de omzetterugval in de creatieve industrie doorwerkt in productieketens van goederen en diensten en mogelijk schadelijk is voor het ecosysteem van de sector.

De bijlagen bevatten allereerst informatie over de ontwikkeling van creatieve industrie en ICT van alle top 10 steden. Daarnaast worden de meest relevante definities en operationaliseringen, onder meer van creatieve industrie en ICT en van creatieve banen, toegelicht en uiteengezet.

De Monitor Creatieve Industrie 2021 is te downloaden van www.mediaperspectives.nl

Hoofdstuk 2

Creatieve industrie en ICT in Nederland



De banengroei in de creatieve industrie van 2010 tot april 2020 ligt met 2,4 procent per jaar ruim boven het Nederlands gemiddelde van 0,8 procent. Ook van 2017 tot april 2020 is de groei van het aantal banen in de creatieve industrie bovengemiddeld met 3,3 procent tegen 1,9 procent in de gehele economie.



De jaarlijkse banengroei in de ICT-sector van 2010 tot april 2020 is 1,7 procent. Vanaf 2017 is de groei van de ICT-banen met twee procent jaarlijks nagenoeg gelijk aan het Nederlands gemiddelde van 1,9 procent.



Het aantal creatieve professionals werkzaam in de Nederlandse economie is vanaf 2018 toegenomen. De economie wordt creatiever. Tussen de vijf en acht procent van de banen, afhankelijk van de definitie, wordt bezet door creatieve professionals. Het overgrote deel werkt in de creatieve industrie, een belangrijk deel is ingebed in sectoren daarbuiten.



Het aantal bedrijven in de creatieve industrie neemt van 2010 tot april 2020 toe met 86 duizend naar 206 duizend. Het aandeel van creatieve bedrijven op het Nederlandse totaal is 16,1 procent. Met een bedrijfsomvang van 1,8 baan is de creatieve industrie extreem kleinschalig. De gemiddelde bedrijfsomvang in de Nederlandse economie is vijf banen.



Het aantal ICT bedrijven neemt van 2010 tot april 2020 toe met 28 duizend naar 81,9 duizend. Het ICT-aandeel op het totaal van Nederlandse bedrijven is 4,6 procent. Met 4,1 banen is de ICT sector iets kleinschaliger dan het gemiddelde van alle bedrijven in Nederland.



De trend van schaalverkleining in creatieve industrie en ICT is sinds 2015 afgevlakt. De schaalverkleining in de gehele Nederlandse economie versnelt echter, in vergelijking met creatieve industrie en ICT. De gemiddelde bedrijfsomvang in creatieve industrie, ICT en de Nederlandse economie bewegen naar elkaar toe.



Anders dan in de gehele economie blijft de ontwikkeling van de toegevoegde waarde in de creatieve industrie in de periode 2010-2020 achter bij de banengroei door de structureel lagere arbeidsproductiviteit. De arbeidsintensiteit van creatieve productie is dermate dat de inzet van technologie doorgaans geen optie is. Daar staat veel werk voor talent tegenover.



In 2010 tot april 2020 overtreft de groei in toegevoegde waarde in de ICT-sector de toename van banen ICT-sector ruimschoots. De arbeidsproductiviteit in de ICT-sector is daarmee in die periode sterk verbeterd.



De creatieve industrie en haar deelsectoren hebben zwaarder geleden onder corona dan de rest van de economie. De sector levert in 2020 een kwart van de toegevoegde waarde in, terwijl de gemiddelde schade voor de Nederlandse economie 3,8 procent bedraagt. Kunst en erfgoed verliest ruim zestig procent aan toegevoegde waarde. Ook de daling van de waarde in de media- en entertainmentindustrie en creatieve zakelijke dienstverlening, respectievelijk 12,4 en 6,3 procent, is groter dan het Nederlandse gemiddelde.



De ICT-sector in 2020 gaat weliswaar terug in productie maar presteert in 2020 in waarde gelijk aan 2019. Er is nauwelijks sprake van verlies als gevolg van de coronacrisis. ICT-diensten noteert zelfs bescheiden waardegroei, weliswaar met een lager productievolume. De toch al volatiele waardeontwikkeling van ICT-hardware wordt nauwelijks beïnvloedt door de coronacrisis.

Dit hoofdstuk behandelt de stand van zaken en ontwikkeling van creatieve industrie en ICT op nationale schaal. In het hoofdstuk hierna komt het stedelijk niveau aan de orde. Het eerste deel schetst de ontwikkeling van de werkgelegenheid in creatieve industrie en ICT en hun deelsectoren en bedrijfstakken. Daarnaast wordt nagegaan in welke sectoren, behalve creatieve industrie en ICT, creatieve professionals nog meer werken; waar ze zijn ingebed. Het tweede deel gaat in op de bedrijfsvestigingen, vooral het belang van grote, middelgrote en kleine bedrijven en dat van zelfstandigen. Daarin wordt ook duidelijk hoe het proces van schaalverkleining, in creatieve industrie en ICT, haar beslag krijgt. In het derde deel staat de economische waarde die de creatieve industrie en de ICT-sector creëren centraal. In het bijzonder gaat het om de productiewaarde en de toegevoegde waarde. Het laatste deel van dit hoofdstuk bevat de integrale analyse van banen, bedrijven en toegevoegde waarde in samenhang met elkaar. Het bevat een schets van de rol en betekenis van de creatieve industrie en de ICT-sector in en voor Nederland. Daarin is ook aandacht voor de ontwikkeling van arbeidsproductiviteit in creatieve industrie en ICT.

De data over het aantal banen en bedrijven in de creatieve industrie en de ICT-sector en haar onderdelen, ontleend aan de LISA database¹, hebben betrekking op de periode 2010 tot april 2020. Over de rest van het jaar 2020 waren ten tijde van deze analyse geen gegevens beschikbaar.² Bij de schets van de ontwikkeling van productiewaarde en toegevoegde waarde, in het derde deel van dit hoofdstuk, vormen de nationale rekeningen, zoals opgesteld en gepubliceerd door het CBS, het uitgangspunt. Anders dan bij de data over banen en bedrijven zijn voor productiewaarde en toegevoegde waarde wel gegevens over het gehele jaar 2020 beschikbaar. Daarmee zijn de eerste gevolgen van de COVID-19 pandemie verdisconteerd in de data over geproduceerde waarde en niet in de data over banen en bedrijven.³ Hoe dat uitpakt in de analyses die volgen wordt bij de specifieke duiding van de ontwikkelingen uiteengezet, in het bijzonder in paragraaf 2.3, 2.4 en 2.5 van dit hoofdstuk.

1) LISA is een databestand met gegevens over alle vestigingen in Nederland waar betaald werk wordt verricht, grotendeel gebaseerd op het Handelsregister van de Kamer van Koophandel, maar ook op andere bronnen. Het bestand registreert banen met een omvang van acht uur per week of meer. Zie ook: www.lisa.nl

2) Omdat het LISA bestand wordt samengesteld op basis van regionale datasets die vervolgens worden gecontroleerd en voorzien van informatie uit andere bronnen gaat er enige tijd overheen voordat nieuwe releases worden uitgebracht.

3) Het CBS heeft wel data over banen en bedrijven beschikbaar die recenter zijn, maar die zijn niet gekoppeld aan bedrijven en locaties en bovendien niet compatibel met LISA-data. Die komen wel aan bod in Hoofdstuk 4 dat specifiek gewijd is aan de problematiek rondom de coronapandemie.

Voor de ontwikkeling van banen en bedrijven gaat dit hoofdstuk uit van de langere termijn (2010 tot april 2020) en de meest recente jaren (2017 tot april 2020). In de beschrijving van de waardeontwikkeling in creatieve industrie en ICT wordt de ontwikkeling in het voorbije decennium afgezet tegen de situatie in het eerste coronajaar 2020, in vergelijking met het voorafgaande jaar 2019. Het jaar 2020 markeert een duidelijke breuk, onder invloed van de COVID-19 crisis. Het heeft weinig zin de plotse ontwikkeling in dat jaar te middelen over een gemiddelde van drie jaar (2017 tot 2020), zoals dat voor de ontwikkeling van banen en bedrijven is gedaan.

2.1 Banen



Het aantal banen in de creatieve industrie is afgelopen decennium met 2,4 procent per jaar gemiddeld harder gegroeid dan het aantal banen in de gehele Nederlandse economie (0,8 procent). Vanaf 2010 tot april 2020 komen er ruim 78 duizend banen bij, om in 2020 uit te komen op 368 duizend. De creatieve industrie is goed voor 4,1 procent van de banen in Nederland. De hardst groeiende deelsectoren binnen de creatieve industrie zijn kunsten en erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening. Media- en entertainmentindustrie groeit minder, maar overtreft wel het landelijk gemiddelde. De snelst groeiende bedrijfstak is design met een groeipercentage per jaar van meer dan twaalf procent.



De banengroei in ICT van 2010 tot april 2020 is met 1,7 procent bovengemiddeld, landelijk is die 0,8 procent. ICT houdt de voorsprong op de landelijke ontwikkeling vanaf 2017 niet vast, met 2,0 procent banengroei tegen 1,9 landelijk gemiddeld. Van 2010 tot april 2020 komen er in ICT 52 duizend banen bij, resulterend in 336 duizend in 2020. De ICT-sector is verantwoordelijk voor 3,7 procent van de Nederlandse banen. ICT-Diensten is veruit de grootste subsector. Het belang van ICT-hardware neemt af. Facilitaire ICT-diensten en software zijn de belangrijkste bedrijfstakken die zorgen voor groei.



Het belang van creatieve professionals, met kennis en vaardigheden afkomstig uit de creatieve industrie, neemt ook buiten de creatieve industrie zelf fors toe. Afhankelijk van de gehanteerde definitie gaat het in 2020 om 450 duizend creatieve professionals (vijf procent van de beroepsbevolking, was 4,8 in 2018) of 708 duizend (7,9 procent, was 7,4 in 2018). Van de creatieve professionals is een belangrijk aantal ingebed buiten de creatieve industrie, bijvoorbeeld in industrie, onderwijs of detailhandel.

De werkgelegenheid in creatieve industrie en ICT wordt in deze monitor uitgedrukt in het aantal banen binnen een sector, deelsector of bedrijfstak. Zowel werkzaamheden in loondienst als verricht als zelfstandige zonder personeel (zzp) worden meegeteld in het aantal banen.

2.1.1 Banen in creatieve industrie en ICT

Het totaal aantal banen in creatieve industrie en ICT in 2020 is ruim 703 duizend. Dat staat gelijk aan 7,8 procent van het totaal aantal banen in Nederland. De creatieve industrie is verantwoordelijk voor 4,1 procent, ICT voor 3,7 procent. Het aantal banen in de creatieve industrie overtreft dat in ICT met meer dan dertigduizend. Dat is het gevolg van de jarenlange sterke banengroei in de creatieve industrie in vergelijking met de ICT-sector. Ter illustratie: in 2013 was het verschil veertienduizend.⁴

4) Paul Rutten, Olaf Koops en Frank Visser. Monitor Creatieve Industrie 2014. Hilversum: IMMovator. p. 16.

Tabel 2.1 Aantal banen in 2020 en groei van het aantal banen in de periode 2010-2020 en 2017-2020 in de creatieve industrie en Nederland.

	Totaal 2020 (aantal x1000)	Groei 2010-20 (aantal x1000)	Groei 2010-20 (% per jaar)	Groei 2017-20 (aantal x1000)	Groei 2017-20 (% per jaar)
Creatieve industrie	367,8	78,3	2,4%	34,0	3,3%
Kunsten en cultureel erfgoed	137,8	34,7	2,9%	15,2	4,0%
Media en entertainmentindustrie	102,2	10,0	1,0%	6,6	2,3%
Creatieve zakelijke dienstverlening	127,8	33,6	3,1%	12,1	3,4%
ICT	335,6	52,4	1,7%	19,1	2,0%
ICT-Diensten	291,1	52,2	2,0%	17,1	2,0%
ICT-Hardware	44,6	0,2	0,0%	2,0	1,6%
Creatieve industrie en ICT	703,4	130,7	2,1%	53,1	2,6%
Totale economie	8983,4	684,1	0,8%	484,3	1,9%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory.

Het aantal banen in creatieve industrie en ICT groeide in de voorbije tien jaar, jaarlijks gemiddeld met 2,1 procent. Dat is ruim tweemaal de jaarlijkse banengroei in de Nederlandse economie, van 0,8 procent. Vanaf 2017 is de banengroei in de totale economie met 1,9 procent ruim tweemaal zo groot dan over het gehele decennium.

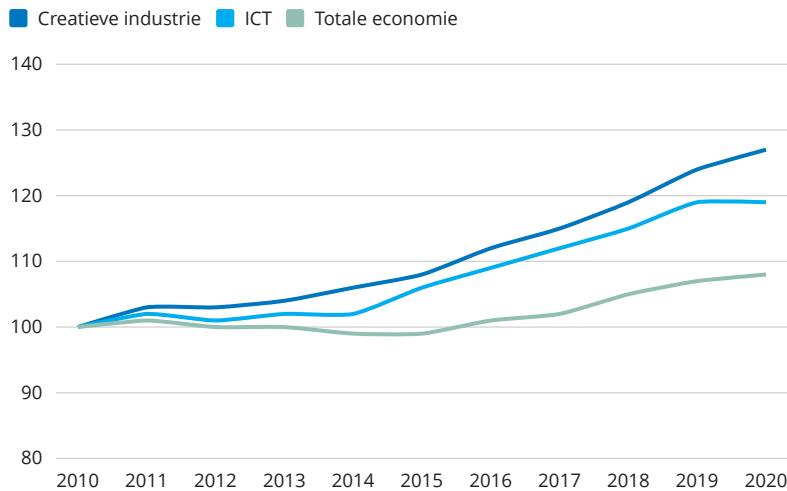
De groei van het aantal banen in de creatieve industrie, 2,4 procent in het gehele voorbije decennium en 3,3 procent in de recente jaren, overtreft die van de ICT-sector in beide tijdvakken. ICT laat daarin respectievelijk 1,7 en twee procent noteren. De werkgelegenheid in creatieve industrie en ICT groeit in beide tijdvakken meer dan de die van de totale economie, al is het verschil tussen ICT en de totale groei in de periode 2017 tot april 2020 minimaal: twee tegen 1,9 procent.

Binnen de creatieve industrie is de sector kunsten en erfgoed verantwoordelijk voor het grootste deel van de banen (37,5 procent van het totaal), gevolgd door de creatieve zakelijke dienstverlening (34,8 procent) en de media- en

entertainmentindustrie (27,8 procent). De deelsectoren kunsten en erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening vertonen over het voorbije decennium en de recente jaren de hoogste groeicijfers. Over de periode 2010 tot 2020 is de jaarlijkse gemiddelde groei het grootst in de creatieve zakelijke dienstverlening (3,1 procent) terwijl dat in de recente jaren voor kunsten en erfgoed (vier procent) geldt. In de media- en entertainmentindustrie is de groei in 2010-2020 relatief bescheiden, maar net iets hoger dan de groei in de totale economie. De acceleratie van de groei in de media- en entertainmentsector in de periode 2017 tot 2020, ten opzichte van de periode 2010 tot april 2020 (van een procent jaarlijks naar 2,3 procent) is opmerkelijk en bovendien sterker dan die in de andere deelsectoren van de creatieve industrie.

Het belang van de deelsectoren diensten en hardware binnen ICT verschilt sterk. De eerste telt ruim zes keer zoveel banen als de tweede. Binnen ICT neemt de deelsector diensten 86,9 procent van het totaal aantal banen voor zijn rekening, terwijl hardware verantwoordelijk is voor 13,3 procent van de banen. Over het gehele afgelopen decennium groeit ICT-diensten jaarlijks met twee procent gemiddeld, ruim tweemaal zo snel als de gemiddelde economie. Datzelfde groeicijfer noteert ICT-diensten in de recente periode 2017 tot april 2020 en loopt daarmee nagenoeg gelijk met de ontwikkeling in het totaal aantal banen in Nederland. ICT-hardware laat een ander beeld zien. Over het gehele decennium 2010-2020 gerekend groeit de sector niet. Specifiek voor de recente drie jaar is er echter wel met 1,6 procent gemiddeld jaarlijks sprake van een banengroei in ICT-hardware. Hardware lijkt zich te herpakken.

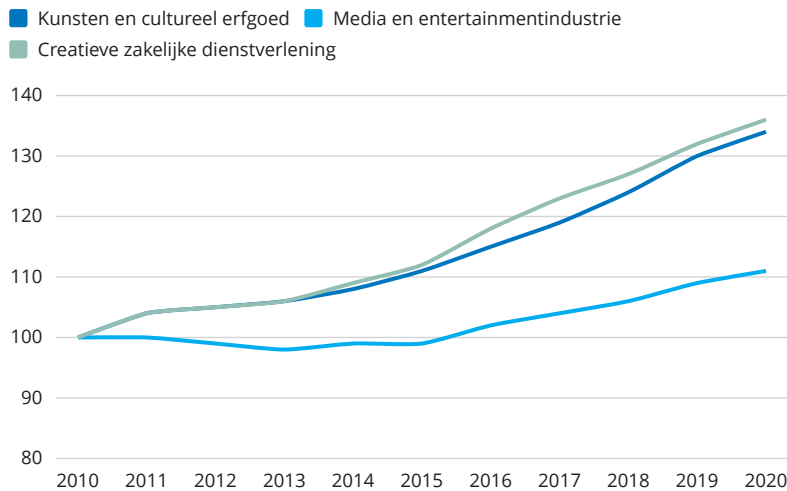
Figuur 2.1 Groei van het aantal banen in de periode 2010-2020 van de totale economie, creatieve industrie en ICT (index, 2010=100).



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory.

In figuur 2.1. is de ontwikkeling van creatieve industrie en ICT ten opzichte van de banenontwikkeling in de totale economie af te lezen. Daarin wordt in eerste instantie duidelijk hoe beide sectoren zich gehouden hebben in de naweeën van de economische crisis van 2009. De creatieve industrie en de ICT-sector herstellen sneller dan de totale economie. Waar de groei van de laatste tot en met 2015 stagneert laat de creatieve industrie vanaf 2010 tot en met 2013 een gestage groei zien, met een verdere acceleratie in 2016 tot en met 2020. De sector ICT laat met enige vertraging dezelfde ontwikkeling zien, met 2015 als het startjaar van substantiële banengroei die voortduurt tot en met 2019. Creatieve industrie en ICT lopen voor op de banengroei die zich vanaf 2017 ook in de totale economie manifesteert en stuwen daarmee de economie van Nederland. Van een opvallende divergentie is sprake in 2020 (gemeten tot april). Het aantal banen in de creatieve industrie groeit, weliswaar iets minder dan de jaren daarvoor, terwijl de ontwikkeling in ICT stagneert en in mindere mate ook in de gehele economie. Het heeft er alle schijn van dat de effecten van corona zich dan al aftekenen.

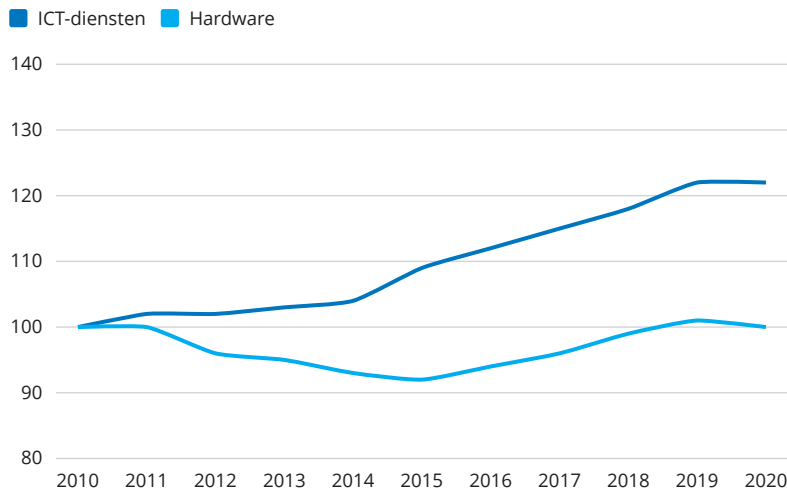
Figuur 2.2 Ontwikkeling van het aantal banen in de periode 2010-2020 van deelsectoren in de creatieve industrie in Nederland (index, 2010 = 100).



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory.

Figuur 2.2 laat de banenontwikkeling in de deelsectoren van de creatieve industrie zien. Het groeipatroon van kunsten en erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening is nagenoeg gelijk. Beide deelsectoren ontwikkelen zich vanaf 2010 positief en laten vanaf 2015 versterkte groei zien, waarbij de banentoe name in kunsten en erfgoed die in creatieve dienstverlening ietwat overtreft. De media- en entertainmentindustrie ontwikkelt zich aanmerkelijk minder positief en volgt veel meer de lijn van de totale economie (vgl. figuur 2.1), met dien verstande dat ze in de meest recente jaren sterker groeit dan de totale economie. Dat was ook al een van de conclusies hiervoor, naar aanleiding van tabel 2.1.

Figuur 2.3 Ontwikkeling van het aantal banen in de periode 2010-2020 van deelsectoren in de ICT in Nederland (index, 2010 = 100).



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory.

De ontwikkeling van de ICT-deelsectoren diensten en hardware verschillen sterk. Diensten tonen bescheiden groei in de periode 2010-2015 in de context van de economische stagnatie als gevolg van de crisis van 2009. Vanaf 2015 veert ICT-diensten op, als onderdeel van de opwaartse ontwikkeling van de gehele economie. De groeipercentages van de creatieve zakelijke dienstverlening en kunsten en erfgoed (vgl. figuur 2.2.) worden door ICT-diensten echter niet gehaald. In de eerste maanden van 2020 is er niet langer sprake van groei. De deelsector ICT-hardware krimpt tot en met 2015, waarna herstel volgt om in de eerste maanden van 2020 uit te komen op het aantal banen van 2010. Het belang van hardware in de Nederlandse ICT sector neemt, in het licht van de groei van ICT-diensten, af.

Tabel 2.2 Aantal banen in 2020, ontwikkeling aantal banen 2010-2020 en 2017-2020 in de domeinen van de creatieve industrie in Nederland.

	Banen 2020 (aantal x1000)	Groei 2010-2020 (aantal x1000)	Groei 2010-20 (% per jaar)	Groei 2017-20 (aantal x1000)	Groei 2017-20 (% per jaar)
Kunsten en cultureel erfgoed	137,8	34,7	2,9%	15,2	4,0%
Podiumkunsten	44,6	16,5	4,7%	6,7	5,6%
Scheppende kunsten	41,9	16,2	5,0%	5,9	5,2%
Overig kunst en erfgoed	31,6	4,8	1,7%	2,8	3,2%
Cultureel erfgoed	19,6	-2,8	-1,3%	-0,2	-0,4%
Media en entertainmentindustrie	102,2	10,0	1,0%	6,6	2,3%
Radio en televisie	16,1	0,7	0,5%	0,6	1,2%
Persmedia	38,0	2,7	0,7%	2,7	2,4%
Film	20,0	6,7	4,2%	2,5	4,6%
Muziekindustrie	4,8	2,4	7,3%	1,1	9,3%
Boekensector	7,5	-2,4	-2,7%	-0,1	-0,5%
Gaming en overige uitgeverijen	2,6	0,4	1,7%	0,3	3,9%
Live entertainment	13,3	-0,5	-0,4%	-0,4	-1,0%
Creatieve zakelijke dienstverlening	127,8	33,6	3,1%	12,1	3,4%
Architectuur	13,4	0,8	0,6%	0,7	1,8%
Design	42,8	29,3	12,2%	11,7	11,3%
Communicatie	71,6	3,5	0,5%	-0,3	-0,1%
Creatieve industrie	367,8	78,3	2,4%	34,0	3,3%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory.

Kunsten en cultureel erfgoed telt, van de drie deelsectoren van de creatieve industrie, met bijna 138 duizend het grootste aantal banen. De belangrijkste disciplines daarvan zijn de podiumkunsten (bijna 45 duizend banen) en de scheppende kunsten (bijna 42 duizend banen). Ze laten in het afgelopen decennium allebei forse groei zien, die versnelt in de jaren 2017 tot 2020. De podiumkunsten noteren een gemiddelde jaarlijkse groei van 4,7 procent en de scheppende kunsten van vijf procent. In beide disciplines kwamen er in het

voorbijeen decennium ieder ruim zestien duizend banen bij. De categorie overig kunst en erfgoed, goed voor bijna 32 duizend banen, deelt in de positieve ontwikkeling, zij het minder fors dan de eerste twee. Opvallend is de krimp in banen in cultureel erfgoed van gemiddeld 1,3 procent in het voorbije decennium (netto 2,8 duizend banen) uitmondend in een totaal aantal banen van 19,6 duizend in april 2020.

Tot de podiumkunsten worden zowel de beoefenaren ervan – onder meer acteurs en muzikanten – als producenten, theaters en schouwburgen gerekend. Bij de laatsten gaat het zowel om gesubsidieerde instellingen als om commerciële bedrijven actief in deze discipline. Scheppende kunsten heeft eveneens betrekking op de beoefenaren – waaronder beeldend kunstenaars en schrijvers – alsook op galeries en expositieruimtes, gesubsidieerd en ongesubsidieerd.⁵ Voor de positieve banenontwikkeling, in zowel de podiumkunsten als de scheppende kunsten is geen eenduidige verklaring voorhanden. De structurele bezuinigingen van tweehonderd miljoen euro die cultuurstaatssecretaris Zijlstra in 2012 doorvoerde, zouden eerder een krimp van het aantal banen doen vermoeden dan een toename, ook al is de bezuiniging in de loop van het voorbije decennium deels gerepareerd. Er is echter geen sprake van een uittocht van creatieve makers en overig personeel uit podiumkunsten of scheppende kunsten. Een effect dat wel is waargenomen binnen de podiumkunsten is dat creatieve makers hun dienstverband moesten verruilen voor een positie van zelfstandige.⁶ Deze verandering die werd ingezet onder invloed van de bezuinigingen, betekende veelal een achteruitgang in inkomen van makers en een meer onzekere arbeidspositie. Omdat deze voormalige 'creatieven in dienstverband' een eigen praktijk zijn gestart hebben ze zich doorgaans ook geregistreerd bij de Kamer van Koophandel en komen ze in de statistieken terug als ZZP'er.⁷ Een mogelijk positief effect op het aantal banen in de podiumkunsten is de voorspoedige ontwikkeling van de vrije producties en als onderdeel daarvan, de grote populariteit van de Nederlandse musical. Mogelijkerwijs is die medeverantwoordelijk voor de banengroei. Het domein van de podiumkunsten bestaat immers niet alleen uit makers en instellingen die door de overheid worden ondersteund. Blijft echter dat de achtergrond van de groei in podiumkunsten en beeldende kunsten nader onderzoek verdient. Binnen cultureel erfgoed is, in tegenstelling tot de voornoemde twee disciplines sprake van krimp, met 1,3 procent gemiddeld per jaar. Dat komt neer op het verdwijnen van 2,8 duizend banen bij openbare bibliotheken, musea, monumentenzorg,

5) Musea worden tot cultureel erfgoed gerekend. Het onderwijs in de kunsten wordt in deze monitor buiten beschouwing gelaten. Zie voor de gehanteerde definities ook Bijlage 2A.

6) Zie bijvoorbeeld: <https://www.dezzp.nl/rechter-schijnzzp-er-is-feitelijk-werknemer/> geconsulteerd op 9-12-2021.

7) Zie ook paragraaf 2.2.

kunstuitleencentra en archieven. Een verklaring hiervoor is evenmin helder, temeer omdat daarop juist niet is bezuinigd door de centrale overheid.

De media- en entertainmentindustrie is met ruim 102 duizend banen de kleinste deelsector van de creatieve industrie, maar herbergt wel het grootste aantal verschillende bedrijfstakken. In het voorbije decennium zijn er netto in deze deelsector tienduizend banen bijgekomen, waarvan 6,6 duizend in de jaren 2017 tot april 2020. De groei van het aantal banen in de media- en entertainmentindustrie overtreft de groei in de totale economie licht, en blijft achter bij de andere deelsectoren van de creatieve industrie. Digitalisering en daaraan gekoppeld veranderde verhoudingen in de nationale en mondiale concurrentieverhoudingen, onder meer onder invloed van de mondiale platforms als Facebook, Google, Amazon, Netflix en ook Spotify, zijn voor een belangrijk deel verantwoordelijk voor vergaande transitie in de media- en entertainmentindustrie^{8 9}. Die hebben zich bijvoorbeeld doen voelen in de herstructurering van de media- en entertainmentindustrie waarbij fusies en overnames en schaalvergroting hand in hand gaan. Binnen de deelsector is het belang van zelfstandigen toegenomen en was afgelopen jaren sprake van uitstoot van arbeid in sommige bedrijfstakken. Het verhoogde groeitempo in de meest recente jaren, van 2017 tot april 2020, wijst op een aanpassing aan de nieuwe verhoudingen in de sector in Nederland. De media- en entertainmentindustrie reageert door het ontwikkelen van nieuwe diensten en toepassingen binnen de nieuwe constellaties. Dat geldt voor sommige bedrijfstakken binnen media en entertainment meer dan voor andere. Ze staat momenteel voor een nieuwe opgave; een antwoord vinden op de uitdaging die kunstmatige intelligentie biedt. Die nieuwe verschijningsvorm van digitalisering gaat naar verwachting een groot effect hebben op de businessmodellen van de media- en entertainmentindustrie.¹⁰

De perssector is met 38 duizend banen de grootste bedrijfstak van de media- en entertainmentindustrie en omvat uitgeverijen van kranten, tijdschriften, persagentschappen en fotografie, aangevuld met dienstverlenende bedrijven in informatie.¹¹ De groei over de voorbije tien jaar in de bedrijfstak persmedia is

8) De vestiging van het Europese hoofdkantoor van Netflix heeft vanaf 2014 overigens wel gezorgd voor een impuls van enkele honderden banen in de media- en entertainmentindustrie in Amsterdam.

9) Zie ook: Paul Rutten (2021). Dynamiek in de AV-sector en de toekomst van lokale productie. Working paper op basis van keynote tijdens de Filmpolitieke Werklunch, Nederlands Film Festival, Utrecht 26 september 2021, van de Nederlandse Audiovisuele Productie Alliantie (NAPA) en de Nationale Content Producenten (NCP), <https://mediaperspectives.nl/vod-regelgeving-en-de-invloed-op-nederlandse-producties/>

10) Bert Kok, Dian Visser, Frank Visser en Ton van Mil (2021). Kansen voor AI in Media. Hilversum: Media Perspectives, <https://mediaperspectives.nl/publicationdoc/rapport-kansen-voor-ai-in-media/>; Erik Boekesteijn, E. en anderen (2021). De Kunst van AI voor Iedereen. De verbindende kracht van cultuur en media. Position paper NL AI Coalitie.

11) Drukkerijen horen hier niet bij. Die zijn in deze monitor ingedeeld bij ICT-diensten omdat ze op de eerste plaats actief zijn in de distributie van informatie door de toepassing van weliswaar traditionele technologie. Zie onder meer Bijlage 2A en 2B.

met 2,4 procent groter dan in de economie als geheel en ook bovengemiddeld ten opzichte van de gehele creatieve industrie. Opvallend is dat de netto toename van 2,7 duizend banen in de perssector volledig is gerealiseerd in de jaren 2017 tot april 2020. Binnen de perssector heeft de concentratie in een kleiner aantal grote ondernemingen in het voorbije decennium haar beslag gekregen. Daarnaast is er ook sprake van een groot aantal kleinere concerns, actief op deelmarkten en voor doelgroepen. Een groot deel van de dienstverlening verloopt nu online, of in hybride vorm, een combinatie van online en print. De banengroei geeft aan dat binnen dit domein het groeipad is teruggevonden.

In absolute aantallen is de groei in de bedrijfstak film (de optelsom van producenten, distributeurs en vertoners) met 6,7 duizend banen (4,2 procent gemiddeld per jaar) het grootst. Acteurs, vaak werkzaam in de podiumkunsten en de audiovisuele sector, worden in deze monitor tot de discipline van de podiumkunsten gerekend. Ondanks het feit dat de sector onder druk staat als gevolg van nieuwe vertonings- en distributiekanaalen, waaronder verschillende video-on-demand diensten – die overigens ook onderdeel zijn van de filmindustrie¹² – en blijvende concurrentie van vooral Amerikaanse releases, is de banengroei een feit. Het traditionele bioscoopkanaal kent nog immer een grote belangstelling en de groei aan doeken, met daaraan gekoppeld arbeidsplaatsen, zorgt mede voor de groei. Producenten en distributeurs die traditioneel voornamelijk in feature films actief waren, worden in toenemende mate actief in de productie van televisiedrama, voor traditionele omroepen en voor de video-on-demand markt. Die markt lijkt mede de grondslag te vormen voor de banengroei.

Radio en televisie is met 16,1 duizend banen in 2020 qua aantal banen de derde bedrijfstak. Tot dit domein behoren radio- en televisieomroepen, de productiesector die werkt voor televisie en de bedrijven die facilitaire diensten leveren voor film- en televisieproductie. De bedrijfstak radio en televisie heeft raakvlakken en overlapt soms met het filmbedrijf, waarmee hij samen met de audiovisuele industrie vormt. De banenontwikkeling in radio en televisie staat in de eerste deel van het decennium 2010 tot april 2020 nagenoeg stil. De totale banengroei in de bedrijfstak over de afgelopen tien jaar is 0,5 procent per jaar gemiddeld, wat neerkomt op een netto groei van zevenhonderd banen. Het grootste deel daarvan wordt gerealiseerd in de jaren 2017 tot april

12) Zo werken in 2018 in Amsterdam naar schatting om en nabij de vijfhonderd mensen bij verschillende internationaal opererende onderdelen van Netflix; zie ook <https://about.netflix.com/en/news/netflix-announces-400-new-jobs-in-europe-and-two-new-european-original-series> geraadpleegd op 9-12-2021.

2020. Digitalisering en deels als gevolg daarvan, nieuwe praktijken en nieuwe concurrentie- en marktverhoudingen, hebben de ontwikkeling in deze bedrijfstak geremd. De voorgenomen fusie van de twee grootste commerciële aanbieders in dit domein, RTL en Talpa, is hier mede op terug te voeren. Voor het grotendeels publiek gefinancierde deel van de bedrijfstak geldt dat bezuinigingen die vanuit Den Haag zijn doorgevoerd op de landelijke publieke omroep een onmiskenbaar dempend effect hebben gehad op de banenontwikkeling. Dat geldt ook voor de onlangs ingevoerde, nadere reclamebeperkingen.

De bedrijfstak live entertainment, goed voor 13,3 duizend banen in 2020, is in deze monitor gedefinieerd als de optelsom van activiteiten in circus en variëte, pret- en themaparken en kermisattracties. Daarmee vallen niet alle organisaties die activiteiten en voorstellingen aanbieden voor een livepubliek onder live-entertainment. Dat betreft bijvoorbeeld organisaties die verantwoordelijk zijn voor concerten en muziektheatervoorstellingen op tal van verschillende podia of op festivals. Die worden hier tot de podiumkunsten gerekend. In live-entertainment zijn in de voorbije tien jaar, netto vijfhonderd banen verloren gegaan. Waar in andere domeinen in de meest recente jaren, van 2017 tot april 2020, sprake was van positieve ontwikkelingen geldt dat juist niet voor deze activiteiten. Van de vijfhonderd banen die deze bedrijfstak in 2010 tot april 2020 kwijtraakte gingen er vierhonderd na 2017 verloren.

Het domein dat hier wordt aangeduid als de boekenindustrie bestaat louter uit de bedrijfstak uitgeverij van boeken. Dat varieert van educatieve en schooluitgevers tot 'general interest' boeken en literaire uitgeverijen, waarin veel kleine bedrijven actief zijn. De bedrijfstak is relatief klein met 7,5 duizend banen en is ten opzichte van 2010 gekrompen met 2,4 duizend banen, een gemiddelde jaarlijkse teruggang van 2,7 procent. Opmerkelijk is dat het tempo van de krimp in de jaren 2017 tot aan april 2020 afneemt. Mogelijk nadert de boekenuitgeverij een nieuw evenwicht. Schrijven wordt tot de scheppende kunsten gerekend, auteurs vallen daarom buiten de categorie boekenindustrie.

Het op een na kleinste domein in de media- en entertainmentindustrie, maar wel het snelst groeiende deel, is de muziekindustrie. De bedrijfstak die daaronder valt is het maken en uitgeven van geluidsopnamen. De aan deze activiteit gelieerde livemuziek, waaronder de (pop)muziekpodia die soms ook tot de muziekindustrie worden gerekend, valt niet onder deze definitie, maar is onderdeel van de podiumkunsten. Dat geldt ook voor het uitvoeren en componeren van muziek. In april 2020 telt de bedrijfstak maken en uitgeven van

geluidsopnamen 4,8 duizend banen, tweemaal zoveel als in 2010. Het jaarlijkse groeipercentage in het voorbije decennium bedroeg 7,3 procent. De groei is verder geaccelereerd naar 9,3 procent in de jaren 2017 tot april 2020. Toen kwamen er 1,1 duizend banen bij. Deze bedrijfstak werd eerder onder invloed van digitalisering en het daarop gestoelde filesharing en downloading haast ten grave gedragen. Dat was totdat streaming een nieuwe basis bood waarop een nieuw businessmodel gebouwd kon worden. Inmiddels is het opwaartse groeipad ingeslagen, mede dankzij het online platform Spotify, maar ook door het aanbod dat via YouTube de weg naar het publiek vindt.

Het kleinste onderdeel van de media- en entertainmentindustrie is de categorie gaming en overige uitgeverijen. Dat is een restcategorie waarin uitgevers van computerspellen, van software en van overige producten zijn samengevoegd. Al deze activiteiten behoren tot de media- en entertainmentindustrie, maar kunnen niet aan specifieke andere categorie toegerekend worden. Het deel van de game industrie dat in deze categorie valt, dekt bij lange na niet de gehele gamesector, die zich ook deels als ICT bedrijf en in andere sectoren geregistreerd heeft. Game-development is een activiteit die in Nederland niet onder een statistische categorie valt, ook niet onder deze, en kan daarmee niet binnen deze monitor gevolgd worden¹³. In het totaal gaat het om 2,6 duizend banen in Nederland in april 2020, vierhonderd meer dan in 2010.

De creatieve zakelijke dienstverlening is over het gehele voorbije decennium gerekend met 3,1 procent jaarlijkse groei, de snelst groeiende deelsector van de creatieve industrie. In de recente jaren van 2017 tot april 2020 is het gemiddelde jaarlijkse groeicijfer 3,4 procent. De creatieve zakelijke dienstverlening telt in april 2020 bijna 128 duizend banen, bijna 34 duizend meer dan in 2010. Dat geeft aan dat de creatieve diensten die vanuit deze deelsector worden geleverd aan zakelijke klanten, binnen en buiten de creatieve industrie van aanzienlijk belang zijn. Creatieve inputs, geleverd door gespecialiseerde bureaus in verschillende disciplines, zijn belangrijk voor 's lands samenleving en economie. Opmerkelijk is wel dat de groei van de deelsector nagenoeg geheel op het conto van design kan worden bijgeschreven. De andere twee bedrijfstakken, communicatie en architectuur groeien niet of in bescheiden mate.

Communicatie is met 71,6 duizend banen de grootste bedrijfstak van de deelsector creatieve dienstverlening en ook van de gehele creatieve industrie. Bijna een op de vijf banen in de creatieve industrie valt in de bedrijfstak

13) Zie voor een specifieke analyse van de game-industrie: Dutch Game Garden (2021). Games Monitor, The Netherlands 2020 Update – Covid Impact. Dutch Game Garden (2019). Games Monitor, The Netherlands 2018 Full Report. Utrecht: DGG.

communicatie. In het gehele afgelopen decennium was de netto-aanwas aan communicatiebanen met 3,5 duizend (een half procent gemiddeld jaarlijks), relatief bescheiden. In de recente jaren 2017 tot 2020 is er zelfs sprake van beperkte krimp. Digitalisering heeft ook deze bedrijfstak die een samenstel is van reclamebureaus, PR-bureaus, organisatoren van congressen en beurzen en bedrijven die handelen in advertentieruimte en -tijd, voor een aantal innovatieopgaven gesteld. Een belangrijke uitdaging vormen de digitale campagnes, waarin data-analyse en online marketing via social media en platforms gecombineerd wordt. Die activiteit is mede door concurrenten uit andere bedrijfstakken opgepakt. Deze bedrijven begeven zich doorgaans buiten de kaders van de traditionele communicatiesector en afficheren zichzelf vaak als softwarebedrijf of digital design agency.¹⁴

Design is de op een na grootste bedrijfstak in de creatieve zakelijke dienstverlening met bijna 43 duizend banen in 2020, ruim 29 duizend meer dan in 2010. In deze categorie draait het om industrieel ontwerp en vormgeving (communicatie- en grafisch ontwerp, industrieel en product ontwerp en interieur- en ruimtelijk ontwerp) en interieurarchitectuur. Design is in tien jaar tijd in aantal banen meer dan verdubbeld. Over het gehele decennium realiseerde de bedrijfstak een jaarlijks gemiddeld groeicijfer van 12,2 procent en in de recente jaren, vanaf 2017, van 11,3 procent. Design is daarmee met afstand de snelst groeiende bedrijfstak van de creatieve industrie. De designsector is de voorbije jaren bijzonder succesvol geweest in het neerzetten van de eigen diensten als creatieve input en motor van innovatie in tal van processen in de publieke en private sfeer. De alomtegenwoordigheid van design thinking als methode, in praktijk en het vertoog over praktijk, heeft ongetwijfeld gewerkt als katalysator. Tegelijkertijd heeft het besef dat ontwerpers een sleutelrol kunnen spelen in het tegemoet treden van maatschappelijke uitdagingen, in het bewerkstelligen van transitie en in het realiseren van missies ongetwijfeld een groei-impuls aan de bedrijfstak gegeven. Ook de opkomst van digital design, waar ontwerpcompetenties gecombineerd worden met softwareontwikkeling en de toepassing van kunstmatige intelligentie, heeft design meer dan ooit op de kaart gezet.

Architectuur is de derde bedrijfstak binnen de creatieve zakelijke dienstverlening en tegelijkertijd de minst omvangrijke met ruim dertienduizend banen. De groei in architectuur ligt met 0,6 procent (achthonderd banen) over het voorbije

¹⁴ Zie ook: Paul Rutten, Olaf Koops en Frank Visser (2019). Monitor Creatieve Industrie 2019. Nederland, Top 10 steden, Creatieve Bedrijven en Beroepen. Hilversum: Media Perspectives, p. 70-72.; Paul Rutten, Olaf Koops en Frank Visser (2016). Monitor Creatieve Industrie 2016. Nederland, Top 10 steden, Creatieve Bedrijven en Beroepen. Hilversum: Media Perspectives, p. 71-78.

decennium onder het gemiddelde van de creatieve industrie en loopt nagenoeg gelijk met die van de totale Nederlandse economie. Het overgrote deel van de netto banengroei is gerealiseerd vanaf 2017 tot aan april 2020. De geplande bouwimpuls van de komende jaren kan een stimulans opleveren voor de architectuur, tenzij de problematiek rondom stickstofemissie en CO2 roet in het eten gooit.

Tabel 2.3 Aantal banen in 2020, ontwikkeling aantal banen in de periode 2010-2020 en 2017-2020 in de domeinen van de ICT in Nederland.

	Banen 2020 (aantal x1000)	Groei 2010-2020 (aantal x1000)	Groei 2010-20 (% per jaar)	Groei 2017-20 (aantal x1000)	Groei 2017-20 (% per jaar)
ICT-Diensten	291,1	52,2	2,0%	17,1	2,0%
Drukkerijen en reproductie	21,2	-14,8	-5,2%	-2,9	-4,1%
Telecommunicatie	23,9	-7,7	-2,7%	-2,2	-2,9%
Software	124,4	28,2	2,6%	10,3	2,9%
Facilitaire ICT-diensten	121,5	46,4	4,9%	11,9	3,5%
ICT-Hardware	44,6	0,2	0,0%	2,0	1,6%
Vervaardiging ICT-hardware	33,6	-2,4	-0,7%	0,9	0,9%
Installatie, verhuur en reparatie ICT-hardware	11,0	2,6	2,7%	1,1	3,7%
ICT	335,6	52,4	1,7%	19,1	2,0%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory.

ICT-diensten groeit als deelsector bovengemiddeld, maar zeker niet fors. Het gemiddelde groeicijfer verhult dat er een tweedeling is van twee sterk groeiende (facilitaire diensten en software) en twee krimpende bedrijfstakken (drukkerijen en reproductie en telecommunicatie). De twee dominante bedrijfstakken groeiden sterk in het voorbije decennium: software (meer dan 124 duizend banen) en facilitaire diensten (bijna 122 duizend banen). Vooral de banentoename in facilitaire diensten is indrukwekkend: ruim 46 duizend banen in het voorbije decennium.¹⁵

¹⁵ De volgende bedrijfstakken worden tot facilitaire ICT-diensten gerekend: databanken, advisering op het terrein van IT, beheer van computerfaciliteiten, gegevensverwerking en webhosting en web portals.

De groei in software is fors, met ruim 28 duizend in dezelfde periode. Software is nog steeds de grootste bedrijfstak binnen ICT, maar wordt naar de kroon gestoken door facilitaire ICT-diensten. De groei in deze twee bedrijfstakken is verklaarbaar door de nog immer voortgaande digitalisering van de samenleving en het toenemend belang van data en het verwerken ervan. De twee andere, relatief kleine bedrijfstakken, telecommunicatie en drukkerijen en reproductie, krimpen in de periode van 2010 tot april 2020. Binnen de telecommunicatie noopt de concurrentie tot efficiency. Telecommunicatiediensten worden steeds meer een 'commodity'. Voor drukkerijen en reproductiebedrijven speelt dat de rol van print en andere fysieke informatiedragers verder afneemt. Daardoor verliest deze bedrijfstak structureel terrein.

De banenontwikkeling van de deelsector hardware blijft achter bij die van de totale economie. De enigszins positieve ontwikkeling van de dienstverlening gericht op hardware (installatie, verhuur en reparatie van ICT-hardware) wordt over de periode 2010 tot april 2020 tenietgedaan door de negatieve ontwikkeling in vervaardiging van hardware. Toch zit het aantal banen hardware-productie in 2017 tot 2020 in de lift. In die jaren komen er tweeduizend banen in de gehele deelsector ICT-hardware bij.

2.1.2 Creatieve professionals in sectoren van de Nederlandse economie

Naast de aandacht voor het aantal banen in de creatieve industrie, bestaat er de laatste jaren toenemende belangstelling voor de wijze waarop creatieve vaardigheden en competenties, die eigen zijn aan creatieve professionals, zijn ingebed in de rest van de economie. Creatieve zakelijke dienstverlening bestaat bij de gratie van het feit dat bedrijven en instellingen creatieve diensten inkopen bij de architecten, design agencies en communicatie- en publicrelationsbureaus. Bedrijven en instellingen die in hun primaire processen, op meer continue basis behoefte hebben aan creatieve inbreng, gaan er vaak toe over om creatieve professionals in dienst te nemen. Ze bedden ze in, in de eigen organisatie in plaats van ze bij tijd en wijle in te huren. In dit verband wordt ook wel gesproken van 'embedded creativity'. De beslissingen om expertise in huis te halen of in te huren worden ook wel aangeduid als 'make or buy decisions'. Gezien het toenemende belang van creatieve inputs in samenleving en economie, is de verwachting dat steeds meer partijen kiezen voor 'make' en daarop overgaan tot het inbedden van creatieve professionals in de eigen organisatie. Deze paragraaf geeft zicht op de mate waarin creatieve professionals werkzaam zijn in andere sectoren dan de creatieve industrie.

Voor deze analyse zijn twee definities en operationalisaties van wat een creatief beroep is, relevant. De eerste is afkomstig van het CBS en wordt gebruikt in de periodieke Enquête Beroepsbevolking (EBB). De tweede is ontwikkeld door NESTA in het Verenigd Koninkrijk. Het belangrijkste verschil tussen beide definities is dat de NESTA-definitie veel beroepen in het domein van IT en software meeneemt, die bij het CBS buiten beschouwing blijven. De CBS-definitie includeert weer een bredere categorie ambachten dan de NESTA-definitie. De toepassing van de NESTA-definitie resulteert in een groter aantal en aandeel van creatieve professionals in de Nederlandse economie dan bij de hantering van de CBS-definitie. Bovendien is de geconstateerde groei van het aantal creatieve professionals in ons land groter op basis van de NESTA-definitie dan op basis van die van het CBS.¹⁶

Tabel 2.4 Banen in de creatieve industrie en het aantal creatieve professionals in Nederland in 2018 en 2020.

	Aantal banen 2018 X 1000	Aandeel in banen 2018 In Nederland	Aantal banen 2020 X 1000	Aandeel in banen 2020 In Nederland
Creatieve industrie	344	4,0%	368	4,1%
Creatieve professionals				
CBS-definitie (*)	417	4,8%	450	5,0 %
NESTA-definitie (*)	642	7,4%	708	7,9 %

(*) op basis van tweejaars gemiddelde, respectievelijk 2017/2018 en 2019/2020
Bron: CBS, bewerking NEO Observatory

16) Zie voor de uitwerking van beide definities Bijlage 3.

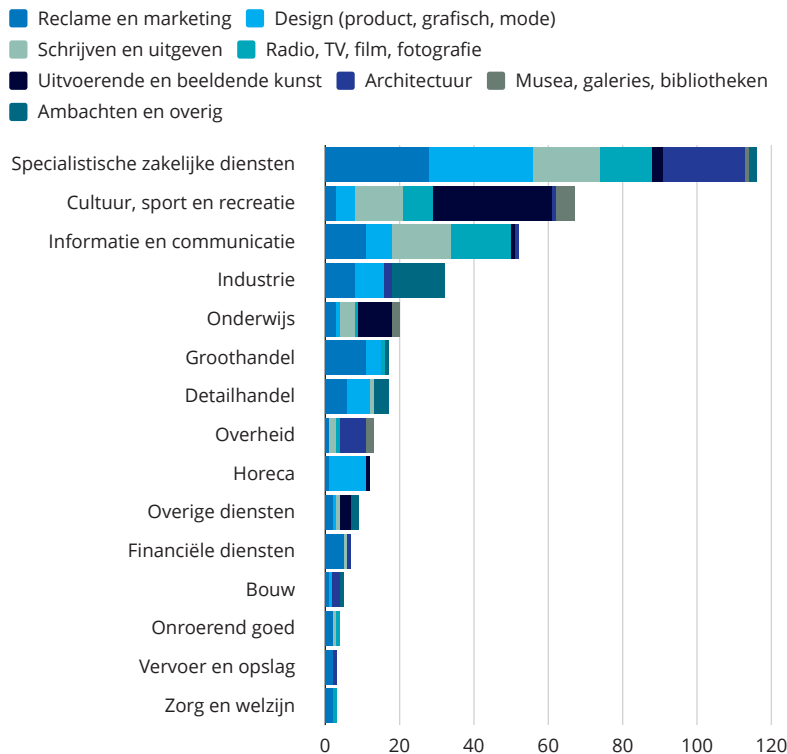
Tabel 2.4 geeft het aantal banen in de Nederlandse creatieve industrie in 2018 en 2020, respectievelijk 344 duizend in 2018 (vier procent van de beroepsbevolking) en 368 duizend (4,1 procent) in 2020. Dat is eerder in deze studie bepaald op basis van de LISA data. Hierbij gaat het zowel om creatieve professionals en werknemers die ondersteunend zijn aan de creatieve disciplines werkend binnen de creatieve industrie. Daarnaast is het totaal aantal beroepsbeoefenaren in een creatief beroep (creatieve professionals) voor 2018 en 2020 in de tabel terug te vinden, zowel zij die werkzaam binnen de creatieve industrie als daarbuiten. Daarvoor zijn de twee definities gebruikt, van CBS en NESTA.

Ongeacht de definitie die gebruikt wordt geldt dat het totaal aantal creatieve professionals in de Nederlandse economie het aantal banen in de creatieve industrie (creatief en ondersteunend opgeteld) overtreft. Uitgaande van de CBS-definitie gaat het daarbij om 450 duizend creatieve professionals (vijf procent van alle beroepsbeoefenaren in Nederland) en volgens de NESTA-definitie zelfs om 708 duizend (7,9 procent van alle beroepsbeoefenaren). Beide getallen overtreffen het aantal banen in de Nederlandse creatieve industrie van 368 duizend in 2020 (4,1 procent van alle banen in Nederland) ruimschoots. Ten opzichte van 2018 is het aantal creatieve professionals volgens het CBS gestegen met respectievelijk 0,2 procent (was 4,8) en volgens NESTA met 0,5 procent (was 7,4). Daarmee neemt het aantal creatieve professionals in de economie neemt sneller toe dan het aantal banen in de creatieve industrie. Volgens het CBS zijn er 33 duizend bijgekomen van 2018 tot 2020, volgens NESTA 66 duizend. In beide gevallen is het meer dan de groei van het aantal banen in de creatieve industrie: 24 duizend. De Nederlandse economie wordt steeds creatiever.

De data die beschikbaar zijn om vast te stellen in welke bedrijven creatieve professionals werkzaam zijn, laten slechts een analyse op grofmazig sectorniveau toe. De hoofdcategorieën specialistische dienstverlening (bijna 120 duizend onder meer communicatieprofessionals, ontwerpers en architecten), cultuur, sport en recreatie (ruim zestigduizend onder meer uitvoerend en beeldend kunstenaars) en informatie en communicatie (ruim vijftigduizend mediaprofessionals) herbergen de grootste aantallen creatieve professionals. Deze brede categorieën omvatten de meeste bedrijfstakken die ook binnen de definitie van creatieve industrie die hier gehanteerd wordt vallen. Ook in de industrie werkt, met rond de dertigduizend, een substantieel aantal creatieve professionals. Andere relevante sectoren zijn het onderwijs,

de detailhandel en de groothandel. Figuur 2.4 laat bovendien zien welk soort creatieve competenties en vaardigheden de verschillende sectoren in huis halen.

Figuur 2.4 Aantal creatieve beroepen naar bedrijfstakken in brede sectoren in Nederland op basis van CBS-definitie (*) in 2020



(*) op basis van tweejaars gemiddelde, respectievelijk 2017/2018 en 2019/2020
Bron: CBS Enquête Beroepsbevolking, bewerking NEO Observatory

2.2 Bedrijven



Het aantal bedrijven in de creatieve industrie neemt in 2010 tot april 2020 met 86 duizend toe, naar een totaal van 206 duizend. Het aandeel van creatieve bedrijven op het Nederlandse totaal is 16,1 procent tegen 4,1 procent op het totaal van banen. Met een gemiddelde bedrijfsomvang van 1,8 baan is de creatieve industrie extreem kleinschalig, vergeleken met de gemiddelde bedrijfsomvang in Nederland van vijf banen.



De toename aan bedrijven in ICT in dezelfde periode is 28 duizend naar het totaal van 81,9 duizend. Het ICT-aandeel op het totaal van Nederlandse bedrijven is 4,6 procent. Met een gemiddelde bedrijfsomvang van 4,1 banen is de ICT sector iets kleinschaliger dan het gemiddelde Nederlandse bedrijf.



Het tempo waarin de schaalverkleining in creatieve industrie en ICT plaatsvindt is de laatste jaren, sinds 2015 afgevlakt. De schaalverkleining in de gehele Nederlandse economie versnelt echter, in vergelijking met creatieve industrie en ICT. De gemiddelde bedrijfsomvang in creatieve industrie, ICT en de Nederlandse economie bewegen naar elkaar toe.

Al een aantal jaren overtreft de groei van bedrijfsvestigingen die van het aantal banen. Dat betekent dat de gemiddelde bedrijfsomvang kleiner wordt en impliceert schaalverkleining. Die ontwikkeling is kenmerkend voor de opkomst van de netwerkeconomie. Het wordt voor grote bedrijven gemakkelijker om bepaalde functies buiten de eigen organisatie te plaatsen, om ze, wanneer nodig, in te vullen door capaciteit in te huren. Door de toegenomen connectiviteit door digitalisering, kan dat efficiënt gebeuren en is het beter dan voorheen mogelijk geworden om de qua prijs en kwaliteit meest gunstige toeleveranciers te selecteren. Kleinere bedrijven zijn doorgaans gespecialiseerd en werken daarom vaak met anderen samen om klanten meer integraal te bedienen, zeker als het gaat om grotere accounts. Dat alles maakt het vormen van netwerken steeds belangrijker. Bedrijven worden kleiner, hun aantal groeit.

Uit eerdere edities van de Monitor Creatieve Industrie is bekend dat in het bijzonder de creatieve industrie zich onderscheidt door een relatief kleine schaal van bedrijvigheid en de belangrijke rol van zelfstandige ondernemers zonder personeel (zzp). De satellietrekening cultuur en media 2018 becijferde bijvoorbeeld dat in 2018 veertig procent van de banen in de creatieve industrie bezet worden door zzp'ers.¹⁷ Voor kunstenaars geldt dat zelfs 57 procent van de totale beroepsgroep als zzp'er werkt, terwijl vier procent van de kunstenaars actief is als zelfstandig ondernemer met personeel. De resterende 39 procent werkt in dienstverband.¹⁸

Tabel 2.5 Aantal bedrijfsvestigingen in 2020 en ontwikkeling aantal bedrijfsvestigingen in de periode 2010-2020 en 2017-2020 in de creatieve industrie en Nederland.

	Vestigingen 2020 (aantal x1000)	Groei 2010-2020 (aantal x1000)	Groei 2010-20 (% per jaar)	Groei 2017-20 (aantal x1000)	Groei 2017-20 (% per jaar)
Creatieve industrie	206,0	86,0	5,6%	32,4	5,9%
Kunsten en cultureel erfgoed	85,8	37,7	6,0%	14,1	6,2%
Media en entertainmentindustrie	48,3	17,3	4,5%	7,0	5,4%
Creatieve zakelijke dienstverlening	71,9	31,0	5,8%	11,3	5,8%
ICT	81,9	28,0	4,3%	9,3	4,1%
ICT-Diensten	76,5	26,5	4,4%	8,7	4,1%
ICT-Hardware	5,5	1,5	3,1%	0,6	4,2%
Creatieve industrie en ICT	288,0	114,0	5,2%	41,8	5,4%
Totale economie	1787,3	519,2	3,5%	232,8	4,8%

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory.

De sectoren creatieve industrie en ICT zijn in april 2020 samen goed voor 16,1 procent van alle bedrijfsvestigingen (288 duizend). Hun gezamenlijke aandeel in de Nederlandse banen is 7,8 procent (703 duizend). De creatieve industrie is verantwoordelijk voor 11,5 procent van de vestigingen tegen

17) CBS (2021). Satellietrekening Cultuur 2018. Voorburg/Heerlen: CBS.

18) CBS (2021). Monitor kunstenaars en andere werkenden met een creatief beroep 2021. Voorburg/Heerlen: CBS.

4,1 procent van de banen. Voor ICT zijn die percentages 4,6 tegen 3,7 procent.¹⁹ Wanneer het aandeel van een bepaalde sector in het totaal aantal bedrijven in Nederland, substantieel hoger is dan het aandeel van diezelfde sector in het aantal banen, is dat een indicatie van kleinschaligheid. Andersom verwijst een klein deel in het aantal bedrijven en een groot aandeel in de banen op relatieve schaalgrootte. De schaal van de creatieve industrie is uitzonderlijk klein, die van ICT ondergemiddeld. De gemiddelde bedrijfsomvang in de creatieve industrie is bijzonder klein, kleiner dan in de ICT-sector, die op zijn beurt weer kleiner is dan die van de totale Nederlandse economie.²⁰

Tabel 2.5 geeft zowel een beeld van de algemene ontwikkeling van het aantal bedrijfsvestigingen in Nederland als specifiek voor de creatieve industrie en de sector ICT en hun deelsectoren. Het aantal vestigingen in de creatieve industrie is in tien jaar tijd toegenomen met 5,6 procent jaarlijks, resulterend in een groei van 86 duizend. De jaarlijkse groei in ICT-vestigingen is lager met 4,3 procent gemiddeld per jaar en 28 duizend vestigingen. De gemiddelde jaarlijkse toename op landelijk niveau is lager: 3,5 procent.

In de meest recente periode vanaf 2017 tot april 2020 is het tempo van de toename van bedrijven in de creatieve industrie 0,3 procent hoger dan over het gehele decennium. Voor ICT is het 0,2 procent lager. Opmerkelijk is datzelfde percentage voor de gehele economie in de meest recente jaren 1,3 procent hoger is. Over de gehele periode 2010 tot april 2020 is het 3,5 en in de jaren 2017 tot april 2020 gemiddeld jaarlijks 4,8 procent. Dat betekent dat het gemiddelde tempo van de bedrijfstoenames in creatieve industrie, ICT en de economie als geheel naar elkaar toe bewegen. Er is een voortgaand proces van schaalverkleining, maar de ontwikkelingen in de totale economie, creatieve industrie en ICT bewegen naar elkaar toe, zoals ook figuur 2.8 verderop in deze paragraaf laat zien. Het proces van schaalverkleining in de gehele economie versnelt, terwijl het in creatieve industrie en ICT begint af te vlakken.

Van de drie deelsectoren in de creatieve industrie onderscheiden kunsten en erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening zich door een kleinere schaal dan de media- en entertainmentindustrie. Het verschil in het aandeel van de eerste twee deelsectoren in respectievelijk het totaal van de Nederlandse bedrijven en dat in banen, is groter dan in de media- en entertainmentindustrie. Kunsten en cultureel erfgoed telt 4,8 procent van alle bedrijven tegen 1,5 procent van alle banen. In de creatieve zakelijke dienstverlening is dat vier versus 1,4 procent.

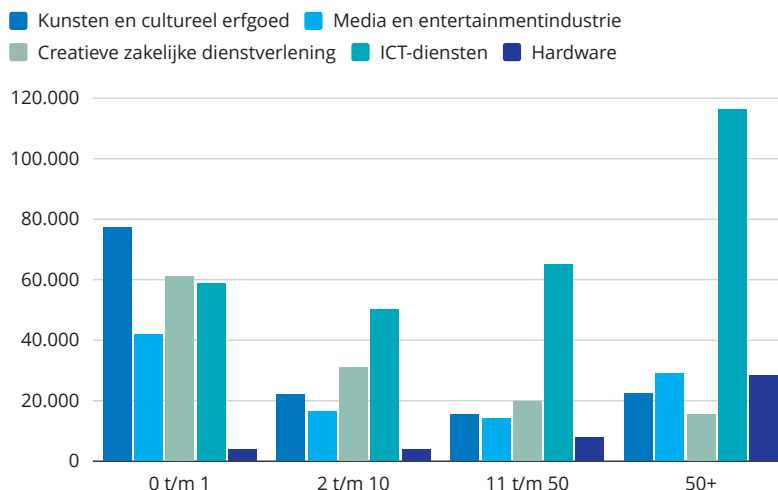
19) Voor cijfers over banen, zie tabel 2.1.

20) Zie ook hierna figuur 2.8.

De media- en entertainmentindustrie heeft een aandeel van 2,7 procent van het aantal bedrijven in Nederland en 1,1 procent van de banen.

De schaal van bedrijvigheid in de beide deelsectoren van ICT verschilt sterk. Het aandeel van ICT-diensten in het totaal aantal bedrijven in Nederland, overtreft met 4,6 procent het aandeel in de Nederlandse banen dat 3,2 procent bedraagt. Bij ICT-hardware is het omgekeerde het geval. ICT-hardware is in 2020 verantwoordelijk voor 0,3 procent van de bedrijven en 0,5 procent van de banen. Daarmee zijn de bedrijven in ICT-hardware gemiddeld groter dan bedrijven in de gehele Nederlandse economie.

Figuur 2.5 Werkgelegenheid naar grootteklasse in 2020 per deelsector in de creatieve industrie en ICT in Nederland, absoluut aantal.



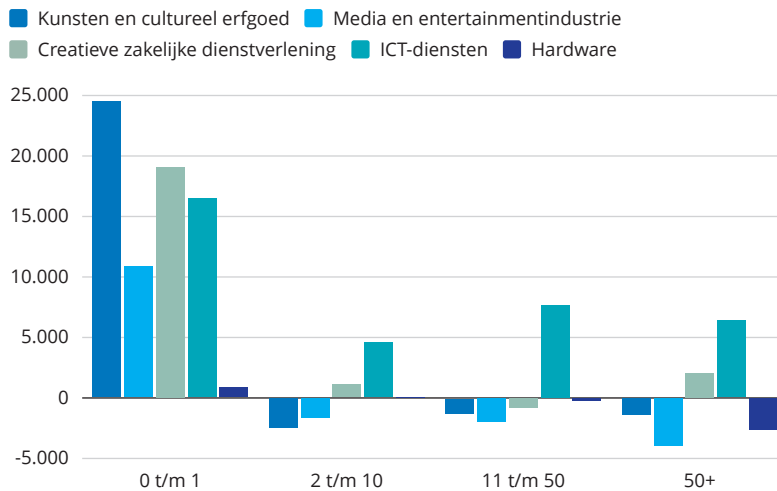
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

Een verder inzicht in de schaal van bedrijvigheid in creatieve industrie en ICT geeft figuur 2.5. In alle deelsectoren van de creatieve industrie domineren de eenpersoonsbedrijven, met nul of een banen. Dat geldt het sterkst voor de deelsector kunst en erfgoed en het minst voor de media- en entertainmentindustrie.

In kunsten en erfgoed is het belang van de zelfstandigen het grootst, met bijna tachtigduizend banen in 2020. De andere categorieën bedrijven zijn van minder belang, met dien verstande dat bedrijven en organisaties met meer dan vijftig banen de op een na belangrijkste categorie vormen als het gaat om de werkgelegenheid in kunsten en erfgoed. De media- en entertainmentindustrie kent een vergelijkbare structuur, waarbij de bedrijven en instellingen met meer dan vijftig banen van bijzonder belang zijn, echter minder dan de categorie zelfstandigen. De deelsector media- en entertainment kent, in vergelijking met de kunsten en erfgoed, aanmerkelijk minder zelfstandigen. De creatieve zakelijke dienstverlening laat een afname van belang voor werkgelegenheid zien van bedrijfsklassen naarmate ze in omvang groter zijn. Het belang van zelfstandigen en microbedrijven is het grootst, terwijl de bedrijven met meer dan vijftig banen gezamenlijk het minste aantal banen tellen.

De deelsector ICT-hardware is het spiegelbeeld van de deelsectoren in de creatieve industrie. De categorie zelfstandigen en microbedrijven draagt het minst bij aan de werkgelegenheid in ICT-hardware, de categorie met meer dan vijftig banen per vestiging veruit het meest. Dat komt overeen met de vaststelling hiervoor, dat ICT-hardware qua schaalgrootte afwijkt van de deelsectoren in de creatieve industrie en van ICT-diensten. Voor deze deelsector geldt dat de categorie bedrijven met meer dan vijftig banen verantwoordelijk is voor het grootste deel van de banen, terwijl de bijdrage van de bedrijven in de andere categorieën eveneens aanzienlijk is met tussen de vijftig en 65 duizend banen.

Figuur 2.6 Ontwikkeling van de werkgelegenheid naar grootteklasse in de periode 2010-2020 per deelsector in de creatieve industrie en ICT in Nederland, absoluut aantal.



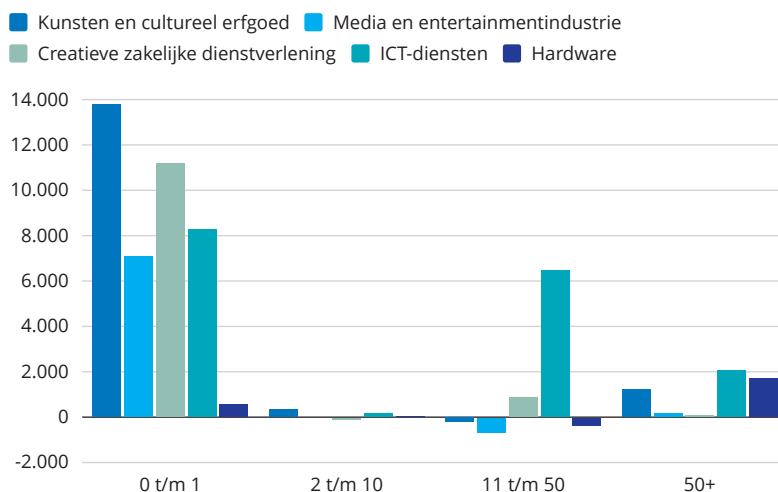
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

De ontwikkeling van het aantal banen in de jaren 2010 tot april 2020 in de categorieën bedrijven naar grootteklasse versterkt het hiervoor geschetste beeld. De toename van banen is met afstand het grootst in de categorie zelfstandigen. In de kunst en erfgoed en de media- en entertainmentindustrie is zelfs sprake van banenkrimp in alle andere categorieën bedrijven. De creatieve zakelijke dienstverlening kent een lichte groei in de categorieën met twee tot en met vijf banen en in de grootste categorie van vijftig of meer banen. De eerder vastgestelde netto groei in alle deelsectoren van de creatieve industrie komt daarmee voor rekening van zelfstandigen of microbedrijven. De ontwikkelingen die figuur 2.6 aangeeft kunnen het gevolg zijn van een uitstoot van arbeid door de grotere bedrijven en instellingen in de creatieve industrie die daarop hun werk voortzetten als zelfstandige. In die situatie is het aannemelijk dat ook een groot deel van het nieuwe talent dat op de arbeidsmarkt verschijnt, al dan niet noodgedwongen, kiest voor een entree als zelfstandige.

In ICT-diensten is de voorbije tien jaar sprake van banengroei in alle categorieën bedrijven. De aanwas van banen ligt daarmee, anders dan in de creatieve industrie, niet louter in de categorie zelfstandigen. Echter, ook daar steekt de groei in de categorie zelfstandigen met kop en schouders boven de andere uit.

ICT-hardware laat krimp zien in de categorie van vijftig en meer banen en een minieme groei in de kleinste categorie. Dat laat onaangestaan dat ICT-hardware een relatief grootschalige deelsector is.

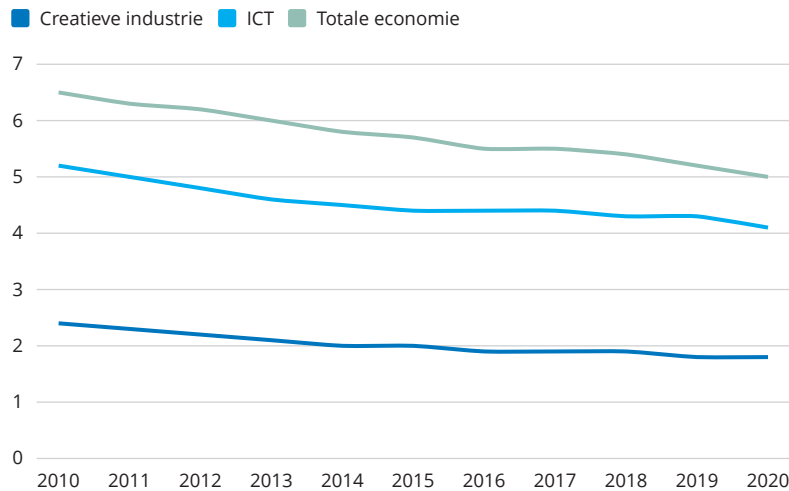
Figuur 2.7 Ontwikkeling van de werkgelegenheid naar grootteklasse in de periode 2017-2020 per deelsector in de creatieve industrie en ICT in Nederland, absoluut aantal.



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

De recente jaren 2017-2020 laten geen substantieel ander beeld zien dan het gehele decennium 2010-2020. Belangrijkste nuancering is dat een vergelijking van figuur 2.6 en 2.7 uitwijst dat de groei in ICT-diensten in de categorie met meer dan vijftig banen, grotendeels voor 2017 heeft plaatsgevonden, terwijl de groei in diezelfde deelsector in de categorie elf tot en met vijftig banen juist in de recente jaren heeft plaatsgehad. De eerder gesignaleerde bescheiden groei in ICT-hardware in de recente jaren komt bijna geheel voor rekening van de grotere bedrijven.

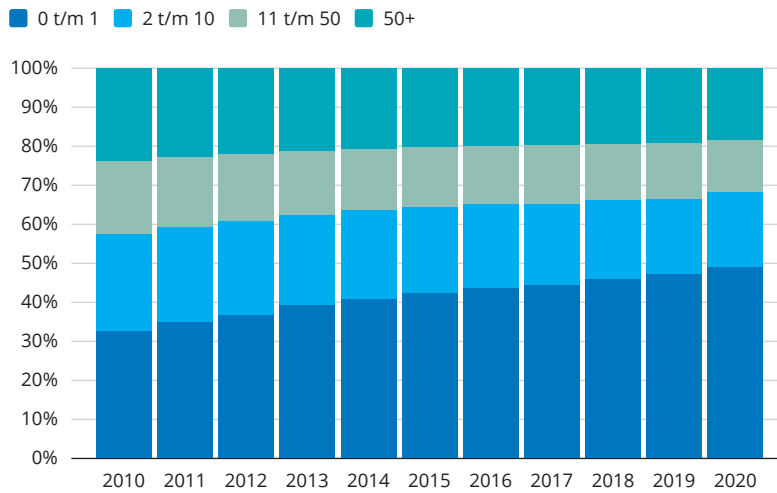
Figuur 2.8 Gemiddelde bedrijfsomvang in de jaren 2010-2020 in de creatieve industrie, ICT en totale economie van Nederland



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

Figuur 2.8 geeft inzicht in de concrete uitwerking van het proces van schaalverkleining in de totale economie, de creatieve industrie en de ICT-sector. Ze laat de ontwikkeling van de gemiddelde bedrijfsomvang in de drie bereiken zien. Over de gehele lijn treedt schaalverkleining op. In de eerste vijf jaar van de periode 2010 tot april 2020 daalt de gemiddelde omvang in creatieve industrie en ICT snel, in het bijzonder ten opzichte van het landelijk gemiddelde. In de tweede helft van het decennium is er in beide sectoren sprake van kentering, wat niet geldt voor het overall beeld in het land. Het tempo van schaalverkleining in de totale economie gaat inmiddels sneller dan in creatieve industrie en ICT. Dat neemt niet weg dat er in april 2020 nog een behoorlijke kloof gaapt tussen de gemiddelde bedrijfsomvang in de creatieve industrie (1,8 baan per vestiging) en die in ICT (4,1 baan per vestiging) en de gehele economie (vijf banen per vestiging). Het heeft er alle schijn van dat de gemiddelde bedrijfsgrootte van de creatieve industrie de ondergrens aan het vinden is.

Figuur 2.9 Ontwikkeling van de werkgelegenheidsverdeling naar grootteklasse in de periode 2010-2020 in de creatieve industrie in Nederland



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

Figuur 2.9 geeft een nader inzicht in het belang van verschillende bedrijven naar grootteklasse in de creatieve industrie. Het aandeel van de zelfstandigen en microbedrijven groeit in de recente jaren nog steeds, zij het in een lager tempo.

2.3 Productiewaarde



De creatieve industrie noteert in 2020, als gevolg van de coronacrisis, een 22 procent lagere productiewaarde dan het jaar daarvoor. Dat steekt schril af tegen de algemene economische schade van 4,4 procent.



Het sterkst is de terugslag in kunsten en erfgoed (-51,5 procent) als gevolg van het op slot zetten van een groot deel van de sector. De totale productiewaarde van kunst en cultureel erfgoed is in 2020 met € 5,5 miljard maar liefst € 4,1 miljard lager dan in 2010. De media- en entertainmentindustrie levert 17,3 procent in. Voor de creatieve zakelijke dienstverlening is de teruggang met 5,9 procent relatief beperkt, maar nog altijd meer dan het gemiddelde van de economie in Nederland.



De ICT-sector krimpt van 2019 naar 2020 slechts met 2,6 procent, en dan vooral door terugloop in hardware sector die niet direct aan de coronacrisis gekoppeld is. ICT-diensten krimpt in 2020 slechts: 0,3 procent en loopt daarmee weinig schade op.

Behalve (de ontwikkeling van) het aantal banen in creatieve industrie en ICT en het aantal bedrijven dat daarin actief is, is ook de waarde die beide sectoren genereren een belangrijke indicator voor hun stand van zaken. Daarbij zijn zowel de waarde van de productie als de bijdrage aan het bruto binnenlands product – de toegevoegde waarde – van belang. In deze paragraaf gaat het over de productiewaarde.

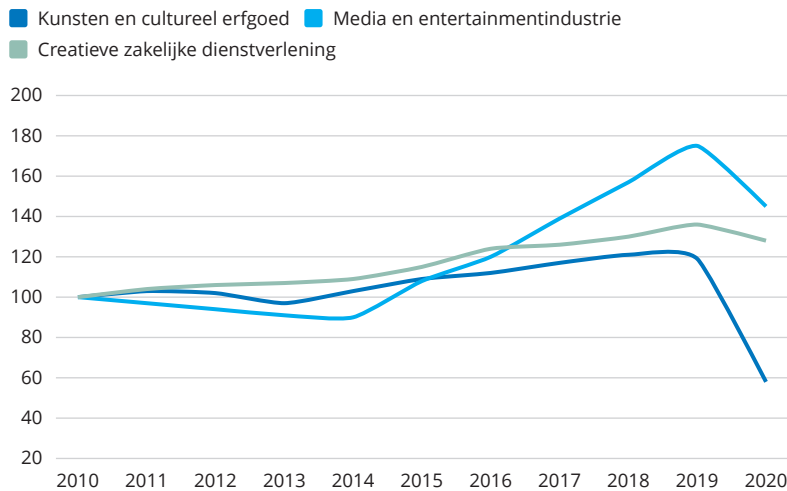
BOX 2.1 PRODUCTIEWAARDE

De productiewaarde van een sector staat gelijk aan de waarde van alle voor de verkoop bestemde goederen en diensten die door de bedrijven en instellingen in die sector worden voortgebracht. Ze wordt meestal gemeten per kalenderjaar. Daarbij hoort dus ook alles wat in een sector is geproduceerd voor de verkoop, maar nog niet is verkocht. Daarmee is de productiewaarde ook een indicator voor activiteit en bedrijvigheid in een sector, niet per se voor winstgevendheid. Het is voorstelbaar dat een sector veel produceert, maar dat er weinig wordt verdiend. In dat geval zullen er ongetwijfeld snel bedrijven verdwijnen. Investeerders zijn meestal niet geïnteresseerd in louter bedrijvigheid, ze zoeken rendement. Productiewaarde is vergelijkbaar met omzet en wordt uitgedrukt in basisprijzen. De basisprijs is het bedrag dat een producent incasseert bij de verkoop van een dienst of een product, waarvan eventuele handels- en vervoersmarge en product gebonden belastingen van zijn afgetrokken en eventuele subsidies bij zijn opgeteld. In de basisprijzen is ook het intermediaire gebruik²¹ verdisconteerd. In de vaststelling van de toegevoegde waarde, die later aan bod komt, wordt de productiewaarde verminderd met het intermediaire verbruik.

De hier gepresenteerde cijfers over productiewaarde en toegevoegde waarde gaan over de gehele periode van 2010 tot en 2020, inclusief het gehele jaar 2020. Die zijn ontleend aan de Nationale Rekeningen die opgemaakt worden door het CBS. Dat betekent dat in de waardecijfers ook de eerste fase van de COVID-19 pandemie is meegenomen, in tegenstelling tot de data die gebruikt zijn voor de bepaling van het aantal banen en bedrijven. De volgende figuren, in het bijzonder waar ze betrekking hebben op de ontwikkelingen in 2019 en 2020, laten zien op welke wijze de coronacrisis de productiewaarde van de verschillende deelsectoren in de creatieve industrie en de ICT-sector heeft beïnvloed. Het betreft hier de geïndexeerde ontwikkeling met 2010 als referentiejaar.

21) Noot: zie ook Box 2.2.

Figuur 2.10 Ontwikkeling van de productie in de periode 2010-2020 in de deelsectoren van de creatieve industrie in Nederland (index, 2010 = 100).



Bron: CBS Nationale Rekeningen, bewerking NEO Observatory

De meeste opvallende terugval in 2020 is te zien in kunsten en erfgoed, waar organisaties en bedrijven die bestaan bij de gratie van sociaal verkeer en face-to-face contact, een groot deel van het jaar geen bezoekers mochten ontvangen. Bijgevolg hebben ze een groot deel van de activiteiten stilgelegd vanwege de maatregelen om de verspreiding van het coronavirus te voorkomen. De productiewaarde in kunsten en erfgoed in 2020 bedraagt minder dan zestig procent van de productie in 2010. Wat verder opvalt is dat de waarde van de jaarlijkse productie in kunsten en erfgoed in de jaren na 2017 niet meer toeneemt, ook voordat corona toesloeg. Dit na een periode van gestage toename vanaf 2013, die het herstel inluidt na de teruggang, als gevolg van de bezuinigingen op cultuur aan het begin van het voorbije decennium.

In diezelfde periode is de productiewaarde van de creatieve zakelijke dienstverlening gestaag gegroeid tot en met 2019. Ook deze deelsector kampt in 2020 met een terugval als gevolg van corona. Echter, de zakelijke markt, waarop de bedrijfstakken communicatie, design en architectuur opereren, laat een aanmerkelijk kleinere vraaguitval zien, dan in kunsten en erfgoed. De productiewaarde in 2020 ligt nog steeds meer dan twintig procentpunten boven die van 2010.

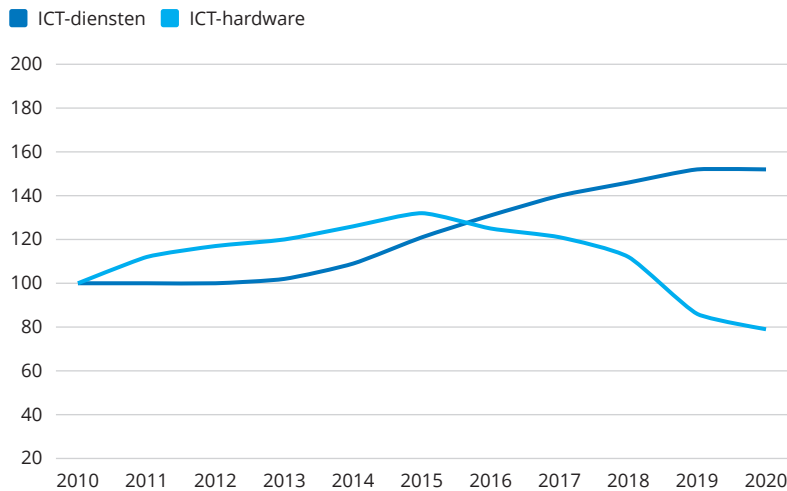
In de media en entertainmentindustrie is het vanaf 2014 behoorlijk crescendo gegaan in de productiewaarde. Deze deelsector laat de sterkste groei zien. Een belangrijk deel daarvan is, zoals ook al in de vorige Monitor Creatieve Industrie bleek, voor een belangrijk deel het gevolg van de vestiging van Netflix in Amsterdam. Het Amerikaanse bedrijf levert onder meer vanuit die vestiging audiovisuele producties aan huishoudens buiten Nederland. De waarde die deze internationale stroom van mediadiensten vertegenwoordigt is vooral terug te zien in de productiewaarde van de media- en entertainmentindustrie en veel minder in de toegevoegde waarde.²² Immers bij de productiewaarde draait het louter en alleen om de waarde van de geproduceerde diensten (inclusief de kosten die daarvoor gemaakt zijn) die Netflix in het buitenland aanbiedt (en dus tot de export gerekend worden).²³ Tot die kosten behoren alle royalty's, rechten en andere vergoedingen die Netflix betaalt voor de films en series. In verhouding tot de productiewaarde is bijdrage van Netflix Europa aan de toegevoegde waarde van de Nederlandse economie klein.²⁴ Los van dit effect krijgt ook de media- en entertainmentindustrie als gevolg van corona een terugslag, niet zo stevig als de sector kunst en cultureel erfgoed, maar zwaarder dan die van creatieve zakelijke dienstverlening. De onderdelen van de media- en entertainmentindustrie, die geheel of gedeeltelijk afhankelijk zijn van advertentie-inkomsten, hebben in eerste instantie met een terugval in reclame-inkomsten te maken gekregen. Uitgaven aan reclame en advertenties is doorgaans een van de eerste kostenposten waarop bedrijven beknibben in het geval van een economische terugval, of het vermoeden dat die op til is. Ook zijn er veel audiovisuele producties uitgesteld in afwachting van wat de uiteindelijke invloed van Covid-19 zou op de sector. Tot de media- en entertainmentindustrie behoort ook de bedrijfstak live-entertainment, waar net als in bijvoorbeeld de podiumkunsten, de productie enorm is gekrompen als gevolg van de maatregelen met het oog op de virusbestrijding. Echter de totale productiewaarde van de media- en entertainmentindustrie ligt nog altijd ruim veertig procentpunten boven die van 2010.

22) Zie ook paragraaf 2.4 en figuur 2.12.

23) Zie ook: CBS (2021). Satellietrekening Cultuur 2018. Voorburg/Heerlen: CBS.

24) Voor het bepalen van de toegevoegde waarde worden de kosten van de productie in mindering gebracht op de productiewaarde.

Figuur 2.11 Ontwikkeling van de productie in de periode 2010-2020 in de deelsectoren van de ICT in Nederland (index, 2010 = 100).



Bron: CBS Nationale Rekeningen, bewerking NEO Observatory

De deelsector ICT-diensten laat vanaf 2014 voortdurend groei zien, vergelijkbaar met de media- en entertainmentindustrie. In 2020 is er sprake van stagnatie, maar niet of nauwelijks van krimp. De effecten van de coronacrisis zijn daarmee voor de ICT-diensten, althans voor 2020, beperkt. Het onderscheid met de verschillende deelsectoren in de creatieve industrie is dat de vraag naar ICT-diensten met de opmars van corona niet is afgenomen. Juist de vervanging van fysiek door virtueel contact en de vraag naar de diensten die dat ondersteunen, lijkt eerder toegenomen. Toch is er louter sprake van stabilisatie en niet van groei. Dat kan te wijten zijn dat in de crisisperiode afnemers van ICT-diensten investeringen 'on hold' hebben gezet.

ICT-hardware laat al jaren krimp in productiewaarde zien. Opvallend genoeg vertraagt de krimp in 2020 in vergelijking met de voorgaande jaren enigszins. Door de beperkte omvang van de deelsector hebben schommelingen een sterke invloed op de hoogte van de index die aan de basis ligt van figuur 2.10. Dat maakt de duiding van schommelingen lastig omdat incidenten vaak sterk doorwerken in het indexcijfer.

Tabel 2.6 Productiewaarde in 2020 en ontwikkeling in de periode 2010-2020 en 2019-2020 in de creatieve industrie en ICT in Nederland (miljarden euro's in prijzen 2020)

Deelsector	Productie	Groei	Groei	Groei	Groei
	2020 (in mld euro)	2010-2020 (in mld euro)	2010-2020 (% per jaar)	2019-2020 (in mld euro)	2019-2020 (% per jaar)
Creatieve industrie	39,6	5,4	1,5%	-11,2	-22,0%
Kunsten en cultureel erfgoed	5,5	-4,1	-5,4%	-5,9	-51,5%
Media en entertainmentindustrie	21,7	6,7	3,8%	-4,5	-17,3%
Creatieve zakelijke dienstverlening	12,4	2,7	2,5%	-0,8	-5,9%
ICT	92,1	19,3	2,4%	-2,5	-2,6%
Diensten	69,1	25,6	4,7%	-0,2	-0,3%
Hardware	23,0	-6,3	-2,4%	-2,3	-9,0%
Creatieve industrie en ICT	131,7	24,7	2,1%	-13,7	-9,4%
Totale economie	1511,6	199,0	1,4%	-69,2	-4,4%

Bron: CBS Nationale Rekeningen, bewerking NEO Observatory

Tabel 2.6 laat de cijfers zien die mede ten grondslag liggen aan de voorgaande figuren waarin het verloop van de waarde van de productie is getoond. Naast de waarde van de productie in 2020 bevat de tabel de groei in waarde in miljarden euro's van het begin tot het einde van het decennium, en ook het gemiddelde jaarlijkse groeicijfer. De waarde, gemeten aan het eind van 2020 na de eerste effecten van de coronacrisis, beïnvloedt de cijfers over het gehele decennium in sterke mate. Om die reden is in tabel 2.6 de vergelijking van de situatie in 2019 met die in 2020 opgenomen, voor wat betreft de ontwikkeling van de waarde in euro's en in procenten. Alle grootheden staan voor het jaar 2020 in de min. Ter vergelijking zijn ook de belangrijkste kengetallen voor de totale Nederlandse economie opgenomen.

De creatieve industrie als geheel noteert een 22 procent lagere productiewaarde in 2020 dan het jaar daarvoor. Voor alle drie de deelsectoren is er van 2019 naar 2020 sprake van een daling van de productie. Het sterkst in de kunsten en erfgoed waarvan de productie meer dan halveert (-51,5 procent) door het op slot zetten van een groot deel van de sector. De media- en

entertainmentindustrie levert 17,3 procent in. Voor de creatieve zakelijke dienstverlening is de teruggang met 5,9 procent relatief beperkt. Alleen voor kunsten en erfgoed levert de adering in 2020 uiteindelijk een negatief resultaat op voor het gehele decennium. De productie is in 2020 met € 5,5 miljard, € 4,1 miljard lager dan in 2010.

De ontwikkelingen als gevolg van corona in de media- en entertainment-industrie, in het bijzonder de betekenis van Netflix, verdient hier bijzondere aandacht. De coronacrisis heeft de consumptie van video-on-demand diensten bevorderd. Het is daarmee onwaarschijnlijk dat het aandeel van de Nederlandse vestiging van Netflix in de productiewaarde van de Nederlandse media- en entertainmentindustrie is afgenomen, gezien de dominante positie van deze aanbieder. Eenzelfde redenering gaat op voor de Nederlandse evenknie van Netflix, Videoland dat onderdeel is van RTL. Dat betekent dat de schade van corona verhoudingsgewijs zwaarder heeft doorgewerkt in andere delen van de Nederlandse media- en entertainmentsector.

In vergelijking met de creatieve industrie is de schade door corona voor de ICT-sector beperkt. Waar de productie van de eerste van 2019 naar 2020 krimpt met 22 procent, is de krimp van de tweede slechts 2,6 procent. De oorzaak van de terugloop ligt vooral in hardware sector. Dat is echter niet direct aan de coronacrisis te wijten. Vanaf 2015 krimpt de productie van de deelsector hardware jaar op jaar. De teruggang van de productie in hardware is in 2019 zelfs groter dan in 2020, waardoor corona niet als oorzaak kan worden aangewezen. ICT-diensten krimpt in 2020 slechts in zeer geringe mate: 0,3 procent en loopt daarmee weinig schade op. Over het gehele decennium gerekend kent ICT-diensten een positieve ontwikkeling die resulteert in een jaarlijks groeigemiddelde van 4,7 procent, de resultaten van het coronajaar 2020 meegerekend.

2.4 Toegevoegde waarde



De creatieve industrie en haar respectievelijke deelsectoren hebben zwaarder geleden onder corona dan de rest van de economie. Kunst en erfgoed kent zelfs een toegevoegde waarde verlies van ruim zestig procent. Ook de daling van de waarde in de media- en entertainmentindustrie en creatieve zakelijke dienstverlening, respectievelijk -12,4 en -6,3 procent, is groter dan gemiddeld voor de gehele Nederlandse economie: -3,8 procent.



ICT laat een heel ander beeld zien. De toegevoegde waarde in ICT-diensten in 2020 is met 0,4 procent gegroeid ten opzichte van 2019. ICT-hardware noteerde een teruggang van 4,2 procent die niet primair aan COVID-19 kan worden toegeschreven.

De waarde die een sector toevoegt aan de Nederlandse economie wordt vaak gebruikt als indicator van haar economische belang. De toegevoegde waarde wordt berekend door de waarde van alle geproduceerde goederen en diensten (de productiewaarde zoals in de vorige paragraaf besproken) te verminderen met de waarde van het zogenaamde intermediaire verbruik. Die is gelijk aan de kosten die een bedrijf, bedrijfstak of sector maakt om goederen en diensten die tijdens het productieproces worden verwerkt of verbruikt te financieren. Investeringsgoederen worden daarin niet verrekend. Wanneer goederen meer dan een jaar worden ingezet in het productieproces worden ze als investeringsgoederen beschouwd. Van de uiteindelijke toegevoegde waarde worden lonen en salarissen betaald, belasting afgedragen, dividend uitgekeerd en winsten geboekt. De totale in de Nederlandse economie gegenereerde toegevoegde waarde van alle bedrijven en instellingen samen wordt aangeduid als het bruto binnenlands product (BBP) of bruto nationaal product (BNP).

BOX 2.2 CREATIEVE INDUSTRIE EN INTERMEDIAR VERBRUIK

Het CBS²⁵ geeft aan dat in 2018 de helft van de producten en diensten (51 procent) van de creatieve industrie²⁶ geleverd wordt aan andere bedrijven en instellingen. De andere helft van de producten en diensten wordt aangeboden aan het publiek, op de consumentenmarkt. Wanneer bedrijven producten en diensten afnemen van andere bedrijven om ze te gebruiken als input voor hun productieproces is er sprake van intermediair verbruik. Van de totale productie leveren bedrijven in Nederland 38 procent aan andere bedrijven voor intermediair gebruik. Binnen de creatieve industrie is dat met 51 procent fors hoger. Dat is kenmerkend voor de bijzondere rol van de creatieve industrie in onze samenleving en economie en voor de structuur en werking van de sector.

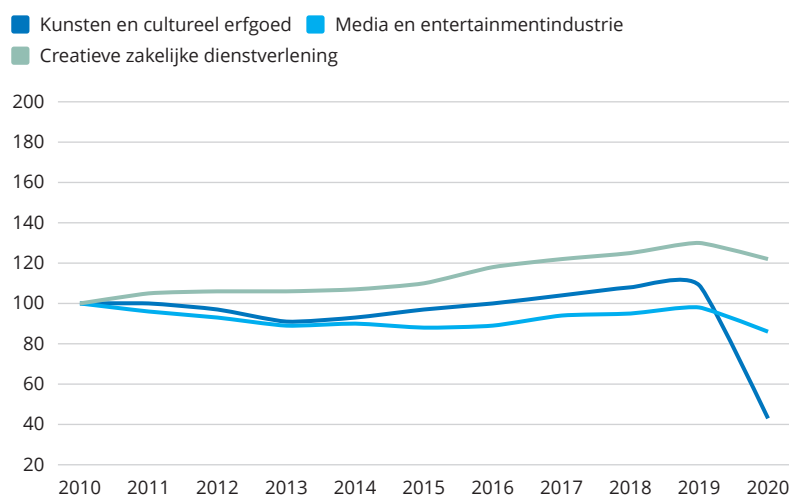
Voor een belangrijk deel leveren bedrijfstakken binnen de creatieve zakelijke dienstverlening, in het bijzonder communicatie, design en architectuur, input aan bedrijfstakken en sectoren buiten de creatieve industrie. Hun creatieve diensten zijn input voor de productieprocessen van andere bedrijfstakken, maar soms ook voor collega-bedrijven in de creatieve industrie. In andere delen van de creatieve industrie leveren partijen ook veelvuldig producten en diensten aan elkaar, vaak binnen specifieke productieketens in bijvoorbeeld de audiovisuele industrie, de perssector en de podiumkunsten. Audiovisuele producenten leveren bijvoorbeeld aan omroepen of film distributeurs die op hun beurt weer de bioscopen beleveren. Persagentschappen leveren aan nieuwsmedia, net als zelfstandig werkende journalisten. Uitgevers leveren voor een deel aan consumenten, maar ook aan kiosken en andere wederverkopers, en ze verkopen advertentieruimte aan producenten en dienstverleners die graag hun publiek willen bereiken. Uitvoerende kunstenaars zijn vaak zelfstandigen die hun diensten leveren aan producenten van voorstellingen die deze op hun beurt weer slijten aan bijvoorbeeld theaters en schouwburgen. De creatieve industrie is, zoals eerder werd vastgesteld, bij uitstek een netwerkindustrie die onderling verbonden is, maar ook sterk geconnecteerd is met de rest van de economie en de samenleving. Intermediaire leveringen zijn daarmee in de creatieve industrie meer gebruikelijk dan elders.

25) CBS (2021). Satellietrekening Cultuur 2018. Voorburg/Heerlen: CBS.

26) CBS spreekt over cultuur en media, wat voor een belangrijk deel overeenkomt wat in deze monitor als creatieve industrie wordt opgevat.

De toegevoegde waarde van een sector of deelsector is direct verbonden met de productiewaarde, zoals die in de vorige paragraaf aan de orde kwam. De uiteindelijke omvang van de gegenereerde waarde is, zoals uit de voorgaande definitie blijkt, voor een belangrijk deel afhankelijk van de waarde van het intermediaire verbruik. Als de waarde van de inkoop van goederen en diensten om te komen tot de eigen productie relatief hoog is, heeft dat consequenties voor de omvang van de toegevoegde waarde.

Figuur 2.12 Ontwikkeling van de toegevoegde waarde in de periode 2010-2020 in de deelsectoren van de creatieve industrie in Nederland (index, 2010 = 100).



Bron: CBS Nationale Rekeningen, bewerking NEO Observatory

De ontwikkeling van de toegevoegde waarde in de creatieve industrie zoals afgebeeld in figuur 2.12, laat overeenkomsten met de vergelijkbare afbeelding van de productiewaarde. Er echter is ook een aantal opvallende verschillen.

Net als voor de productiewaarde geldt dat het neerwaartse effect van de coronacrisis het sterkst is in kunsten en cultureel erfgoed. Het effect op de toegevoegde waarde is echter groter. In 2020 is de toegevoegde waarde die binnen kunsten en erfgoed gecreëerd wordt omtrent de veertig procent van de waarde in 2010. In 2020 bedraagt ze € 2,2 miljard, in referentiejaar 2010 was

dat € 3 miljard hoger: € 5,2 miljard.²⁷ Iets verder terug op de tijdlijn valt op dat de toegevoegde waarde in de kunsten en erfgoed sterker heeft geleden onder de bezuinigingen vanaf 2012 dan de productiewaarde. De conclusie is dat de sector in de periode na 2012 de productie grotendeels op niveau heeft gehouden, maar er financieel onder geleden heeft. In 2016 was de toegevoegde waarde weer op het niveau van 2010 om in de jaren verder toe te nemen, tot in 2020 corona zijn tol eiste. Dit is een voorlopige conclusie die nader onderzoek verdient. Verschillende onderdelen van kunsten en erfgoed zijn ongesubsidieerd of voor een aanzienlijk kleiner deel gesubsidieerd dan andere. Hun reilen en zeilen wordt daarmee minder bepaald door de dynamiek van publieke financiering dan dat van organisaties die zwaarder op subsidie leunen.

Wat eerder opviel was dat de productiewaarde van de media- en entertainmentindustrie vanaf 2014 sterk in de lift zat en om vanaf 2016 de waardeontwikkeling in de drie onderscheiden deelsectoren met € 21,7 miljard aan te voeren.²⁸ Dat contrasteert sterk met de ontwikkeling van de toegevoegde waarde van die deelsector die in het gehele decennium niet meer het niveau haalt van 2010. De toegevoegde waarde van media- en entertainment is, mede onder invloed van corona, in 2020 met € 6,5 miljard het laagste van het voorbije decennium. Het verschil tussen de hoge score op productiewaarde en de lage prestaties op toegevoegde waarde is voor een belangrijk deel toe te schrijven aan het Netflix-effect. De waarde van de diensten die Netflix International BV in Nederland produceert en exporteert naar andere landen is relatief groot. Die telt zwaar door in het productievolumen van de sector. Echter, in de bepaling van de toegevoegde waarde worden de kosten van de inkoop van diensten om dat aanbod te realiseren, voor Netflix de aankoop van rechten op gebruik van de uitgezonden content bij buitenlandse rechthebbenden in mindering gebracht. De toegevoegde waarde die door de Nederlandse vestiging van Netflix in Nederland wordt gegenereerd is qua omvang, in vergelijking met de productiewaarde, klein vanwege de hoge kosten. Dat verklaart voor een belangrijk deel de discrepantie tussen productiewaarde en toegevoegde waarde van de sector media- en entertainment. Mogelijk dragen soortgelijke bedrijven, die minder prominent op de radar van deze Monitor verschijnen ook bij aan dit effect. Dat alles impliceert dat de ontwikkeling van de media- en entertainmentindustrie in Nederland, in weerwil van de positieve banenontwikkeling, niet onproblematisch is.²⁹

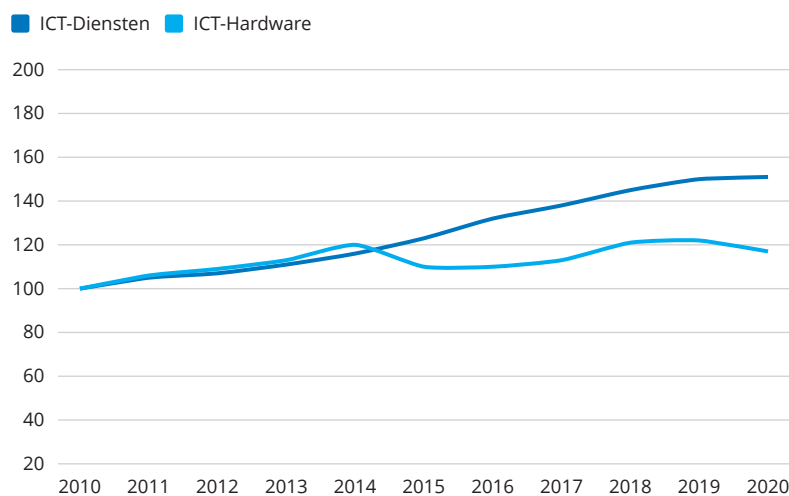
27) De noodsteun die van overheidswege is verstrekt is niet verdisconteerd in de hier geschetste toegevoegde waarde. De teruggang in gecreëerde waarde, waaruit bijvoorbeeld ook salarissen betaald moeten worden, is juist de motivatie van de overheid om steun te verlenen, ten einde de culturele infrastructuur zo goed mogelijk in stand te houden.

28) Vergelijk figuur 2.10.

29) Op een vergelijkbare manier is het Netflix-effect ook van invloed op de in- en exportcijfers van de Nederlandse audiovisuele industrie. Zie daarvoor onder meer: CBS (2021). Satellietrekening Cultuur 2018. Voorburg/Heerlen: CBS.

De ontwikkeling van de toegevoegde waarde die door de creatieve zakelijke dienstverlening wordt gerealiseerd, komt sterk overeen met de ontwikkeling van de productiewaarde zoals die hiervoor werd afgebeeld.³⁰ De effecten van corona op de toegevoegde waarde van deze deelsector zijn in vergelijking met de andere twee deelsectoren, kunsten en erfgoed in het bijzonder, relatief klein. Hiervoor bleek dat de creatieve zakelijke dienstverlening in Nederland weinig grote partijen kent. In de sector zijn veel kleine bedrijven en een groot aantal zzp'ers actief. Ze werken grotendeels voor de Nederlandse markt en hun verdienmodel is doorgaans weinig complex. Een veel gehoorde klacht is wel, in het bijzonder in de explosief groeiend bedrijfstak design, dat van de waarde die gecreëerd wordt voor hun klanten, een te klein deel landt op de rekening van de creatieven. Toch groeit de toegevoegde waarde in deze subsector gestaag.

Figuur 2.13 Ontwikkeling van de toegevoegde waarde in de periode 2010-2020 in de deelsectoren van de ICT in Nederland (index, 2010 = 100).



Bron: CBS Nationale Rekeningen, bewerking NEO Observatory

Wat opvalt in de toegevoegde waardeontwikkeling van ICT-diensten is dat die deelsector maar een zeer beperkte doorwerking van het eerste coronajaar laat zien. Er is slechts sprake van een groeivertraging. Dat is een sterk contrast met wat er in de creatieve industrie speelt. Daarmee wordt eens te meer duidelijk

30) Vergelijk figuur 2.10.

dat de COVID-19 crisis een gedifferentieerd effect heeft op de economie van Nederland.

Opvallend is verder dat de eerder vastgestelde stagnatie in banengroei en productiewaarde in de deelsector ICT-hardware niet ten koste gaat van de ontwikkeling van de toegevoegde waarde. Waar de productiewaarde in 2020 ruim twintig procent lager lag dan het referentiejaar 2010, ligt de toegevoegde waarde in dat jaar tussen de vijftien en twintig procent hoger. De deelsector ICT-hardware in Nederland concentreert zich blijkbaar op hoge toegevoegde waarde activiteiten.

Tabel 2.7 Toegevoegde waarde in 2020 en ontwikkeling in de periode 2010-2020 en 2019-2020 in de creatieve industrie en ICT in Nederland (miljarden euro's in prijzen 2020).

Deelsector	Toegevoegde Waarde 2020 (in mld euro)	Groei 2010-2020 (in mld euro)	Groei 2010-2020 (% per jaar)	Groei 2019-2020 (in mld euro)	Groei 2019-2020 (% per jaar)
Creatieve industrie	13,8	-3,1	-2,0%	-4,7	-25,4%
Kunsten en cultureel erfgoed	2,2	-3,0	-8,2%	-3,4	-60,8%
Media en entertainmentindustrie	6,5	-1,1	-1,5%	-0,9	-12,4%
Creatieve zakelijke dienstverlening	5,1	0,9	2,0%	-0,3	-6,3%
ICT	38,1	11,8	3,8%	-0,1	-0,2%
Diensten	32,7	11,0	4,2%	0,1	0,4%
Hardware	5,4	0,8	1,6%	-0,2	-4,2%
Creatieve industrie en ICT	51,9	8,7	1,9%	-4,8	-8,4%
Totale economie	713,7	65,7	1,0%	-28,4	-3,8%

Bron: CBS Nationale Rekeningen, bewerking NEO Observatory

Tabel 2.7 geeft een cijfermatige onderbouwing van wat hiervoor in figuur 2.12 en 2.13 naar voren kwam. Waar de creatieve industrie zich doorgaans positief onderscheidt van de totale economie, geldt dat niet voor de ontwikkelingen in toegevoegde waarde. De creatieve industrie en haar respectievelijke deelsectoren hebben zwaarder geleden onder de komst van corona en de maatregelen die daarop volgden, met kunst en erfgoed als extreme uitschieter met een waardeverlies van ruim zestig procent in 2020 ten opzichte van het voorafgaande jaar 2019. Ook de daling van de toegevoegde waarde in de media- en entertainmentindustrie en creatieve zakelijke dienstverlening, respectievelijk -12,4 en -6,3 procent, is groter dan gemiddeld voor de gehele Nederlandse economie: -3,8 procent

Binnen de ICT-sector bewandelen de deelsectoren ieder een eigen pad. De toegevoegde waarde in de deelsector ICT-diensten in 2020 is met 0,4 procent gegroeid ten opzichte van 2019. Corona lijkt daar vooral te hebben geleid tot een vertraging in de groei. ICT-hardware noteerde een teruggang van 4,2 procent ten opzichte van 2019, maar laat over het gehele decennium gerekend een gemiddeld jaarlijks groeicijfer in toegevoegde waarde van 1,6 procent zien. Dat is opmerkelijk gezien de neergang in banen en in productiewaarde.

Voor de ICT-sector geldt dat er vooral sprake lijkt van een hapering in het groeitempo van de toegevoegde waarde, al is die hapering aanmerkelijk kleiner dan bij de creatieve zakelijke dienstverlening. In het bijzonder de ICT-diensten laten een positieve ontwikkeling zien, terwijl ook de toegevoegde waarde van ICT-hardware sterker stijgt dan die van de totale economie. De toegevoegde waarde in deze deelsector groeit, terwijl de werkgelegenheid en de productiewaarde onder druk staan, zoals eerder bleek, wat wijst op een concentratie op hoge toegevoegde waarde activiteiten in deze deelsector.

2.5 Integrale analyse: banen, bedrijven en waarde



De creatieve industrie is uitzonderlijk hard geraakt door coronacrisis. De sector levert in 2020 een kwart van de toegevoegde waarde in, terwijl vier procent als gemiddelde geldt voor de Nederlandse economie. COVID-19 vaagt voor twee van de drie deelsectoren de groei van de voorgaande jaren van het decennium volledig weg: kunsten en erfgoed en media- en entertainmentindustrie. De schade voor de creatieve zakelijke dienstverlening is bovengemiddeld.



De ICT-sector in 2020 gaat weliswaar terug in productie maar presteert in 2020 in waarde gelijk aan 2019. ICT-diensten noteert groei in waarde, met een lager productievolume. De toch al volatiele waardeontwikkeling van ICT-hardware wordt nauwelijks beïnvloed door de coronacrisis.



Anders dan in de gehele economie blijft de ontwikkeling van de toegevoegde waarde in de creatieve industrie in de periode 2010-2020 achter bij de banengroei door de structureel lagere arbeidsproductiviteit. De arbeidsintensiteit van creatieve productie is dermate dat de inzet van technologie doorgaans geen optie is. Daar staat een groot vermogen om talent werk te verschaffen tegenover.



In 2010 tot 2020 overtreft de groei in toegevoegde waarde in de ICT-sector de toename van banen ICT-sector ruimschoots. De arbeidsproductiviteit in de ICT-sector is daarmee in die periode, sterk verbeterd.

In deze paragraaf worden de verschillende aspecten van creatieve industrie en ICT die hiervoor aan de orde zijn geweest, met elkaar in verband gebracht in de context van de Nederlandse economie. In tabel 2.8 zijn de cruciale kengetallen met betrekking tot groei in banen, bedrijven, productie en toegevoegde waarde in creatieve industrie, ICT en de totale economie verzameld.

Tabel 2.8 Ontwikkeling van het aantal banen, vestigingen (2010-2020), productie en toegevoegde waarde*) (2010-2020, 2019-2020) in creatieve industrie en ICT in Nederland

Deelsector	Groei	Groei	Groei	Groei	Groei	Groei
	Banen	Vestigingen	Productie	Toegevoegde waarde	Productie	Toegevoegde waarde
	2010-2020 (% per jaar)	2010-2020 (% per jaar)	2010-2020 (% per jaar)	2010-2020 (% per jaar)	2019-2020 (% per jaar)	2019-2020 (% per jaar)
Creatieve industrie	2,4%	5,6%	1,5%	-2,0%	-22,0%	-25,4%
Kunsten en cultureel erfgoed	2,9%	6,0%	-5,4%	-8,2%	-51,5%	-60,8%
Media en entertainment- industrie	1,0%	4,5%	3,8%	-1,5%	-17,3%	-12,4%
Creatieve zakelijke dienstverlening	3,1%	5,8%	2,5%	2,0%	-5,9%	-6,3%
ICT	1,7%	4,3%	2,4%	3,8%	-2,6%	-0,2%
Diensten	2,0%	4,4%	4,7%	4,2%	-0,3%	0,4%
Hardware	0,0%	3,1%	-2,4%	1,6%	-9,0%	-4,2%
Creatieve industrie en ICT	2,1%	5,2%	2,1%	1,9%	-9,4%	-8,4%
Totale economie	0,8%	3,5%	1,4%	1,0%	-4,4%	-3,8%

*) Banen en vestigingen per 1 april; productie en toegevoegde waarde over geheel 2020
Bron: Lisa, CBS Nationale Rekeningen; bewerking NEO Observatory

In de periode 2010 tot aan april 2020 groeien de banen en vestigingen in zowel creatieve industrie als ICT bovengemiddeld, vergeleken met het groeitempo van economie als geheel. De enige dissonant is ICT-hardware dat in banen en bedrijven minder groeit dan gemiddeld. Omdat de sectorbrede groei in bedrijven die van vestigingen overtreft, is er sprake van verdere schaalverkleining in beide sectoren. De effecten van de coronacrisis zijn hier niet zichtbaar omdat die zich pas in de loop van de maand april manifesteerden en de data over banen en bedrijven tot aan die maand reiken.

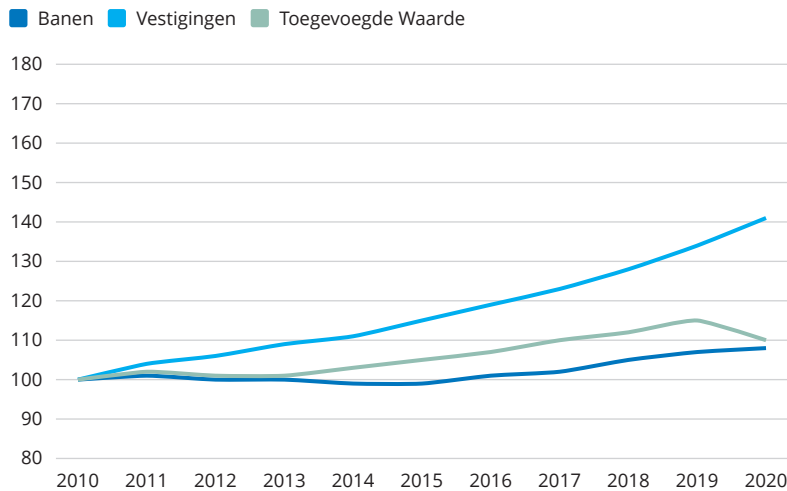
De gegevens over de waarde van de productie en de toegevoegde waarde beslaan wel het volledige decennium, inclusief het gehele jaar 2020. Ze laten de sporen van de COVID-crisis duidelijk zien. De gemiddelde jaarlijkse ontwikkeling

van de productiewaarde en de toegevoegde waarde van de creatieve industrie, berekend over het gehele decennium, wordt zwaar beïnvloedt door de effecten van de coronacrisis in 2020. De negatieve toegevoegde waardeontwikkeling in 2020, ten opzichte van 2019, vaagt voor twee van de drie deelsectoren van de creatieve industrie de groei in de voorgaande jaren van het decennium volledig weg. De productiewaarde en de toegevoegde waarde van de deelsector kunsten en erfgoed worden van 2019 naar 2020 meer dan gehalveerd. Media- en entertainmentindustrie levert tussen de tien en twintig procent in, terwijl de creatieve zakelijke dienstverlening met een min van tussen de vijf en de zeven procent nog altijd meer schade ondervindt dan het gemiddelde van de totale economie in 2020. Overall geldt dat de creatieve industrie bijzonder hard geraakt is door corona, aanmerkelijk harder dan de economie als geheel. De gehele creatieve industrie levert een kwart van de toegevoegde waarde in, als gevolg van de coronacrisis, waar het gemiddelde voor de gehele economie iets minder dan vier procent is.

Opvallend is dat de ICT-sector in 2020 weliswaar in productie teruggaat, zij het slechts 2,6 procent, maar in waarde vrijwel gelijk presteert. ICT-diensten noteert zelfs een kleine groei in toegevoegde waarde, met een lager productievolume dan in 2019. De toch al volatiele ontwikkeling van de geproduceerde en toegevoegde waarde van ICT-hardware wordt nauwelijks beïnvloedt door de coronacrisis, zo kwam ook al eerder in dit hoofdstuk naar voren. Opmerkelijk aan de ontwikkeling in ICT-hardware is dat de toegevoegde waardeontwikkeling over het gehele decennium gerekend positief is (1,6 procent), gekoppeld aan een teruggang in de gemiddelde jaarlijkse productie en in het aantal banen. Er is sprake van een toenemend belang van hoogwaardige productie in ICT-hardware.

In de volgende figuren zijn de ontwikkelingen in de totale economie, de creatieve industrie en de ICT-sector nader uiteengelegd aan de hand van de ontwikkeling van banen, bedrijven en toegevoegde waarde. De drie beelden die volgen maken het zowel mogelijk de trend van schaalverkleining in perspectief te plaatsen, de rol en betekenis van de ontwikkeling van arbeidsproductiviteit nader te bespreken en de effecten van de COVID-19 crisis in 2020 aanschouwelijk te maken. Daarbij moet nogmaals vermeld worden dat de data over de ontwikkelingen in banen en bedrijfsvestigingen tot april 2020 reiken en de gegevens over productiewaarde en toegevoegde waarde betrekking hebben op de volledige periode van 2010 tot en met 31 december 2020.

Figuur 2.14 Ontwikkeling van het aantal vestigingen, aantal banen en toegevoegde waarde in de periode 2010-2020*) in de totale economie van Nederland (index, 2010 = 100).



*) Banen en vestigingen per 1 april; toegevoegde waarde over geheel 2020
Bron: Lisa, Nationale Rekeningen, CBS; bewerking NEO Observatory

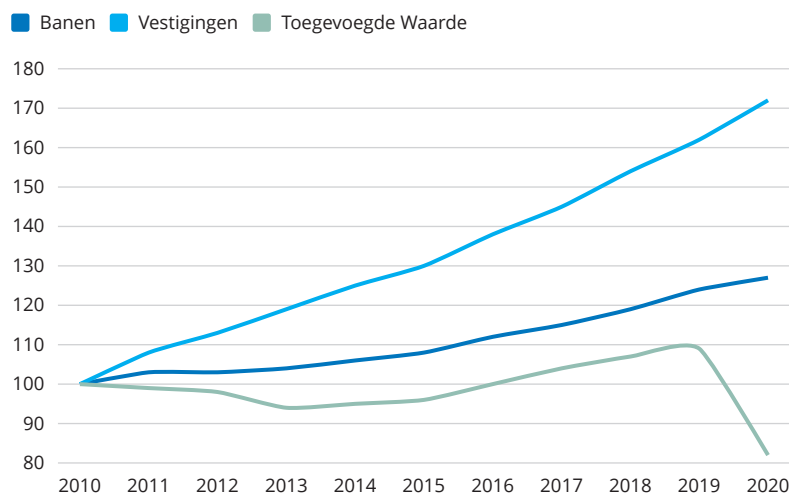
In de periode 2010 tot en april 2020 is het aantal in Nederland actieve bedrijven (inclusief zelfstandige ondernemers) fors toegenomen. In 2015 is er sprake van acceleratie van het groeitempo doordat de gevolgen van de crisis van het eind van het eerste decennium van de 20e eeuw niet langer gelden. Omdat het aantal bedrijven sneller groeit (in april 2020 ruim veertig procent meer dan in 2010) dan het aantal banen (ruim tien procent meer) treedt schaalverkleining op. Dat liet figuur 2.8 ook al zien. Vanaf 2013 groeit ook de toegevoegde waarde, ook wel aangeduid als het nationaal inkomen, een andere indicatie dat de economie uit de crisis is. Dat geldt ook voor de toename van het aantal banen die vanaf 2014 te zien is. Dat de toegevoegde waarde sneller groeit dan het aantal banen, is het gevolg van groeiende arbeidsproductiviteit. De toegevoegde waarde per baan is toegenomen.

Het jaar 2020 is een voorlopig keerpunt. In dat jaar daalt de toegevoegde waarde die Nederland genereert met bijna vier procent³¹ door de COVID-19 crisis. De exacte verhouding tussen de ontwikkeling van de toegevoegde waarde en het aantal banen in 2020 is niet vast te stellen op basis van de hier gebruikte gegevens. De data over banen en bedrijven in 2020 reiken immers slechts tot

31) Zie tabel 2.7 en 2.8.

april, de toegevoegde waarde cijfers tot het eind van het jaar. Echter met het oog op de uitwerking van de diverse steunmaatregelen van de overheid die de effecten van corona op de Nederlandse arbeidsmarkt verzachten, ligt het voor de hand te veronderstellen dat het aantal banen in Nederland niet dramatisch is gedaald. Macro-economische cijfers wijzen daar ook niet op; er is zelfs sprake van krapte in meerdere sectoren en bedrijfstakken.

Figuur 2.15 Ontwikkeling van het aantal vestigingen, aantal banen en toegevoegde waarde in De periode 2010-2020 van de creatieve industrie in Nederland (index, 2010 = 100).



*) Banen en vestigingen per 1 april; toegevoegde waarde over geheel 2020
Bron: Lisa, CBS; bewerking NEO Observatory

Afgezet tegen de ontwikkeling van de gehele Nederlandse economie, laat het verloop van bedrijven, banen en toegevoegde waarde van de creatieve industrie enkele kenmerkende verschillen zien. Al eerder in deze monitor is vastgesteld dat het aantal bedrijven in de creatieve industrie sneller groeit dan in de totale economie. Per 1 april 2020 is het aantal bedrijven in de creatieve industrie met meer dan zeventig procent toegenomen ten opzichte van 2010, voor banen is dat percentage bijna dertig. De schaalverkleining in de creatieve industrie is daarmee bijzonder sterk.³²

Anders dan in de gehele economie blijft de ontwikkeling van de toegevoegde waarde in de creatieve industrie in de periode 2010-2020 achter bij de

32) Zie ook figuur 2.8.

banengroei. Tot 2013 groeit het aantal banen in de creatieve industrie, terwijl de toegevoegde waarde afneemt. Na dat jaar vindt de toegevoegde waarde ontwikkeling de weg naar boven. In 2016 is de toegevoegde waarde gelijk aan die van 2010 om daarna gestaag door te stijgen naar een plus van tien procent in 2019. In diezelfde periode houdt de groei van de toegevoegde waarde gelijke tred met het aantal banen in de creatieve industrie. Dat neemt niet weg dat er nog steeds sprake is van een kloof tussen de toename in de toegevoegde waarde en de groei van banen in vergelijking met het uitgangsjaar 2010. Daarna volgt de klap van corona met een daling van 25 procent van de toegevoegde waarde in 2020 ten opzichte van 2019 en een vooralsnog onbekend effect op het aantal banen.

De kloof die bestaat tussen de ontwikkeling van toegevoegde waarde en aantal banen is het gevolg van de structureel lagere arbeidsproductiviteit in de creatieve industrie ten opzichte van de totale economie. Grondslag daarvoor is het feit dat de arbeidsintensiteit van creatieve productie nu eenmaal vraagt om relatief veel menselijke inspanning en de inzet van technologie om efficiënter te werken in veel gevallen geen optie is. Dat is eenvoudigweg een kenmerk van creatieve productie en daarmee geenszins een gebrek van bijvoorbeeld de Nederlandse creatieve industrie.

BOX 2.3 ARBEIDSPRODUCTIVITEIT EN CREATIEVE INDUSTRIE

Vanwege het verschil in structuur en werking van sectoren is er soms sprake van verschil in arbeidsproductiviteit. Dat wil zeggen dat de geproduceerde waarde per baan in de ene sector hoger ligt dan de andere sector. Dat heeft tot gevolg dat de toegevoegde waarde van de ene sector, groter of kleiner is, terwijl het aantal banen in beide sectoren ongeveer overeenkomt.

Deelsectoren van de creatieve industrie, in het bijzonder de kunsten en de creatieve zakelijke dienstverlening, kennen doorgaans een relatief lage arbeidsproductiviteit. Dat is niet omdat er minder hard gewerkt wordt of minder gepresteerd, maar omdat het arbeidsintensieve bedrijfstakken zijn. Daarin kan relatief weinig profijt gehaald worden uit de inzet van technologie bijvoorbeeld, waardoor schaalvoordelen beperkt zijn.

De media- en entertainmentindustrie onderscheidt zich daarin van de andere twee deelsectoren. Technologie biedt schaal mogelijkheden voor media en entertainment omdat producten en diensten digitaal gereproduceerd en

gedistribueerd kunnen worden, tenminste als de producenten en exploitanten succes boeken in het ontsluiten van markten. Ook in de productie van media en entertainment zorgt de inzet van technologie voor meer efficiency en hogere productiviteit. De arbeidsproductiviteit in media en entertainment is daarmee hoger dan in kunsten en erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening. De keerzijde van deze situatie is dat de Nederlandse media- en entertainmentindustrie veel meer concurrentie kent van buitenlandse aanbieders dan de andere twee deelsectoren. Producten van elders die een 'global audience' bedienen kunnen zonder veel frictie in Nederland worden aangeboden en met lokale producties concurreren.

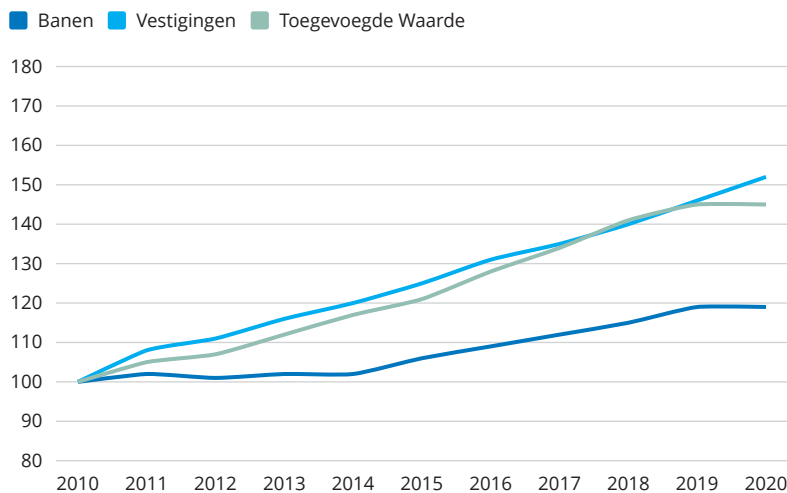
Inzet van technologie, bijvoorbeeld digitale toepassingen, en daarop gebaseerde schaalvoordelen zijn de basis voor hoge arbeidsproductiviteit. Bedrijfstakingen die tot ICT gerekend worden profiteren meer van schaalvoordelen omdat ze bij uitstek geschikt zijn om via de inzet van technologie efficiency te verhogen. Tal van bedrijfstakingen met een lagere arbeidsproductiviteit kunnen zich toch handhaven in de nationale en internationale markt. Dat komt doordat de arbeidsintensiviteit een kenmerk is van de bedrijfstak in het algemeen en niet is terug te voeren op bijvoorbeeld achterblijvende efficiency, specifiek in de Nederlandse bedrijfstak. Arbeidsintensieve bedrijfstakingen zijn bovendien belangrijk voor de maatschappij omdat ze aan relatief veel mensen werk bieden, in tegenstelling tot bijvoorbeeld de maakindustrie of de transportsector die door vergaande digitalisering en robotisering aan steeds minder mensen werk leveren.

De ontwikkelingen in de ICT-sector laten op hun beurt opmerkelijke verschillen zien met die in de totale economie en de creatieve industrie. Ook in de ICT-sector is sprake van schaalverkleining, getuige de forse groei in het aantal bedrijven (ruim vijftig procent in 2020 ten opzichte van 2010) ten opzichte van de banengroei (bijna twintig procent). De schaalverkleining in ICT is sterker dan in de gehele economie, maar minder sterk dan in de creatieve industrie.³³ Het meest opvallend is echter dat de ontwikkeling van de toegevoegde waarde gelijke tred houdt met de ontwikkeling van het aantal bedrijven, en de groei van banen ver overtreft. De gemiddelde bedrijfsgrootte in ICT neemt af, maar de gerealiseerde toegevoegde waarde per bedrijf blijft nagenoeg gelijk. Dat betekent dat de arbeidsproductiviteit in ICT sterk toeneemt. De toegevoegde

33) Zie figuur 2.8.

waarde van de sector ICT is vanaf 2010 doorlopend sterker dan het aantal banen in ICT.

Figuur 2.16 Ontwikkeling van het aantal vestigingen, aantal banen en toegevoegde waarde in De periode 2010-2020 van de ICT in Nederland (index, 2010 = 100).



*) Banen en vestigingen per 1 april; toegevoegde waarde over geheel 2020
Bron: Lisa, CBS; bewerking NEO Observatory

Ook hier past een relativering en een voorbehoud voor wat betreft 2020. In dat jaar stagneert de groei van de toegevoegde waarde. De ontwikkeling van waarde in de ICT-sector gaat niet achteruit, maar maakt een pas op de plaats onder invloed van COVID-19. Opmerkelijk is dat de groei van banen in ICT aan de vooravond van corona tot april 2020, stagneert. Dat geldt niet voor de groei in bedrijven. Data over bedrijven en banen over geheel 2020 kunnen meer helderheid verschaffen over de co-evolutie van bedrijven, banen en waarde in en na het eerste coronajaar.

2.6 Conclusies

Het verhaal in dit hoofdstuk valt in feite uiteen in twee delen. Het eerste deel gaat over de ontwikkeling van de creatieve industrie en ICT van 2010 tot en april 2021 en dan vooral over hoe het aantal banen en bedrijven zich heeft ontwikkeld, hoe de schaalverkleining zich ontwikkelt en hoeveel creatieve professionals werkzaam zijn in de Nederlandse economie. Die schetst is grotendeels gebaseerd op de LISA-dataset die standaard als basis dient voor de monitor creatieve industrie. Omdat de gebruikte dataset niet verder reikt dan april 2020 en geen recentere versie beschikbaar was, zijn de mogelijke effecten van COVID-19 niet in de data terug te zien.

Het tweede verhaal gaat vooral over de ontwikkeling van toegevoegde waarde en hoe die in het bijzonder binnen de creatieve industrie in het eerste coronajaar 2020 onderuit is gegaan onder invloed van COVID-19. Omdat binnen de monitor creatieve industrie sinds een aantal edities ook gebruik gemaakt wordt van de Nationale Rekeningen van het CBS die het gehele kalenderjaar 2020 bestrijken, zijn daarin wel de effecten van COVID-19 herkenbaar. Het eerste, grootste deel van de conclusies heeft daarom betrekking op de ontwikkeling van banen, bedrijven en toegevoegde waarde tot aan april 2020. Het tweede deel gaat beknopt in op de wijze waarop COVID-19 de waardeontwikkeling van creatieve industrie en ICT heeft beïnvloed. In hoofdstuk 4 van deze monitor wordt op deze conclusies doorgeborduurd.

Het patroon van banenontwikkeling dat resulteert uit de analyses in dit hoofdstuk is herkenbaar uit eerdere analyses. De positieve banenontwikkeling in de creatieve industrie wordt gecontinueerd in de vorm van een bovengemiddelde banengroei gedurende de gehele periode van 2010 tot april 2020. In de eerste fase van het decennium na 2010, dat in het teken staat van het herstel van de economische crisis van 2008, groeit het aantal banen in de creatieve industrie om in het tweede deel op de vleugels van de opverende conjunctuur in tempo te accelereren. De sector houdt het predicaat van bovengemiddelde groeier en stuwt de groei van banen in Nederland. Het aantal banen in de creatieve industrie is in de periode 2010 tot april 2020 met 2,4 procent per jaar gegroeid. In die periode komen er ruim 78 duizend banen bij, resulterend in een totaal van 368 duizend banen in de creatieve industrie. De sector is in maart 2020 goed voor 4,1 procent van de banen in Nederland. De hardst groeiende deelsectoren binnen de creatieve industrie zijn kunsten en erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening. Media- en entertainmentindustrie groeit minder hard, maar

overtreft het landelijk gemiddelde wel. De snelst groeiende bedrijfstak is design met een groeipercentage per jaar van meer dan twaalf procent. De gemiddelde banengroei in Nederland in die periode is 0,8 procent.

De groei in ICT-banen laveert tussen het Nederlandse groeitempo en dat van de creatieve industrie. In de eerste helft van het decennium van 2010 tot 2020, is de ICT-banengroei sterker dan het Nederlands gemiddelde, maar veert vervolgens niet mee met de opleving van de conjunctuur om in de tweede helft nagenoeg op het tempo van het Nederlands gemiddelde uit te komen. De banen in ICT groeien van 2010 tot april 2020 jaarlijks met 1,7 procent. Van 2010 tot april 2020 komen er in ICT 52 duizend banen bij, resulterend in 336 duizend in 2020. De ICT-sector is verantwoordelijk voor 3,7 procent van de Nederlandse banen. Binnen de ICT-sector is ICT-diensten veruit dominant, met facilitaire ICT-diensten en software die voor de sterkste groei zorgen.

Behalve dat het aantal banen in de creatieve industrie een indicator is voor het creatieve gehalte van de economie is het aantal werkzame creatieve professionals in de gehele economie dat ook. Veel creatieve professionals werken in de creatieve industrie, maar ook tal van hen werkt daarbuiten. Bij creatieve professionals gaat het om alle werknemers en zelfstandigen die een creatief beroep uitoefenen, zowel in een creatieve industrie bedrijf of in een organisatie daarbuiten. Afhankelijk van de gehanteerde definitie gaat het in 2020 om 450 duizend of 708 duizend creatieve professionals, respectievelijk vijf of 7,9 procent van de beroepsbevolking. In 2018 waren die percentages 4,8 en 7,4. Van hen is een belangrijk aantal ingebed buiten de creatieve industrie, bijvoorbeeld in industrie, onderwijs of detailhandel. Het belang van creatieve professionals, met kennis en vaardigheden afkomstig uit de creatieve industrie, neemt de laatste jaren toe. De economie wordt steeds creatiever.

Sinds jaar en dag is er sprake van schaalverkleining in de Nederlandse economie. De schaal van bedrijvigheid van de ICT-sector is enigszins kleiner dan die gemiddeld in Nederland, die van de creatieve industrie is fors kleiner. Schaalverkleining in de creatieve industrie is het gevolg van een fors hoger toename van het aantal bedrijven ten opzichte van het aantal banen. In 2020 zijn er 206 duizend bedrijven in de creatieve industrie, een op de zes Nederlandse bedrijven is een creatieve industrie bedrijf. Met een gemiddelde bedrijfsomvang van 1,8 baan is de creatieve industrie extreem kleinschalig, vergeleken met de gemiddelde bedrijfsomvang in Nederland van vijf banen. Het tempo waarin de schaalverkleining in creatieve industrie plaatsvindt vlak

echter sinds 2015 af, terwijl die in de economie als geheel juist versnelt. De gemiddelde bedrijfsomvang in creatieve industrie en de Nederlandse economie bewegen naar elkaar toe. Echter het verschil is anno 2020 nog aanzienlijk.

Net als in de creatieve industrie groeit het aantal bedrijven in ICT fors, tussen 2010 en 2020 met 28 duizend, naar bijna 82 duizend. Het ICT-aandeel op het totaal van Nederlandse bedrijven is 4,6 procent; een op de twintig bedrijven is een ICT-bedrijf. Met 4,1 banen is de ICT-sector iets kleinschaliger dan het gemiddelde van alle bedrijven in Nederland, maar lang niet zo kleinschalig als de creatieve industrie. Door de versnelling van de schaalverkleining in de Nederlandse economie bewegen ook de gemiddelde bedrijfsomvang van de ICT-sector en het Nederlands gemiddelde naar elkaar toe. Het verschil tussen beiden is relatief klein.

De verhouding tussen de ontwikkeling van banen, bedrijven en gerealiseerde toegevoegde waarde zeggen veel over de ontwikkelingsdynamiek van sectoren. Het aantal banen in de creatieve industrie groeit snel en de het aantal bedrijven in verhouding nog sneller. De sector koppelt dat niet aan een vergelijkbare groei aan toegevoegde waarde. Banen en vooral bedrijven groeien veel sneller dan de toegevoegde waarde, waardoor de arbeidsproductiviteit over het gehele decennium gezien, achterblijft. De kloof tussen ontwikkeling in banen en toegevoegde waarde is in de eerste helft van dit decennium ontstaan, maar is sinds 2015 niet groter geworden. Sindsdien houden groei aan banen en toegevoegde waarde gelijke tred. Het beeld in de Nederlandse economie is anders. Daar ligt de waardeontwikkeling, gedurende de gehele periode van 2010 tot april 2020 boven het tempo van de banengroei. In de ICT-sector ligt de ontwikkeling van de toegevoegde waarde fors hoger dan de die van het aantal banen, wat duidt op voortdurende productiviteitsgroei. ICT is een sector bij uitstek waar de inzet van technologie leidt tot schaalvoordelen en dus hogere productiviteit. Dergelijke schaalvoordelen en productiviteitsgroei zijn voor de creatieve industrie onmogelijk. De arbeidsintensiteit van creatieve productie is dermate dat de inzet van technologie maar beperkt mogelijk is en dan ook nog in een beperkt aantal disciplines. Daar staat een groot vermogen om talent werk te verschaffen tegenover, wat de creatieve industrie een bijzondere maatschappelijke waarde geeft.

Als vermeld laten de toegevoegde waarde cijfers die via de Nationale Rekeningen beschikbaar zijn, de sporen van de COVID-19 crisis zien.

Daaruit blijkt dat de creatieve industrie uitzonderlijk hard geraakt is in 2020. De sector levert in dat jaar een kwart van de toegevoegde waarde in, terwijl vier procent als gemiddelde geldt voor de Nederlandse economie. COVID-19 vaagt voor twee van de drie deelsectoren, kunsten en erfgoed en media- en entertainmentindustrie, de toegevoegde waardegroei van het voorgaande jaren volledig weg. De schade voor de creatieve zakelijke dienstverlening is minder fors maar wel meer dan gemiddeld. ICT laat een heel ander beeld zien. De toegevoegde waarde in ICT-diensten in 2020 is met 0,4 procent gegroeid ten opzichte van 2019. ICT-hardware noteerde een teruggang van 4,2 procent die niet primair aan COVID-19 kan worden toegeschreven. In hoofdstuk 4 van deze monitor wordt uitgebreid ingegaan op de effecten van COVID-19 op de creatieve industrie.

Hoofdstuk 3

Creatieve industrie en ICT in de stedelijke context



Amsterdam is in 2020 met ruim 114 duizend banen, de stad met de meeste werkgelegenheid in creatieve industrie en ICT samen, gevolgd door Utrecht met ruim 35 duizend banen. De meest in creatieve industrie en ICT gespecialiseerde stad is Hilversum met een aandeel van 26,5 procent aan banen in de lokale economie, gevolgd door Amsterdam met 16,3 procent.



De eerste zes steden in de top 10 zijn de steden met de meeste inwoners en tellen veel ZZP'ers en banen bij kleine bedrijven in creatieve industrie en ICT. De andere steden in de top 10 zijn meestal gespecialiseerd in een of beide sectoren en herbergen vaak meer grootschalige bedrijvigheid.



De Nederlandse creatieve industrie kent met Hilversum, 20,6 procent van de banen in de creatieve industrie, en Amsterdam met 10,6 procent, twee sterke stedelijke specialisaties. De kracht van Hilversum, met tienduizend banen, ligt in haar relatief grootschalige media- en entertainmentsector. Amsterdam koppelt in de 74,6 duizend banen omvang aan specialisatie, en kent een diverse sector met sterke presentie van kunsten en erfgoed, media- en entertainmentindustrie en creatief zakelijke dienstverlening. Rotterdam is na Amsterdam de stad met de meeste banen in de creatieve industrie: 18,2 duizend.



Vanaf 2017 vlakt de groei van de creatieve industrie in Amsterdam af en wordt die overtroffen door de procentuele aanwas van banen in andere steden, met name Rotterdam, Utrecht en Den Haag. Oorzaak lijkt het verminderde vestigingsklimaat van de hoofdstad, onder meer door prijsstijgingen van koop en huur van onroerend goed. In absolute zin groeit de creatieve industrie, nog steeds het sterkst in Amsterdam, met zesduizend banen in de periode 2017 tot april 2020. Rotterdam noteerde met 2,5 duizend banen in diezelfde periode, het op een na hoogste aantal nieuwe banen. Van de middelgrote steden onderscheidt Amersfoort zich door een sterke groei. Mediastad Hilversum weet haar positie in de recente jaren te consolideren.



De ICT-sector is relatief sterk gespreid over de grote steden in Nederland. Het verschil in het aandeel van ICT-banen in de lokale economie in de meest gespecialiseerde stad Amersfoort (7,4 procent) en de zevende in rang Amsterdam (5,7 procent), is minder dan twee procent. In alle steden domineert ICT-diensten over ICT-hardware. Eindhoven kent het grootste aandeel in hardware van 1,4 procent van de lokale banen. De meeste banen in ICT telt Amsterdam met 39,6 duizend banen, gevolgd door Utrecht met 19,8 duizend.



Net als bij de creatieve industrie is het groeitempo in het aantal banen in de ICT-sector in Amsterdam tanende. In de periode 2017 tot april 2020 groeien ICT in Rotterdam en Utrecht sneller. Beide steden lijken te profiteren van de afgevlakte groei in de hoofdstad die mogelijk het gevolg is van een verminderd vestigingsklimaat in de hoofdstad. Toch is de banentoeename in ICT in Amsterdam het grootst met 4,7 duizend banen van 2017 tot april 2020. In Utrecht kwamen er in diezelfde periode 3,3 duizend banen bij, gevolgd door Rotterdam met 2,8 duizend.

De creatieve industrie is geconcentreerd in steden. Er bestaat echter wel verschil in de mate waarin de creatieve industrie in Nederlandse steden geconcentreerd is. Sommige steden kennen een hoog percentage van banen in de creatieve industrie, maar hun aantal is relatief bescheiden omdat het om een stad gaat met een relatief kleine economie. Andere steden tellen veel creatieve industrie banen, maar een relatief laag percentage, omdat het grote stad betreft, waar veel mensen werken. Ook kunnen een hoog aandeel en een groot aantal samengaan. ICT-bedrijvigheid is net als de creatieve industrie geconcentreerd in urbane regio's, zij het in mindere mate.

Dit hoofdstuk is gewijd aan het belang van Nederlandse steden voor creatieve industrie en ICT en vice versa. Het geeft een actuele schets van de situatie en van de ontwikkelingen in het afgelopen decennium. Daarbij worden de recente jaren van 2017 tot aan april 2020 specifiek uitgelicht. Ook voor dit hoofdstuk geldt dat de geanalyseerde gegevens reiken tot april 2020, voordat corona toesloeg. Centraal in dit hoofdstuk staan de tien steden die het grootste gezamenlijke aantal banen in creatieve industrie en ICT in hun lokale economie tellen. Sommige steden stoelen die positie vooral op een kracht in creatieve industrie, anderen in ICT. Sommige combineren sterkte in beide sectoren. In aanvulling op dit hoofdstuk is in Bijlage 1 voor elk van de Top 10 steden een grafiek en een tabel opgenomen waarin de 10-jaars ontwikkeling in creatieve industrie en ICT wordt getoond.

3.1 Creatieve industrie en ICT in de top 10 steden



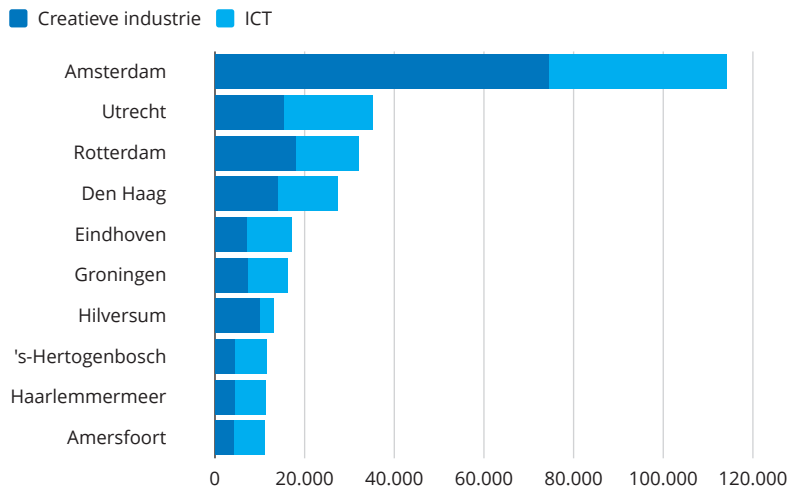
Amsterdam is in 2020 met ruim 114 duizend banen, de stad met de meeste werkgelegenheid in creatieve industrie en ICT samen, gevolgd door Utrecht met ruim 35 duizend banen. De meest in creatieve industrie en ICT gespecialiseerde stad is Hilversum met een aandeel van 26,5 procent aan banen in de lokale economie, gevolgd door Amsterdam met 16,3 procent.



De eerste zes steden in de top 10 zijn de steden met de meeste inwoners en tellen veel ZZP'ers en banen bij kleine bedrijven in creatieve industrie en ICT. De andere steden in de top 10 zijn meestal gespecialiseerd in een of beide sectoren en herbergen vaak meer grootschalige bedrijvigheid.

Amsterdam is nog steeds veruit de belangrijkste stad van Nederland voor wat betreft het aantal banen in zowel creatieve industrie als ICT. Dat nadert inmiddels de 115 duizend. De eerste zes steden in de top 10 zijn de steden met het hoogste aantal inwoners. Een grote stad met een groot aantal inwoners telt doorgaans ook veel banen in specifieke sectoren. Dat sluit echter niet uit dat specialisatie van steden in creatieve industrie of ICT tot een top tien notering kan leiden. Hilversum, de 37e stad van Nederland als het gaat om inwoners, bekleedt de zevende positie in de top 10 van creatieve industrie en ICT. Dat dankt ze aan haar specialisatie in creatieve industrie. Andere steden kennen een specialisatie in ICT, zoals Amersfoort en Utrecht. De steden in de top 10 van deze Monitor zijn dezelfde als die in de editie van 2019, gebaseerd op data van 2018. Eindhoven is een positie gestegen ten koste van Groningen. Voor het overige is de volgorde in de top 10 ongewijzigd in vergelijking met de voorgaande editie van de Monitor Creatieve Industrie.

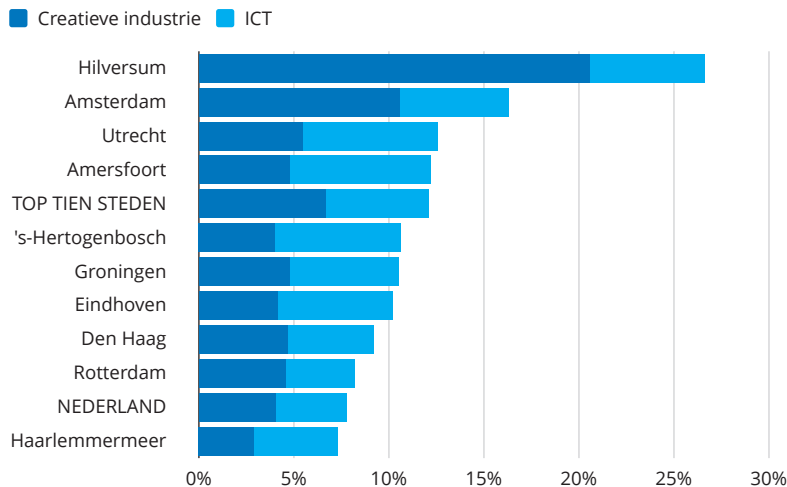
Figuur 3.1 De Top 10 steden creatieve industrie en ICT in 2020 op basis van aantal banen



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

Mediastad Hilversum is met afstand het meest gespecialiseerd in creatieve industrie en ICT gezamenlijk. Ruim een kwart van de banen valt in een van beide sectoren. Daarbij is de creatieve industrie dominant. Een van de vijf Hilversumse banen is er een in de creatieve industrie. Amsterdam dankt haar positie als belangrijkste Nederlandse hub van creatieve industrie en ICT aan de combinatie van omvang, de grootste stad van Nederland, en specialisatie, bijna een op de zes Amsterdamse banen valt in creatieve industrie en ICT. Van beide sectoren is de creatieve industrie het meest present in Amsterdam.

Figuur 3.2 Werkgelegenheidsaandeel van de creatieve industrie en ICT (procenten) in de top 10 steden*) (2020)

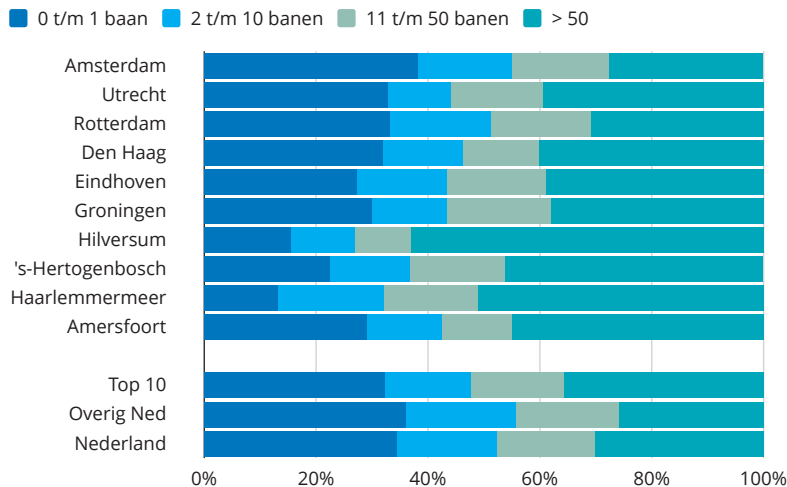


Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

*) De tien steden met het grootste aantal banen in de creatieve industrie en ICT

De vijf steden die volgen op Hilversum, Amsterdam, Utrecht en Amersfoort kennen een gemiddelde presentie van creatieve industrie en ICT die kleiner is dan het gemiddelde van de top 10 steden, maar die boven het totale gemiddelde voor Nederland ligt. De enige top 10 gemeente die lager scoort dan het landelijk gemiddelde is Haarlemmermeer. Dat betekent dat er slechts negen steden zijn in Nederland die een sterkere concentratie kennen van creatieve industrie en ICT dan het Nederlandse gemiddelde. Dat benadrukt de concentratie van beide sectoren in een beperkt aantal steden. De meeste grote steden bieden een aantrekkelijk vestigingsmilieu voor creatieve industrie en ICT. Daarnaast zijn er steden die om andere redenen, bijvoorbeeld gunstige ligging of historische ontwikkeling, een sterke concentratie in of creatieve industrie of ICT kennen. Dat laatste geldt in het bijzonder voor Hilversum, wat zorgt voor de grootste specialisatie van creatieve bedrijvigheid in die stad. Voor andere steden gelden andere condities.

Figuur 3.3 Banen in de creatieve industrie en ICT naar grootteklasse van bedrijven (procenten) in de top 10 steden*) (2020)



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

*) De tien steden met het grootste aantal banen in de creatieve industrie en ICT

Naast de specialisatiegraad van steden in creatieve industrie en ICT geeft ook het belang van bedrijven van verschillende grootte voor deze sectoren inzicht in de aard van de bedrijvigheid ter plekke. Figuur 3.3 laat zien hoe de banen in creatieve industrie en ICT per stad, verdeeld zijn over de verschillende typen bedrijven. Opvallend is dat, Amsterdam als de sterkste Nederlandse concentratie van creatieve industrie en ICT, een groot aantal ZZP'ers en banen bij kleine bedrijven telt. Dat geldt ook, zij het in mindere mate voor de steden Utrecht, Rotterdam, Den Haag, Eindhoven en Groningen. Bij de inbedding van creatieve industrie en ICT in grootstedelijke contexten, past blijkbaar een relatief aanzienlijk deel kleinschalige bedrijvigheid. Dat geldt in het bijzonder voor de creatieve industrie. ZZP'ers en kleine bedrijven zijn graag gevestigd in de buurt van hun klanten en op korte afstand van andere bedrijven en professionals, waarmee ze vaak de noodzakelijke samenwerking zoeken. Steden zijn ook plekken waar de informele contacten met klanten en collega's gemakkelijk gelegd worden en waar informele kennis en andersoortige informatie uitgewisseld wordt. Zogenaamde 'third places', zoals horecagelegenheden in de stad of bij cultuurinstellingen, spelen daarbij een belangrijke rol. Binnen steden geldt dan weer dat de creatieve industrie in een beperkt aantal buurten geconcentreerd is. Hilversum kent die dynamiek minder dan bijvoorbeeld

Amsterdam of Utrecht. De centrale stad in het Gooi kent dan ook naar verhouding meer banen bij de grootschalige bedrijven, onder meer op het Media Park. Ook 's-Hertogenbosch onderscheidt zich door een relatief groot aantal banen bij grote bedrijven. Dat is terug te voeren op het grote belang van ICT in die stad. De ICT-sector is grootschaliger dan de creatieve industrie. Amersfoort kenmerkt zich door een laag aandeel bedrijven in de midden-categorieën – met twee tot en met tien banen en elf tot en met vijftig – in creatieve industrie en ICT. ZZP'ers enerzijds en grote bedrijven anderzijds zijn belangrijk voor de Amersfoortse banen in creatieve industrie en ICT.

3.2 Creatieve industrie in de top 10 steden



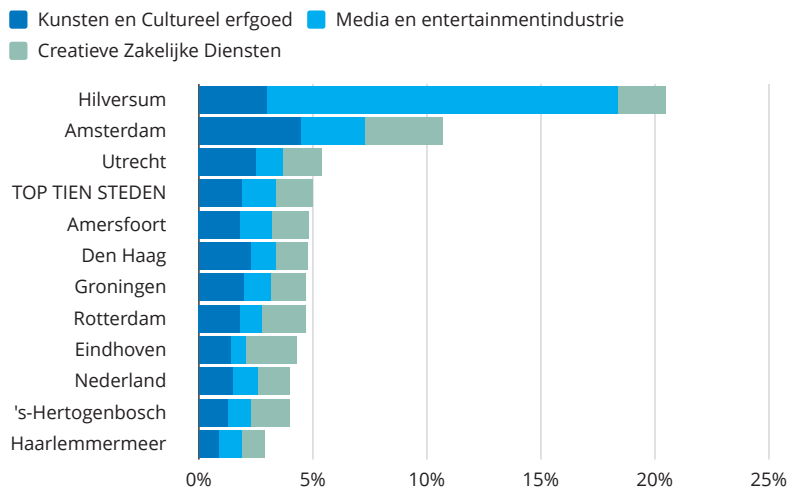
De Nederlandse creatieve industrie kent met Hilversum, 20,6 procent van de banen in de creatieve industrie, en Amsterdam met 10,6 procent, twee sterke stedelijke specialisaties. De kracht van Hilversum, met tienduizend banen, ligt in haar relatief grootschalige media- en entertainmentsector. Amsterdam koppelt in de 74,6 duizend banen omvang aan specialisatie, en kent een diverse sector met sterke presentie van kunsten en erfgoed, media- en entertainmentindustrie en creatief zakelijke dienstverlening. Rotterdam is na Amsterdam de stad met de meeste banen in de creatieve industrie: 18,2 duizend.



Vanaf 2017 vakt de groei van de creatieve industrie in Amsterdam af en wordt die overtroffen door de procentuele aanwas van banen in andere steden, met name Rotterdam, Utrecht en Den Haag. Oorzaak lijkt het verminderde vestigingsklimaat van de hoofdstad, onder meer door prijsstijgingen van koop en huur van onroerend goed. In absolute zin groeit de creatieve industrie, nog steeds het sterkst in Amsterdam, met zesduizend banen in de periode 2017 tot april 2020. Rotterdam noteerde met 2,5 duizend banen in diezelfde periode, het op een na hoogste aantal nieuwe banen. Van de middelgrote steden onderscheidt Amersfoort zich door een sterke groei. Mediastad Hilversum weet haar positie in de recente jaren te consolideren.

De steden die het meest gespecialiseerd zijn in creatieve industrie en ICT gezamenlijk, kennen ook de grootste specialisatie in creatieve industrie. Dat Hilversum ook hier als meest gespecialiseerd naar voren komt, is terug te voeren op het enorme belang van de creatieve industrie in deze stad, in het bijzonder de media- en entertainmentindustrie. Amsterdam kent een meer evenwichtige verdeling van banen over deelsectoren, met een wat groter aandeel van kunsten en erfgoed dan van de andere twee deelsectoren. Dat geldt ook voor Utrecht. De hoge aandelen van de creatieve industrie in het totaal aantal banen in Hilversum en Amsterdam (en in mindere mate Utrecht) zorgen ervoor dat het gemiddelde aandeel van die sector voor de top 10 steden relatief hoog is. Dat heeft tot resultaat dat de zeven andere steden in de top 10 lager scoren dan het gemiddelde van deze top 10 steden. Wat opvalt is dat het verschil in het aandeel van de creatieve industrie in het totale aantal banen tussen de derde stad in dit rijtje (Utrecht met 5,5 procent) en de zevende (Rotterdam met 4,6 procent) relatief klein is. Twee steden in de top 10 kennen een aandeel van creatieve industrie banen in de totale werkgelegenheid dat kleiner is dan het landelijke gemiddelde: 's-Hertogenbosch en Haarlemmermeer.

Figuur 3.4 Werkgelegenheidsaandeel van de creatieve industrie en deelsectoren (procenten) in de top 10 steden*) (2020)



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

*) De tien steden met het grootste aantal banen in de creatieve industrie en ICT

De samenstelling van de creatieve industrie in de meeste steden, helt niet sterk over naar een van de drie deelsectoren, met uitzondering van twee steden. Hilversum heeft een sterke positie in media- en entertainment (vooral omroep gerelateerd) en Eindhoven een relatief groot aandeel creatieve zakelijke dienstverlening (op basis van haar designprofiel). Voorts blijkt dat in Eindhoven, Rotterdam, Groningen en Utrecht het aandeel van de media- en entertainmentindustrie relatief klein is in vergelijking met dat van de andere twee deelsectoren.

Tabel 3.1 Ontwikkeling van het aantal banen (2010-2020) in de (deelsectoren van de) creatieve industrie in de top 10 steden*)

	Kunsten en Cultureel Erfgoed	Media- en Entertainment industrie	Creatieve zakelijke dienst- verlening	Creatieve industrie	Creatieve industrie
	Groei 2010-20 in % per jaar	Groei 2010-20 in % per jaar	Groei 2010-20 in % per jaar	Groei 2010-20 in % per jaar	Groei 2010-20 Aantal (x 1.000)
Amsterdam	3,6%	1,5%	5,0%	3,4%	21.193
Utrecht	4,0%	4,9%	3,7%	4,1%	5.101
Rotterdam	4,1%	1,6%	4,4%	3,6%	5.417
Den Haag	1,5%	1,6%	1,8%	1,6%	2.106
Groningen	1,8%	0,9%	1,9%	1,6%	1.068
Eindhoven	3,7%	1,7%	2,4%	2,7%	1.658
Hilversum	0,4%	-1,4%	2,4%	-0,9%	-907
's-Hertogenbosch	0,2%	1,2%	4,7%	2,2%	847
Haarlemmermeer	7,6%	-0,8%	7,9%	3,8%	1.432
Amersfoort	5,4%	7,1%	2,0%	4,6%	1.561
Top 10 steden	3,3%	1,2%	4,1%	2,9%	39.476
Nederland	2,9%	1,0%	3,1%	2,4%	78.327
Amsterdam	3,6%	1,5%	5,0%	3,4%	21.193
Top 10 zonder Amsterdam	3,0%	0,9%	3,4%	2,4%	18.283
Rest van Nederland	2,7%	0,9%	2,5%	2,1%	38.851

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

*) De tien steden met het grootste aantal banen in de creatieve industrie en ICT.

Het aantal banen in de creatieve industrie in de top 10 steden van Nederland is van 2010 tot april 2020 met bijna 39,5 duizend toegenomen, op basis van een gemiddelde jaarlijkse groei van 2,9 procent. Die groei is hoger dan het percentage banengroei in de creatieve industrie voor heel Nederland: 2,4 procent. De groei van de creatieve industrie in de rest van Nederland, buiten de top 10 steden is lager dan daarbinnen: 2,1 procent. Dit accentueert het belang van het grootstedelijk productiemilieu voor dit type bedrijvigheid. Doordat het groeitempo in de top 10 steden dat van de rest van Nederland overtreft, is de concentratie van de creatieve industrie in de top 10, over het afgelopen decennium gezien, verder toegenomen. Iets meer dan de helft (39,5 duizend; 50,4 procent) van de totale groei aan banen in de creatieve industrie in Nederland in de periode van 2010 tot april 2020 komt op het conto van de top 10 steden, de rest (38,9 duizend banen; 49,6 procent) landt in de rest van Nederland.

Van de groei in de top 10 steden komt iets meer dan de helft (53,7 procent) op het conto van Amsterdam, ruim 21 duizend van de bijna 39,5 duizend. De hoofdstad is daarmee in het voorbije decennium grofweg goed voor een op de vier extra-banen in de Nederlandse creatieve industrie (27,6 procent). Echter, anders dan in veel van de voorgaande jaren is de banengroei in Amsterdam, procentueel niet meer de hoogste van de top 10 steden. Amersfoort en Haarlemmermeer, allebei steden met een relatief kleine creatieve industrie, groeien in het hoogste tempo met respectievelijk 4,1 en 3,8 procent gemiddeld per jaar. Utrecht en Rotterdam zijn grote steden met een omvangrijke economie en een aanzienlijke creatieve industrie die sterk groeit, ieder met meer dan vijfduizend banen en respectievelijk 4,6 en 3,6 procent groei in de voorbije tien jaar. Daarmee realiseren ze een hogere groei dan de hoofdstad die jaarlijks groeipercentage van 3,4 procent noteert. De enige stad waar de creatieve industrie krimpt is Hilversum. In het afgelopen decennium leverde de mediastad negenhonderd banen (-0,9 procent) in. Juist in Hilversum is de grootschalige media- en entertainmentindustrie gevestigd, die kapitaalintensief is én internationale concurrentie ondervindt. Dit deel van de creatieve industrie groeit wel qua omzet en toegevoegde waarde, maar nauwelijks door de inzet van meer arbeid. Bijgevolg blijft de aanwas van nieuwe banen achter. Nadere informatie over de ontwikkelingen in de Mediastad laat overigens zien dat de banenontwikkeling daar in 2016 haar laagste punt bereikt heeft, en daarna weer groei laat zien.¹

1) Zie bijlage 1.

De creatieve industrie kenmerkt zich in elk van de top 10 steden door een combinatie van verschillende deelsectoren die een verschillend groeipad laten zien. De creatieve zakelijke dienstverlening draagt het meest bij aan de groei van de creatieve industrie in het voorbije decennium. Dat geldt voor acht van de top 10 steden. De enige twee top 10 steden waar andere deelsectoren harder groeien dan de creatieve zakelijke dienstverlening zijn Utrecht (met 4,9 procent jaarlijkse groei in media en entertainment) en Amersfoort (zeven procent groei in media en entertainment). In Haarlemmermeer is de groei in creatieve zakelijke dienstverlening het grootst (7,9 procent), gevolgd door Amsterdam (vijf procent), 's-Hertogenbosch (4,7 procent), Rotterdam (4,4 procent), en Utrecht (3,7 procent). De meest bescheiden groei in deze deelsector noteren Den Haag en Groningen met een gemiddelde jaarlijkse groei van respectievelijk 1,8 en 1,9 procent. In die steden is de overall groei van de creatieve industrie in het laatste decennium, met 1,6 procent gemiddeld jaarlijks in beide steden, beperkt. Zoals in het vorige hoofdstuk al naar voren kwam is de groei in banen in creatieve zakelijke dienstverlening vooral te danken aan de bedrijfstak design. Het belang van ontwerp wordt in de brede economie steeds meer herkend.

Opmerkelijk is dat in kunsten en erfgoed Haarlemmermeer (7,6 procent) ook de relatieve groei aanvoert, gevolgd door Amersfoort (5,4 procent), eveneens een wat kleinere stad met een relatief kleine creatieve industrie. Daarna volgt een viertal grote steden die elkaar qua groeipercentage niet veel ontlopen: Rotterdam (4,1 procent), Utrecht (vier procent), Eindhoven (3,7 procent) en Amsterdam (3,6 procent). De meest bescheiden jaarlijkse groei in kunsten en erfgoed noteren 's-Hertogenbosch en Hilversum met 0,2 en 0,4 procent. Op welke wijze specifieke lokale omstandigheden van invloed zijn op deze verschillen is per stad moeilijk in te schatten. Het is wel zo dat lokale overheden een verhoudingsgewijs grote invloed hebben op de culturele infrastructuur in steden, in het bijzonder de minder grote steden. Die herbergen, anders dan de grote steden, doorgaans weinig uit rijksmiddelen gefinancierde organisaties of instellingen. Dat geldt mutatis mutandis ook voor het cultureel erfgoed. Toch realiseren kleinere steden zich doorgaans terdege dat een goed aanbod van kunst- en cultuur en een actieve creatieve industrie, bijdraagt aan de aantrekkelijkheid van een stad. Het heeft waarde voor de kwaliteit van het stedelijk leven.

De groei in de media- en entertainmentindustrie is het minst omvangrijk. Het is ook de enige sector die in een enkel geval op lokale schaal krimp laat zien. Dat is onder meer te wijten aan de transformaties in de sector als

gevolg van digitalisering, en daaraan gekoppeld, de veranderingen in de concurrentieverhouding mede als gevolg van globalisering. Dat heeft onder meer geleid tot heroriëntatie van de strategie van grootschalig opererende omroep- en uitgeverijbedrijven. Die is gepaard gegaan met herstructurering en uitstoot van arbeid. De werkgelegenheid bij de in Hilversum geconcentreerde omroepbedrijven die zich onder meer hebben omgevormd tot producenten en exploitanten van content of facilitaire bedrijven, heeft daaronder geleden. Zoals hiervoor al werd aangeduid is de mondiale concurrentie voor dit deel van de creatieve industrie relatief groot. Ook de bedrijven die zich voorheen vooral toededen op gedrukte media, in het bijzonder dagbladen, tijdschriften en boeken, hebben een transformatieproces doorgemaakt. Die bedrijfstak is echter in veel mindere mate dan de voormalige omroepbedrijven, geconcentreerd in één of enkele specifieke steden. Zowel in de voormalige omroepsector als in het perswezen is er sprake geweest van consolidaties en fusies. Tegelijkertijd is er in de media- en entertainmentindustrie ook sprake van nieuwe bedrijvigheid, die zich niet automatisch ontwikkelt op de locaties van de traditionele industrie. Deze dynamiek is verantwoordelijk voor de jaarlijkse krimp van de creatieve industrie in Hilversum, in het bijzonder in de media- en entertainmentindustrie (-1,9 procent). Ook Haarlemmermeer noteert krimp in deze deelsector (-0,8 procent). Opvallend is de omvang van de groei van diezelfde deelsector in Utrecht (4,9 procent) en Amersfoort (7,1 procent). Een interessante vraag is hoe deze ontwikkeling zich verhoudt tot die van de media- en entertainmentindustrie in Hilversum. Is er sprake van verplaatsing van bestaande bedrijvigheid vanuit Hilversum naar deze steden of gaat het om nieuwe bedrijvigheid in deze deelsector die ontstaat in Utrecht en Amersfoort?

Om inzicht te krijgen in de recente dynamiek in de creatieve industrie in de top 10 steden is de ontwikkeling in de jaren 2017 tot april 2020 apart uitgelicht. Die jaren vallen uiteraard ook binnen het tijdvak dat hiervoor is belicht, 2010 tot april 2020. Maar door op deze wijze te focussen op de korte termijn is het mogelijk een vinger te leggen op actuele trends.

Tabel 3.2 Ontwikkeling van het aantal banen (2017-2020) in de (deelsectoren van de) creatieve industrie in de top 10 steden*)

	Kunsten en Cultureel Erfgoed	Media- en Entertainment Industrie	Creatieve Zakelijke Dienst- verlening	Creatieve industrie	Creatieve industrie
	Groei 2017-20 in % per jaar	Groei 2017-20 in % per jaar	Groei 2017-20 in % per jaar	Groei 2017-20 in % per jaar	Groei 2017-20 Aantal (x 1.000)
Amsterdam	3,4%	1,9%	2,9%	2,8%	6.030
Utrecht	4,9%	6,4%	1,9%	4,2%	1.784
Rotterdam	6,1%	4,1%	4,6%	5,0%	2.487
Den Haag	2,9%	4,7%	3,9%	3,6%	1.422
Groningen	2,8%	3,3%	1,9%	2,6%	554
Eindhoven	2,8%	5,0%	2,0%	2,7%	546
Hilversum	4,6%	-0,2%	3,4%	0,8%	243
's-Hertogenbosch	1,6%	-0,1%	2,2%	1,5%	186
Haarlemmermeer	1,3%	-1,9%	8,8%	2,5%	322
Amersfoort	4,6%	5,8%	4,2%	4,8%	575
Top 10 steden	3,7%	2,3%	3,2%	3,1%	14.149
Nederland	4,0%	2,3%	3,4%	3,3%	33.989
Amsterdam	3,4%	1,9%	2,9%	2,8%	6.030
Top 10 zonder Amsterdam	3,7%	2,3%	3,2%	3,1%	8.119
Rest van Nederland	4,2%	2,3%	3,5%	3,4%	19.840

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

*) De tien steden met het grootste aantal banen in de creatieve industrie en ICT

De ontwikkeling in de recente jaren die in tabel 3.2 naar voren komt kan in meerdere opzichten een keerpunt inluiden.

Allereerst blijkt dat in het tijdvak 2017 tot april 2020 de groei van de creatieve industrie in de rest van Nederland die binnen de top 10 steden overtreft. Het jaarlijks groeitempo in de rest van Nederland is met 3,4 procent hoger dan in de top 10 steden, en de groei van het aantal banen (19,8 duizend) is hoger. De top

10 steden noteren respectievelijk 3,1 procent jaarlijks groei en een banentoeename van 14,1 duizend. Waar over het gehele decennium gerekend de toename van het aantal banen in de top 10 steden die in de rest van Nederland overstijgt (vgl. tabel 3.1), is dat in de recente periode vanaf 2017 andersom. Van de totale banengroei in Nederland 2017 tot april 2020 van bijna 34 duizend, wordt 41,6 procent in de top 10 steden gerealiseerd en 58,4 procent in de rest van Nederland. Van de groei over de gehele periode 2010 tot april 2020 komt 50,4 procent in de top 10 steden terecht en 49,6 procent daarbuiten. Dat betekent dat de concentratie in de top 10 steden die op basis van de trend in het gehele decennium werd vastgesteld, niet opgaat in de recente jaren, vanaf 2017.

Deze ontwikkeling hangt direct samen met een tweede gesignaleerde keerpunt, de afvlakking van groei van de creatieve industrie in Amsterdam. Het groeitempo van de creatieve industrie in de hoofdstad neemt af. In de periode 2017 tot april 2020 bedraagt de jaarlijkse groei 2,8 procent. Over het gehele voorbije decennium gerekend is die groei 3,6 procent. Die kentering uit zich in een kentering van het belang van Amsterdam in de top 10 steden, maar ook landelijk. In de gehele periode 2010 tot april 2020 neemt Amsterdam 53,7 procent van de totale banengroei in de top 10 steden voor haar rekening. Dat is voor de jaren 2017 tot aan april 2020 teruggelopen naar 42,6 procent. Op de totale groei aan banen in Nederland valt het aandeel van de Amsterdamse groei terug van 27,1 procent naar 17,7 procent, van één op de vier nieuwe banen naar één op de 5,7.

Een verklaring van deze ontwikkeling ligt naar alle waarschijnlijkheid in de combinatie van druk op de woningmarkt, die stijging van de huizenprijzen tot gevolg heeft en het moeilijker maakt voor personeel in de creatieve industrie om betaalbare woonruimte te vinden, en de prijsontwikkeling van bedrijfshuisvesting. Dat kan remmend werken op de aanwas van nieuwe banen en bedrijven. Beide verklaringen ontmoeten elkaar bij ZZP'ers die doorgaans hun bedrijf voeren vanaf hun woonadres. Deze factoren lijken de groei in Amsterdam te remmen en bevorderen de groei in andere steden uit de top 10 (bijvoorbeeld Rotterdam en Utrecht) of op andere locaties. Een interessante en belangrijke vraag is wat de effecten van corona zijn op deze ontwikkeling. Er zijn indicaties dat de pandemie dit proces eerder versterkt dan ongemoeid laat. De ruimtebehoefte bij de thuiswerkende professionals neemt eerder toe dan af. Die is in (de binnenstad van) Amsterdam minder beschikbaar dan elders. Dit alles laat echter onverlet dat de hoofdstad nog steeds veruit dominant is de Nederlandse creatieve industrie, in weerwil van de recente erosie.

Vanaf 2017 heeft Rotterdam de lead genomen in de procentuele groei van de creatieve industrie (vijf procent jaarlijks) gevolgd door Amersfoort (4,8 procent) en Utrecht (4,2 procent). De kracht van zowel Rotterdam als Amersfoort is dat er sprake is van een forse groei, grofweg tussen de vier en zes procent, in alle deelsectoren van de creatieve industrie. Utrecht laat een bijzondere groei in kunsten en erfgoed (4,6 procent) en in media- en entertainmentindustrie (6,4 procent) zien, terwijl Den Haag gunstige groeicijfers combineert in media- en entertainmentindustrie (4,7 procent) en creatieve zakelijke dienstverlening (3,9 procent). De groei in Hilversum is recent nog relatief bescheiden met 0,8 procent gemiddeld jaarlijks, maar is een verbetering in vergelijking met de krimp over de gehele periode van 2010 tot april 2020. In Hilversum groeien kunsten en erfgoed (4,6 procent gemiddeld jaarlijks) en creatieve zakelijke dienstverlening (3,4 procent) en is de krimp in media- en entertainment nagenoeg tot staan gebracht (-0,2 procent). Bijzonder is de groei van 8,8 procent in creatieve zakelijke dienstverlening die Haarlemmermeer van 2017-2020 laat optekenen.

De informatie over belang en ontwikkeling van de creatieve industrie in Nederlandse steden die hiervoor is gepresenteerd, maakt een meer integrale analyse van trends en ontwikkelingen mogelijk. Het resultaat daarvan is afgebeeld in figuur 3.5 en 3.6. Daarin is bovendien informatie meegenomen over een aantal andere steden die hiervoor niet aan de orde zijn geweest. Het gaat om de steden die een substantieel aantal arbeidsplaatsen tellen, of in creatieve industrie of in ICT. Daarbij is het criterium gehanteerd dat ze of bij de tien steden van Nederland behoren met de meeste banen in creatieve industrie, of in dezelfde lijst van steden met banen in ICT. Naast de eerdergenoemde steden die voorkomen op de top 10 lijst van creatieve industrie en ICT gezamenlijk, zijn vier steden toegevoegd. Op basis van een top 10 notering in de lijst gebaseerd op banen in de creatieve industrie zijn dat Haarlem, Arnhem en Tilburg.² Op basis van een notering in de top 10 lijst van ICT-steden is Nieuwegein toegevoegd. Een drietal andere steden is aan de analyse toegevoegd omdat ze in de eerdere edities van de Monitor Creatieve Industrie in een soortgelijke analyse zijn betrokken: Nijmegen, Almere en Breda.

² De top 10 van Nederlandse steden louter gebaseerd op banen in de creatieve industrie voor april 2020 ziet (inclusief aantal banen) er als volgt uit. 1. Amsterdam (74,6 duizend), 2. Rotterdam (18,2 duizend), 3. Utrecht (15,3 duizend), 4. Den Haag (14,1 duizend), 5. Hilversum (10,1 duizend) 6. Groningen (7,3 duizend), 7. Eindhoven (7,1 duizend), 8. Haarlem (5,3 duizend), 9. Arnhem (5,1 duizend), 10. Tilburg (5,0 duizend).

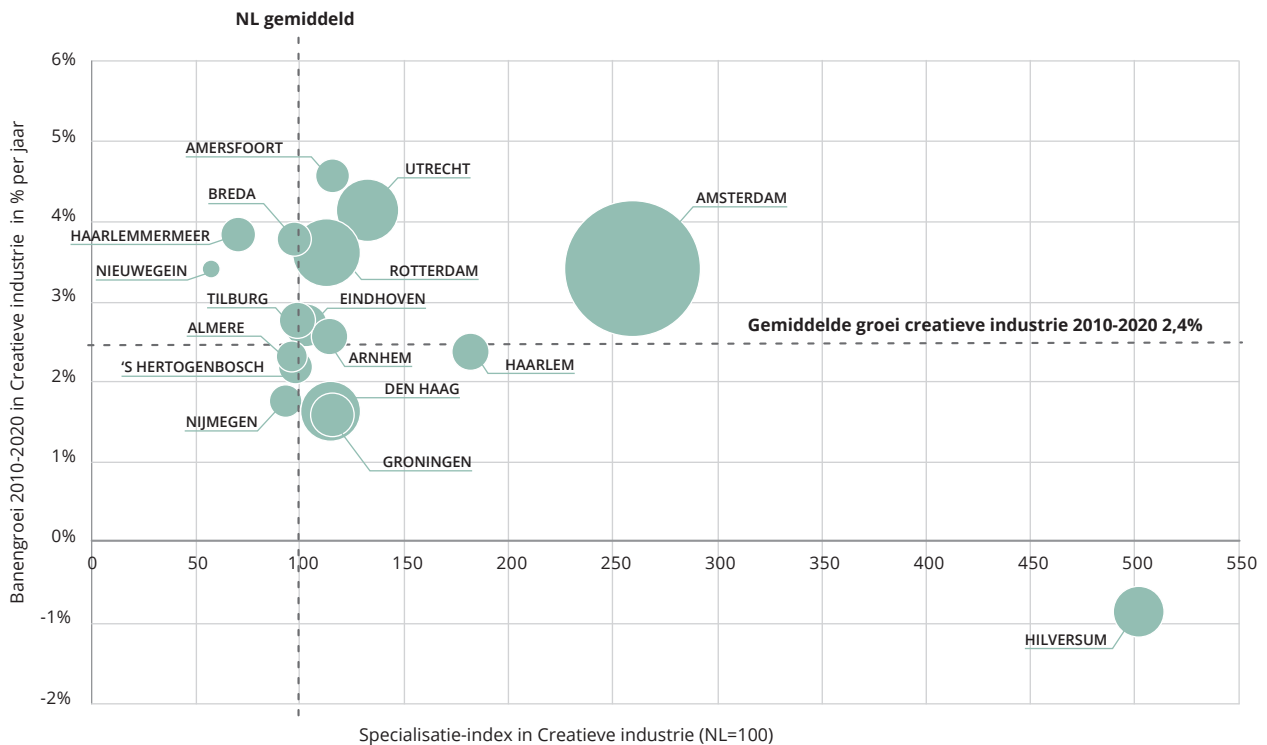
BOX 3.1 INTEGRALE ANALYSE TOELICHTING BIJ FIGUREN 3.5, 3.6, 3.8 EN 3.9

In de figuren 3.5, 3.6, 3.8 en 3.9 die in de hieropvolgende pagina's zijn opgenomen is informatie verwerkt over aantal en aandeel van banen in creatieve industrie en ICT in Nederlandse steden ten tijde van april 2020. Die wordt gecombineerd met data over de groei over de periode 2010 tot aan april 2020 (figuur 3.5 voor creatieve industrie en 3.8 voor ICT) en over de meer recente periode van 2017 tot april 2020 (figuur 3.6 voor creatieve industrie en 3.9 voor ICT). Het aantal arbeidsplaatsen in april 2020 per stad komt tot uiting in de grootte van de bollen die verwijzen naar de verschillende steden. Daarom is de omvang van Amsterdam in zowel figuur 3.5 als 3.6 een veelvoud van de omvang van de bol die bijvoorbeeld naar Haarlem verwijst. Het aantal creatieve industrie banen in de hoofdstad is immers een veelvoud van die in de Spaarnestad. Daarnaast is het aandeel van de banen in creatieve industrie en ICT in de stedelijke economie in april 2020 in de figuren verwerkt. Dat resulteert in de zogenaamde specialisatie-index. Wanneer die 100 is betekent dat, dat het aandeel van banen in creatieve industrie (figuur 3.5 en 3.6) of ICT (figuren 3.8 en 3.9) in een stad even groot is als het aandeel van de creatieve industrie in geheel Nederland (het landelijke gemiddelde). De gemiddelde score voor Nederland, specialisatie-index 100, wordt in de figuren aangegeven met een verticale stippellijn. De score op de specialisatie-index bepaalt de positionering van steden op de horizontale as. Hoe verder naar rechts, hoe sterker de specialisatie. Een score hoger dan 100 wijst op specialisatie. Wanneer die 150 of meer is, is er sprake van sterke specialisatie. De groei van creatieve industrie en ICT is de derde factor die in de figuren wordt meegenomen. Die wordt op de verticale as verbeeld. Hoe hoger het groeicijfer, des te hoger de positie van een stad in de figuren. In alle figuren wordt de gemiddelde groei die geldt voor Nederland, aangeduid met een horizontale stippellijn. Het nulpunt, dat verwijst naar groei noch krimp, is een doorgetrokken horizontale lijn. Steden die onder die lijn vallen kenmerken zich door krimp in banen in creatieve industrie dan wel ICT. Voor elk van de sectoren zijn twee figuren afgebeeld die verwijzen naar de groei in 2010 tot april 2020 en in 2017 tot april 2020.

De strategisch meest gunstige, maar tegelijkertijd ook moeilijkste en benijdenswaardige positie is rechtsboven in de figuur. Steden die daar terecht komen combineren specialisatie met bovengemiddelde groei. Die positie houdt in dat de specialisatie groeit en dat het concurrentievoordeel van de stad toeneemt. Steden die hoog scoren op groei maar niet gespecialiseerd zijn in de

betreffende sector vinden we terug in het bovenste deel van de figuur, op de verticale stippellijn of in het linker kwadrant. Ze groeien bovengemiddeld in een sector, maar nog niet in die mate dat er inmiddels sprake is van specialisatie. Creatieve industrie of ICT zijn in dat geval veelbelovende, opkomende sectoren en kunnen uitgroeien tot specialisaties. Steden die zich in het kwadrant rechtsonder bevinden zijn gespecialiseerd in de sector, maar verliezen momentum. Ze groeien minder dan gemiddeld of, wanneer ze onder de nullijn liggen, krimpen. Het kwadrant linksonder (geen specialisatie en groei lager dan gemiddeld) is in de volgende figuren niet of nauwelijks gevuld. Dat is het gevolg van de keuze van steden in deze analyse. De focus is immers op steden die relatief sterk zijn in de combinatie van creatieve industrie en ICT.

Figuur 3.5 Groei (2010-2020), omvang (2020) en specialisatie (2020) van de creatieve industrie in 17 Nederlandse steden op basis van het aantal banen



Bron: NEO Observatory op basis van LISA

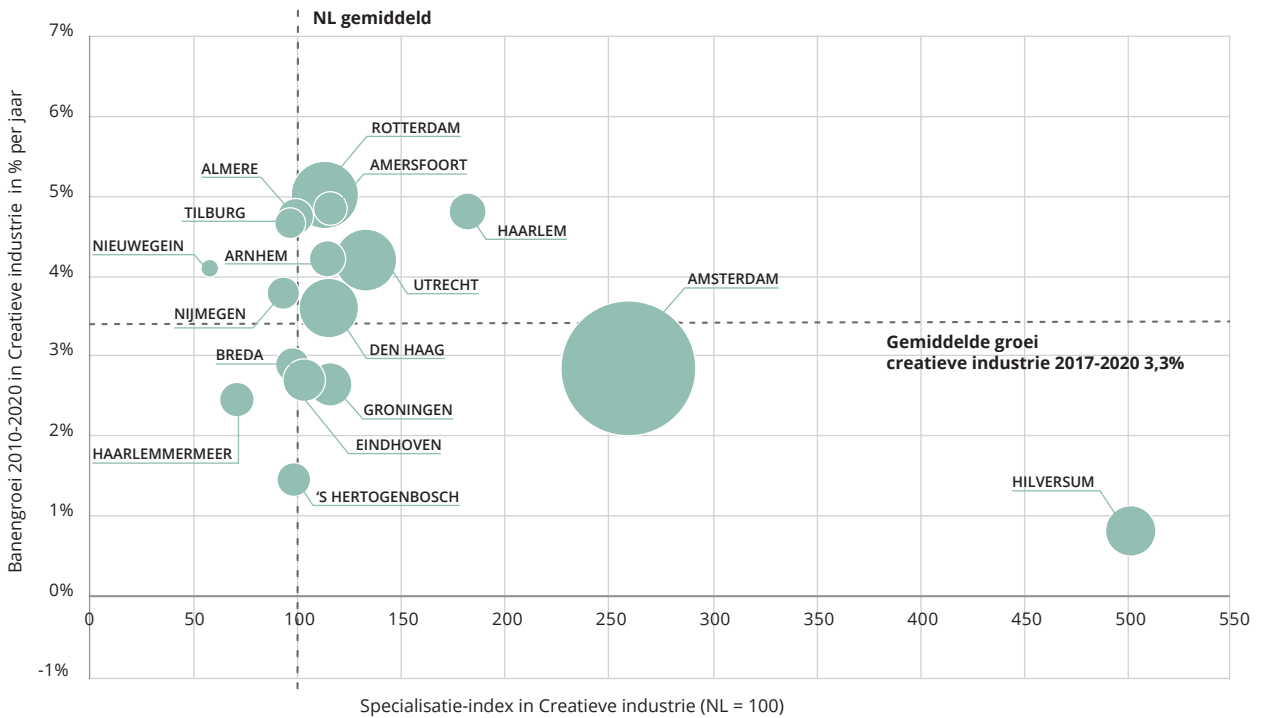
Over het gehele voorbije decennium, van 2010 tot april 2020, bezien is Amsterdam de stad die er qua omvang, groei en specialisatie het beste voor staat. De stad telt de meeste banen in de creatieve industrie, kent een specialisatie in de sector en groeit bovengemiddeld. Hilversum is veruit het meest gespecialiseerd in de creatieve industrie, maar krimpt als enige stad over het gehele decennium genomen. Haarlem is gespecialiseerd in creatieve industrie, maar heeft in vergelijking met Hilversum en helemaal met Amsterdam een kleine industrie. De Haarlemse creatieve industrie groeit over het gehele decennium beschouwd iets minder dan gemiddeld, waardoor de stad haar positie consolideert maar niet verbetert.

Een behoorlijk aantal steden dat niet of niet bijzonder gespecialiseerd is in creatieve industrie, laat wel bovengemiddelde groei zien. Van de grote creatieve clusters zijn dat Utrecht en Rotterdam. Kleinere steden in hetzelfde bereik zijn Amersfoort, Breda en Haarlemmermeer en Nieuwegein. Die ontwikkeling duidt op een trend naar meer spreiding van de creatieve industrie over de steden in de top 10, al is Amsterdam nog steeds de dominante stad.

Er is daarnaast sprake van een aantal steden dat niet of niet bijzonder gespecialiseerd is in creatieve industrie en een groei kent die om en nabij het Nederlandse gemiddelde ligt. Daarbij gaat het om Arnhem, Tilburg, Eindhoven, Almere en 's-Hertogenbosch. Groningen en Den Haag laten over 2010 tot april 2020 een kleiner dan gemiddelde groei zien, waardoor hun bescheiden specialisatiegraad verder is afgenomen.

Bijzonder is de positie van Amersfoort als relatief kleine stad met een hoog jaarlijks groeipercentage in creatieve industrie. Niet moet worden uitgesloten dat Amersfoort op termijn de ambitie zou kunnen waarmaken, die ook een stad als Haarlem kan koesteren: opschuiven in noordoostelijke richting op basis van een combinatie van groei en specialisatie. Amersfoort onderscheidt zich door een hoog gemiddeld groeicijfer, Haarlem door een hoge specialisatiegraad.

Figuur 3.6 Groei (2017-2020), omvang (2020) en specialisatie (2020) van de creatieve industrie in 17 Nederlandse steden op basis van het aantal banen



Bron: NEO Observatory op basis van LISA

Doordat de steden in de recente jaren een ander groeicijfer laten zien dan in het gehele decennium, ontstaat een ander beeld in figuur 3.6 dan hiervoor in figuur 3.5. Het hogere landelijke groeicijfer van de creatieve industrie in 2017 tot april 2020 (3,3 procent tegen 2,4 procent) draagt daar ook aan bij. De horizontale stippellijn die de landelijke gemiddelde groei aangeeft ligt in figuur 3.6 hoger ten opzichte van de lijn van nulgroei dan in figuur 3.5.

Allereerst valt op dat Amsterdam in de recente jaren onder het niveau van het gestegen landelijke groeicijfer scoort. De groei in creatieve industrie banen in de hoofdstad vlakt af. Dat lijkt erop te wijzen dat de steden waar de groei in creatieve industrie doorzet, zoals Rotterdam en Utrecht, maar zeker ook Haarlem en die goed verbonden zijn met Amsterdam, een flink deel van de

creatieve industrie overloop van Amsterdam opnemen en omzetten in lokale groei van de sector. Voor Hilversum geldt dat wellicht in mindere mate. De voornoemde overloop kan worden toegeschreven aan de hoge prijzen op de woning- en vastgoedmarkt in combinatie met de ontwikkeling van andere steden die hen aantrekkelijker maken als vestigingsstad voor ondernemers en professionals uit de creatieve industrie. Aantrekkelijke en betaalbare woon- en werkruimte in binnensteden is voor de creatieve industrie een aantrekkelijke vestigingsfactor.

In dat verband valt de ontwikkeling in Rotterdam op. De havenstad noteert het hoogste groeicijfer voor creatieve industrie in de recente jaren en lijkt daarmee op weg naar een specialisatie in die sector. Ook blijkt Utrecht de positieve ontwikkeling die voor het gehele decennium geldt, in de recente jaren vanaf 2017 te continueren. De positie van Den Haag is in de jaren vanaf 2017 aanmerkelijk positiever in vergelijking met het gehele voorbije decennium, gezien de meer dan gemiddelde groei van de creatieve industrie in de Hofstad. Amersfoort, Almere en Tilburg onderscheiden zich ook in positieve zin. Haarlem ligt op koers door in de recente jaren de sterke specialisatiegraad te koppelen aan een ruim meer dan gemiddelde groei. Het hypergespecialiseerde Hilversum groeit in de recente jaren, waar het over het gehele decennium gerekend op krimp uitkomt. Dat is overigens te danken aan groei in kunsten en erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening. De media- en entertainmentindustrie consolideert haar positie in Hilversum in de periode van 2017 tot april 2020 (-0,2 procent).

3.3 ICT in de top 10 steden



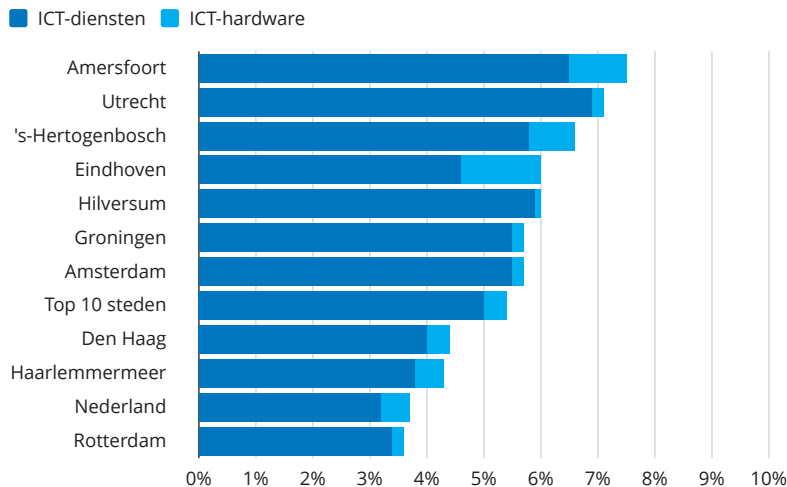
De ICT-sector is relatief sterk gespreid over de grote steden in Nederland. Het verschil in het aandeel van ICT-banen in de lokale economie in de meest gespecialiseerde stad Amersfoort (7,4 procent) en de zevende in rang Amsterdam (5,7 procent), is minder dan twee procent. In alle steden domineert ICT-diensten over ICT-hardware. Eindhoven kent het grootste aandeel in hardware van 1,4 procent van de lokale banen. De meeste banen in ICT telt Amsterdam met 39,6 duizend banen, gevolgd door Utrecht met 19,8 duizend.



Net als bij de creatieve industrie is het groeitempo in het aantal banen in de ICT-sector in Amsterdam tanende. In de periode 2017 tot april 2020 groeien ICT in Rotterdam en Utrecht sneller. Beide steden lijken te profiteren van de afgevlakte groei in de hoofdstad die mogelijk het gevolg is van een verminderd vestigingsklimaat in de hoofdstad. Toch is de banentoeename in ICT in Amsterdam het grootst met 4,7 duizend banen van 2017 tot april 2020. In Utrecht kwamen er in diezelfde periode 3,3 duizend banen bij, gevolgd door Rotterdam met 2,8 duizend.

Op dezelfde wijze als hiervoor de creatieve industrie is behandeld, komt in deze paragraaf het belang en de ontwikkeling van ICT voor de steden in Nederland aan bod.

Figuur 3.7 Werkgelegenheidsaandeel van de ICT-sector en deelsectoren (procenten) in de top 10 steden*) (2020)



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

*) De tien steden met het grootste aantal banen in de creatieve industrie en ICT

De concentraties van ICT-bedrijvigheid in Nederland zijn, in vergelijking met die van de creatieve industrie, minder scherp geprononceerd. De sterke concentraties en tegelijkertijd de twee uitschieters van creatieve industrie in ons land, Hilversum en Amsterdam, tellen voor de creatieve industrie respectievelijk meer dan twintig en meer dan tien procent van de lokale banen (zie figuur 3.4). De percentages voor de sterkste ICT-concentraties van Nederland, Amersfoort en Utrecht, zijn met tussen de 7,1 en 7,4 procent van de lokale werkgelegenheid aanmerkelijk minder sterk. De daarop in rangorde volgende vijf steden ('s-Hertogenbosch, Eindhoven, Hilversum, Groningen en Amsterdam) kennen een aandeel van ICT-banen van tussen ruim 5,7 tot bijna 6,6 procent. Het gemiddelde van alle top 10 steden gezamenlijk ligt op 5,4 procent. Den Haag (4,5 procent) en Haarlemmermeer scoren daaronder en Rotterdam ligt met het aandeel ICT-banen als enige gemeente in de top 10 onder het Nederlands gemiddelde met ruim 3,6 procent. De steden die zowel een sterk profiel in creatieve industrie als in ICT kennen zijn Amersfoort en Utrecht. Eerder bleek dat ICT-diensten veruit dominant zijn in de sector. Enkele steden kennen een relatief hoog aandeel in ICT-hardware. Dat geldt vooral voor Eindhoven en in minder mate voor Amersfoort, 's-Hertogenbosch en Haarlemmermeer. Maar ook daar zijn de ICT-diensten veruit dominant.

Tabel 3.3 Ontwikkeling van het aantal banen (2010-2020) in de (deelsectoren van de) ICT-sector in de top 10 steden*)

	ICT-diensten Groei 2010-20 % per jaar	ICT-hardware Groei 2010-20 in % per jaar	ICT Groei 2010-20 in % per jaar	ICT Groei 2010-20 Aantal (x1.000)
Amsterdam	6,5%	-2,6%	6,0%	17.600
Utrecht	0,2%	1,0%	0,2%	467
Rotterdam	4,8%	0,0%	4,5%	4.941
Den Haag	0,1%	0,7%	0,2%	204
Groningen	3,0%	3,9%	3,0%	2.283
Eindhoven	-0,3%	2,7%	0,3%	304
Hilversum	1,6%	-12,1%	0,9%	261
's-Hertogenbosch	4,8%	3,9%	4,7%	2.621
Haarlemmermeer	5,6%	3,9%	5,4%	2.796
Amersfoort	1,7%	0,3%	1,5%	949
Top 10 steden	3,1%	1,0%	2,9%	32.426
Nederland	2,0%	0,0%	1,7%	52.405
Amsterdam	6,5%	-2,6%	6,0%	17.600
Top 10 zonder Amsterdam	1,8%	1,6%	1,8%	14.826
Rest van Nederland	1,3%	-0,2%	1,0%	19.979

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

*) De tien steden met het grootste aantal banen in de creatieve industrie en ICT

Het aantal banen in de ICT-sector in de top 10 steden is in de periode van 2010 tot april 2020 met bijna 32,5 duizend banen toegenomen, dat is bijna twee derde van alle banenaanwas in ICT in Nederland, op basis van een jaarlijkse gemiddelde groei van 2,9 procent. Die is aanmerkelijk hoger dan in de rest van Nederland, met een gemiddelde groei een procent jaarlijks, waar bijna twintigduizend banen extra geteld werden, iets minder dan 36 procent van de totale groei aan ICT banen.

Amsterdam is verantwoordelijk voor een banengroei van 17,6 duizend, op basis van een gemiddelde jaarlijkse groei van zes procent. De hoofdstad neemt

ruim 54 procent van de banengroei in de top 10 steden en een derde van alle additionele ICT-banen in Nederland voor haar rekening. Andere steden met relatief hoge groeicijfers zijn Haarlemmermeer (5,4 procent), 's-Hertogenbosch (4,7 procent), Rotterdam (4,5 procent) en Groningen (drie procent). Opvallend is dat de groei in ICT-banen in het voorbije decennium aan een aantal steden voorbij is gegaan: Utrecht, Den Haag en Eindhoven.³

Ook hier blijkt dat de groei van de ICT-sector voor het grootste deel op het conto komt van ICT-diensten. Opvallend is wel dat drie van de vier eerdergenoemde steden die nog immer een positie hebben in ICT-hardware, in het voorbije decennium aanmerkelijke groei noteren in deze deelsector. Daarbij gaat het om Eindhoven (2,7 procent), Haarlemmermeer (3,9 procent) en 's Hertogenbosch (3,9 procent). Voor Amersfoort geldt dat minder (0,3 procent). Opmerkelijk is de teruggang in banen in hardware in Amsterdam, een jaarlijkse krimp van 2,6 procent en in Hilversum van ruim twaalf procent per jaar over de periode 2010-2020.

3) De top 10 van steden Nederland gebaseerd op banen louter in de ICT-sector voor april 2020 (inclusief aantal banen) ziet er als volgt uit. 1. Amsterdam (39,7 duizend), 2. Utrecht (19,8 duizend), 3. Rotterdam (13,9 duizend), 4. Den Haag (13,3 duizend), 5. Eindhoven (10,0 duizend) 6. Groningen (8,8 duizend), 7. 's Hertogenbosch (7,1 duizend), 8. Haarlemmermeer (6,9 duizend). 9. Amersfoort (6,8 duizend), 10. Nieuwegein (6,0 duizend).

Tabel 3.4 Aantal banen in 2020 en groei van het aantal banen in 2017 - april 2020 in de deelsectoren van de ICT in de top 10 steden*) en Nederland

	ICT-diensten Groei 2017-20 % per jaar	ICT-hardware Groei 2017-20 % per jaar	ICT Groei 2017-20 % per jaar	ICT Groei 2017-20 Aantal (x1.000)
Amsterdam	4,0%	14,3%	4,3%	4.668
Utrecht	6,2%	7,9%	6,2%	3.278
Rotterdam	8,5%	1,0%	8,1%	2.891
Den Haag	-1,0%	-8,1%	-1,8%	-747
Groningen	1,0%	4,1%	1,1%	289
Eindhoven	2,8%	0,7%	2,3%	658
Hilversum	4,2%	0,6%	4,1%	335
's-Hertogenbosch	2,9%	1,8%	2,8%	567
Haarlemmermeer	-0,4%	2,8%	0,0%	-6
Amersfoort	2,1%	0,4%	1,9%	365
Top 10 steden	3,6%	1,3%	3,4%	12.298
Nederland	2,0%	1,6%	2,0%	19.077
Amsterdam	4,0%	14,3%	4,3%	4.668
Top 10 zonder Amsterdam	3,6%	1,3%	3,4%	7.630
Rest van Nederland	1,0%	1,6%	1,1%	6.779

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

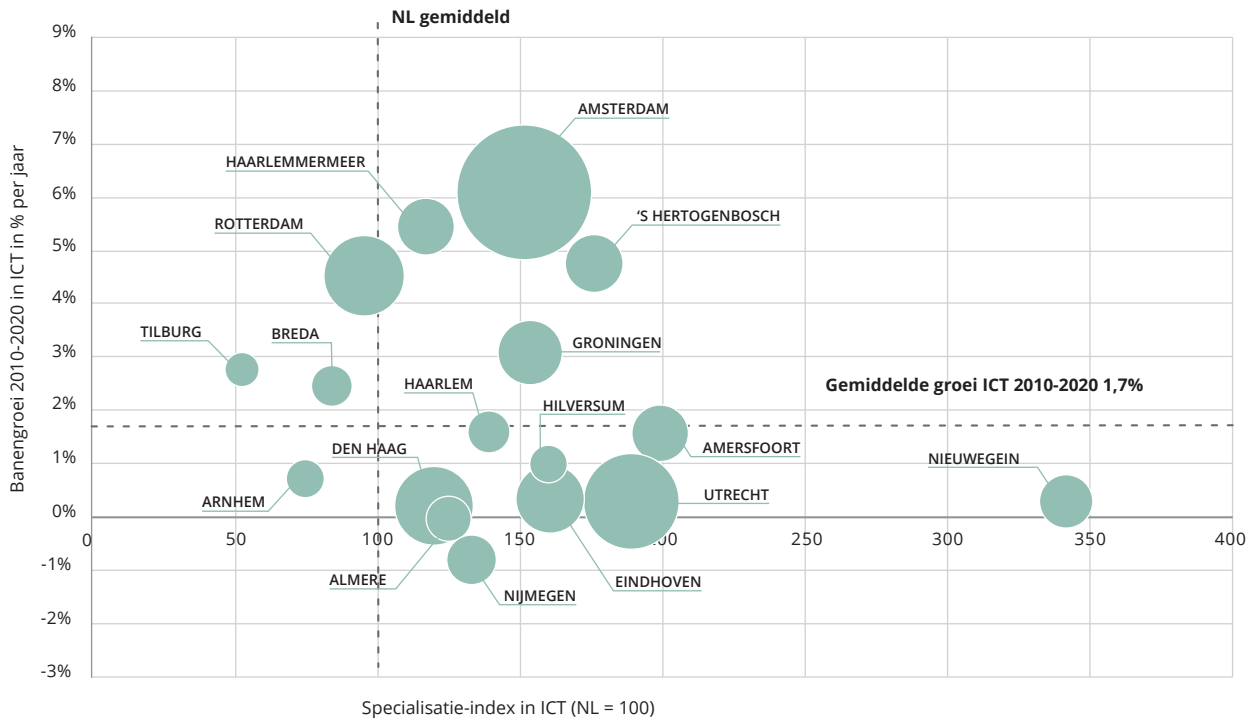
*De tien steden met het grootste aantal banen in de creatieve industrie en ICT

De ontwikkeling in de meest recente jaren, van 2017 tot april 2020, werpt een gedeeltelijk ander licht op de ontwikkelingen in de ICT-sector dan hiervoor. Het aandeel van de top 10 steden in de totale ICT-groei in Nederland is licht toegenomen, van bijna 62 naar bijna 64,5 procent. Wat opvalt is dat het aandeel van Amsterdam in de banentoeename in de top 10 steden over de recente periode fors lager uitvalt dan over het gehele decennium; van ruim 54 naar iets minder dan 38 procent. Over het gehele decennium noteert Amsterdam een groei van zes procent jaarlijks. Die is vanaf 2017 met 4,3 procent aanmerkelijk lager. Dat betekent dat er gaandeweg meer spreiding komt in de ICT-banen over de top 10 steden, eenzelfde ontwikkeling als in de creatieve industrie.

De voorlopige verklaring van het afvlakken van de groei ten faveure van de ontwikkeling in andere top 10 steden die daar werd geopperd, lijkt ook hier te gelden. De locatievoordelen die de hoofdstad door de jaren heen heeft opgebouwd, lijken onder druk te komen door de krapte op de woningmarkt en de stijgende prijzen van vastgoed. De recente groeiacceleratie in Utrecht en Rotterdam wijzen in die richting. De jaarlijkse gemiddelde groei in ICT-banen in Utrecht bijvoorbeeld, in de recente jaren is 6,2 procent tegen 0,6 in het gehele afgelopen decennium. Rotterdam laat de sterkste groei zien vanaf 2017: 8,1 procent jaarlijks, waar die voor het gehele decennium 4,5 procent was. Dat is des te opvallender omdat deze stad in april 2020 een aandeel ICT-banen in de lokale economie kent dat lager ligt dan het landelijk gemiddelde. Overigens is ook het groeicijfer van Hilversum (4,1 procent jaarlijks gemiddeld) in de recente jaren bijzonder. De waargenomen forse krimp over de periode 2010-2020 vond blijkbaar in de jaren voor 2017 plaats. Daarnaast is opmerkelijk dat de positieve ontwikkeling van Haarlemmermeer in de recente jaren is stilgevallen. De enige stad die in 2017 tot en met april 2020 banen inlevert is Den Haag, met een teruggang zowel in ICT-diensten als ICT-hardware van in het totaal bijna 750 banen (-1,8 procent).

De deelsector ICT-hardware ontwikkelt zich in 2017 tot april 2020 positief, met een jaarlijkse groei in de top 10 steden van 1,3 procent en in Nederland gemiddeld van 1,6 procent. Dat is een aanmerkelijk verschil met het beeld over het gehele decennium. In Amsterdam is de groei in ICT-hardware in 2017 tot april 2020 het grootst met een jaarlijks gemiddelde van 14,3 procent. Omdat ICT-hardware een kleine deelsector is, met krap 45 duizend banen in Nederland, veroorzaken bescheiden getalsmatige schommelingen relatief sterke procentuele verschillen. Toch roepen de gesignaleerde ontwikkelingen vragen op die op een verklaring wachten.

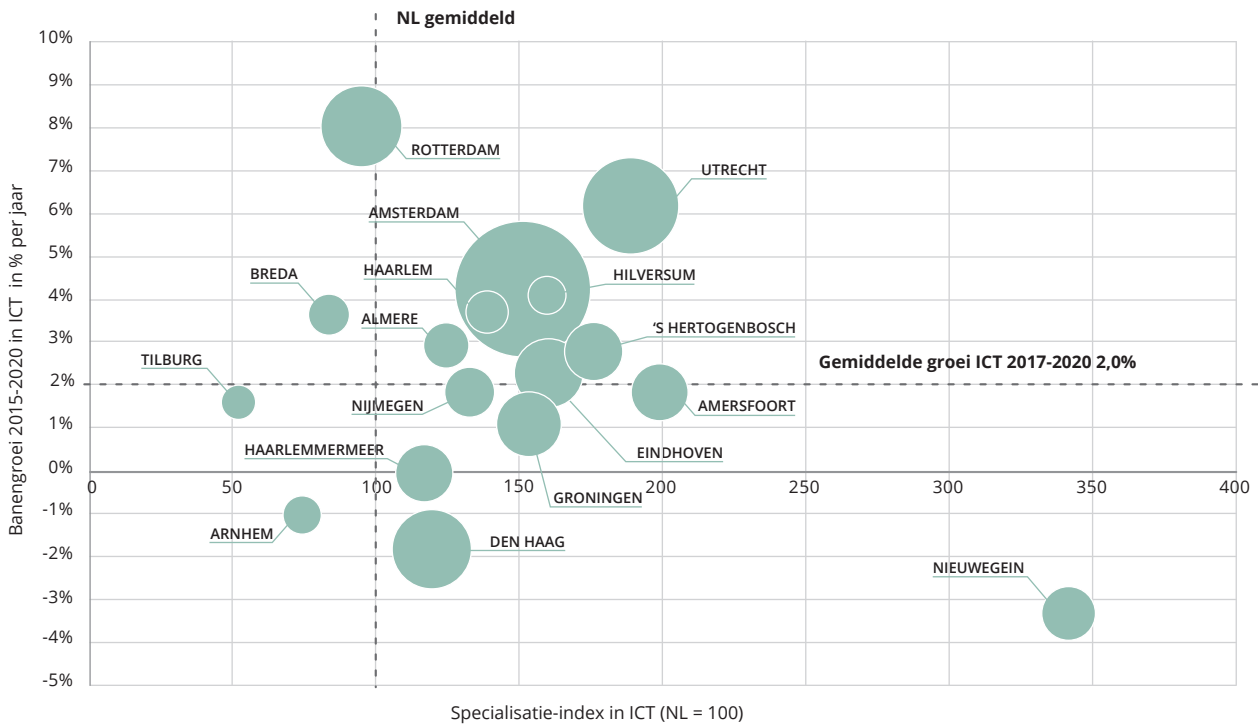
Figuur 3.8 Groei (2010-2020), omvang (2020) en specialisatie (2020) van de ICT in 17 Nederlandse steden op basis van het aantal banen



Bron: NEO Observatory op basis van LISA

De grote steden die, over de periode 2010 tot april 2020 gerekend, specialisatie in ICT met bovengemiddelde groei combineren zijn Amsterdam (met het grootste ICT-cluster), 's-Hertogenbosch en Groningen. Nieuwegein is een relatief kleine stad met een hoge specialisatiegraad in ICT maar is niet in staat die positie om te zetten in groei in het voorbije decennium. Ook andere steden met een specialisatie in ICT slagen er over het gehele voorbije decennium beschouwd, niet in om het gemiddelde landelijke groeiniveau in het voorbije decennium te bereiken: Utrecht, Eindhoven Hilversum en Amersfoort. De bijzondere positie van Rotterdam is hiervoor al aangekaart. De stad, die door haar grote economie een omvangrijke ICT-sector kent, realiseert een sterke groei, ondanks het feit dat zij geen specialisatie kent in ICT. Tilburg en Breda zijn nog minder dan Rotterdam gespecialiseerd in ICT, maar het aantal banen in de sector groeit daar wel bovengemiddeld, zij het minder sterk dan in de havenstad.

Figuur 3.9 Groei (2017-2020), omvang (2020) en specialisatie (2020) van de ICT in 17 Nederlandse Steden op basis van het aantal banen



Bron: NEO Observatory op basis van LISA

Als gezegd leveren de ontwikkelingen in de recente jaren 2017 tot april 2020 een ander beeld op dan het gehele voorbije decennium (2010 tot april 2020). Amsterdam, als meest omvangrijke cluster van ICT-bedrijvigheid laat in de recentere periode een mindere groei zien dan daarvoor. Opmerkelijk is de positie van Utrecht. Die stad kent over het gehele decennium een minder dan gemiddelde groei in ICT-banen. Vanaf 2017 is dat anders. De stad laat momentum zien, specialisatie wordt gekoppeld aan bovengemiddelde groei. Utrecht lijkt te profiteren van de afgevlakte groei in de hoofdstad en de aantrekkingskracht van de stad lijkt de groei in ICT-banen in Amersfoort te dempen en mede aan de basis te liggen van de krimp in de ICT-sector in Nieuwegein.⁴ Tegelijkertijd lijkt Utrecht te profiteren van de afvlakkende groei

4) Daarbij moet aangetekend worden dat door het feit dat Utrecht en Nieuwegein aan elkaar grenzen, wat ook geldt voor de een deel van de fysieke locaties van ICT-bedrijven in beide gemeenten, de ICT-bedrijvigheid in beide gemeenten ook gezien kan worden als één cluster dat over de gemeentelijke grenzen heen reikt. De focus op de gemeentelijke grenzen kan hier leiden tot een overschatting van de feitelijke dynamiek.

van het aantal ICT-banen in Amsterdam. De ontwikkeling van ICT in Utrecht ten opzichte van de trends in de voornoemde gemeenten verdient nader onderzoek. Ook Hilversum en in mindere mate 's-Hertogenbosch koppelen specialisatie aan een hogere groei dan landelijk gemiddeld, al is de groei in 's-Hertogenbosch in de recente jaren kleiner dan in de periode 2010 tot april 2020.

De bijzondere positie van Rotterdam is hiervoor al belicht. De procentuele groei in ICT-banen vanaf 2017 overtreft het toch al hoge groeicijfer voor het gehele decennium. Echter, ICT is (nog) geen specialisatie van Rotterdam. De stad stoelt de groei in ICT-banen op de inmiddels omvangrijke ICT-sector van ruim veertienduizend banen, de derde van het land na Amsterdam en Utrecht. De sector blijkt groot genoeg om als hefboom voor bijzondere groei te fungeren, gecombineerd met de locatievoordelen die Rotterdam momenteel geniet. Het heeft er alle schijn van dat ook Rotterdam en wellicht ook Hilversum profiteren van de overloop van banen uit Amsterdam.

Afsluitend kan ook nog een drietal steden genoemd worden dat in de jaren vanaf 2017 aanmerkelijk minder presteert dan in de gehele periode van 2010 tot april 2020. Waar Haarlemmermeer over het gehele decennium een forse groei laat zien is die in de jaren vanaf 2017 gelijk aan nul. Groningen kent een specialisatie in ICT en groeit over het gehele decennium beschouwd meer dan gemiddeld, in de recente jaren zakt de stad onder het gemiddelde groeicijfer. ICT in Den Haag groeit noch krimpt in de jaren van 2010 tot april 2020, maar krimpt bijna twee procent jaarlijks vanaf 2017.

3.4 Conclusies

Het gepresenteerde overzicht van de rol en betekenis van de steden met de meeste banen in creatieve industrie en ICT levert maar zeer ten dele een ander beeld op dan in de vorige editie van de monitor. Dat heeft alles te maken met het feit dat regionaal economische structuren niet van de een op de andere dag veranderen, ook niet als het gaat om relatief dynamische sectoren als creatieve industrie en ICT. Daarom is het belangrijk om goed te kijken naar mogelijke aanzetten tot verandering.

Amsterdam is nog steeds het meest omvangrijke cluster van creatieve industrie en ICT met ruim 114 duizend banen in beide sectoren in 2020. Daarna volgt

Utrecht met ruim 35 duizend banen. De eerste zes steden in de top 10 van steden met de meeste banen in creatieve industrie en ICT zijn de steden met de meeste inwoners. Zij tellen veel ZZP'ers en kleine bedrijven in creatieve industrie en ICT. Zij hebben doorgaans een voorkeur voor grootstedelijke milieus. De andere steden in de top 10 zijn meestal gespecialiseerd in een of beide sectoren en herbergen vaak meer grootschalige bedrijvigheid.

Wat verder opvalt is dat de creatieve industrie zich kenmerkt door twee specialisaties terwijl de ICT-sector veel meer verspreid is over de grote steden en een aantal kleinere gespecialiseerde steden zoals Amersfoort en Nieuwegein. De creatieve industrie kent met Hilversum - 20,6 procent van de banen in de creatieve industrie - en Amsterdam - 10,6 procent creatieve banen - twee sterke stedelijke specialisaties. De kracht van Hilversum, met tienduizend banen, ligt in haar relatief grootschalige media- en entertainmentsector. Amsterdam koppelt in haar 74,6 duizend banen, omvang aan specialisatie en een diverse sector met sterke presentie van kunsten en erfgoed, media- en entertainmentindustrie en creatief zakelijke dienstverlening. De ICT-sector is, in tegenstelling tot de creatieve industrie relatief sterk gespreid over de grote steden in Nederland. Het verschil in het aandeel van ICT-banen in de lokale economie in de meest gespecialiseerde stad Amersfoort (7,4 procent) en de zevende in rang Amsterdam (5,7 procent), is klein.

Recente ontwikkelingen in creatieve industrie en ICT in de top 10 steden indiceren een begin van een verandering in de positie van steden ten opzichte van elkaar, als vestigingsplaatsen van creatieve industrie en ICT. Vanaf 2017 is Amsterdam niet langer de stad waar de groei in creatieve industrie en ICT het hoogst is. De banengroei van de creatieve industrie in Amsterdam, na 2017 jaarlijks 3,4 procent, wordt overtroffen door Rotterdam (vijf procent), Utrecht (4,2 procent) en Den Haag (3,6 procent). De jaarlijkse groei in banen in ICT is groter in Rotterdam (8,1 procent) en Utrecht (6,2 procent) dan in Amsterdam (4,3 procent). Vooral Rotterdam en Utrecht profiteren van de afgevlakte groei in de hoofdstad, maar mogelijk ook nabijgelegen steden als Haarlem en Hilversum hebben baat bij de overloop vanuit Amsterdam. De ontwikkeling van woning- en vastgoedprijzen in de hoofdstad in combinatie met de groeiende aantrekkingskracht van andere steden voor creatieve ondernemers en professionals, ook als vestigingsplaats voor startende ondernemers in creatieve industrie en ICT, kunnen deze ontwikkeling verklaren. Rotterdam noteert hoge recente groeicijfers voor zowel creatieve industrie als ICT en is inmiddels qua omvang van de sector de tweede creatieve industriestad van het land en de

derde in rang als het om ICT gaat. Utrecht is op haar beurt de tweede ICT-stad en de derde creatieve industriestad van Nederland.

Echter in absolute zin groeit de creatieve industrie, nog steeds het sterkst in Amsterdam, met zesduizend banen in de periode 2017 tot april 2020. Rotterdam noteerde met 2,5 duizend banen in diezelfde periode, het op een na hoogste aantal. Ook de banentoename in ICT is Amsterdam nog steeds het grootst met 4,7 duizend banen van 2017 tot april 2020. In Utrecht kwamen er in diezelfde periode 3,3 duizend banen bij, gevolgd door Rotterdam met 2,8 duizend. Veel zal in de toekomst afhangen van de ontwikkelingen van de vestigingsmilieus in steden, de interne dynamiek van de sectoren creatieve industrie en ICT, maar ook hoe het belang van fysieke locaties de toekomst van bedrijvigheid gaat beïnvloeden. Dat geldt in het bijzonder in het kader van de ontwikkeling van COVID-19 waarop in het volgende hoofdstuk gereflecteerd wordt.

Hoofdstuk 4

COVID-19 en de Creatieve Industrie



De creatieve industrie is een van de zwaarst door COVID-19 getroffen sectoren. Bedrijfstakingen wier aanbod op locatie aan een publiek wordt gepresenteerd en die grotendeels afhankelijk zijn van publieksinkomsten leden in 2020 de meeste schade. Maar ook in andere domeinen van de creatieve industrie was de schade bovengemiddeld. Onderzoek laat zien dat organisaties die niet of niet structureel worden gesubsidieerd de grootste verliezen moesten inboeken.



De toegevoegde waarde van de creatieve industrie daalde in 2020 met 25,4 procent (€ 4,7 miljard) aanzienlijk meer dan gemiddeld voor heel Nederland: 3,8 procent. Kunsten en erfgoed daalde met 60,8, procent (€ 3,4 miljard), media en entertainmentindustrie met 12,4 procent (€ 0,9 miljard) en creatieve zakelijke dienstverlening met 6,3 procent (€ 0,4 miljard).



Het aantal werknemers in de creatieve industrie, ZZP'ers buiten beschouwing gelaten, is in 2020 met 7,5 procent teruggelopen. Voor de gehele Nederlandse economie is dat 1,8 procent. De krimp in kunsten en erfgoed was met 14,1 procent het grootst, gevolgd door de media- en entertainmentindustrie met 6,5 procent en creatieve zakelijke dienstverlening met 5,5 procent. De ondersteuning van overheidswege heeft niet voorkomen dat veel personeel is afgevloeid en ZZP'ers hun opdrachten kwijtraakten, zo laat onderzoek zien.



De procentuele omzetschade is het grootst voor bedrijven in creatieve diensten, kunst en amusement. Op de consumentenmarkt (B2C) leverden ze tachtig procent aan omzet in (€ 617 miljoen). Op de zakelijke markt voor de creatieve industrie – waar creatieve bedrijven leveren aan ander creatieve bedrijven (B2C) – was de daling 68 procent (€ 942 miljoen) en op de markt van derde bedrijven (B2B) 59 procent (€ 630 miljoen). Productie van films, TV, radio en muziek is de op een na zwaarst getroffen categorie. Bedrijven daarin verloren zowel veel omzet op de consumentenmarkt (43 procent en € 184 miljoen) als op die van de creatieve industrie (twintig procent en € 341 miljoen).



Bedrijven uit reclamewezen en onderzoek noteerden in 2020 omzetverlies op de markt voor derde bedrijven (tien procent en € 610 miljoen) en de creatieve industriemarkt (elf procent en € 267 miljoen). Bibliotheken, archieven, musea e.d. zagen hun omzet vooral dalen op de consumentenmarkt (26 procent en € 114 miljoen). Bedrijven in de categorie design, fotografie, vertaalbureaus verloren € 207 miljoen (zes procent) op de markt voor derde bedrijven. Het meest omvangrijke verlies op de markt voor derde bedrijven kwam op het conto van IT-dienstverlening: € 1,5 miljard en ruim twaalf procent.



De omzetzaling bij creatieve bedrijven werkt door in productieketens van goederen en diensten waardoor toeleverende bedrijven getroffen worden. Er is sprake van een achterwaarts domino-effect. Het meest te lijden hadden de bedrijven in creatieve diensten, kunst en amusement. Het grootste deel van de vraaguitval in die categorie was het gevolg van wegvallende bestedingen bij collega-bedrijven in de eigen categorie, maar ook bij de audiovisuele productiesector.



Ook de audiovisuele productiesector had te kampen met omzetverlies door teruglopende bestedingen van andere creatieve bedrijven, in het bijzonder vanuit de reclamesector maar ook de omroep, de uitgeverijsector en uit eigen kring. De av-producenten namen op hun beurt minder diensten af bij creatieve diensten, kunst en amusement (zie hiervoor).



Het omzetverlies van bedrijven in reclame en onderzoek was het gevolg van vraaguitval in eigen kring, maar ook bij IT-dienstverlening en diensten op het gebied van informatiediensten. Het omzetverlies in de reclamesector leidde weer tot minder bestedingen van het reclamewezen bij de audiovisuele productiesector (zie hiervoor) en creatieve diensten, kunst en amusement.



Europees onderzoek geeft aan dat de COVID-19 crisis ook op langere termijn gevolgen heeft voor de financiële positie van bedrijven en organisaties maar ook voor de vaak onafhankelijke opererende creatieve professionals. Maatschappelijke veranderingen door COVID-19 zijn voorts van invloed op het toekomstig functioneren van de creatieve industrie, die daarop moet inspelen, onder meer door te innoveren. Overheidsbeleid moet volgens Europees onderzoek gericht zijn het benutten van de kracht van de creatieve industrie, onder meer voor noodzakelijke maatschappelijke transitie en op het creëren van de juiste randvoorwaarden voor de sector.

Dit hoofdstuk gaat over de gevolgen van de coronacrisis voor de creatieve industrie. Die hebben zich in Nederland in maart 2020 voor het eerst doen voelen. In de daaropvolgende anderhalf jaar hebben COVID-19 en de beperkende maatregelen die van overheidswege zijn ingesteld, vergaande gevolgen gehad voor de creatieve industrie. Die varieerden van het beperkt kunnen functioneren tot en met het compleet stilleggen van activiteiten van delen van de sector. In hoofdstuk 2 van deze monitor is al aandacht besteed aan deze ontwikkeling, in het bijzonder aan de gevolgen voor de realisatie van economische waarde door onderdelen van de sector. Behalve economische consequenties is er ook sprake van maatschappelijke en culturele consequenties van de pandemie¹. In het bijzonder die segmenten van de creatieve industrie zijn getroffen die bestaan bij de gratie van het verzamelen van een publiek op een plaats of een specifiek tijdstip. Hetzelfde geldt voor bedrijfstakken die, voor de creatieve en productie van nieuwe werken, aanzienlijke aantallen mensen op een plek verzamelen, zoals de audiovisuele industrie. Andere bedrijfstakken ervoeren vraaguitval bij hun zakelijke klanten die onder de dreiging van de crises, investeringen uitstelden. Om een zo helder mogelijk beeld neer te zetten van wat er vanaf maart 2020 eigenlijk gebeurd is worden twee routes bewandeld.

Eerst volgt een beknopte bespreking van een aantal studies die in de voorbije jaren over dit thema zijn gepubliceerd. De focus ligt daarbij op de onderzoeken die meerdere deelsectoren onder de loep nemen en met elkaar vergelijken. Additioneel daaraan wordt kort stil gestaan bij een aantal ontwikkelingen en bedrijfstakken die in de integrale studies wat onderbelicht zijn.

Daarna wordt getracht door de analyse van een selectie van verschillende soorten data inzicht te krijgen in de effecten en gevolgen van de coronacrisis voor de Nederlandse creatieve industrie in haar verschillende schakeringen. Het gaat daarbij voornamelijk om data beschikbaar bij het CBS, verzameld in het kader van de reguliere activiteiten, en om materiaal geproduceerd om beleidsmaatregelen van het Ministerie van OCW te ondersteunen. Die moeten een licht werpen op de ontwikkeling van de werkgelegenheid in de creatieve industrie in het gehele kalenderjaar 2020, op de ontwikkeling van de financiële opbrengsten en de consequenties daarvan voor de sector en bedrijfstakken daarbinnen. Hierbij komt ook de ICT-sector aan bod. Echter hier vooral als een ijkpunt voor de ontwikkelingen die geschetst worden binnen de creatieve industrie, naast de trends die zich voltrekken binnen de economie als geheel. De primaire focus in dit hoofdstuk is de implicaties van COVID-19 voor de creatieve industrie.

¹) Zie onder meer: Andries van den Broek (2020). Corona en de betekenis van het culturele leven. Wat als de pandemie voorbijgaat, en wat als ze blijft? Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

4.1 Effecten van COVID-19 onderzocht



Europees onderzoek laat zien dat de creatieve industrie tot de zwaarst door COVID-19 getroffen sectoren behoort. Het omzetverlies is met 31 procent nagenoeg gelijk aan dat van de luchtvaart. Het zwaarst getroffen zijn de podiumkunsten en andere domeinen en bedrijfstakken wier aanbod op locatie aan een publiek wordt gepresenteerd.



De COVID-19 crisis heeft op langere termijn effect op de creatieve industrie, onder meer op de financiële positie van spelers in de sector, bedrijven en organisaties maar ook op onafhankelijke opererende creatieve professionals en ondersteunend personeel.



De blijvende maatschappelijke veranderingen als gevolg van COVID-19 zijn van invloed op het toekomstig functioneren van de creatieve industrie. Die moet de veerkracht ontwikkelen om daarop, onder meer door innovatie, in te spelen.



Nationaal en Europees beleid moet gericht zijn op het benutten van de kracht van de creatieve industrie, onder meer in de context van de maatschappelijke transitie die noodzakelijk zijn, en op het creëren van de geschikte regelgevende kaders waarbinnen de creatieve industrie kan renderen.



Nederlands onderzoek laat zien dat de effecten van COVID-19 voor verschillende branches binnen de creatieve industrie anders hebben uitgepakt. In het bijzonder bedrijfstakken die voor een groot deel van hun exploitatie of geheel afhankelijk zijn van publieksinkomsten en geen of maar beperkt gesubsidieerd zijn, leden de meeste schade, vrije producenten van muziek en theater en poppodia in het bijzonder. Voor hen bleek specifieke en generieke ondersteuning van overheidswege onvoldoende om hun exploitatie in 2020 sluitend te krijgen.



De ondersteuning van overheidswege voor de creatieve en culturele sector heeft niet kunnen voorkomen dat veel personeel is afgevlloed en dat ZZP'ers in de cultuursector opdrachten zijn kwijtgeraakt.



De terugval in reclame-inkomsten in de media-industrie heeft niet geleid tot ernstige exploitatieproblemen in de omroep- en uitgeverijsector. Binnen de gaming industrie hadden in het bijzonder de applied game-bedrijven last van het uitstel van opdrachten wat ten koste ging van hun omzet. Dat heeft echter niet geleid tot wezenlijke uitstoot van arbeid. De omzetgroei van digital design bedrijven is in 2020 bijna tot stilstand gekomen, maar is in 2021 alweer opnieuw aangetrokken. Die bedrijfstak heeft haar personeel in 2020 aan boord kunnen houden.

Er is in de afgelopen twee jaren veel beleidsmatige en onderzoeks aandacht uitgegaan naar de effecten van COVID-19 op de creatieve industrie. In deze paragraaf kan maar een beperkt deel van die studies worden behandeld. Allereerst komen twee Europese onderzoeken aan bod die de culturele en de creatieve sector tot onderwerp hebben. Die aanduiding komt overeen met wat in deze monitor als de creatieve industrie wordt aangeduid. Daarna volgt een Nederlands onderzoek dat zich eveneens uitstrekt over meerdere bedrijfstakken en disciplines. Tenslotte wordt nog een drietal segmenten nader beschouwd op basis van specifieke Nederlandse onderzoeksinspanningen: mediabestedingen ofwel reclame-uitgaven in de mediasector, gaming en digital design.

4.1.1 *Rebuilding Europe, the cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis*

Een belangrijke en interessante studie verrichtte consultancy-firma EY in opdracht van GESAC². Het rapport verscheen in januari 2021. De Europese creatieve industrie, zo becijferde EY, was in 2019 goed voor een omzet van € 643 miljard en een toegevoegde waarde van € 253 miljard. Daarmee nam de sector 4,4 procent van de totale toegevoegde waarde in de Europese Unie voor zijn rekening. Eind 2019 werkten 7,7 miljoen mensen in de EU-28 in de sector. Sinds 2013 is dat aantal met zevenhonderdduizend (+10 procent) toegenomen.

2) The European Grouping of Societies of Authors and Composers, een Europese vereniging van rechtenorganisaties, waaronder het Nederlandse BUMA.

Meer dan negentig procent van de bedrijven behoort tot het MKB en 33 procent van de banen wordt bezet door ZZP'ers.

EY stelt vast dat de COVID-19 crisis de creatieve industrie bijzonder hard heeft geraakt. In 2020 leverde de creatieve industrie 31 procent van zijn inkomsten in. De omzet kelderde met € 199 miljard om uit te komen op € 444 miljard. De creatieve industrie is de op een na zwaarst getroffen sector in Europa, net iets minder dan de luchtvaart, maar ruim meer dan toerisme en de automobielenindustrie. Het zwaarst getroffen blijken de podiumkunsten en de muzieksector (inclusief de live-concerten)³. De gamesindustrie is de enige creatieve industrie in Europa die groeide in 2020.

EY voorspelt een diepgaande en langdurige impact van COVID-19 op de creatieve industrie. De financiële levensvatbaarheid van professionals en bedrijven is verslechterd door gestegen kosten, voortdurende vertragingen van producties, krappere wordende geldstromen en onzekerheid over het herstel van exploitatiemogelijkheden. EY geeft bijvoorbeeld aan dat een substantieel deel van het concertpubliek vooralsnog terughoudend is om live-concerten te bezoeken. Indicatief voor het verlies aan financiële basis voor creatieve producties is de 35 procent daling in de rechtenvergoedingen voor gebruik van creatieve uitingen die de collectieve beheersorganisaties hebben ondervonden. Dit heeft repercussies voor de inkomsten van auteurs en uitvoerenden in 2021 en 2022. De toegenomen digitale consumptie van culturele en creatieve uitingen compenseert de geleden verliezen door de afname van fysieke producten en bezoek aan locatiegebaseerde cultuur vooralsnog onvoldoende. Daarmee komen investeringen in nieuwe producties onder druk te staan.

EY geeft aan dat er actie nodig is op drie fronten. Er is allereerst behoefte aan publieke en private financiering voor creatieve en culturele bedrijven als stimulans en hefboom om herstel en ook herstructurering van de sector te versnellen. Daarnaast is een solide juridisch kader voor de sector nodig zodat de juiste voorwaarden voor een adequate opbrengst van private investeringen in productie en distributie mogelijk worden. Op die manier kan een passend inkomen voor creatieve professionals en rechthebbenden verzekerd worden. Tenslotte pleit EY voor het gebruik van de creatieve industrie en het creatieve talent dat ze op de been brengt, als versneller van transitie in maatschappij en op het terrein van duurzaamheid in Europa.

3) Binnen de systematiek van deze monitor worden live-concerten tot de podiumkunsten gerekend.

4.1.2 Cultural and creative sectors in post-COVID-19 Europe: crisis effects and policy recommendations

In februari 2021 verscheen een uitgebreide Europese studie naar de culturele en creatieve sectoren ten tijde van COVID-19. Ze is verricht in opdracht van de Commissie voor Cultuur en Onderwijs van het Europees parlement. Ze werd uitgevoerd door een consortium van verschillende partijen.⁴ Ook in deze studie blijkt dat de creatieve industrie een van de door de COVID-19 pandemie zwaarst getroffen sectoren is. De beperkende maatregelen die binnen de EU zijn ingesteld als reactie op het virus, hebben tot een reeks van effecten geleid die vergaande impact hebben op de sector. In het bijzonder geldt dat voor de subsectoren met locatie- en bezoekers-gebaseerd aanbod, zoals de podiumkunsten en het erfgoed. Bovendien heeft deze crisis de preciaire arbeidsmarktpositie van artiesten, freelancers en tijdelijke arbeidskrachten, werkzaam in de creatieve industrie, nog meer zichtbaar gemaakt. Voor de creatieve industrie in het pre-COVID-19 tijdperk gold al dat er sprake was van fragiele organisatorische structuren en arbeidspraktijken. Zo wordt gewezen op versnipperde karakter van productieketens, het projectmatig georganiseerde werk en de kwetsbare verdienmodellen die gebaseerd zijn op vaak onvoldoende beschermd intellectueel eigendom. De coronacrisis heeft die kwetsbaarheden nog meer blootgelegd en versterkt. In de studie is specifiek onderzoek verricht naar effecten van de eerste lockdown die in maart 2020 haar beslag kreeg en de uitwerking op de creatieve industrie van de aanpassingen in het maatschappelijk verkeer die bleven gelden na het opheffen van de meest vergaande beperkingen in de loop van de zomer van 2020.

De onderzoekers onderscheiden een drietal onderdelen waar de lockdown verstrekende gevolgen heeft gehad. Dat is allereerst het compleet stilleggen van de niet-essentiële, fysieke creatieve productie en het aanbod en distributie van culturele en creatieve uitingen. Daaraan gerelateerd is het tweede domein, het stilleggen van het maatschappelijk leven wat een belangrijke handicap voor het functioneren van de creatieve industrie betekende. Ten derde had het opdrogen van de internationale mobiliteit consequenties voor de sector. Gecombineerd leidden deze ontwikkelingen tot een set van negatieve effecten. Allereerst bleek er sprake van een vergaand verlies aan inkomsten van de creatieve industrie en de facilitaire bedrijven. Ook konden nationale en internationale business communities, van belang voor de sector,

4) Idea Consult, Goethe-Institut, Amann, S. and Heinsius, J. (2021). Research for CULT Committee – Cultural and creative sectors in post-COVID-19 Europe: crisis effects and policy recommendations. European parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels.

niet langer optimaal functioneren. Tenslotte droogde het werk en het inkomen van de zogenaamde 'non-standard workers', ZZP'ers en professionals met flexibele contracten, binnen de creatieve industrie op. Ook waren er positieve effecten. Als gevolg van de rem op het sociale verkeer gingen Europeanen cultuur veelal digitaal consumeren. Dat leidde tot nieuwe initiatieven in de sector om cultuur, onder andere via digitale weg toegankelijk te maken en uiteindelijk ook tot het experimenteren met nieuwe businessmodellen. Ook stellen de onderzoekers vast dat er sprake was van meer onderlinge samenwerking en eenheid binnen de sector, de cultuur in het bijzonder.

In de loop van de zomer werden de beperkingen versoepeld, echter nog niet opgeheven. Niet-essentiële activiteiten in de creatieve industrie werden mogelijk, maar niet zonder restricties. Nog immer was er sprake van beperkingen van sociaal verkeer en internationale mobiliteit. In deze fase werd duidelijk dat bedrijven en organisaties die het zwaarst te leiden hadden onder de pandemie afscheid namen van personeel, waarmee de preciaire arbeidssituatie van professionals in de creatieve industrie duidelijk werd. Tegelijkertijd ontstond de dreiging van een uittocht van talent en kennis uit de creatieve industrie op basis van de geslonken arbeidsmogelijkheden. De immer aanwezige financieringsbehoefte van de creatieve industrie nam door de pandemie alleen nog maar toe, terwijl de bereidheid van financiers om te investeren door diezelfde crisis bleek afgenomen. Ook in deze fase stellen de onderzoekers vast dat positieve ontwikkelingen in gang zijn gezet. Bedrijven en organisaties gingen op zoek naar nieuwe activiteiten en gingen actief de mogelijkheden binnen de beperkingen exploreren. Nieuwe competenties en vaardigheden, onder meer gericht op het gebruiken van digitale kanalen werden verder ontwikkeld. Ook de intra- en cross sectorale samenwerking kreeg een stimulans, net als de innovatie van businessmodellen.

De onderzoekers pleiten, naast het geven van noodsteun, voor een overheidsbeleid dat zich laat inspireren door een bredere visie van de rol en betekenis van de creatieve industrie in de samenleving, onder meer in het licht van de sustainable development goals van de Verenigde Naties. Daarbij kan voortgebouwd worden op tal van initiatieven die al binnen de creatieve industrie ontwikkeld zijn of worden en die deels dateren van voor de coronapandemie. Daarvoor aldus het onderzoek, is commitment en investering van overheidswege, nationaal en Europees, gewenst. De onderzoekers adviseren een drietal flagship initiatieven voor de culturele en creatieve sector. Allereerst moet er gewerkt worden aan een eerlijk (fair) systeem voor arbeid binnen de

sector. Daarnaast moet een Europees digitaal raamwerk voor de creatieve industrie worden uitgewerkt. Tenslotte achten ze van belang dat de culturele en creatieve sector een integraal onderdeel wordt van wat ze innovatieve en cohesieve samenlevingen noemen.

4.1.3 Ongelijk getroffen, ongelijk gesteund, effecten van de coronacrisis in de culturele sector

Een belangrijke en breed opgezette Nederlandse studie naar de effecten van de coronacrisis voor de culturele sector, gepubliceerd in mei 2021, is verricht door een consortium van organisaties en onderzoekers in opdracht van het ministerie van OCW.⁵ Daarin is een beeld geconstrueerd van de geleden schade in een aantal onderdelen van de creatieve industrie: dans, theater, muziektheater, muziek, presentatie-instellingen voor beeldende kunst en medialabs⁶, poppodia en vrije producenten. De studie brengt, op basis van onderzoek in de sector, de effecten van corona voor organisaties en ZZP'ers in kaart en gaat het effect van de steunmaatregelen die van overheidswege zijn ingesteld na. Zoals de titel van het onderzoek suggereert zijn de effecten van de coronacrisis verschillend voor de onderzochte segmenten van de culturele sector en heeft de steun van overheidswege niet voor alle onderdelen daarvan in gelijke mate de geleden schade gecompenseerd.

In de laatste drie kwartalen van 2020 zijn de eigen inkomsten van de onderzochte organisaties met gemiddeld 85 procent gedaald. De mate waarin is ongelijk verdeeld over de verschillende onderdelen van de culturele sector. De grotere organisaties met het grootste aandeel eigen inkomsten, dat zijn de inkomsten die niet afkomstig zijn uit subsidies, hebben de grootste schade geleden. In dit onderzoek zijn dat de vrije producenten⁷ en de poppodia. Organisaties die kunnen rekenen op meerjarige subsidies zijn beter in staat te terugval in publieksinkomsten op te vangen, omdat ze er minder afhankelijk van zijn. Poppodia ontvangen doorgaans minder subsidie dan collega-instellingen in andere cultuurdomeinen, terwijl vrije producenten geen subsidie ontvangen. De eerste boekten een omzetverlies van gemiddeld 48 procent in, de tweede van tachtig procent.

5) René Goudriaan, Michiel Slag, Rogier Brom, Maartje Goedhart, Maxime van Haeren, Lisa Wolters, Dionne Faber & Maartje Gielen (2021). Ongelijk getroffen, ongelijk gesteund. Effecten van de coronacrisis in de culturele sector. Amsterdam: Boekmanstichting, SIRM, Significant APE.

6) Het gaat hierbij, volgens de onderzoekers, om een heterogene groep organisaties van 'klassieke presentatie-instellingen tot 'festivalachtige' organisaties en organisaties waar onderzoek en ontwerp centraal staan.

7) Het gaat hier om bedrijven die lid zijn van de Vereniging van Vrije Theater en Muziekproducenten (VVTP). Hun bedrijfsvoering is volledig gebaseerd op inkomsten uit de markt.

Als reactie op het financiële onheil hebben de onderzochte organisaties hun personele lasten teruggebracht. Gemiddeld zijn die gereduceerd met twintig procent. Bij de vrije producenten was dat 74 procent. Die reducties gingen vooral ten koste van ZZP'ers. De vrije producenten namen afscheid van nagenoeg alle ZZP'ers, terwijl de poppodia de lasten van ZZP'ers terugbrachten met tachtig procent. Grote cultuurorganisaties hebben hun personeel in vaste dienst grotendeels ontzien. Het onderzoek stelt verder vast dat de onderzochte organisaties hun totale lasten met dertig procent hebben verminderd. Die bezuinigingen, personeel en materieel, werken door in de gehele keten, zo wordt vastgesteld. Ze hebben consequenties voor andere onderdelen en activiteiten in de cultuursector. De onderzoekers stellen vast dat de generieke en specifieke steunmaatregelen van overheidswege het verlies aan werkgelegenheid bij ZZP'ers niet hebben voorkomen. Ze hebben er wel voor gezorgd dat de overheidssteun de geleden financiële schade bij de meerjarig gesubsidieerde instellingen dusdanig heeft gecompenseerd dat ze een financieel positief over 2020 konden rapporteren. Dat geldt niet voor de poppodia en de vrije producenten.

4.1.4 Studies naar drie deelsegmenten: reclamemarkt en de mediasector, gaming en digital design

RECLAMEMARKT EN DE MEDIASECTOR

Aanvullend aan de hiervoor besproken drie meer integrale studies naar de creatieve industrie of de culturele en creatieve sector worden hier, ter afsluiting van deze paragraaf nog enkele inzichten gepresenteerd die specifiek ingaan op onderdelen van de creatieve industrie die van belang zijn in deze monitor, maar die niet of nauwelijks geadresseerd worden in de voornoemde studies.

Specifiek voor deze monitor inventariseerde Bert Kok de wijze waarop ontwikkelingen op de reclamemarkt de positie van de belangrijkste spelers op de mediamarkt hebben beïnvloed.⁸ De mediabestedingen daalden in het eerste coronajaar van € 4,7 miljard in 2019 naar € 4,3 miljard in 2020. Dat gold voor alle media en kanalen, met uitzondering van online (+ 7,5 procent). De terugval in de bioscoopreclame was het grootst, omdat de cinema's een belangrijk deel van het jaar dichtbleven: - 71 procent. Huis-aan-huisbladen leverden 36,2 procent

8) Bert Kok (2020). Reclame en bedrijfsresultaten Nederlandse mediabedrijven. Interne notitie. Hilversum: Media Perspectives

in, magazines 22,6 procent en vaktijdschriften 16,4 procent. De terugval bij elektronische media was minder zwaar dan bij print. De televisiereclame kromp met 6,2 procent en radioreclame met 16,7 procent. De dagbladen, die inmiddels een hybride model van online en print hanteren, moesten een teruggang van 15,1 procent incasseren.

Dat reclamebestedingen sterk conjunctureel gevoelig zijn, werd duidelijk in de tweede helft van 2020 toen zich alweer een licht herstel aftekende. Toen gingen de bestedingen aan tv-reclame bijvoorbeeld omhoog met 3,4 procent⁹. In het eerste half jaar van 2021 groeide de omzet in tv-reclame met 32 procent¹⁰ ten opzichte van dezelfde periode in 2019. Voor heel 2021 wordt op een groei gerekend van 20 tot 25 procent. Cijfers van RTL Nederland laten ook zien dat het herstel van de reclamemarkt zich in 2021 heeft voortgezet. RTL zag de netto advertentieomzet in de eerste drie kwartalen van 2021 zelfs stijgen met 29,6 procent¹¹. De groei ten opzichte van vorig jaar kan geweten worden aan marktherstel na de coronacrisis, maar ook in vergelijking met 2019 is er sprake van groei: plus 10 procent.

De Nederlandse mediasector heeft zich gedurende de coronacrisis behoorlijk veerkrachtig getoond. Hoewel de reclamebestedingen in 2020 met ruim 6 procent daalden¹², was het effect op de bedrijfsresultaten beperkt. RTL Nederland bijvoorbeeld, toch sterk afhankelijk van tv-reclame, hield het omzetverlies binnen de perken. RTL Nederland was ook niet ontevreden over de financiële resultaten in 2020¹³, ondanks een omzetsdaling. De omzet ging van € 496 miljoen in 2019 naar € 476 miljoen in 2020. Dat de daling meeviel, was onder meer te danken aan de streamingdienst Videoland, die het in 2020 heel goed deed. RTL boekte in 2020 een winst van € 58 miljoen, tegen € 86 miljoen in 2019. Ook bij de publieke omroep gingen de reclame-inkomsten door COVID-19 omlaag. De omzet van de STER ging van € 187 miljoen in 2019 naar € 168 miljoen in 2020¹⁴. Dat was vooral te wijten aan het wegvallen van grote evenementen als het EK Voetbal en de Olympische Spelen. De publieke omroep kreeg van het Ministerie van OCW overigens € 19 miljoen euro voor coronakosten¹⁵.

9) <https://mediaonderzoek.nl/8773/tv-reclame-9-gedaald-door-corona/>

10) <https://www.adformatie.nl/media/krachtig-herstel-tv-reclamemarkt-eerste-helft-2021>

11) <https://www.adformatie.nl/media/rtl-nederland-ziet-forse-toename-advertentieomzet>

12) <https://screenforce.nl/nielsen-netto-mediabestedingen-in-2020-gedaald-met-63-tot-e-44-miljard/>

13) <https://www.villamedia.nl/artikel/rtl-tevreden-over-financiele-resultaten-ondanks-forse-omzetsdaling>

14) <https://www.nu.nl/economie/6102685/ster-zag-reclame-inkomsten-met-10-procent-teruglopen-in-2020.html>

15) <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2020/08/28/minister-slob-steunt-publieke-omroep-met-19-miljoen-vanwege-corona-kosten>

Een in positieve zin afwijkend verhaal geldt voor de grote uitgevers. DPG Media Nederland deed het opmerkelijk goed in het coronajaar 2020 met een omzet van € 1.053 miljoen¹⁶, tegen € 868 miljoen in 2019¹⁷. Daarbij moet wel worden vermeld dat DPG in 2020 Sanoma Media Netherlands inlijfde. Het bedrijfsresultaat van DPG Media mocht er in 2020 in ieder geval zijn: € 202 miljoen tegen € 134 miljoen een jaar eerder. De landelijke en regionale krantentitels van DPG lieten allemaal groei zien in betaalde oplage, in het bijzonder dankzij een toename van het aantal digitale abonnementen.

Mediahuis Nederland, eigenaar van onder meer de Telegraaf en NRC, deed het nog beter. Ook daar was een flinke stijging te zien in abonnementen. Mediahuis Nederland haalde in 2020 een omzet van € 485 miljoen¹⁸, tegen € 457,5 miljoen in 2019. De EBITDA van het hele concern (inclusief België) ging van € 118,9 miljoen euro in 2019 naar € 171,5 miljoen in 2020.

De FD Mediagroep, eigenaar van Het Financieele Dagblad en de radiozender BNR, bleef in de coronacrisis ook goed overeind. De honger naar nieuws zorgde ook daar voor een redelijk goed jaar. De FD Mediagroep boekte een omzet van € 88 miljoen in 2020, evenveel als in 2019. Het bedrijfsresultaat ging door een reorganisatie zelfs omhoog van € 8,2 miljoen in 2019¹⁹ naar €10,8 miljoen in 2020²⁰.

GAMING

In beschouwingen in de media over de gevolgen van COVID-19 voor de games industrie overheerste een positief beeld. De bedrijfstak zou kunnen profiteren van het feit dat mensen aan huis gebonden zijn en daarmee meer tijd gamend zouden kunnen doorbrengen en wellicht meer games zouden aankopen. Dutch Game Garden heeft in 2021 een update gepubliceerd van haar Games Monitor, specifiek gericht op de impact van COVID-19 [NOOT: Dutch Game Garden (2021). Games Monitor. The Netherlands, 2020-update – COVID Impact, Utrecht: DGG]. De monitor schetst een gedifferentieerd beeld al naar gelang de soort klanten en de focus van de bedrijven.

16) <https://www.dpgmedia.nl/nieuws/dpg-media-sluit-bijzonder-jaar-af-met-mooi-resultaat>

17) <https://www.dpgmedia.nl/nieuws/dpg-media-resultaten-2019-en-vooruitzichten>

18) <https://www.mediahuis.be/2020-kanteljaar-in-de-digitale-transformatie-van-mediahuis/>

19) <https://fd.nl/ondernemen/1334615/advertenties-dragen-bij-aan-omzetgroei-fd-mediagroep-rmk1capedGd9>

20) <https://fd.nl/ondernemen/1374652/honger-naar-nieuws-bezorgt-fd-mediagroep-goed-jaar-llk1capedGd9>

De game-bedrijven die zich richten op de zakelijke markt hebben een andere ervaring dan zij die zich richten op de consumentenmarkt. De B2B bedrijven hadden in 2020 een moeilijk eerste half jaar, vanwege veel onzekerheid in de markt en daarmee gepaard gaand uitstel van opdrachten. Applied gaming bedrijven die werken voor en in de gezondheidszorg zagen de focus van hun klanten verschuiven naar COVID-19-gerelateerde toepassingen, wat nieuwe kansen bood. Anderzijds moesten game-bedrijven die voor de ontwikkeling voor hun producten afhankelijk zijn van testen bij patiënten hun heil bij andere opdrachtgevers zoeken. Een andere markt voor applied games, de musea, droogde volledig op. De aandacht van deze erfgoedinstellingen verschoof naar andere thema's. Bij het einde van de eerste lockdown trok de markt weer aan, maar het werven van nieuwe klanten was lastiger omdat fysieke evenementen waar klanten benaderd kunnen nog steeds niet konden doorgaan. Bedrijven met een aanzienlijke klantenbasis bleken in het voordeel.

Voor gaming bedrijven die zich toeleggen op de entertainmentmarkt zag de situatie er anders uit. Er was sprake van groei in de markt van platformgames, onder meer gestimuleerd door de introductie van een nieuwe generatie van consoles in de herfst van 2020. De entertainmentgamebedrijven die zich richten op de advertentiemarkt richtten kwamen voor verschillende situaties te staan. Campagnes werden on hold gezet en soms helemaal afgeblazen. Wel nam het aantal spelers per game toe, wat zorgde voor een compensatie van verlies aan inkomsten uit opdrachten.

Overall blijkt dat de bedrijven in entertainment-gaming geprofiteerd hebben van de situatie in 2020 en een hogere omzet hebben gerealiseerd. Dat geldt minder voor de applied game bedrijven. Enkele bedrijven ondervonden problemen door de veranderde situaties in hun markt. Van alle bedrijven bleef bij een derde de omzet achter bij de verwachtingen. In personele zin is er geen sprake van grote verschuivingen binnen de gamesindustrie. Een kwart nam meer personeel in dienst. Minder dan een op de tien bedrijven moest personeel laten gaan onder invloed van COVID-19.

DIGITAL DESIGN

Een bijzondere tak van de creatieve industrie vormen de digital design bureaus. In eerdere edities van deze monitor is bijzondere aandacht besteed aan deze bedrijfstak. Daarin worden ontwerp-kennis- en vaardigheden gecombineerd

met digitale skills en inzichten ten dienste van de meeste uiteenlopende klanten. De bedrijfstak groeit explosief, maar is in de bestaande statistieken moeilijk traceerbaar. Sommige bedrijven staan geregistreerd als software-ontwikkelaars, anderen als reclamebureaus en weer anderen als designers. Nederland kent een actieve branchevereniging in deze bedrijfstak, Dutch Digital Agencies (DDA), die regelmatig onderzoek doet onder haar leden.

Recente gegevens van december 2021²¹ laten zien dat de digitale bureaus verwachten 2021 af te sluiten met een omzetgroei van 9,9 procent. Dat is een substantiële verbetering ten opzichte van de groei van slechts 0,6 procent in 2020. De prognose is dat de DDA leden een gezamenlijke omzet van € 872 miljoen zullen realiseren in 2021. De gemiddelde winstmarge van de bureaus die deelnamen aan het onderzoek over 2020 was 9 procent en de verwachte winstmarge voor alle bedrijven over 2021 is 13 procent.

Veel klanten van de digitale bureaus schoten in de eerste helft van 2021 in de wachtstand en besloten investeringen in nieuwe projecten uit te stellen. In het vierde kwartaal van 2020 kwamen de projecten opnieuw van de grond en werd het groeitempo door de digital design bedrijfstak weer opgepakt. De DDA geeft aan dat een klein deel van de bureaus in 2020 gebruik heeft gemaakt van de NOW-regeling om talent in huis te houden.

In 2020 telden de digitale bureaus die bij de DDA zijn aangesloten 7358 werknemers met een dienstbetrekking aangevuld met een flexibele schil van iets minder dan duizend mensen. Slechts bureaus met een omzet van een bepaalde omvang en hoger kunnen zich aansluiten bij de DDA. Het werkelijk aantal werkzame mensen in de bedrijfstak is daarmee hoger dan het door DDA genoemde aantal omdat er ook relatief veel kleine spelers in de bedrijfstak opereren.

21) Zie onder meer: DDA: 2021 kenmerkt zich door veerkracht digitale bureaus, 20 december 2021, marketing report. <https://marketingreport.nl/Onderzoek-DDA-2021-kenmerkt-zich-door-veerkracht-digitale-bureaus/>

4.2 Werknemers in de creatieve industrie



Het percentage werknemers dat de creatieve industrie heeft moeten laten gaan in het eerste COVID-19 jaar 2020, is fors hoger dan gemiddeld in de Nederlandse economie. Dat geldt ook voor de afzonderlijke deelsectoren.



Het aantal werknemers in de creatieve industrie is in 2020 met 7,1 procent teruggelopen, voor de gehele Nederlandse economie is dat 1,8 procent. De krimp in kunsten en erfgoed was met 14,1 procent het grootst, gevolgd door de media- en entertainmentindustrie met 6,5 procent en creatieve zakelijke dienstverlening met 5,5 procent. Deze cijfers hebben louter betrekking op professionals met een dienstbetrekking. ZZP'ers vallen buiten dit overzicht.



De bedrijfstakken die de grootste terugloop in aantal banen noteerden waren overige kunst en erfgoed – vooral dienstverlening gericht op kunst en cultuur – met een teruggang van 4,1 duizend werknemers, communicatie (3,2 duizend), podiumkunsten (2,4 duizend), film (1,4 duizend) en persmedia (duizend).



De meeste werknemers zijn afgevloeid in het tweede kwartaal van 2020, gevolgd door kleinere aantallen in het vierde kwartaal. De categorie overige kunsten en erfgoed is daarop een uitzondering. De overigens forse dip in het tweede kwartaal werd voor deze bedrijfstak gevolgd door een nog grotere in het vierde kwartaal.

De inzichten op basis van de in de vorige paragraaf besproken onderzoeken vormen een belangrijke achtergrond waartegen de analyses van bestaand datamateriaal in deze en de volgende paragrafen geplaatst kunnen worden.

Er zijn verschillende invalshoeken van waaruit de effecten van COVID-19 voor de creatieve industrie geanalyseerd kunnen worden. Dat kan bijvoorbeeld door na te gaan wat de effecten op de werkgelegenheid zijn in de sector. Een andere invalshoek is analyseren wat het effect is van COVID-19 op de financiële opbrengst van productie binnen de creatieve industrie, van afzet tot

toegevoegde waarde. Verderop in dit hoofdstuk wordt de tweede benadering toegepast. Hier wordt allereerst ingegaan op de werkgelegenheidseffecten.

De analyses in hoofdstuk 2 en 3 van deze studie die zijn gericht op de ontwikkeling van banen in de creatieve industrie en ICT, kende als beperking dat de gebruikte data over het jaar 2020, waarin COVID-19 zich manifesteerde, slechts reikten tot en met maart, de maand waarin de eerste lockdown werd ingevoerd. [NOOT: Zie ook hoofdstuk 2]. Daarmee was niet mogelijk het effect van COVID-19 op het aantal banen in de creatieve industrie vast te stellen. Alhoewel de data van de productiewaarde en toegevoegde waarde wel tot eind 2020 reiken, en de effecten daarin al wel duidelijk te zien zijn. Bij het CBS zijn echter wel data beschikbaar die op landelijk niveau inzicht bieden in de ontwikkeling van het aantal werknemers binnen de creatieve industrie en zijn onderdelen. Deze data zijn in de loop van 2021 op verzoek van het Ministerie van OCW ontwikkeld. Ze hebben betrekking op de vier kwartalen en het gehele kalenderjaar 2020. Ook is een vergelijking met het voorafgaande jaar 2019 mogelijk. Anders dan de data die in de vorige hoofdstukken zijn gebruikt, worden in deze CBS-data ZZP'ers echter niet meegeteld. Het gaat in deze CBS data louter om professionals in loondienst. Dit feit beperkt enerzijds de zeggingskracht van het materiaal, omdat er geen totaalbeeld ontstaat van alle personen die werkzaam zijn binnen de creatieve industrie²². Anderzijds ontstaat daardoor wel de mogelijkheid om inzicht te krijgen in een fenomeen dat bijzonder actueel is in de context van COVID-19: het onderscheid tussen de aard en mate waarin bedrijven met mensen in loondienst en de betrokken werknemers getroffen zijn en de schade voor eenpersoonsbedrijven (ZZP'ers). Het belang daarvan wordt uitgelegd in Box 4.1.

Het CBS hanteert dezelfde onderverdeling in deelsectoren als in deze monitor is gehanteerd²³. In elk van die deelsectoren zijn door het CBS, bedrijfstakken ingedeeld die voor het overgrote deel overeenkomen met de wijze waarop dat in deze monitor gebeurt. Er is echter een aantal verschillen in de bedrijfstakken die in deelsectoren en domeinen zijn ondergebracht met de benadering die in deze monitor geldt. Waar nodig voor een volledig en juist begrip van de resultaten wordt bij de bespreking van de data en de analyse die hierna volgt melding gemaakt van de verschillen²⁴.

22) Dat is wat met de analyses in hoofdstuk 2 en 3 beoogd is. Het samentellen van ZZP'ers en werknemers is daarvoor noodzakelijk.

23) Vergelijk tabel 2.2

24) Onder kunsten bevat de CBS-definitie (SBI 85521) kunstzinnige vorming van amateurs en (SBI 85522) dansscholen onder de subsector kunsten, de monitordefinitie bevat deze niet. Die bevat wel (SBI 94993) steunfondsen op het gebied van cultuur die bij het CBS ontbreekt. Onder media- en entertainmentindustrie bevat de CBS-definitie (SBI 4761) winkels in boeken, (SBI 4763) Winkels in audio- en video-opnamen en (SBI 5812) Databanken die ontbreken in de monitordefinitie. De definitie van de monitor bevat wel (SBI 93211) Pret- en themaparken en (SBI 93212) Kermisattracties die in de definitie van het CBS ontbreken. Onder creatieve zakelijke dienstverlening bevat de monitordefinitie (SBI 8230) organiseren van congressen en beurzen en (SBI 7312 Handel in advertentieruimte en -tijd) die in de CBS-definitie ontbreken.

BEDRIJVEN EN WERKNEMERS

Het effect van COVID-19 op ZZP'ers, bedrijven met werknemers in dienstverband en hun werknemers is in meerdere opzichten verschillend. Dat kwam ook al naar voren in de bespreking van inzichten uit eerdere studies dat in het eerste deel van dit hoofdstuk is gepresenteerd. Daaruit blijkt dat COVID-19 ZZP'ers in de creatieve industrie in het bijzonder en op bijzondere wijze heeft getroffen. Dat is terug te voeren op hun specifieke positie in de economie en de sector. ZZP'ers maken op eigen titel en verantwoordelijkheid binnen de context van hun eenpersoons bedrijf hun individuele arbeid te gelde. Ze zijn daarbij volledig verantwoordelijk voor de werving van hun opdrachten en het realiseren van hun eigen omzet en inkomen. Hun positie verschilt structureel van de positie van professionals met een arbeidscontract. Bij hen is de werkgever (eind)verantwoordelijk voor het acquireren van de noodzakelijke opdrachten dan wel het aanboren en exploiteren van voldoende rendabele markten. Ook zijn werknemers binnen de contractuele overeenkomst, die soms mede gestoeld is op een collectieve arbeidsovereenkomst, verzekerd van een vast salaris, bijzondere varianten daargelaten.

Om de effecten van COVID-19 op sectoren en bedrijfstakken vast te stellen is de ontwikkeling van het aantal werknemers in sommige opzichten een betere indicator van geleden schade dan het aantal actieve zelfstandigen. De laatsten zijn in principe in staat om omzet- en daarmee gepaard gaand inkomensverlies tot op zeker hoogte zelf te accepteren en te accommoderen. Zij absorberen de fluctuaties in omzet en inkomsten die ontstaan door de beperkende maatregelen met het oog op COVID-19. Hun inschrijving als bedrijf en ZZP'er bij de Kamer van Koophandel blijft in principe in stand. Zelfstandigen zijn bij zichzelf in dienst; ze zijn werknemer en werkgever tegelijk. Waardeverlies bij ZZP'ers leidt aanzienlijk minder snel tot uittreden uit de specifieke bedrijfstak waar ze actief zijn dan dat het omzet- en waardeverlies door bedrijven leidt tot het afscheid nemen van personeel, met name zij die een flexibel arbeidscontract hebben. Daar komt nog bij dat werknemers die hun baan verliezen zich niet zelden al dan niet tijdelijk als ZZP'er vestigen. Dus er is in zekere mate sprake van een communicerend vat tussen het aantal werknemers en het aantal ZZP'ers. Voor hier is van bijzonder belang dat wanneer ZZP'ers en werknemers worden samengevoegd in een databestand, het gedifferentieerde effect op ZZP'ers aan de ene en werknemers aan de andere aan het zicht onttrokken wordt. Dan ontstaat geen helder beeld van de gedifferentieerde effecten. Data over bedrijven met mensen in loondienst filtert dit mediërend effect op

de werkgelegenheidsstatistiek uit. Anderzijds benadrukt deze werkwijze het belang van nadere analyses van het effect van corona op ZZP'ers in de creatieve industrie, zoals onder meer verricht door het CBS.

Voor de volgende analyse zijn de data die in het beschikbare CBS-bestand op basis van de CBS-definitie van creatieve industrie voorhanden zijn, gekoppeld aan de domeinen die in deze monitor worden gebruikt. Doordat niet alle data uit de monitordefinitie in het CBS-bestand voorkomen, komen de data die hierna volgen en in de analyse gebruikt worden niet volledig overeen met die in eerdere hoofdstukken, onder meer in tabel 2.2, ook al zijn de aanduidingen van deelsectoren en domeinen dezelfde. Waar nodig worden discrepanties toegelicht.

Onderstaande tabel laat de ontwikkeling zien van het aantal werknemers van 2019 naar 2020 in deelsectoren van de creatieve industrie en verschillende domeinen daarbinnen. Bedrijven in de creatieve industrie hebben in 2020 7,5 procent van hun werknemers verloren. Alom is bekend dat de coronacrisis sommige sectoren en bedrijfstakken zwaar heeft geraakt, terwijl andere er relatief ongeschonden doorheen kwamen en zelfs groeiden. De creatieve industrie hoort in de eerste categorie thuis. Maar ook binnen de creatieve industrie zijn er verschillen. Dat werd ook al duidelijk in de besprekingen van eerder onderzoek naar de effecten van COVID-19 in de vorige paragraaf.

Kunsten en cultureel erfgoed is uitzonderlijk zwaar getroffen met een daling van 14,1 procent. De media en entertainmentindustrie moest 6,5 procent laten gaan en de creatieve zakelijke diensten 5,5 procent. Elk van de deelsectoren is daarmee een stuk zwaarder getroffen dan het gemiddelde van 1,8 procent dat geldt voor de Nederlandse economie. Dat past in het beeld dat de creatieve industrie tot de zwaarst getroffen sectoren van de economie behoort.

Tabel 4.1 Aantal en ontwikkeling banen van werknemers (exclusief ZZP'ers) in de creatieve industrie in Nederland (2019 en 2020) op basis van CBS-definitie van sector en bedrijfstakken

	Werknemers 2019 (Aantal)	Werknemers 2020 (Aantal)	Groei 2019-2020 (Aantal)	Groei 2019-2020 (% per jaar)
Kunsten en cultureel erfgoed	46.090	39.580	-6.510	-14,1
Podiumkunsten	11.950	9.600	-2.350	-19,7
Scheppende kunsten	2.450	2.310	-140	-5,7
Overig kunst en erfgoed	14.130	10.070	-4.060	-28,7
Cultureel erfgoed	17.560	17.600	40	0,2
Media en entertainmentindustrie	48.140	44.990	-3.150	-6,5
Radio en televisie	11.750	11.380	-370	-3,1
Persmedia	18.260	17.260	-1.000	-5,5
Film	10.160	8.810	-1.350	-13,3
Muziekindustrie	1.260	1.210	-50	-4,0
Boekenindustrie	5.060	4.800	-260	-5,1
Gaming en overige uitgeverijen	1.350	1.340	-10	-0,7
Live entertainment	300	190	-110	-36,7
Creatieve zakelijke dienstverlening	51.980	49.100	-2.880	-5,5
Architectuur	10.340	10.340	0	0,0
Design	7.150	7.470	320	4,5
Communicatie	34.490	31.290	-3.200	-9,3
Creatieve industrie	246.330	227.760*	-18.570	-7,5
Totale economie	8.604.000	8.453.000	-151.000	-1,8

Bron: CBS, maatwerk, bewerking NEO Observatory

*) Het totaal van banen in de creatieve industrie verschilt van het totaal in tabel 2.1 omdat ZZP'ers hier niet zijn meegeteld.

Een vijftal domeinen of bedrijfstakken laat een uitzonderlijke teruggang in het aantal werknemers zien: live-entertainment (-36,7 procent)²⁵, overig kunsten en erfgoed (-28,7 procent), podiumkunsten (-19,7 procent), film (-13,3 procent) en communicatie (-9,3 procent).

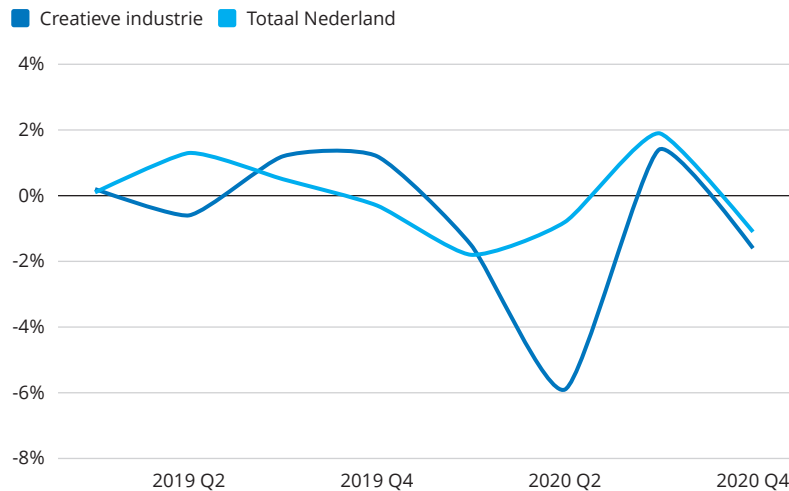
In absolute zin laten de bedrijfstakken die vallen onder de verzamelcategorie overig kunsten en erfgoed, die dienstverlenend zijn aan de kunsten in het bijzonder, de grootste teruggang zien. Daarin vielen in 2020 4,1 duizend banen weg²⁶. Een forse afname van banen gold ook voor communicatie (3,2 duizend), podiumkunsten (2,4 duizend), film (1,4 duizend) en persmedia (duizend). De beperkende maatregelen zorgden in het bijzonder, maar daar niet alleen, voor vraagtival in deelsectoren en domeinen die diensten aan consumenten leveren die op dezelfde tijd en plaats worden geproduceerd en geconsumeerd. Een andere factor die samenhangt met een relatief groot verlies aan banen is dat het gaat om sectoren met relatief veel flexibele contracten. Dat geldt zeker ook voor grote delen van de creatieve industrie. Ook speelt mee dat voor de meeste getroffen bedrijfstakken geen alternatief verdienmodel voor handen was, waarmee een deel van de kosten gedekt konden worden, om het personeel op sterkte te kunnen houden. Podiumkunstorganisaties hebben weliswaar de ontwikkeling van digitaal aanbod versneld, echter tegenover de kosten stonden nauwelijks inkomsten, zoals hiervoor ook al bleek. Ook heeft de creatieve industrie op behoorlijke schaal gebruik gemaakt van generieke en specifieke steunmaatregelen, maar dat heeft een onevenredige sterke teruggang in personeel niet voorkomen, zo bleek ook uit de studie *Ongelijk getroffen, ongelijk gesteund*.²⁷

25) Doordat de CBS-dataset alleen maar de data voor de bedrijfstak (SBI 90013) circus en variété insluit en niet die voor (SBI 93211 Pret- en themaparken) en (SBI 93212 Kermisattracties), gaat het hier in het totaal slechts om driehonderd banen en om een afname van 110 banen. Om die reden wordt het domein live entertainment in de bespreking verder buiten beschouwing gelaten.

26) Specifiek gaat het hier om (SBI 7990) reisinformatie- en reserveerbureaus (SBI 9002) en dienstverlening voor uitvoerende kunst en (SBI 94994)

27) Zie: René Goudriaan, Michiel Slag, Rogier Brom, Maartje Goedhart, Maxime van Haeren, Lisa Wolters, Dionne Faber & Maartje Gielen (2021). *Ongelijk getroffen, ongelijk gesteund*. Effecten van de coronacrisis in de culturele sector. Amsterdam: Boekmanstichting, SIRM, Significant APE.

Figuur 4.1 Ontwikkeling banen van werknemers in creatieve industrie en de Nederlandse economie, per kwartaal (2019-2020)

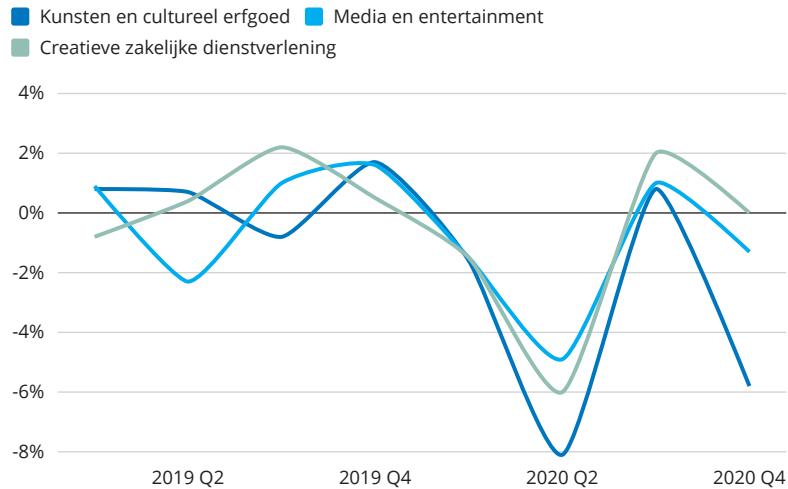


Bron: CBS, maatwerk, bewerking NEO Observatory

Figuur 4.1 maakt inzichtelijk hoe in de kwartalen van 2019 en 2020 de procentuele ontwikkeling van toe- en afname van werknemers is verlopen, voor de creatieve industrie en de totale economie. In het tweede kwartaal 2020 is een extreme terugval in de creatieve industrie zichtbaar, terwijl die in de totale economie zeer beperkt is. In kwartaal drie is er sprake van een lichte toename van banen in de creatieve industrie. Dat geldt niet langer voor kwartaal vier.

De ontwikkeling van de werkgelegenheid in de eerste drie kwartalen van de coronacrisis kent een ander verloop dan in een gangbare economische recessie, waarin doorgaans veel minder sprake is van acute vraaguitval. Wanneer die meer geleidelijk loopt is sprake van meer over de tijd gespreid verlies van werkgelegenheid. Doorgaans is het verlies dan meer gespreid over sectoren. In de huidige coronacrisis is daar geen sprake van. Het verlies aan werkgelegenheid treedt zeer specifiek in de door de beperkende maatregelen getroffen bedrijfstakken op. De creatieve industrie is er daar één van, naast bijvoorbeeld de horeca, de retailsector en het personenvervoer. Landelijk gezien is de teruggang van het aantal werknemers beperkt tot 1,8 procent over het gehele jaar 2020, onder meer ook als gevolg van de steunmaatregelen van de overheid.

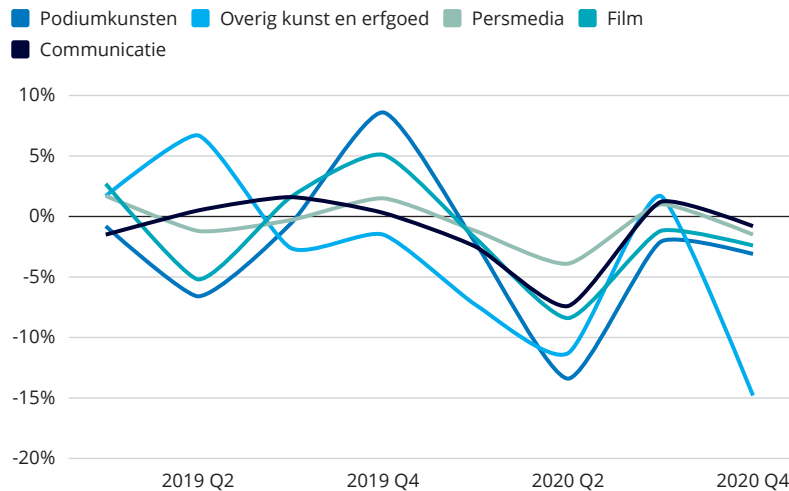
Figuur 4.2 Ontwikkeling banen van werknemers in deelsectoren van de creatieve industrie per kwartaal (2019-2020)



Bron: CBS, maatwerk, bewerking NEO Observatory

Het verloop van de banenontwikkeling in 2019 en 2020 in de deelsectoren van de creatieve industrie verloopt volgens hetzelfde patroon, alleen is de procentuele afname van de banen per deelsector verschillend. De ontwikkeling binnen kunsten en erfgoed is uitzonderlijk negatief. In de eerste golf, die zich manifesteert in het tweede kwartaal van 2020, piekt die deelsector naar beneden. Nog opvallender echter is de situatie in het vierde kwartaal van het eerste coronajaar, waarin de creatieve zakelijke dienstverlening krimpt noch groeit, de media- en entertainmentindustrie licht krimpt, en kunsten en cultureel erfgoed opnieuw zes procent van haar werknemers moet laten gaan.

Figuur 4.3 Groei banen van werknemers (%) in domeinen van de creatieve industrie met de grootste uitstoot van banen, per kwartaal (2019-2020)



Bron: CBS, maatwerk, bewerking NEO Observatory

In figuur 4.3 wordt de procentuele ontwikkeling van het werknemersbestand per kwartaal afgebeeld voor de vijf domeinen die in 2020 de meeste werknemers moesten laten gaan: overig kunst en erfgoed (4,1 duizend), communicatie (3,2 duizend), podiumkunsten (2,4 duizend), film (1,4 duizend) en persmedia (duizend). Procentueel is de afname van werknemers als volgt: overig kunst en erfgoed -28,7 procent, podiumkunsten -19,7 procent, film -13,3 procent, communicatie -9,3 procent en persmedia -5,5 procent.

Het verloop in het jaar 2019 laat voor elk van de vijf onderscheiden domeinen een eigen ontwikkeling zien. Die is deels terug te voeren op seizoensinvloeden. Zo is in overige kunst en erfgoed, waaronder ook de informatieverstrekking over cultuur en evenementen valt, een duidelijk verband met het toeristen-seizoen. Dat verklaart waarom er een aanwas van personeel is in het tweede kwartaal van 2019. In de podiumkunsten is daar sprake van in het derde kwartaal 2019, bij de aanvang van het theaterseizoen. De variatie in het domein film is lastiger te verklaren, mogelijk geldt dat nieuw en wellicht tijdelijk personeel in de bioscoopsector aangeworven wordt voor het najaar, vooral de decembermaand doorgaans een topperiode voor filmbezoek. De indruk bestaat dat de fluctuaties die voor 2019 gelden vooral betrekking hebben op personeel

met tijdelijke contracten, de zogenaamde flexibele schil. De andere twee hier aangeduide sectoren laten in verhouding een aanmerkelijk minder grillig verloop zien in 2019: communicatie en persmedia. De werkzaamheden in die bedrijfstakken zijn aanmerkelijk minder seizoensgebonden.

Het daaropvolgend jaar vertoont een volstrekt ander patroon, gekenmerkt door een tweetal coronagolven. De eerste golf manifesteert zich in volle omvang in het tweede kwartaal van 2020. De zwaarste dip in die periode kennen de podiumkunsten en overig kunsten en erfgoed. Maar ook communicatie, film en persmedia nemen in dat kwartaal afscheid van een deel hun werknemers, de eerste twee tussen vijf en tien procent, de derde iets minder dan vijf procent. In kwartaal drie van 2020 is de eerste slok uit de gifbeker verwerkt. Alleen bij podiumkunsten en film daalt het aantal werknemers nog. Echter in het daaropvolgende kwartaal volgt vooral in de categorie overige kunsten en erfgoed opnieuw een zware sanering als gevolg van de tweede golf. Procentueel wordt in dat domein van een grotere schare werknemers afscheid genomen dan in het tweede kwartaal. Ook de andere bedrijfstakken nemen in het vierde kwartaal afscheid van werknemers, zij het van een kleiner deel dan in het tweede kwartaal. Van hen krimpt het aantal werknemers in de podiumkunsten en film het meest.

4.3 Toegevoegde waarde en afzetmarkten



De procentuele daling in toegevoegde waarde van de creatieve industrie en haar deelsectoren is in 2020 ten opzichte van 2019 aanzienlijk sterker dan de teruggang in de gehele Nederlandse economie. De toegevoegde waarde van de creatieve industrie daalde met 25,4 procent (€ 4,7 miljard), die voor Nederland 3,8 procent bedroeg. Kunsten en erfgoed daalde met 60,8, procent (€ 3,4 miljard), media en entertainmentindustrie met 12,4 (€ 0,9 miljard) en creatieve zakelijke dienstverlening met 6,3 procent (€ 0,4 miljard). De ICT-sector kromp met 0,2 procent (€ 0,1 miljard).



Drie markten zijn van bijzonder belang voor de creatieve industrie, die van huishoudens, die van collega-bedrijven uit de creatieve industrie en die van derde bedrijven buiten de creatieve sector. Ieder van die markten heeft zich in 2020 op een specifieke wijze ontwikkeld. Een grofmazige analyse laat de gevolgen voor de creatieve industrie zien.



Op de consumentenmarkt raakten de bedrijven in creatieve diensten, kunst en amusement bijna tachtig procent van hun afzet kwijt (€ 617 miljoen). Productie van films, TV, radio en muziek leverde ruim 43 procent (€ 184 miljoen) in en bibliotheken, archieven, musea e.d. bijna 26 procent (€ 114 miljoen).



De afzet op de zakelijke markt van de creatieve industrie van de bedrijven in creatieve diensten, kunst en amusement liep met ruim 68 procent terug (€ 942 miljoen), die van productie van films, tv, radio en muziek met bijna twintig procent (€ 341 miljoen) en die van de hybride categorie reclamewezen en onderzoek met ruim elf procent (€ 267 miljoen).



De zakelijke markt van derde bedrijven buiten de creatieve industrie was voor bedrijven uit de creatieve industrie eveneens in mineur. Procentueel was de teruggang in afzet het grootst bij creatieve diensten, kunst en amusement (ruim 59 procent, € 630 miljoen) en productie van films, TV, radio en muziek (bijna een kwart, € 67 miljoen). Het meest substantieel, in termen van bedragen is het verlies van IT-dienstverlening van € 1,5 miljard en ruim twaalf procent. Ook de teruggang van reclamewezen en marktonderzoek van € 610 miljoen en ruim tien procent is fors. De categorie design, fotografie, vertaalbureaus kromp met zes procent en € 207 miljoen.

De reden waarom bedrijven in de creatieve industrie soms overgaan tot het afstoten van arbeidskrachten of gebruikmaken van overheidsstimulering om hun personeel in dienst te houden, heeft direct te maken met een terugval in productie, afzet of toegevoegde waarde. Die is doorgaans het gevolg van het wegvallen van de vraag bij huishoudens, andere bedrijven of organisaties, de overheid of van de export, of bij meerdere van deze. In deze paragraaf wordt kort teruggekomen op de ontwikkeling van de toegevoegde waarde van de creatieve industrie van 2019 naar 2020 die eerder in hoofdstuk 2 is besproken. Daarna komt de ontwikkeling van de afzet van producten en diensten van de creatieve industrie op de consumentenmarkt en op de zakelijke markt aan bod. Ook hier worden de effecten op deelsectoren en domeinen besproken.

Tabel 4.2 Toegevoegde waarde in 2019 en 2020 in de creatieve industrie en ICT in Nederland (miljarden euro's in prijzen 2020)

	Toegevoegde waarde		Groei
	2019 (In miljard Euro)	2020 (In miljard Euro)	2019-2020 (% per jaar)
Creatieve industrie	18,5	13,8	-25,4%
Kunsten en cultureel erfgoed	5,6	2,2	-60,8%
Media en entertainmentindustrie	7,4	6,5	-12,4%
Creatieve zakelijke dienstverlening	5,5	5,1	-6,3%
ICT	38,2	38,1	-0,2%
Diensten	32,6	32,7	0,4%
Hardware	5,6	5,4	-4,2%
Creatieve industrie en ICT	56,7	51,9	-8,4%
Totale economie	742,1	713,7	-3,8%

Bron: Lisa, CBS Nationale Rekeningen; bewerking NEO Observatory

Waar de waardevermindering in de creatieve industrie van 2019 naar 2020 ruim een kwart is, is die binnen ICT bijna gelijk aan nul. ICT-diensten laat zelfs een lichte stijging zien. De toegevoegde waarde van de gehele creatieve industrie is van 2019 naar 2020 met meer dan een kwart gedaald, van € 18,5 naar € 13,8 miljard. Die van ICT is geconsolideerd op ruim € 38 miljard. Overall in de Nederlandse economie is sprake van een teruggang van bijna vier procent. De zwaarste klap binnen de creatieve industrie valt in de kunsten en cultureel erfgoed met een krimp van bijna 61 procent. De teruggang in media- en entertainmentindustrie en creatieve zakelijke dienstverlening is in vergelijking met kunst en cultureel erfgoed een stuk minder fors, maar overstijgt de gemiddelde krimp van de totale economie ruim. De conclusie is dan ook op basis van deze cijfers dat de creatieve industrie, kunsten en erfgoed in het bijzonder, fors is geraakt door COVID-19. Het beeld dat in de vorige paragraaf naar voren kwam van de terugloop in werknemers in de deelsectoren van de creatieve industrie, is duidelijk herkenbaar in het patroon van de daling van de toegevoegde waarde. Deze conclusies stroken ook met de bevindingen in het Europese onderzoek dat eerder aan bod kwam in paragraaf 4.1.

Logischerwijs is de terugloop in toegevoegde waarde het resultaat van een lagere afzet. Die is verdeeld over vier markten (consumenten, bedrijven en organisaties, overheid en export). Voor nu zijn de consumentenmarkt en de zakelijke markt het belangrijkste.²⁸ Bij dat laatste geldt een onderscheid tussen onderlinge leveringen – bedrijven en organisaties in de creatieve industrie leveren aan de creatieve industrie – en levering aan derden – de creatieve industrie levert aan bedrijven buiten de creatieve sector.

Om inzicht te krijgen in de afzet op deze markten biedt informatie uit de Nationale Rekeningen van het CBS uitkomst. Specifiek zijn dat de jaarlijkse input-outputtabellen die de afzet- en inkooptransacties van bedrijven, instellingen, huishoudens, de overheid met binnen- en buitenland beschrijven. Met deze data is het mogelijk afzet- en inkoopketens in kaart te brengen. Het nadeel is dat er geen mogelijkheid is de creatieve industrie op basis van de in deze monitor gebruikte bedrijfstakindeling in deze data te projecteren. De indeling die in de in- en outputtabellen wordt gebruikt is qua omvang ruimer en qua samenstelling op punten afwijkend. Ze is echter behulpzaam om de specifieke patronen in de effecten van COVID-19 op de creatieve industrie in kaart te brengen.

Voorafgaand aan de beschrijving van de uitkomsten van de analyse is het van belang aan te geven dat de categorisering van bedrijven die in de analyse is gebruikt leidt tot een overschatting van het belang van de zakelijke markt voor de creatieve industrie. Dat kan worden vastgesteld op basis van een ander gegeven over de verhoudingen in de creatieve industrie. In hoofdstuk 2 is op basis van andere CBS-gegevens vermeld dat 51 procent van de leveringen van de creatieve industrie terecht komt bij andere bedrijven, binnen en buiten de creatieve industrie, dus buiten de markt van huishoudens²⁹. Het overzicht dat hierna gepresenteerd wordt geeft deels een ander beeld. Er is sprake van een aanzienlijk groter aandeel van de zakelijke markt. Dat is voor een deel te wijten aan het feit dat bepaalde categorieën die gebruikt zijn, creatieve bedrijvigheid met andersoortige activiteiten samenpakken (onder meer reclamewezen en marktonderzoek, architectuur, ingenieursbureaus e.d. en diensten op het gebied van informatievoorziening) en deels aan het feit dat IT-dienstverlening in de analyse is meegenomen. Dat leidt tot een groter gewicht van de zakelijke markt in de uitkomsten. Toch is de volgende analyse relevant en zinvol omdat het belangrijke patronen laat zien in de recente ontwikkelingen in de relevante

28) In box 2.2 van hoofdstuk 2 is aangegeven dat de creatieve industrie een uitzonderlijk groot deel van haar producten en diensten, maar liefst 51 procent, levert aan andere bedrijven.

29) CBS (2021). Satellietrekening Cultuur 2018. Voorburg/Heerlen: CBS

markten voor de creatieve industrie, met het oog op de vaststelling hoe de coronacrisis de sector heeft getroffen.

Tabel 4.3 geeft een overzicht van afzet van producten en diensten van de creatieve industrie aan huishoudens. Het gaat hier om de consumentenmarkt. Omdat het hier vooral gaat om vast te stellen of en waar de terugval in afzet als gevolg van COVID-19 heeft plaatsgevonden zijn de brede categorieën bedrijfstakken die het CBS onderscheidt, gerangschikt naar procentuele groei in 2020 ten opzichte van 2019. De bedrijfstakken waar de daling het grootst zijn het eerst gerangschikt.

Tabel 4.3 Ontwikkeling van afzet creatieve industrie aan huishoudens (consumentenmarkt), 2017-2020 (inclusief IT-dienstverlening) in miljoenen euro, lopende prijzen*)

	2017	2018	2019	2020	2019-20
	Miljoenen	Miljoenen	Miljoenen	Miljoenen	Groei in %
	euro's	euro's	euro's	euro's	
Creative diensten, kunst en amusement	733	780	773	156	-79,8%
Productie van films, TV, radio en muziek	372	385	426	242	-43,2%
Bibliotheken, archieven, musea e.d.	438	437	441	327	-25,9%
Design, fotografie, vertaalbureaus	129	140	147	133	-9,5%
Reclamewezen en marktonderzoek	16	18	18	17	-5,6%
IT-dienstverlening	921	997	1.080	1.050	-2,8%
Uitgeverijen	1.344	1.347	1.318	1.311	-0,5%
Uitzending van radio- en tv-programma's	265	297	327	331	1,2%
Architecten-, ingenieursbureaus e.d.	69	70	68	75	10,3%
Diensten op het gebied van informatie	118	168	208	246	18,3%
Totaal	4.405	4.639	4.806	3.888	-19,1%

Bron: CBS, Nationale Rekeningen/input-outputtabel. Bewerking: NEO Observatory

*) Prijzen niet gecorrigeerd voor inflatie

De afzet op de consumentenmarkt is van 2019 naar 2020 afgenomen met 19,1 procent naar € 3.9 miljard. Qua omvang zijn diensten en producten van uitgevers en IT-diensten met afstand het meest belangrijk. Voor diensten als reclamewezen en onderzoek en ook architectuur en ingenieursbureaus is de consumentenmarkt van gering belang.

De grootste terugloop is zichtbaar in de categorie creatieve diensten, kunst en amusement. De omvang van de teruggang is met bijna tachtig procent is ongekend. Dat komt neer op € 617 miljoen. Productie van films, televisie, radio en muziek (lees de audiovisuele productiesector) krimpt van het ene jaar op het andere met ruim 43 procent, wat een afzetsdaling van € 184 miljoen betekent. De derde categorie in deze verliezerslijst is bibliotheken, archieven en musea (lees cultureel erfgoed) met een terugloop van bijna een kwart, wat neerkomt op € 114 miljoen. Het beeld dat de creatieve industrie zwaar te lijden heeft van vraaguitval op de consumentenmarkt wordt hier bevestigd. Ook de eerdere these dat sommige bedrijfstakken aanmerkelijk zwaarder getroffen zijn dan andere en sommige nauwelijks, vindt hier ook bevestiging

Zo blijkt dat er binnen diensten op het gebied van informatie sprake is van forse groei van maar liefst 18,3 procent. Daarbij gaat het om allerlei vormen van informatieverzameling, -ontwikkeling en -bewerking, zowel voor digitale diensten als voor traditionele media en distributiewijzen. Ook is er groei in de architectuurdiensten en ingenieursbureaus, al is de afzet van die categorie op de consumentenmarkt relatief gering. Uitgeverijen, de grootste categorie, is relatief stabiel, net als uitzending van radio en televisie (lees de omroep), die zelfs licht groeit. IT-dienstverlening, opgenomen als interessante referentiecategorie, levert bijna drie procent in.

Wanneer IT-dienstverlening buiten beschouwing wordt gelaten is de terugloop in de creatieve producten en diensten vierentwintig procent en bedraagt de afzet op de consumentenmarkt € 2,8 miljard in 2020.

Tabel 4.4 Ontwikkeling van afzet creatieve industrie aan andere bedrijven in de creatieve industrie, 2017-2020 (inclusief IT-dienstverlening) in miljoenen euro, lopende prijzen*)

	2017	2018	2019	2020	2019-20
	Miljoenen	Miljoenen	Miljoenen	Miljoenen	Groei in %
	euro's	euro's	euro's	euro's	
Creatieve diensten, kunst en amusement	1.319	1.362	1.383	441	-68,1%
Productie van films, TV, radio en muziek	1.440	1.629	1.752	1.411	-19,5%
Reclamewezen en marktonderzoek	1.968	2.100	2.361	2.094	-11,3%
IT-dienstverlening	7.643	7.784	8.322	7.938	-4,6%
Design, fotografie, vertaalbureaus	1.095	1.153	1.312	1.274	-2,9%
Bibliotheken, archieven, musea e.d.	178	169	167	164	-1,8%
Uitgeverijen	948	899	958	949	-0,9%
Uitzending van radio- en tv-programma's	515	554	532	530	-0,4%
Architecten-, ingenieursbureaus e.d.	563	585	646	677	4,8%
Diensten op het gebied van informatie	945	1.259	1.561	1.788	14,5%
Totaal	16.614	17.494	18.994	17.266	-9,1%

Bron: CBS, Nationale Rekeningen/input-outputtabel. Bewerking: NEO Observatory
 *) Prijzen niet gecorrigeerd voor inflatie

De afzet op de markt van bedrijven in de creatieve industrie, dus leveringen van creatieve bedrijven aan creatieve bedrijven, is van 2019 naar 2020 afgenomen met 9,1 procent naar € 17,3 miljard. Qua omvang zijn diensten en producten van IT-dienstverleners het meest belangrijk. Dat is terug te voeren op het feit dat ook, en misschien wel vooral in de creatieve industrie digitalisering een belangrijke ontwikkeling en innovatie-as vormt. Ook reclame en marktonderzoek, beide categorieën bedrijven die direct relevant zijn voor creatieve bedrijven, behoren hier tot de sectoren met de grootste markten in de creatieve industrie. Ook relevant zijn informatiediensten die andere creatieve industrie bedrijven beleveren, net als producenten van films, televisie, radio en muziek en designers, fotografen en vertalers. De creatieve industrie als markt is van relatief weinig belang voor erfgoedinstellingen als bibliotheken, musea en archieven.

De grootste terugloop geldt ook hier voor creatieve diensten, kunst en amusement. Ook op deze markt levert deze categorie een enorm deel van haar afzet in, meer dan twee derde wat neerkomt op € 897 miljoen. Ook hier is de

categorie productie van films, televisie, radio en muziek de tweede in rij als het gaat om geleden afzetverlies van 2019 op 2020. Het gaat om 19,5 procent ofwel € 341 miljoen. Daarna volgt reclamewezen en onderzoek met 11,3 procent en € 267 miljoen teruggang.

In informatiediensten is ook hier sprake van forse groei, met liefst 14,5 procent naar een totaalafzet van € 1,8 miljard. Ook nu weer is er groei in de architectuurdiensten en ingenieursbureaus. Uitzending van radio en televisie is relatief stabiel, wat ook geldt voor uitgeverijen.

Wanneer IT-dienstverlening buiten beschouwing wordt gelaten is de teruggang in afzet in de creatieve industrie 12,6 procent en komt de omvang van zakelijke creatieve industrie markt in 2020 neer op € 9,3 miljard.

Tabel 4.5 Ontwikkeling van afzet creatieve industrie aan derde bedrijven (buiten de creatieve industrie), 2017-2020 (inclusief IT-dienstverlening) in miljoenen euro, lopende prijzen*)

	2017	2018	2019	2020	2019-20
	Miljoenen	Miljoenen	Miljoenen	Miljoenen	Groei in %
	euro's	euro's	euro's	euro's	
Creatieve diensten, kunst en amusement	959	1.034	1.063	433	-59,3%
Productie van films, TV, radio en muziek	244	261	271	204	-24,7%
Bibliotheken, archieven, musea e.d.	174	194	196	163	-16,8%
IT-dienstverlening	9.410	10.570	11.440	9.964	-12,9%
Reclamewezen en marktonderzoek	5.540	5.700	6.039	5.429	-10,1%
Uitzending van radio- en tv-programma's	601	608	589	535	-9,2%
Design, fotografie, vertaalbureaus	2.874	3.208	3.445	3.238	-6,0%
Uitgeverijen	1.911	1.889	1.908	1.875	-1,7%
Architecten-, ingenieursbureaus e.d.	5.402	6.076	6.283	6.327	0,7%
Diensten op het gebied van informatie	1.618	2.274	2.703	3.001	11,0%
Totaal	28.733	31.814	33.937	31.169	-8,2%

Bron: CBS, Nationale Rekeningen/input-outputtabel. Bewerking: NEO Observatory
 *) Prijzen niet gecorrigeerd voor inflatie

Als derde is de zakelijke markt buiten de creatieve industrie geanalyseerd. Die is met afstand de grootste van de drie met een omvang van € 31.2 miljard euro

in 2020, en 8,2 procent lager dan in 2019. Qua afzet belangrijkste categorieën zijn IT-dienstverlening, reclamewezen en marktonderzoek en architectuur-, ingenieursbureaus e.d. Belangrijke vierde in rij is design, fotografie en vertaalbureaus. Deze markt is het minst belangrijk voor bibliotheken, archieven en musea, productie van films, tv en muziek en creatieve diensten, kunst en amusement.

Opvallend is dat hier veel categorieën bedrijven, acht van de tien, afzet verliezen. Procentueel laten de bedrijven die het minst van deze markt profiteren, de grootste teruggang zien. Echter de teruggang in creatieve diensten, kunst en amusement is met 59,3 procent dermate fors dat ze uitkomen op een afzetverlies van € 630 miljoen. Productie van films, tv en muziek levert -24,7 procent in wat resulteert in een teruggang van € 67 miljoen en de afzet van bibliotheken, archieven en musea krimpt met 16,8 procent, ofwel € 33 miljoen. Het meest substantieel, in termen van bedragen is het 12,9 procent verlies van IT-dienstverlening, wat resulteert in een afzetsdaling van € 1,5 miljard. Ook de terugloop in reclamewezen en marktonderzoek is met 10,1 procent en € 610 miljoen fors en is daarmee iets lager dan die van creatieve diensten, kunst en amusement. De categorie design, fotografie, vertaalbureaus krimpt met zes procent en € 207 miljoen.

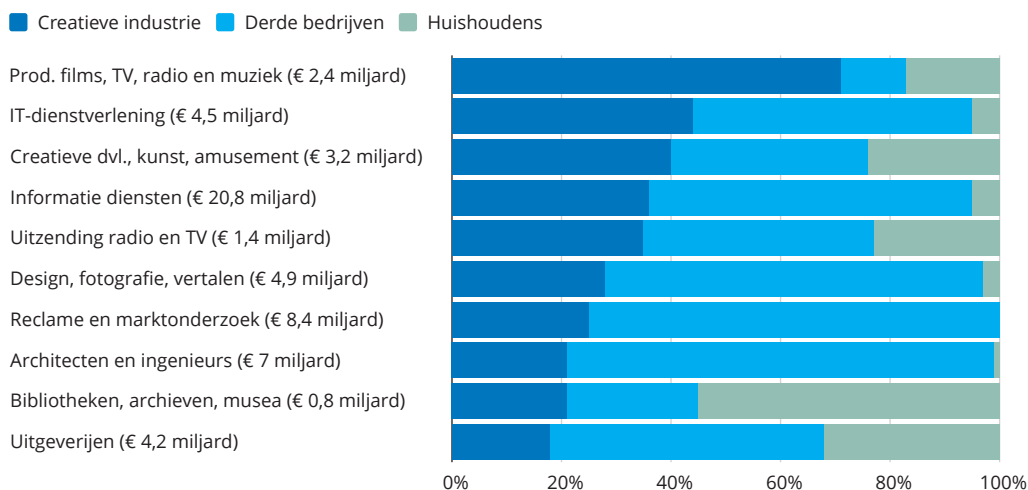
Ook hier springt de categorie diensten op het gebied van informatie er positief uit in 2020 met een afzetgroei van elf procent en totale afzet van ruim drie miljard euro.

Wanneer IT-dienstverlening buiten beschouwing wordt gelaten is de teruggang in afzet op de zakelijke markt, de creatieve industrie uitgezonderd, 5,7 procent en bedraagt de omvang van de creatieve industrie op die markt in 2020 € 21,2 miljard.

De volgende figuur geeft per categorie bedrijven uit de voorgaande analyse aan wat het belang is van de verschillende afzetmarkten – creatieve industrie bedrijven, overige bedrijven en huishoudens – en vermeldt daarbij de totale omvang van de drie markten gezamenlijk voor iedere categorie in 2019. Gekozen is voor 2019 omdat het illustratief is voor de business as usual. Daarvan was zoals bekend in 2020 geen sprake. De bedrijfscategorieën zijn gerangschikt naar het belang van de creatieve industrie markt in hun totale afzet, met het oog op de analyse van het ecosysteem van de creatieve industrie in de volgende paragraaf. Deze zogenaamde onderlinge leveringen, van creatieve industrie

bedrijf naar creatieve industrie bedrijf, zijn ieder op hun eigen wijze kenmerkend voor het functioneren van het ecosysteem van de creatieve industrie en herkenbare waardeketens daarbinnen.

Figuur 4.4 Belang van verschillende markten (%) voor verschillende categorieën creatieve bedrijven en IT-dienstverlening en totaalafzet (2019).



Bron: CBS, Nationale Rekeningen/input-outputtabel. Bewerking: NEO Observatory
 *) Prijzen niet gecorrigeerd voor inflatie

Voor de bedrijven in de categorie productie van films, tv, radio en muziek is de zakelijke markt binnen de creatieve industrie met afstand het belangrijkste. 71,5 procent van de producten en diensten wordt onderling geleverd aan andere ondernemingen in de creatieve industrie. Voor daaropvolgende vier categorieën van bedrijven is de creatieve industrie markt verantwoordelijk voor tussen de krap 35 en 45 procent van de afzet: creatieve diensten, kunst en amusement (43 procent), IT-dienstverlening (39,9 procent), uitzending van radio en tv-programma's (36,7 procent) en diensten op het terrein van informatie (34,9 procent).

De bedrijven in de categorieën IT-dienstverlening en diensten op het gebied van informatie leveren technologie gebaseerde diensten en diensten die betrekking hebben op content en contentondersteuning aan bedrijven, en vinden een substantiële markt in de creatieve industrie. Zij worden doorgaans sterk

geassocieerd met de sector ICT, maar zijn ook stek gelieerd aan de creatieve industrie. Dat laatste spreekt voor zich om dat veel innovatie in de creatieve industrie is gestoeld op nieuwe manieren van toegang tot de creatieve, symbolische diensten, waarin informatie doorgaans een cruciale rol speelt. Digitalisering is een cruciale innovatie-as voor de creatieve industrie.

Een ander segment van bedrijven levert vooral creatieve diensten en producten aan zogenaamde derde bedrijven, die buiten de creatieve industrie opereren. Voor hen is de markt van huishoudens vrijwel zonder waarde en de markt van creatieve industrie bedrijven weliswaar substantieel, maar niet doorslaggevend. Binnen de brede definitie van creatieve industrie gaat het dan om design – hier onderdeel van de categorie design, fotografie en vertaalbureaus –, om architectuur – onderdeel van architecten, ingenieursbureaus e.d. – en communicatie – onderdeel van reclamewezen en marktonderzoek.

Voor de uitgeverijen, geldt dat ze de beste balans houdt tussen de drie onderscheiden markten. Deze bedrijven leveren hun producten en diensten voor 31,5 procent aan huishoudens, voor 22,9 procent aan bedrijven binnen de creatieve industrie en voor 43,1 procent aan derde bedrijven. De organisaties en bedrijven in de categorie bibliotheken, archieven, musea, allemaal erfgoedinstellingen, realiseren het grootste deel (54,9 procent) van hun afzet op de markt voor huishoudens.

Op basis van de voorgaande analyse wordt duidelijk dat de relaties tussen huishoudens, creatieve industrie bedrijven en derde bedrijven hun vertaling vinden in het belang van de verschillende markten waar bedrijven hun producten en diensten afzetten. Bovendien laten ze zien, ook de hiervoor gepresenteerde, weliswaar grofmazige gegevens welk patroon er zichtbaar is in productieketens, in het bijzonder de relaties van toelevering en afname. Ketens impliceren dat er sprake is van onderlinge afhankelijkheid, van toeleveranciers die afhankelijk zijn van afnemers, maar ook andersom van producenten die voor het bedienen van hun markten afhankelijk zijn van de juiste input of aanvoer van hun toeleveranciers. In de volgende paragraaf worden die onderlinge relaties nader gespecificeerd. Vervolgens wordt nagegaan welke effecten de coronacrisis heeft gehad op verschillende ketens, in het bijzonder voor het zover de onderlinge leveringen binnen de creatieve industrie betreft. Daarnaast wordt ook onderzocht op welke wijze de dynamiek van IT-dienstverlening en diensten op het gebied van informatie daarin interfereert.

4.4 Ecosysteem van de creatieve industrie



Wanneer markten krimpen en bedrijven en organisaties als gevolg daarvan aan afzet inboeten, zoals ten tijde van COVID-19, heeft dat invloed op het ecosysteem van de creatieve industrie, op de onderlinge zakelijke relaties van afnemen en toeleveren. Negatieve effecten worden achterwaarts doorgegeven in ketens van goederen- en dienstenproductie. Soms heeft dat tot gevolg dat organisaties, bedrijven of professionals omvallen als ze niet gesteund worden of voor een ander businessmodel kiezen.



De analyse van de patronen van toeleveren en afnemen op de zakelijke markt van de creatieve industrie, waar creatieve bedrijven aan andere creatieve bedrijven leveren, maakt duidelijk hoe het ecosysteem van de creatieve industrie functioneert. Ze laat tevens de achtergronden zien van de crisis in de sector die als gevolg van COVID-19 in 2020 is ontstaan.



Bedrijven in *creatieve diensten, kunst en amusement* kregen in 2020 te maken met een omzetsdaling op de markt van creatieve industrie van € 942 miljoen. Het grootste deel van de terugval is het gevolg van de vraaguitval bij collega-bedrijven in de eigen categorie. Daarbinnen vallen complete productieketens uit de podiumkunsten, scheppende kunsten en amusementssector die met elkaar verbonden zijn. Vraaguitval in eigen kring is met € 682 miljoen omvangrijk. Een andere belangrijke oorzaak is de vraaguitval van bedrijven in productie van films, TV, radio en muziek. Zij besteden in 2020 € 133 miljoen minder bij bedrijven in creatieve diensten, kunst en amusement. Overigens wordt de massieve schade van creatieve diensten, kunst en amusement maar mondjesmaat omgezet in een vraagafname bij andere categorieën bedrijven, elders in de creatieve industrie. Die vindt vooral zijn vertaling in verminderde afname van diensten in de eigen categorie.



Ook de bedrijven productie van film, tv, radio en muziek ofwel de audiovisuele productiesector boekte een fors omzetverlies in 2020. Ze zagen hun afzet slinken met € 341 miljoen. De belangrijkste aderlating vormt de verminderde vraag vanuit reclamewezen en onderzoek: € 152 miljoen. De reclamemarkt heeft geleden onder COVID-19, en heeft gesneden in de opdrachten aan av-producenten. Ook de terugloop aan interne leveringen binnen de eigen branche van audiovisuele productiebedrijven zorgt voor een omzetsdaling: € 82 miljoen. Voorts bestelden omroepen (uitzending van radio- en tv-programma's) voor € 51 miljoen minder aan audiovisuele producties. Bij uitgeverijen liep de afzet terug met € 42 miljoen. Het grootste achterwaartse domino-effect vanuit de audiovisuele productie is terechtgekomen bij bedrijven in creatieve diensten, kunst en amusement: € 133 miljoen (zie ook hiervoor). Ook besteedde de audiovisuele productiesector € 44 miljoen minder bij reclamewezen en onderzoek.



Ook reclamewezen en marktonderzoek leden omzetverlies op de creatieve industriemarkt. De coronaschade voor deze sector op deze markt is met € 267 miljoen aanzienlijk. Het grootste deel daarvan, € 102 miljoen, komt op het conto van de sector reclamewezen en onderzoek zelf. Bedrijven hebben minder besteed in eigen kring. Andere categorieën waar het reclamewezen afzet zag verdampen waren IT-dienstverlening (€ 72 miljoen minder) en diensten op het gebied van informatie (€ 21 miljoen minder). In 2020 besteedde het reclamewezen € 152 miljoen minder bij de audiovisuele productiesector en minder bij creatieve diensten, kunst en amusement: € 24 miljoen.

Het laatste thema van dit hoofdstuk is het effect van COVID-19 op het ecosysteem van de creatieve industrie. Het gaat in het bijzonder om de wijze waarop de ontwikkeling in de onderlinge leveringen en afzet binnen de creatieve industrie haar weerslag vindt bij betrokken partijen in de keten. Deze paragraaf duikt in de achtergronden waarvan in tabel 4.4 een overzicht is gegeven: de leveringen van creatieve industrie bedrijven aan creatieve industrie bedrijven³⁰.

Daartoe wordt eerst nagegaan via welk patroon deze onderlinge leveringen tussen de hiervoor besproken brede categorieën van bedrijven uit de creatieve

30) Daarbij blijven de afzet op de markt voor huishoudens en die van derde bedrijven, die niet tot de creatieve industrie gerekend kunnen worden, buiten beschouwing. Overigens is een verdieping van de ontwikkeling van de positie van de creatieve industrie op de markt voor derde bedrijven, een mooie opgave en uitdaging.

industrie en de IT-dienstverlening verlopen. Dat gebeurt aan de hand van de situatie in het pre-COVID-19 jaar 2019. Vervolgens wordt belicht in welk deel van de onderlinge leveringen de grootste terugloop in afzet in 2020 plaatsvond. Op basis daarvan is het mogelijk vast te stellen waar de grootste klappen in productieketens hebben plaatsgevonden, welke ketens in welke mate zijn droog gekookt of sprake is van een achterwaarts domino-effect en hoe sterk dat was. Uit figuur 4.4 blijkt dat de meeste categorieën bedrijven, met uitzondering van architecten, ingenieursbureaus e.d., in 2019 meer dan een vijfde van hun afzet realiseren binnen de hier geanalyseerde bedrijfscategorieën. Dat geldt in het bijzonder voor productie van films, tv, radio en muziek (71,5 procent) en creatieve diensten, kunst en amusement (43 procent). Opvallend hoog zijn ook de aandelen van IT-dienstverlening (39,9 procent), uitzending van radio- en televisieprogramma's (36,7 procent) en diensten op het gebied van informatie (34,9 procent).

Tabel 4.6 en 4.7 zijn gebaseerd op de zogenaamde input-outputtabel van het CBS. Die bevat een overzicht van alle leveringen van bedrijven aan andere bedrijven in de Nederlandse economie³¹. Geen enkel bedrijf heeft alles in huis dat nodig is om de eigen producten en diensten te vervaardigen en op de markt te brengen. De input-outputtabel maakt het daarmee mogelijk om na te gaan wat creatieve industrie bedrijven inkopen bij andere creatieve industriebedrijven. Daarbij vormt de categorisering van bedrijven die ook in de vorige paragraaf is gebruikt, het uitgangspunt. Productieprocessen zijn vaak in ketens of netwerken georganiseerd. Een interessante vraag is of ketens en netwerken herkenbaar zijn in data over onderlinge leveringen. Het feit dat bedrijven vaker wel dan niet actief zijn in meerdere ketens, en daarmee eerder netwerkactoren zijn, compliceert de analyse. Daar komt bij dat bedrijven die ingedeeld zijn in een categorie, zich vaak van elkaar onderscheiden door verschillende kerncompetenties en -activiteiten en daarom ook vaak aan elkaar leveren. De categorisering die hier gehanteerd moet worden is niet altijd precies genoeg om die verschillende typen bedrijven uit elkaar te houden.

31) Investeringsgoederen worden daarin niet verrekend. Wanneer goederen meer dan een jaar worden ingezet in het productieproces worden ze als investeringsgoederen beschouwd.

Tabel 4.6 Onderlinge leveringen in de creatieve industrie (2019) in miljoen euro (lopende prijzen)

	<i>Uitgeverijen</i>	<i>Productie van films etc.</i>	<i>Uitzending van radio etc.</i>	<i>IT-dienstverlening</i>	<i>Diensten op het gebied etc.</i>	<i>Architecten- etc.,</i>	<i>Reclamewezen etc.</i>	<i>Design, fotografie etc.</i>	<i>Creatieve diensten, kunst etc.</i>	<i>Bibliotheken, archieven etc.</i>	Totaal
Uitgeverijen	332	16	8	102	90	33	247	110	5	15	958
Productie van films, TV, radio en muziek	72	417	190	9	14	3	1.035	7	1	4	1.752
Uitzending van radio- en tv-programma's	20	104	38	35	33	9	272	9	7	5	532
IT-dienstverlening	93	92	56	6.545	1.124	107	70	149	56	30	8.322
Diensten op het gebied van informatie	54	72	25	1.062	256	2	58	26	5	1	1.561
Architecten-, ingenieursbureaus e.d.	5	1	1	22	545	24	23	9	9	7	646
Reclamewezen en marktonderzoek	103	285	27	405	404	30	1.002	57	31	17	2.361
Design, fotografie, vertaalbureaus	53	78	36	233	582	20	191	65	31	23	1.312
Creatieve diensten, kunst en amusement	14	197	92	47	108	8	40	5	828	44	1.383
Bibliotheken, archieven, musea e.d.	2	9	3	4	6	0	2	9	32	100	167
Totaal	748	1.271	476	8.464	3.162	236	2.940	446	1.005	246	18.994

Bron: CBS Nationale Rekeningen/input-outputtabel. Bewerking: NEO Observatory

In tabel 4.6 zijn de onderlinge leveringen in 2019 zoals die naar voren komen uit de input-outputtabel weergegeven. Horizontaal staan de categorieën bedrijven die leveren en verticaal zij die beleverd worden door de eersten en de inkoopend partijen zijn. Bijvoorbeeld, in 2019 leverden de bedrijven in de productie van films, TV, radio en muziek (lees audiovisuele productiesector) voor € 1.035 miljoen aan bedrijven in reclamewezen en marktonderzoek. Een ander voorbeeld, in hetzelfde jaar betrokken bibliotheken, archieven, musea e.d. (lees cultureel erfgoed) voor € 44 miljoen aan creatieve diensten, kunst en amusement.

Eerste opvallend feit is dat voor vier van alle categorieën bedrijven geldt dat het merendeel van de onderlinge leveringen aan bedrijven binnen de eigen categorie plaatsvindt, weergegeven door de diagonaal in de tabel. Dat geldt voor uitgeverijen, IT-dienstverlening, creatieve diensten, kunst en amusement en bibliotheken, archieven, musea e.d. Verder laat de tabel een aantal interessante netwerkvervlochten zien.

Uitgeverijen kennen buiten de eigen kring een aantal financieel interessante afzetmarkten. Ze leveren voor 247 miljoen aan diensten aan reclamewezen en marktonderzoek. Kranten en tijdschriften zijn onverminderd relevante media voor adverteerders die gerepresenteerd worden door reclame- en communicatiebureaus. Voorts leveren ze voor meer dan € 100 miljoen aan diensten aan IT-dienstverleners en aan design, fotografie en vertaalbureaus.

Audiovisuele productiebedrijven (productie van films, TV etc.) leveren voor € 1.035 miljoen aan reclamewezen en onderzoeksbureaus. Dat heeft ongetwijfeld betrekking op reclamespots en andersoortig audiovisueel materiaal. Uiteraard leveren ze ook audiovisueel materiaal (zowel fictie als non-fictie) aan omroepen (uitzending van radio- en televisieprogramma's): € 190 miljoen in 2019.

Omroepen (uitzending van radio- en tv-programma's) leveren op hun beurt reclamezendtijd aan het reclamewezen, volgens de input-output tabel € 272 miljoen en ook weer terug aan de audiovisuele productiesector (€ 104 miljoen). Ze leveren nauwelijks diensten binnen de eigen kring van bedrijven.

Opvallend, maar wellicht niet verrassend, is de nauwe verknoping van IT-dienstverlening en de diensten op het gebied van informatie. Hard- en software en content komen vaak samen in geïntegreerde dienstverlening. IT-dienstverlening levert in 2019 voor € 1.124 miljoen aan de bedrijven in diensten op het gebied van informatie, terwijl er omgekeerd € 1.062 miljoen wordt afgezet. Opvallend is dat bedrijven in diensten op het terrein van informatie relatief weinig in eigen kring leveren.

Bedrijven die behoren tot de architecten- en ingenieursbureaus kennen een grote afzetmarkt in diensten op het gebied van informatie, € 545 miljoen in 2019. Echter, met de huidige inzichten is geen voor de hand liggende verklaring voorhanden voor deze ketenrelatie, mede op het oog op het hybridekarakter van deze categorie. Vooralsnog is onduidelijk welk economisch gewicht architecten in de schaal leggen in deze combinatie van bedrijvigheid. Wel is duidelijk dat architecten- en ingenieursbureaus weinig collega-bedrijven binnen de eigen kring beleveren. Uit tabel 4.4 is bekend dat deze categorie met afstand de kleinste afzetmarkt binnen de creatieve industrie heeft, slechts 9.2 procent van de leveringen. De markt voor derde bedrijven is verantwoordelijk voor het leeuwendeel, bijna negentig procent, van de afzet van architecten- en ingenieursbureaus.

Bedrijven in reclamewezen en onderzoek zijn uitermate sterk genetwerkt in de economie en de creatieve industrie. Echter, het merendeel van de afzet (€ 1.002 miljoen) realiseren de bedrijven in eigen kring, door onderlinge leveringen binnen de eigen categorie. Daarnaast leveren ze voor € 405 miljoen aan IT-dienstverlening en € 404 miljoen aan de categorie diensten op het gebied van informatie. De audiovisuele productiesector (productie van films, TV etc.) is met ruim € 285 miljoen eveneens een interessante afzetmarkt voor reclamewezen en onderzoek. Dat geldt ook voor de uitgeverijen, met een jaarafzet van € 103 miljoen in 2019. Ook reclamewezen en onderzoek is een hybride categorie waarin twee relatief verschillende disciplines zijn samengevoegd, wat de duiding van hun belang voor andere bedrijven compliceert. Daarbij komt dat meer dan zeventig procent van de afzetmarkt voor deze categorie bij bedrijven buiten de creatieve industrie ligt, zoals in figuur 4.4 naar voren kwam.

Wat opvalt aan de categorie design, fotografie en vertaalbureaus is dat de leveringen binnen de eigen categorie met € 65 miljoen in 2019 relatief beperkt zijn. Belangrijke markten voor spelers in deze disciplines zijn diensten op het gebied van informatie (€ 582 miljoen), IT-dienstverlening (€ 233 miljoen) en reclamewezen en onderzoek (€ 191 miljoen). Belangrijk is om ook hier op te merken dat voor deze categorie bedrijven ruim zeventig procent van hun afzetmarkt bij derde bedrijven ligt, die niet tot de creatieve industrie behoren.

Tot de categorie creatieve diensten, kunst en amusement behoort een veelheid aan activiteiten en bedrijvigheid in het creatieve veld. De kunstensector valt hier grotendeels onder, maar ook een groot deel van de entertainmentindustrie. De creatie, productie en exploitatie van alles wat bij de podiumkunsten komt kijken hoort hierbij, van schrijvers, acteurs, producenten tot en met de podia. Dat geldt ook voor de scheppende kunsten, met uitzondering van de musea³². Gezien het feit dat een aantal schakels in de productieketen van de kunsten en de amusementssector in deze categorieën is samengepakt is het niet verassend dat de leveringen binnen deze categorie met € 828 miljoen relatief groot zijn. Toch zijn er nog keten- en netwerkrelaties met andere categorieën bedrijven,

in het bijzonder met de audiovisuele productiesector (productie van films, TV, radio en muziek) via een levering van diensten ter waarde van € 197 miljoen in 2021, van € 108 miljoen met diensten op het terrein van informatie en van

32) Audiovisuele productie en uitzending via omroepkanalen is in aparte categorieën ondergebracht, met name productie van films, TV, radio en muziek en uitzending van radio- en tv-programma's. Erfgoed wordt gecoverd door bibliotheken, archieven, musea e.d. Creatieve ontwerpdiensten en architectuur vinden eveneens elders onderdak.

€ 92 miljoen met het omroepwezen (uitzending van radio- en tv-programma's). Hierbij gaat het om de levering van allerlei soorten creatief talent, onder meer maar zeker niet alleen acteertalent, productie-expertises en wat dies meer zij.

Binnen de categorie bibliotheken, archieven, musea e.d. zijn erfgoedinstellingen en -bedrijven verzameld. In figuur 4.4 kwam naar voren dat van de drie onderscheiden markten de markt voor huishoudens voor deze categorie van het grootste belang is, met bijna 55 procent van de afzet. Van de ruim twintig procent die bedrijven in deze categorie afzetten binnen de creatieve industrie vindt € 100 miljoen zijn weg binnen de eigen categorie. Substantiële leveringen gaan richting creatieve diensten, kunst en amusement, € 32 miljoen in 2019.

Tabel 4.7 Verschil in omvang onderlinge leveringen in de creatieve industrie 2019 – 2020 in miljoenen euro (lopende prijzen)

	<i>Uitgeverijen</i>	<i>Productie van films etc.</i>	<i>Uitzending van radio etc.</i>	<i>IT-dienstverlening</i>	<i>Diensten op het gebied etc.</i>	<i>Architecten- etc.,</i>	<i>Reclamewezen etc.</i>	<i>Design, fotografie etc.</i>	<i>Creatieve diensten, kunst etc.</i>	<i>Bibliotheken, archieven etc.</i>	Totaal
Uitgeverijen	-2	2	-1	0	-2	0	-1	-2	-1	-2	-9
Productie van films, TV, radio en muziek	-42	-82	-51	-2	-2	0	-152	-5	-1	-4	-341
Uitzending van radio- en tv-programma's	-3	-3	-2	-6	0	0	14	0	-1	-1	-2
IT-dienstverlening	-1	-2	-6	-106	-236	-12	-9	3	-15	0	-384
Diensten op het gebied van informatie	8	5	3	161	44	0	3	3	0	0	227
Architecten-, ingenieursbureaus e.d.	1	0	0	-1	30	-1	1	2	-1	0	31
Reclamewezen en marktonderzoek	-10	-44	-1	-72	-21	-2	-102	-5	-9	-1	-267
Design, fotografie, vertaalbureaus	3	-5	-4	-5	-4	0	-11	2	-15	1	-38
Creatieve diensten, kunst en amusement	-10	-133	-59	-22	-33	-7	-24	-2	-628	-24	-942
Bibliotheken, archieven, musea e.d.	11	-5	0	0	1	0	0	-1	-4	-5	-3
Totaal	-45	-267	-121	-53	-223	-22	-281	-5	-675	-36	-1.728

Bron: CBS Nationale Rekeningen/input-outputtabel. Bewerking: NEO Observatory

Tabel 4.7 laat de financiële consequenties zien van het coronajaar voor het ecosysteem van de creatieve industrie. In de totaalkolom aan de rechterkant van de tabel wordt duidelijk hoe de afzetmarkt van de verschillende categorieën bedrijven binnen het totaal van bedrijven dat hier is onderzocht (creatieve industrie en IT-dienstverlening) in 2020 zijn geslonken in vergelijking met 2019. Uitzonderlijk is de ontwikkeling van diensten op het gebied van informatie en architecten-, ingenieurbureaus. Hun afzetmarkt binnen de creatieve industrie en IT-dienstverlening groeit met respectievelijk € 227 en € 31 miljoen.

De bedrijven in creatieve diensten, kunst en amusement lijden in 2020 ten opzichte van 2019 met een teruggang van afzet van bijna een miljard (€ 942 miljoen), wat neerkomt op 68 procent, de meeste schade. Zij worden gevolgd door de categorie IT-dienstverlening (€ 384 miljoen, vijf procent), productie van film, tv, radio en muziek (341 miljoen, negentien procent) en reclamewezen en marktonderzoek (€ 267 miljoen, elf procent). Belangrijk om te doorgronden is, waar de meeste schade voor deze categorieën bedrijven genoteerd kan worden en ook hoe die schade wordt doorgegeven in lagere bestedingen bij hun toeleveranciers, in hoeverre er sprake is van een achterwaarts domino-effect.

Het grootste deel van terugval in afzet van € 942 miljoen bij creatieve diensten, kunst en amusement is in eigen kring te noteren. Hiervoor is al aangegeven dat de categorie grote delen van de productieketens in de podiumkunsten, schepende kunsten en amusementssector omvat. Schade die bijvoorbeeld podia aan de kassa leiden, het totaal wegvallen van de activiteiten, wordt doorgegeven aan de producenten van podiumkunst en amusement die dat op hun beurt afwentelen op hun toeleveranciers, van creatief talent tot facilitaire bedrijven, niet zelden actief als zelfstandigen. Uiteraard gaat dat ook ten koste van flexibel en soms ook vast personeel. In het totaal is de omvang van de bittere pil die intern geslikt moest worden € 682 miljoen. Substantieel afzetverlies was er in 2020 ook op de markt voor productie van films, TV, radio en muziek, waar creatief en productioneel talent doorgaans ook opdrachten vervult: € 133 miljoen. Opvallend is dat de categorie creatieve diensten, kunst en amusement maar in zeer beperkte mate de geleden schade in 2020 vertaalt in een mindering aan bestedingen elders binnen de hier geanalyseerde bedrijfstakken. Dat neemt niet weg dat er wel degelijk sprake is van een achterwaarts keteneffect, maar op basis van de data in input-outputtabel is niet vast te stellen waar dat effect het zwaarst wordt gevoeld. Het ligt voor de hand dat de bedrijven en organisaties dat al dan niet noodgedwongen voor

een belangrijk deel oplossen door besparingen op materiele en personele kosten en de generieke en specifieke steunmaatregelen van de overheid gebruiken om de ontstane tekorten te dichten.

Hiervoor is vastgesteld dat IT-dienstverlening en diensten op het gebied van informatie nauw verknoopt zijn. Dat blijkt ook nu weer. De afzetmarkt voor IT-dienstverlening binnen de hier geanalyseerde categorieën van bedrijven is met € 384 miljoen substantieel afgenomen. De grootste afname in de afzet ligt bij de diensten op het gebied van informatie (min € 236 miljoen) en in eigen kring, bij de bedrijven binnen de IT-dienstverlening (min € 106 miljoen). Opvallend is dat de bedrijven in diensten op het terrein van informatie een toename van afzet bij uitgerekend de IT-dienstverleners boeken. Hun omzet groeit met € 161 miljoen, terwijl ze zelf, als vermeld, maar liefst € 226 miljoen minder inkopen bij diezelfde IT-dienstverlening. Bovendien groeit de afzet van informatiediensten in eigen kring. De onderlinge leveringen van bedrijven in diensten op het gebied van informatie groeien in 2020 met € 44 miljoen. Zowel IT-dienstverlening als diensten op het terrein van informatie besparen op reclamewezen en onderzoek (IT-dienstverlening: min € 72 miljoen; diensten op het terrein van informatie: min € 21 miljoen) en creatieve diensten, kunst en amusement (IT dienstverlening: min € 22 miljoen; diensten op het terrein van informatie: min € 33 miljoen). Opvallend hieraan is dat de gezamenlijke bedrijven in diensten op het gebied van informatie een afzetgroei van € 227 miljoen gepaard laten gaan met een vermindering van bestedingen op aanverwante markten van € 223 miljoen.

De derde categorie die significante schade heeft geleden bestaat uit de bedrijven in de categorie productie van film, tv, radio en muziek ofwel de audiovisuele productiesector. Zij leverden in 2020 het totaal € 341 miljoen in aan afzet in. Het grootste omzetverlies boekten ze bij reclamewezen en onderzoek: min € 152 miljoen in 2020. De reclamemarkt heeft onder invloed van COVID-19 ingeboet en de opdrachten aan av-producenten voor het draaien van spots en andere visuals heeft daar zwaar onder geleden. De andere relevante markt voor deze bedrijven ligt binnen de eigen categorie van bedrijven; audiovisuele productiebedrijven die aan elkaar leveren. Ook daar kromp de markt: min € 82 miljoen. Andere markten voor audiovisuele producties waren eveneens in mineur. Uitzending van radio- en tv-programma's ofwel de omroepmarkt noteerde min € 51 miljoen, uitgeverijen min € 42 miljoen. Relevant om vast te stellen is hoe de audiovisuele productiesector is omgegaan met deze tegenspoed in zijn bestedingen in de andere hier

onderzochte bedrijfscategorieën. Het grootste achterwaartse domino-effect is terechtgekomen bij de creatieve diensten, kunst en amusement. De bestedingen van de audiovisuele producenten bij deze bedrijven is 2020 gedaald met € 133 miljoen. Ook heeft deze sector bespaard op de uitgaven bij reclamewezen en onderzoek: min € 44 miljoen.

De vierde categorie die een forse ader heeft moeten laten als gevolg van COVID-19 is reclamewezen en marktonderzoek. Het is een ervaringsfeit dat vaak een dreiging van een crisis, snel leidt tot een reactie op de markt voor reclame. Samen met de uitzendsector wordt de reclamebranche gezien als de kanaries in de kolenmijn van de economie. De coronaschade voor deze sector op de hier geanalyseerde markt is met € 267 miljoen aanzienlijk. Het grootste deel daarvan, € 102 miljoen, komt op het conto van de sector reclamewezen en onderzoek zelf. Bedrijven hebben minder besteed in eigen kring. Andere categorieën waar het reclamewezen afzet zag verdampen waren IT-dienstverlening (min € 72 miljoen) en diensten op het gebied van informatie (min € 21 miljoen). Opvallend is de relatie van reclamewezen met de audiovisuele productiesector (productie van film, tv, radio en muziek). Ze leveren aan elkaar. Dat is niet ongewoon in een intensieve keten- of netwerkrelatie. In 2020 werd de relatie in financiële termen minder intens. De audiovisuele productiesector besteedde € 44 miljoen minder bij reclamewezen en onderzoek. Dat werd echter ruimschoots overtroffen door dat het reclamewezen en onderzoek € 151 miljoen minder besteedde bij de audiovisuele productiesector. De eerdergenoemde daling van afname van naar spots en andersoortige visuals als reactie op de teruggang op de advertentiemarkt is daar ongetwijfeld debet aan. Ook spendeerde het reclamewezen minder bij creatieve diensten, kunst en amusement: min € 24 miljoen. Overigens overtrof de daling van bestedingen door de bedrijven in reclamewezen en onderzoek bij andere bedrijven het marktverlies wat deze bedrijven op hun afzetmarkten leden: € 281 tegen € 267 miljoen. Bij de audiovisuele productiesector was dat andersom, het verlies van afzet van 2019 naar 2020 bedroeg € 341 miljoen terwijl de eigen bestedingen werden teruggeschroefd met slechts € 267 miljoen. Overigens ging dat grotendeels ten koste van creatieve diensten, kunst en amusement € 133 miljoen.

4.5 Conclusies

In dit hoofdstuk zijn vanuit verschillende invalshoeken de gevolgen van de COVID-19 crisis en de beperkende maatregelen die van overheidswege zijn ingesteld in 2020 voor de creatieve industrie onderzocht. Allereerst is een beperkt aantal van de vele onderzoeken die eerder verricht zijn naar dezelfde problematiek besproken. Daarnaast is een aantal datasets geanalyseerd die relevante informatie over deze problematiek bevatten. Ook daarin moest een keuze gemaakt worden. Er is nog meer materiaal beschikbaar wat mogelijk in toekomstig onderzoek verder geanalyseerd kan worden³³. Het hier geanalyseerde materiaal heeft betrekking op het eerst coronajaar 2020. Inmiddels is alweer behoorlijk wat tijd verstreken waarin het virus zich in verschillende maten van hevigheid heeft laten gelden en beperkende maatregelen repercussies hadden voor de creatieve industrie. De urgentie om deze problematiek te onderzoeken is met dit onderdeel van de monitor creatieve industrie niet verminderd.

Dit hoofdstuk laat zien dat de creatieve industrie tot de meest getroffen sectoren van Nederland en Europa behoort. Eerder is vastgesteld dat de huidige crisis niet vergelijkbaar is met gangbare economische recessies, waarin de schade aan bedrijfstakken en sectoren zich meer geleidelijk en meer verspreid over de gehele economie laat gelden. Bij COVID-19 is er sprake van een direct en acuut effect op een beperkt aantal sectoren, waarvan de creatieve industrie er een is.

Dit hoofdstuk laat zien dat vrijwel alle onderdelen van de creatieve industrie zwaarder zijn geraakt maatregelen dan dat gemiddeld geldt voor de Nederlandse economie. Dat varieert van het stilvallen van de groei van een bedrijfstak tot het incasseren van exorbitante verliezen aan afzet op verschillende markten, negatieve financiële resultaten meestal gevolgd door reducties van personeel en materiele kosten en schrappen van bestedingen bij andere bedrijven in de creatieve industrie of daarbuiten. Verschillende bevindingen die in dit hoofdstuk zijn gerapporteerd onderstrepen dat. De toegevoegde waarde van de creatieve industrie is veel scherper gedaald dan gemiddeld in Nederland. De creatieve industrie heeft relatief veel

33) De bij het CBS beschikbare gegevenstabel over inkomenspositie van ZZP'ers in de creatieve industrie geeft onder meer inzicht in de effecten van de COVID-19 crisis op zelfstandigen (Zie bijvoorbeeld: www.cbs.nl/-/media/_pdf/2021/02/toelichting-ocw-cultzzp-jan21.pdf). Ook zijn er data beschikbaar over het gebruik van ondernemers in de creatieve industrie van de generieke en sectorspecifieke ondersteuning van de overheid in verband met geleden COVID-19 schade. Zie onder meer: www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/coronavirus-financiele-regelingen/overzicht-financiele-regelingen/overzicht-regelingen-culturele-en-creatieve-sector

personeel moeten laten gaan, ondanks de generieke en specifieke steun van overheidswege.

Meer specifiek geldt dat die bedrijven en organisaties wier aanbod op locatie aan een publiek wordt gepresenteerd, van muziekfestivals tot theaters en van bioscopen tot musea, het zwaarst hebben geleden. Hun inkomsten vielen stil of werden ernstig beperkt door de maatregelen gericht op het in toom houden van het virus. Andere onderdelen van de creatieve industrie ondervonden direct of indirect hinder bij realiseren van producties omdat het samenkomen van groepen mensen niet of minder mogelijk was, tot uitstel van (investeringen in) nieuwe projecten door opdrachtgevers of van stagnatie van de reclamemarkt onder de dreiging van de crisis.

De grootste schade is geleden in de deelsector kunsten en cultureel erfgoed, waar de terugval in gerealiseerde toegevoegde waarde meer dan zestig procent bedroeg en de meeste, ruim zeseneenhalf duizend werknemers zijn afgevoerd, in weerwil van generieke en specifieke steun van overheidswege. Ook is er bespaard op inhuur van ZZP'ers die daarop te maken kregen met inkomensachteruitgang. Opvallend is de aanzienlijke reductie van werknemers bij bedrijven die dienstverlenend zijn aan kunst en cultuur en die ressorteren onder de categorie overige kunsten en erfgoed. Ook in de podiumkunsten moest een behoorlijk deel van het personeel noodgedwongen naar de uitgang. Maar ook andere deelsectoren van de creatieve industrie blijken meer dan gemiddeld aan toegevoegde waarde te hebben ingeleverd en afscheid te hebben genomen van personeel. De deelsector media en entertainmentindustrie leverde 12,4 procent of wel negenhonderd miljoen euro van haar toegevoegde waarde in en moest ruim drieduizend werknemers laten gaan, onder meer in film en persmedia. De terugloop in toegevoegde waarde voor de creatieve zakelijke dienstverlening was met vierhonderd miljoen en 6,3 procent het minst dramatisch van de drie deelsectoren van de creatieve industrie. Het aantal werknemers nam met 2,9 duizend af. Binnen de communicatiesector verdwenen ruim drieduizend banen. Binnen design kwamen er driehonderd bij.

De analyse van de positie van verschillende bedrijfstakken op de markt voor huishoudens, de markt van creatieve industrie bedrijven, waar creatieve bedrijven aan andere creatieve bedrijven leveren, en de markt voor derde bedrijven heeft een deel van de systematiek achter de recente crisis blootgelegd. Specifiek op de tweede hiervoor genoemde markt, waar creatieve bedrijven aan andere creatieve bedrijven leveren, wordt duidelijk hoe afzetverlies van bepaalde

bedrijven een (achterwaarts) domino effect heeft op andere categorieën van bedrijven. De drie categorieën bedrijven die het sterkst genetwerkt zijn in de creatieve industrie en die de grootste teruggang in afzet op de markt van creatieve industrie bedrijven moesten accepteren zijn: (1) creatieve diensten, kunst en amusement, (2) productie van films, TV, radio en muziek en (3) reclamewezen en onderzoek. De analyse van hun onderlinge patroon van toelevering en afname en hun connecties met andere categorieën bedrijven laten zien hoe zij een groot deel van hun teruggang van afzet op de andere markten, doorgeven aan elkaar en andere bedrijven in de creatieve industrie, maar zelf ook de negatieve effecten van het afzetverlies van anderen ervaren door een mindere vraag naar hun eigen diensten en producten. Dat mechanisme leidt tot erosie van het ecosysteem van de creatieve industrie waarvan de gevolgen op de wat langere termijn onbekend zijn.

In de analyse van de consequenties van COVID-19 voor de creatieve industrie in dit hoofdstuk is nagenoeg geen aandacht besteed aan de werking en effectiviteit van generieke en specifieke steunmaatregelen van de Nederlandse overheid voor de creatieve industrie. Onderzoek van Goudriaan en anderen³⁴ dat hiervoor is behandeld, toont aan dat bedrijven in kunst en cultuur, die niet of maar beperkt gesubsidieerd zijn, de meeste schade van COVID-19 hebben ondervonden. Dat is terug te voeren op het feit dat ze grotendeels afhankelijk zijn van publieksinkomsten die juist voor veel organisaties ten tijde van corona wegvielen. Tegelijkertijd bleek voor hen generieke en specifieke ondersteuning van overheidswege onvoldoende om hun exploitatie in 2020 sluitend te krijgen, waar dat bij de structureel gesubsidieerde instellingen wel lukte. Ook bleek dat de overheidssteun voor de creatieve en culturele sector niet heeft voorkomen dat veel personeel is afgevloeid en dat ZZP'ers in de cultuursector opdrachten zijn kwijtgeraakt. Dat feit pleit voor nader onderzoek naar de systematiek en werking van overheidsondersteuning voor de creatieve industrie ten tijde van pandemieën als COVID-19, met het oog op de weerbaarheid van de Nederlandse samenleving en cultuursector in de toekomst.

Dat past ook bij de conclusie van eerder besproken Europees onderzoek dat aangeeft dat de COVID-19 crisis ook op langere termijn gevolgen heeft voor de financiële positie van bedrijven en organisaties maar ook voor de vaak onafhankelijke opererende creatieve professionals³⁵. Veel ZZP'ers en kleine

34) René Goudriaan, Michiel Slag, Rogier Brom, Maartje Goedhart, Maxime van Haeren, Lisa Wolters, Dionne Faber & Maartje Gielen (2021). Ongelijk getroffen, ongelijk gesteund. Effecten van de coronacrisis in de culturele sector. Amsterdam: Boekmanstichting, SIRM, Significant APE.

35) EY (2021) *Rebuilding Europe. The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis*. Commissioned by The European Grouping of Societies of Authors and Composers (GESAC)

ondernemingen die in grote getale actief zijn in de creatieve industrie hebben in 2020 en waarschijnlijk ook in 2021 financiële tegenslagen moeten absorberen. Ander onderzoek³⁶ wijst in dat verband ook op de effecten van een braindrain doordat talent onder druk van financiële tegenspoed mogelijk de sector verlaat of wellicht al verlaten heeft. In algemene zin wordt gesteld dat maatschappelijke veranderingen die zich onder invloed van COVID-19 voltrekken van invloed zijn op het toekomstig functioneren van de creatieve industrie. Benadrukt wordt dat die daarop moet inspelen, onder meer door te innoveren, maar dat daar ook een publieke opdracht ligt. Overheidsbeleid zou zich moeten richten op het benutten van de kracht van de creatieve industrie, onder meer voor noodzakelijke maatschappelijke transitie, en op het creëren van de juiste randvoorwaarden voor de sector om economisch, maatschappelijk en cultureel van waarde te zijn.

36) Idea Consult, Goethe-Institut, Amann, S. and Heinsius, J. (2021). Research for CULT Committee – *Cultural and creative sectors in post-COVID-190 Europe: crisis effects and policy recommendations*. European parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels

Bijlagen

Bijlage 1

De top 10 steden

Amsterdam

Utrecht

Rotterdam

Den Haag

Groningen

Eindhoven

Hilversum

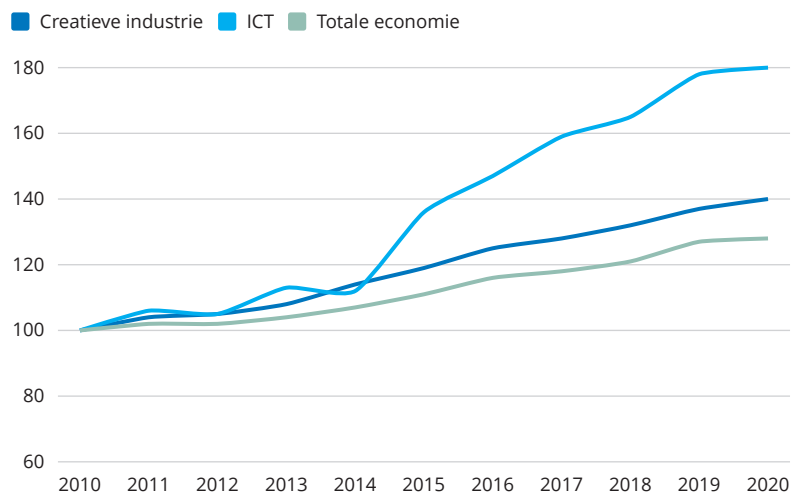
's-Hertogenbosch

Haarlemmermeer

Amersfoort

AMSTERDAM

Figuur B1. Banengroei in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Amsterdam, 2010-2020 (2010=100).



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

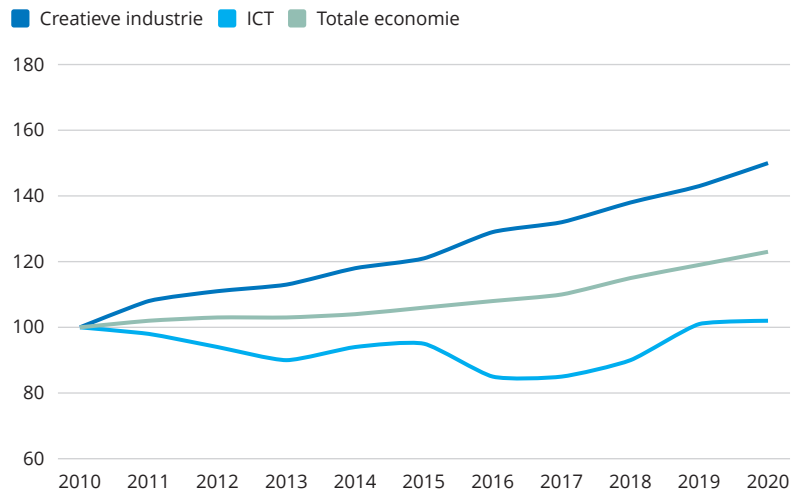
Tabel B.1 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Amsterdam in 2020.

	Banen 2020	Gem. vestigings- grootte 2020	Groei 2010-2020 aantal	Groei 2010-20 % pj	Groei 2017-20 aantal	Groei 2017-20 % pj	Groei 2019-20 %	Specialisatie 2020 NL = 100
Kunsten en cultureel erfgoed	31.204	1,6	9.324	3,6%	3.014	3,4%	2,6%	290
Podiumkunsten	11.088	1,5	3.164	3,4%	810	2,6%	3,7%	318
Scheppende kunsten	9.852	1,2	4.060	5,5%	1.302	4,8%	1,9%	301
Overig kunst en erfgoed	6.863	1,8	2.023	3,6%	881	4,7%	4,1%	278
Cultureel erfgoed	3.401	14,7	77	0,2%	21	0,2%	-1,9%	222
Media en entertainmentindustrie	19.915	2,1	2.816	1,5%	1.096	1,9%	0,8%	250
Radio en televisie	3.384	2,0	626	2,1%	341	3,6%	-0,6%	270
Persmedia	6.730	2,1	-177	-0,3%	-48	-0,2%	1,0%	227
Film	5.869	1,8	1.929	4,1%	451	2,7%	2,1%	377
Muziekindustrie	1.204	1,7	807	11,7%	203	6,3%	5,8%	322
Boekenindustrie	1.844	5,5	-516	-2,4%	127	2,4%	-3,8%	316
Gaming en overige uitgeverijen	338	4,2	187	8,4%	86	10,3%	6,6%	168
Live entertainment	546	1,5	-40	-0,7%	-64	-3,6%	-4,4%	52
Creatieve zakelijke dienstverlening	23.488	2,0	9.053	5,0%	1.920	2,9%	1,4%	235
Architectuur	2.536	2,7	729	3,4%	121	1,6%	0,3%	242
Design	7.445	1,3	4.894	11,3%	1.413	7,3%	6,1%	223
Communicatie	13.507	2,5	3.430	3,0%	386	1,0%	-0,9%	242
ICT-diensten	38.470	4,2	17.964	6,5%	4.274	4,0%	0,9%	169
Drukkerijen en reproductie	914	4,0	-646	-5,2%	-146	-4,8%	-2,6%	55
Telecommunicatie	3.908	22,2	-1.607	-3,4%	-151	-1,3%	-3,3%	209
Software	16.121	3,6	7.483	6,4%	2.142	4,9%	2,3%	166
Facilitaire ICT-diensten	17.527	4,1	12.734	13,8%	2.429	5,1%	0,7%	185
ICT hardware	1.191	3,5	-364	-2,6%	394	14,3%	3,8%	34
Vervaardiging ICT hardware	314	3,5	-1.058	-13,7%	69	8,6%	8,7%	12
Installatie, verhuur en reparatie ICT hardware	877	3,5	694	17,0%	325	16,7%	2,2%	102
Creatieve industrie	74.607	1,8	21.193	3,4%	6.030	2,8%	1,7%	260
ICT	39.661	4,1	17.600	6,0%	4.668	4,3%	0,9%	151
Creatieve industrie en ICT	114.268	2,3	38.793	4,2%	10.698	3,3%	1,4%	208
Totale economie	701.054	4,2	155.177	2,5%	54.401	2,7%	1,5%	100

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

UTRECHT

Figuur B.2 Banengroei in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Utrecht, 2010-2020 (2010=100).



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

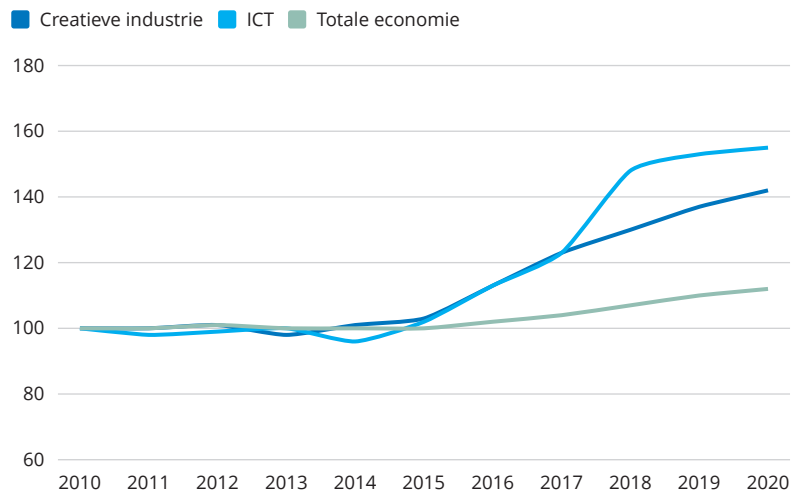
Tabel B.2 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Utrecht in 2020.

	Banen 2020	Gem. vestigings- grootte 2020	Groei 2010-2020 aantal	Groei 2010-20 % pj	Groei 2017-20 aantal	Groei 2017-20 % pj	Groei 2019-20 %	Specialisatie 2020 NL = 100
Kunsten en cultureel erfgoed	6.977	1,5	2.285	4,0%	928	4,9%	4,6%	162
Podiumkunsten	2.075	1,3	932	6,1%	464	8,8%	8,8%	149
Scheppende kunsten	2.246	1,1	1.150	7,4%	376	6,3%	7,1%	171
Overig kunst en erfgoed	1.754	2,0	295	1,9%	81	1,6%	3,1%	177
Cultureel erfgoed	902	27,3	-92	-1,0%	7	0,3%	-6,5%	147
Media en entertainmentindustrie	3.453	1,7	1.316	4,9%	583	6,4%	4,9%	108
Radio en televisie	457	1,6	182	5,2%	55	4,4%	2,2%	91
Persmedia	1.033	1,3	314	3,7%	159	5,7%	6,9%	87
Film	1.035	1,6	479	6,4%	238	9,1%	10,1%	166
Muziekindustrie	210	1,3	131	10,3%	73	15,3%	13,5%	140
Boekenindustrie	491	6,3	90	2,0%	43	3,1%	-5,8%	210
Gaming en overige uitgeverijen	72	4,2	64	24,6%	4	1,9%	5,9%	89
Live entertainment	155	1,5	56	4,6%	11	2,5%	-6,1%	37
Creatieve zakelijke dienstverlening	4.918	1,7	1.500	3,7%	273	1,9%	4,0%	123
Architectuur	337	2,2	98	3,5%	31	3,3%	10,9%	80
Design	1.617	1,1	1.249	16,0%	450	11,5%	11,7%	121
Communicatie	2.964	2,4	153	0,5%	-208	-2,2%	-0,4%	132
ICT-diensten	19.290	5,7	413	0,2%	3.165	6,2%	1,1%	212
Drukkerijen en reproductie	411	5,5	-244	-4,6%	46	4,0%	-3,7%	62
Telecommunicatie	2.092	42,7	-198	-0,9%	836	18,5%	-5,5%	279
Software	6.022	3,7	-262	-0,4%	955	5,9%	3,3%	155
Facilitaire ICT-diensten	10.765	6,7	1.117	1,1%	1.328	4,5%	1,4%	283
ICT hardware	557	5,4	54	1,0%	113	7,9%	11,6%	40
Vervaardiging ICT hardware	297	11,9	-138	-3,7%	45	5,6%	1,4%	28
Installatie, verhuur en reparatie ICT hardware	260	3,3	192	14,4%	68	10,6%	26,2%	76
Creatieve industrie	15.348	1,6	5.101	4,1%	1.784	4,2%	4,5%	133
ICT	19.847	5,7	467	0,2%	3.278	6,2%	1,3%	189
Creatieve industrie en ICT	35.195	2,7	5.568	1,7%	5.062	5,3%	2,7%	160
Totale economie	281.071	6,0	52.045	2,1%	29.828	3,8%	2,7%	100

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

ROTTERDAM

Figuur B.3 Banengroei in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Rotterdam, 2010-2020 (2010=100).



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

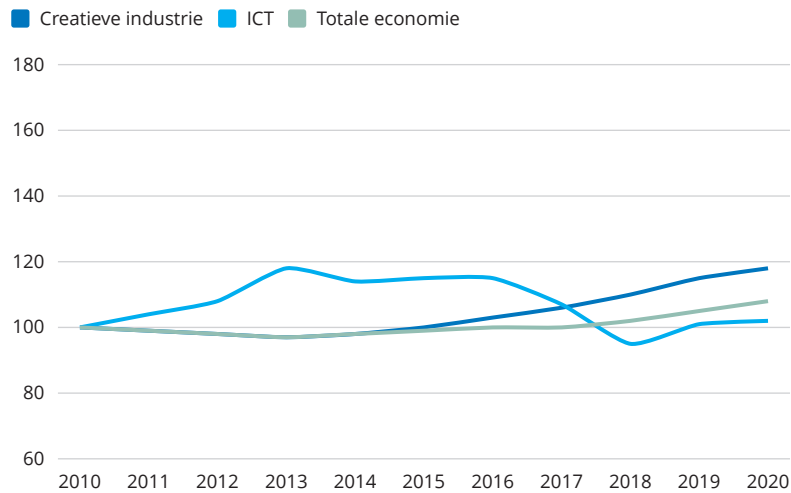
Tabel B.3 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Rotterdam in 2020.

	Banen 2020	Gem. vestigings- grootte 2020	Groei 2010-2020 aantal	Groei 2010-20 % pj	Groei 2017-20 aantal	Groei 2017-20 % pj	Groei 2019-20 %	Specialisatie 2020 NL = 100
Kunsten en cultureel erfgoed	6.978	1,6	2.287	4,1%	1.130	6,1%	5,1%	116
Podiumkunsten	2.590	1,5	1.331	7,5%	567	8,6%	8,5%	133
Scheppende kunsten	2.029	1,1	1.062	7,7%	284	5,2%	2,9%	111
Overig kunst en erfgoed	1.559	1,9	304	2,2%	266	6,4%	6,4%	113
Cultureel erfgoed	800	20,5	-410	-4,1%	13	0,5%	-2,1%	93
Media en entertainmentindustrie	3.925	2,1	575	1,6%	444	4,1%	2,6%	88
Radio en televisie	390	2,2	88	2,6%	21	1,9%	1,6%	56
Persmedia	1.853	2,2	-60	-0,3%	125	2,4%	2,3%	112
Film	892	1,7	339	4,9%	149	6,3%	-0,9%	102
Muziekindustrie	248	1,3	187	15,1%	119	24,3%	29,8%	119
Boekenindustrie	83	1,8	-56	-5,0%	7	3,0%	-2,4%	25
Gaming en overige uitgeverijen	254	15,9	90	4,5%	24	3,4%	2,8%	226
Live entertainment	205	2,0	-13	-0,6%	-1	-0,2%	-0,5%	35
Creatieve zakelijke dienstverlening	7.304	2,0	2.555	4,4%	913	4,6%	2,7%	131
Architectuur	1.890	3,7	284	1,6%	160	3,0%	-1,3%	322
Design	2.354	1,2	1.877	17,3%	623	10,8%	12,4%	126
Communicatie	3.060	2,5	394	1,4%	130	1,5%	-1,4%	98
ICT-diensten	13.153	4,8	4.940	4,8%	2.868	8,5%	1,8%	104
Drukkerijen en reproductie	670	6,9	-587	-6,1%	-87	-4,0%	-6,2%	72
Telecommunicatie	2.479	34,9	1.219	7,0%	1.328	29,1%	-11,5%	237
Software	6.456	4,7	1.861	3,5%	733	4,1%	6,6%	119
Facilitaire ICT-diensten	3.548	3,0	2.447	12,4%	894	10,2%	5,8%	67
ICT hardware	787	4,6	1	0,0%	23	1,0%	-6,6%	40
Vervaardiging ICT hardware	529	12,6	-152	-2,5%	-11	-0,7%	-6,9%	36
Installatie, verhuur en reparatie ICT hardware	258	2,0	153	9,4%	34	4,8%	-6,2%	54
Creatieve industrie	18.207	1,9	5.417	3,6%	2.487	5,0%	3,6%	113
ICT	13.940	4,8	4.941	4,5%	2.891	8,1%	1,2%	95
Creatieve industrie en ICT	32.147	2,5	10.358	4,0%	5.378	6,3%	2,6%	105
Totale economie	391.856	6,2	42.307	1,1%	28.894	2,6%	1,5%	100

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

DEN HAAG

Figuur B.4 Banengroei in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Den Haag, 2010-2020 (2010=100).



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

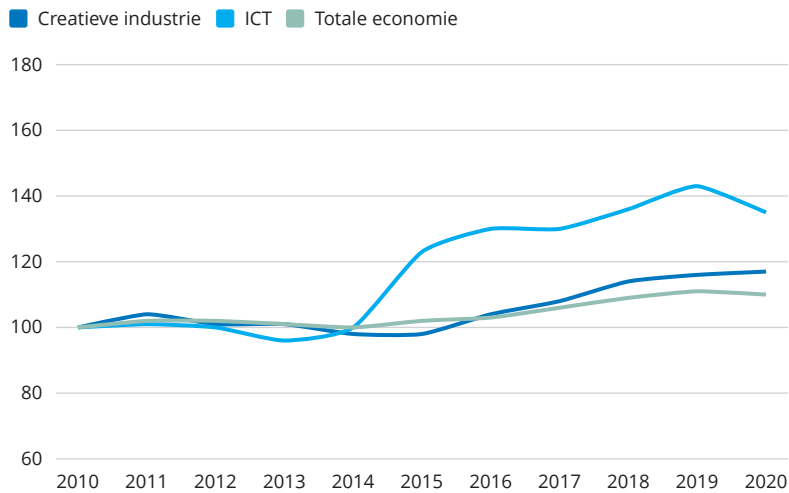
Tabel B.4 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Den Haag in 2020.

	Banen 2020	Gem. vestigings- grootte 2020	Groei 2010-2020 aantal	Groei 2010-20 % pj	Groei 2017-20 aantal	Groei 2017-20 % pj	Groei 2019-20 %	Specialisatie 2020 NL = 100
Kunsten en cultureel erfgoed	6.711	2,0	951	1,5%	552	2,9%	1,1%	147
Podiumkunsten	2.210	1,6	841	4,9%	337	5,7%	5,2%	149
Scheppende kunsten	1.563	1,1	385	2,9%	132	3,0%	0,7%	112
Overig kunst en erfgoed	1.593	2,9	-163	-1,0%	33	0,7%	-2,0%	152
Cultureel erfgoed	1.345	29,2	-112	-0,8%	50	1,3%	-1,3%	206
Media en entertainmentindustrie	3.344	2,3	503	1,6%	428	4,7%	3,2%	99
Radio en televisie	430	3,1	63	1,6%	48	4,0%	7,0%	81
Persmedia	1.647	2,1	108	0,7%	226	5,0%	0,8%	131
Film	647	2,1	192	3,6%	96	5,5%	5,4%	98
Muziekindustrie	191	1,5	144	15,1%	77	18,8%	14,4%	120
Boekenindustrie	189	3,9	-24	-1,2%	-20	-3,3%	11,2%	76
Gaming en overige uitgeverijen	31	1,9	5	1,8%	-3	-3,0%	-3,1%	36
Live entertainment	209	4,1	15	0,7%	4	0,6%	-5,0%	47
Creatieve zakelijke dienstverlening	4.058	1,6	652	1,8%	442	3,9%	3,5%	96
Architectuur	597	2,4	-151	-2,2%	48	2,8%	4,4%	134
Design	1.402	1,2	950	12,0%	386	11,3%	11,2%	99
Communicatie	2.059	2,0	-147	-0,7%	8	0,1%	-1,4%	87
ICT-diensten	12.004	4,6	118	0,1%	-359	-1,0%	2,3%	124
Drukkerijen en reproductie	376	4,8	-522	-8,3%	-60	-4,8%	-3,3%	53
Telecommunicatie	2.826	51,4	-3.694	-8,0%	-1.945	-16,0%	-2,1%	356
Software	3.287	3,0	1.576	6,7%	513	5,8%	3,5%	80
Facilitaire ICT-diensten	5.515	3,9	2.758	7,2%	1.133	8,0%	4,4%	137
ICT hardware	1.337	9,6	86	0,7%	-388	-8,1%	-13,4%	90
Vervaardiging ICT hardware	1.209	30,2	5	0,0%	-426	-9,6%	-15,0%	108
Installatie, verhuur en reparatie ICT hardware	128	1,3	81	10,5%	38	12,5%	5,8%	35
Creatieve industrie	14.113	1,9	2.106	1,6%	1.422	3,6%	2,3%	116
ICT	13.341	4,8	204	0,2%	-747	-1,8%	0,5%	120
Creatieve industrie en ICT	27.454	2,7	2.310	0,9%	675	0,8%	1,4%	118
Totale economie	298.249	4,7	22.845	0,8%	22.829	2,7%	3,5%	100

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

GRONINGEN

Figuur B.5 Banengroei in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Groningen, 2010-2020 (2010=100).



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

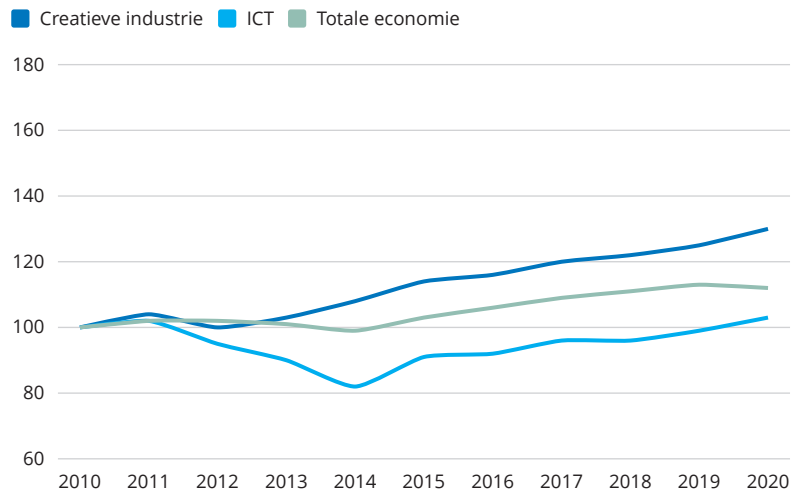
Tabel B.5 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Groningen in 2020.

	Banen 2020	Gem. vestigings- grootte 2020	Groei 2010-2020 aantal	Groei 2010-20 % pj	Groei 2017-20 aantal	Groei 2017-20 % pj	Groei 2019-20 %	Specialisatie 2020 NL = 100
Kunsten en cultureel erfgoed	3.103	1,6	504	1,8%	250	2,8%	2,6%	131
Podiumkunsten	873	1,5	241	3,3%	142	6,1%	11,4%	114
Scheppende kunsten	1.030	1,0	214	2,4%	109	3,8%	0,2%	143
Overig kunst en erfgoed	755	2,2	181	2,8%	103	5,0%	5,4%	139
Cultureel erfgoed	445	17,1	-132	-2,6%	-104	-6,8%	-10,5%	132
Media en entertainmentindustrie	1.906	2,4	156	0,9%	175	3,3%	0,7%	109
Radio en televisie	158	3,0	-52	-2,8%	-29	-5,5%	-16,8%	57
Persmedia	623	1,7	-105	-1,5%	54	3,1%	-1,0%	96
Film	360	1,7	80	2,5%	34	3,4%	1,7%	105
Muziekindustrie	56	1,3	28	7,2%	16	11,9%	3,7%	68
Boekenindustrie	506	14,9	183	4,6%	96	7,3%	16,1%	394
Gaming en overige uitgeverijen	37	4,6	8	2,5%	0	0,0%	0,0%	84
Live entertainment	166	2,3	14	0,9%	4	0,8%	-14,0%	73
Creatieve zakelijke dienstverlening	2.335	1,8	408	1,9%	129	1,9%	-0,5%	106
Architectuur	316	3,7	-100	-2,7%	40	4,6%	1,3%	137
Design	792	1,3	481	9,8%	160	7,8%	6,5%	108
Communicatie	1.227	2,0	27	0,2%	-71	-1,9%	-5,0%	100
ICT-diensten	8.546	5,6	2.189	3,0%	255	1,0%	-5,6%	171
Drukkerijen en reproductie	317	6,6	-243	-5,5%	-53	-5,0%	-1,6%	87
Telecommunicatie	1.816	82,5	951	7,7%	-50	-0,9%	-10,1%	442
Software	3.517	3,8	503	1,6%	-284	-2,6%	-12,9%	165
Facilitaire ICT-diensten	2.896	5,7	978	4,2%	642	8,7%	8,3%	139
ICT hardware	297	5,6	94	3,9%	34	4,1%	0,3%	39
Vervaardiging ICT hardware	180	15,0	24	1,4%	3	0,6%	-2,2%	31
Installatie, verhuur en reparatie ICT hardware	117	2,9	70	9,5%	31	10,8%	4,5%	62
Creatieve industrie	7.344	1,8	1.068	1,6%	554	2,6%	1,1%	116
ICT	8.843	5,6	2.283	3,0%	289	1,1%	-5,4%	154
Creatieve industrie en ICT	16.187	2,9	3.351	2,3%	843	1,8%	-2,6%	134
Totale economie	154.197	6,9	13.613	0,9%	5.110	1,1%	-1,4%	100

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

EINDHOVEN

Figuur B.6 Banengroei in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Eindhoven, 2010-2020 (2010=100).



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

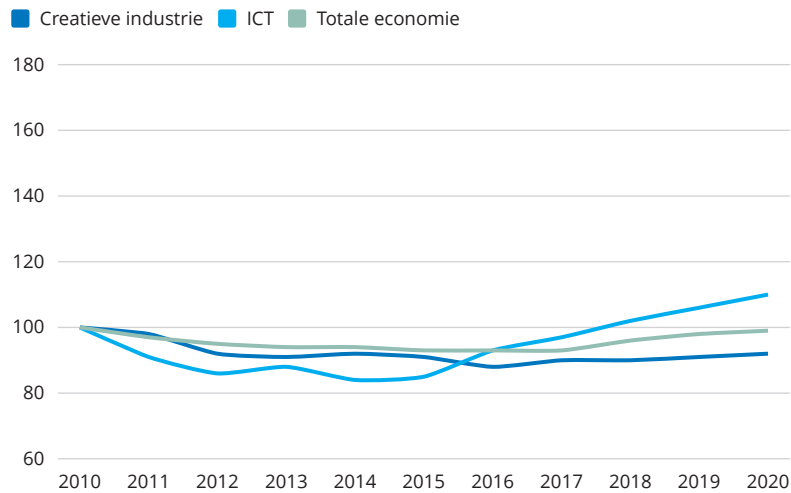
Tabel B.6 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Eindhoven in 2020.

	Banen 2020	Gem. vestigings- grootte 2020	Groei 2010-2020 aantal	Groei 2010-20 % pj	Groei 2017-20 aantal	Groei 2017-20 % pj	Groei 2019-20 %	Specialisatie 2020 NL = 100
Kunsten en cultureel erfgoed	2.366	1,9	719	3,7%	188	2,8%	4,8%	92
Podiumkunsten	725	1,8	111	1,7%	6	0,3%	-1,8%	87
Scheppende kunsten	649	1,1	255	5,1%	120	7,1%	11,3%	83
Overig kunst en erfgoed	824	3,2	428	7,6%	78	3,4%	7,4%	140
Cultureel erfgoed	168	33,6	-75	-3,6%	-16	-3,0%	-1,2%	46
Media en entertainmentindustrie	1.135	1,6	179	1,7%	154	5,0%	5,0%	60
Radio en televisie	87	1,6	43	7,1%	13	5,5%	-2,2%	29
Persmedia	503	1,5	84	1,8%	55	3,9%	3,3%	71
Film	305	1,8	144	6,6%	54	6,7%	7,8%	82
Muziekindustrie	70	1,2	49	12,8%	31	21,5%	25,0%	78
Boekenindustrie	78	2,3	-81	-6,9%	7	3,2%	2,6%	56
Gaming en overige uitgeverijen	15	1,7	-4	-2,3%	6	18,6%	66,7%	31
Live entertainment	77	1,5	-56	-5,3%	-12	-4,7%	-4,9%	31
Creatieve zakelijke dienstverlening	3.601	1,9	760	2,4%	204	2,0%	4,1%	151
Architectuur	546	3,4	229	5,6%	-11	-0,7%	-2,8%	218
Design	1.440	1,3	1.075	14,7%	304	8,2%	5,2%	181
Communicatie	1.615	2,6	-544	-2,9%	-89	-1,8%	5,7%	121
ICT-diensten	7.621	4,5	-265	-0,3%	611	2,8%	5,4%	141
Drukkerijen en reproductie	269	7,7	-354	-8,1%	-37	-4,2%	-5,6%	68
Telecommunicatie	93	6,6	-462	-16,4%	-220	-33,3%	-17,0%	21
Software	5.141	5,3	-99	-0,2%	699	5,0%	9,2%	222
Facilitaire ICT-diensten	2.118	3,2	650	3,7%	169	2,8%	-0,5%	94
ICT hardware	2.406	24,1	569	2,7%	47	0,7%	1,7%	290
Vervaardiging ICT hardware	2.195	41,4	446	2,3%	13	0,2%	1,5%	351
Installatie, verhuur en reparatie ICT hardware	211	4,5	123	9,1%	34	6,0%	4,5%	103
Creatieve industrie	7.102	1,8	1.658	2,7%	546	2,7%	4,5%	104
ICT	10.027	5,6	304	0,3%	658	2,3%	4,5%	161
Creatieve industrie en ICT	17.129	3,0	1.962	1,2%	1.204	2,5%	4,5%	131
Totale economie	167.217	6,8	18.106	1,2%	4.094	0,8%	-0,5%	100

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

HILVERSUM

Figuur B.7 Banengroei in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Hilversum, 2010-2020 (2010=100).



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

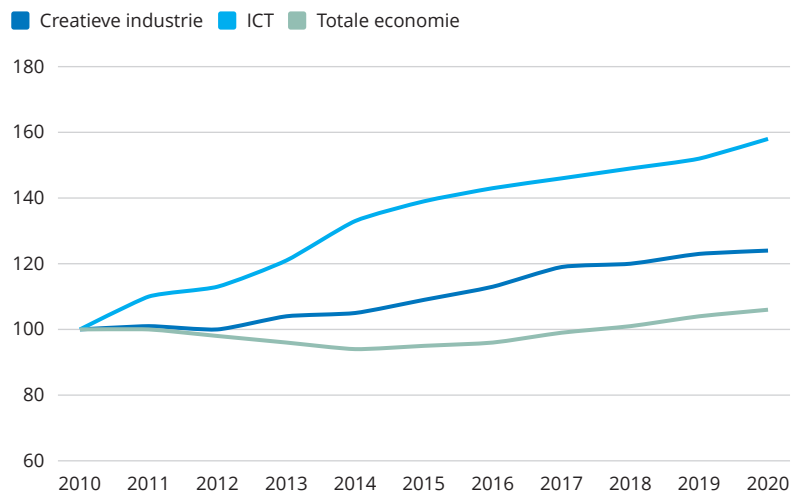
Tabel B.7 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Hilversum in 2020.

	Banen 2020	Gem. vestigings- grootte 2020	Groei 2010-2020 aantal	Groei 2010-20 % pj	Groei 2017-20 aantal	Groei 2017-20 % pj	Groei 2019-20 %	Specialisatie 2020 NL = 100
Kunsten en cultureel erfgoed	1.466	2,1	55	0,4%	186	4,6%	5,7%	195
Podiumkunsten	641	2,4	39	0,6%	117	6,9%	8,5%	263
Scheppende kunsten	347	1,1	166	6,7%	71	7,9%	9,1%	152
Overig kunst en erfgoed	192	1,6	-18	-0,9%	-9	-1,5%	-6,3%	111
Cultureel erfgoed	286	47,7	-132	-3,7%	7	0,8%	4,8%	267
Media en entertainmentindustrie	7.555	11,2	-1.186	-1,4%	-43	-0,2%	0,1%	1355
Radio en televisie	6.292	25,8	-542	-0,8%	9	0,0%	-0,5%	7183
Persmedia	417	2,9	-141	-2,9%	13	1,1%	1,7%	201
Film	521	2,9	-336	-4,9%	-64	-3,8%	4,4%	478
Muziekindustrie	177	2,1	-28	-1,5%	19	3,9%	7,9%	677
Boekenindustrie	106	10,6	-142	-8,1%	-9	-2,7%	1,0%	260
Gaming en overige uitgeverijen	5	1,3	-2	-3,3%	-1	-5,9%	0,0%	36
Live entertainment	37	4,1	5	1,5%	-10	-7,7%	2,8%	51
Creatieve zakelijke dienstverlening	1.047	1,9	224	2,4%	100	3,4%	4,3%	150
Architectuur	68	2,6	-11	-1,5%	12	6,7%	17,2%	93
Design	380	1,3	266	12,8%	160	20,0%	12,4%	163
Communicatie	599	2,5	-31	-0,5%	-72	-3,7%	-1,5%	153
ICT-diensten	2.869	5,0	414	1,6%	334	4,2%	3,7%	181
Drukkerijen en reproductie	228	9,9	-35	-1,4%	141	37,9%	156,2%	197
Telecommunicatie	387	20,4	19	0,5%	-15	-1,3%	-4,4%	297
Software	1.186	4,8	581	7,0%	218	7,0%	0,9%	175
Facilitaire ICT-diensten	1.068	3,7	-151	-1,3%	-10	-0,3%	-2,6%	161
ICT hardware	58	2,2	-153	-12,1%	1	0,6%	5,5%	24
Vervaardiging ICT hardware	38	3,5	-163	-15,3%	-3	-2,5%	0,0%	21
Installatie, verhuur en reparatie ICT hardware	20	1,3	10	7,2%	4	7,7%	17,6%	33
Creatieve industrie	10.068	5,2	-907	-0,9%	243	0,8%	1,3%	502
ICT	2.927	4,8	261	0,9%	335	4,1%	3,8%	160
Creatieve industrie en ICT	12.995	5,1	-646	-0,5%	578	1,5%	1,9%	339
Totale economie	48.989	4,7	-364	-0,1%	3.017	2,1%	1,8%	100

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

'S-HERTOGENBOSCH

Figuur B.8 Banengroei in de creatieve industrie, ICT en totale economie 's-Hertogenbosch, 2010-2020 (2010=100).



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

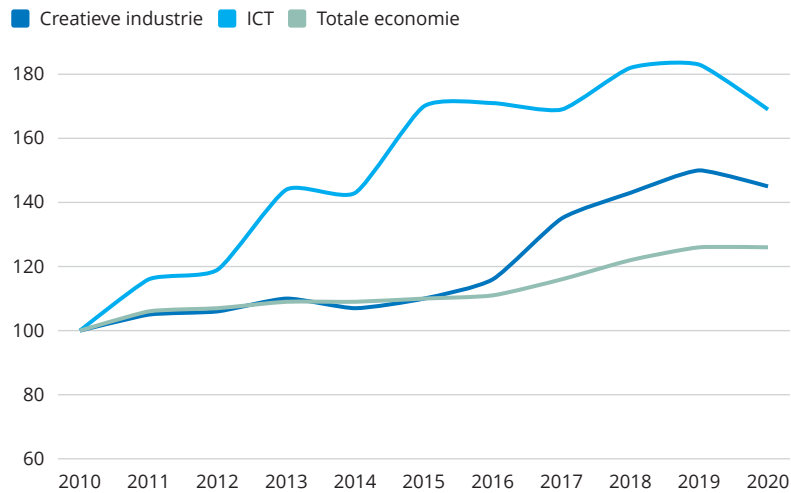
Tabel B.8 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in 's-Hertogenbosch in 2020.

	Banen 2020	Gem. vestigings- grootte 2020	Groei 2010-2020 aantal	Groei 2010-20 % pj	Groei 2017-20 aantal	Groei 2017-20 % pj	Groei 2019-20 %	Specialisatie 2020 NL = 100
Kunsten en cultureel erfgoed	1.429	1,6	33	0,2%	68	1,6%	-1,0%	86
Podiumkunsten	411	1,5	103	2,9%	80	7,5%	9,0%	76
Scheppende kunsten	491	1,1	82	1,8%	38	2,7%	3,4%	97
Overig kunst en erfgoed	350	2,2	-138	-3,3%	-34	-3,0%	-9,8%	92
Cultureel erfgoed	177	14,8	-14	-0,8%	-16	-2,8%	-12,8%	75
Media en entertainmentindustrie	1.056	2,3	115	1,2%	-3	-0,1%	3,6%	86
Radio en televisie	61	1,5	11	2,0%	0	0,0%	-7,6%	32
Persmedia	393	1,7	50	1,4%	32	2,9%	2,3%	86
Film	179	1,8	79	6,0%	26	5,4%	11,9%	74
Muziekindustrie	38	1,3	21	8,4%	16	20,0%	52,0%	66
Boekenindustrie	261	14,5	-94	-3,0%	-74	-8,0%	2,4%	290
Gaming en overige uitgeverijen	80	11,4	62	16,1%	10	4,6%	1,3%	258
Live entertainment	44	1,4	-14	-2,7%	-13	-8,3%	-12,0%	27
Creatieve zakelijke dienstverlening	1.888	2,0	699	4,7%	121	2,2%	0,5%	123
Architectuur	116	2,2	-13	-1,1%	2	0,6%	-4,9%	72
Design	538	1,1	385	13,4%	155	12,0%	14,5%	104
Communicatie	1.234	3,0	327	3,1%	-36	-1,0%	-4,1%	143
ICT-diensten	6.289	7,3	2.360	4,8%	524	2,9%	5,0%	179
Drukkerijen en reproductie	138	5,3	-53	-3,2%	-9	-2,1%	-2,1%	54
Telecommunicatie	677	75,2	-16	-0,2%	-22	-1,1%	-0,1%	235
Software	3.353	8,4	1.380	5,4%	219	2,3%	1,1%	224
Facilitaire ICT-diensten	2.121	5,0	1.049	7,1%	336	5,9%	14,4%	145
ICT hardware	823	23,5	261	3,9%	43	1,8%	-3,4%	153
Vervaardiging ICT hardware	792	72,0	249	3,8%	30	1,3%	-4,2%	196
Installatie, verhuur en reparatie ICT hardware	31	1,3	12	5,0%	13	19,9%	24,0%	23
Creatieve industrie	4.373	1,9	847	2,2%	186	1,5%	0,7%	99
ICT	7.112	7,9	2.621	4,7%	567	2,8%	4,0%	176
Creatieve industrie en ICT	11.485	3,6	3.468	3,7%	753	2,3%	2,7%	136
Totale economie	108.191	6,4	6.221	0,6%	7.492	2,4%	2,4%	100

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

HAARLEMMERMEER

Figuur B.9 Banengroei in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Haarlemmermeer, 2010-2020 (2010=100).



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

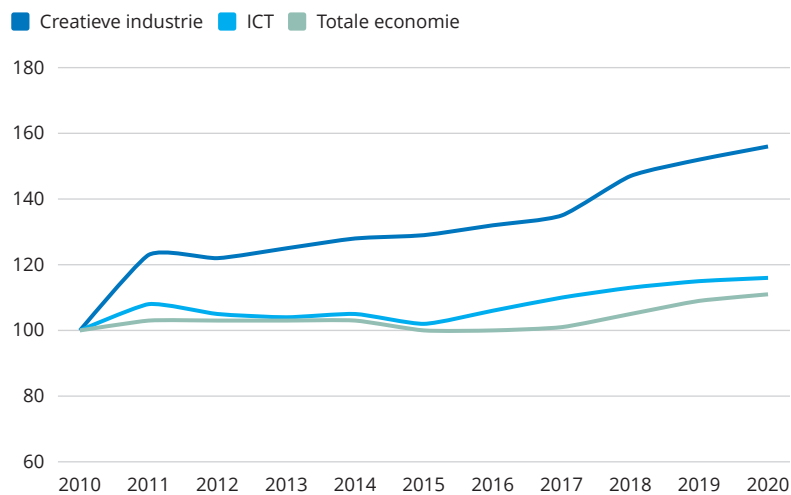
Tabel B.9 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Haarlemmermeer in 2020.

	Banen 2020	Gem. vestigings- grootte 2020	Groei 2010-2020 aantal	Groei 2010-20 % pj	Groei 2017-20 aantal	Groei 2017-20 % pj	Groei 2019-20 %	Specialisatie 2020 NL = 100
Kunsten en cultureel erfgoed	1.338	3,0	695	7,6%	52	1,3%	-6,6%	56
Podiumkunsten	466	3,0	364	16,4%	73	5,8%	5,7%	60
Scheppende kunsten	236	1,5	171	13,8%	113	24,3%	9,3%	32
Overig kunst en erfgoed	446	3,6	303	12,0%	-98	-6,4%	-23,6%	81
Cultureel erfgoed	190	17,3	-143	-5,5%	-36	-5,6%	-0,5%	55
Media en entertainmentindustrie	1.606	5,1	-138	-0,8%	-96	-1,9%	-6,2%	90
Radio en televisie	54	1,8	-171	-13,3%	-232	-42,6%	-70,8%	19
Persmedia	1.260	8,2	-108	-0,8%	64	1,8%	2,2%	190
Film	150	2,2	102	12,1%	48	13,7%	13,6%	43
Muziekindustrie	39	1,5	33	20,6%	14	16,0%	-20,4%	47
Boekenindustrie	45	5,6	-24	-4,2%	0	0,0%	-6,3%	34
Gaming en overige uitgeverijen	25	4,2	20	17,5%	13	27,7%	-16,7%	56
Live entertainment	33	1,4	10	3,7%	-3	-2,9%	-5,7%	14
Creatieve zakelijke dienstverlening	1.637	3,0	875	7,9%	366	8,8%	2,9%	73
Architectuur	60	5,5	35	9,1%	-3	-1,6%	-18,9%	26
Design	617	2,6	546	24,1%	163	10,8%	4,4%	83
Communicatie	960	3,3	294	3,7%	206	8,4%	3,7%	77
ICT-diensten	6.030	6,2	2.535	5,6%	-72	-0,4%	-9,6%	119
Drukkerijen en reproductie	473	10,5	62	1,4%	-20	-1,4%	2,6%	128
Telecommunicatie	129	5,9	-504	-14,7%	26	7,8%	0,0%	31
Software	1.828	5,0	-57	-0,3%	-704	-10,3%	-29,7%	84
Facilitaire ICT-diensten	3.600	6,7	3.034	20,3%	626	6,6%	3,5%	170
ICT hardware	827	15,6	261	3,9%	66	2,8%	8,0%	106
Vervaardiging ICT hardware	687	25,4	506	14,3%	67	3,5%	14,9%	117
Installatie, verhuur en reparatie ICT hardware	140	5,4	-245	-9,6%	-1	-0,2%	-16,7%	73
Creatieve industrie	4.581	3,5	1.432	3,8%	322	2,5%	-3,3%	71
ICT	6.857	6,7	2.796	5,4%	-6	0,0%	-7,7%	117
Creatieve industrie en ICT	11.438	4,9	4.228	4,7%	316	0,9%	-6,0%	93
Totale economie	156.874	9,3	32.280	2,3%	11.777	2,6%	-0,3%	100

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

AMERSFOORT

Figuur B.10 Banengroei in de creatieve industrie, ICT en totale economie in Amersfoort, 2010-2020 (2010=100).



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

Tabel B.10 Aantal banen, gemiddelde vestigingsgrootte, banengroei, en specialisatiegraad in de creatieve industrie en ICT in Amersfoort in 2020.

	Banen 2020	Gem. vestigings- grootte 2020	Groei 2010-2020 aantal	Groei 2010-20 % pj	Groei 2017-20 aantal	Groei 2017-20 % pj	Groei 2019-20 %	Specialisatie 2020 NL = 100
Kunsten en cultureel erfgoed	1.605	1,5	652	5,4%	204	4,6%	4,6%	115
Podiumkunsten	497	1,3	265	7,9%	81	6,1%	11,7%	110
Scheppende kunsten	473	1,1	208	6,0%	64	5,0%	4,6%	111
Overig kunst en erfgoed	471	2,0	154	4,0%	58	4,5%	0,9%	146
Cultureel erfgoed	164	10,9	25	1,7%	1	0,2%	-3,5%	82
Media en entertainmentindustrie	1.312	2,0	650	7,1%	205	5,8%	1,0%	126
Radio en televisie	110	1,2	21	2,1%	10	3,2%	0,0%	67
Persmedia	509	1,6	245	6,8%	125	9,8%	-0,8%	132
Film	244	1,6	92	4,8%	34	5,1%	9,9%	120
Muziekindustrie	62	1,6	47	15,2%	35	31,9%	6,9%	127
Boekenindustrie	348	12,0	233	11,7%	-6	-0,6%	-3,9%	458
Gaming en overige uitgeverijen	10	2,5	10	-	3	12,6%	100,0%	38
Live entertainment	29	1,1	2	0,7%	4	5,1%	0,0%	21
Creatieve zakelijke dienstverlening	1.426	1,7	259	2,0%	166	4,2%	3,2%	110
Architectuur	158	3,2	-54	-2,9%	26	6,2%	15,3%	116
Design	456	1,2	320	12,9%	121	10,8%	3,9%	105
Communicatie	812	2,1	-7	-0,1%	19	0,8%	0,7%	112
ICT-diensten	5.919	5,3	923	1,7%	354	2,1%	1,5%	200
Drukkerijen en reproductie	401	10,6	-134	-2,8%	46	4,1%	1,8%	186
Telecommunicatie	801	53,4	-271	-2,9%	-26	-1,1%	0,0%	329
Software	2.981	5,9	597	2,3%	266	3,2%	2,5%	236
Facilitaire ICT-diensten	1.736	3,0	731	5,6%	68	1,3%	0,5%	141
ICT hardware	874	12,3	26	0,3%	11	0,4%	0,7%	193
Vervaardiging ICT hardware	379	21,1	-41	-1,0%	37	3,5%	11,5%	111
Installatie, verhuur en reparatie ICT hardware	495	9,3	67	1,5%	-26	-1,7%	-6,3%	444
Creatieve industrie	4.343	1,7	1.561	4,6%	575	4,8%	3,0%	116
ICT	6.793	5,7	949	1,5%	365	1,9%	1,4%	199
Creatieve industrie en ICT	11.136	3,0	2.510	2,6%	940	3,0%	2,0%	156
Totale economie	91.316	5,0	9.146	1,1%	8.346	3,2%	1,9%	100

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory

Bijlage 2A

DEFINITIE CREATIEVE INDUSTRIE

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

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

> vervolg op volgende pagina

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

Bijlage 2B

DEFINITIE ICT

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

> vervolg op volgende pagina

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

BIJLAGE 3

DEFINITIE CREATIEVE BEROEPEN

Het CBS publiceert tweejaarlijks gegevens over het aantal werkenden per beroep en brede sector in Nederland¹. De cijfers zijn gebaseerd op de Enquête Beroepsbevolking (EBB) en de meest recente cijfers betreffen het gemiddelde van de verslagjaren 2017 en 2018. De Enquête Beroepsbevolking (EBB) is een doorlopend onderzoek op het gebied van de arbeidsmarkt en wordt jaarlijks door 65.000 mensen ingevuld. In de EBB wordt gevraagd of iemand betaald werk heeft of niet. Van de werkzame personen is bepaald wat hun beroep is en in welke sector men werkzaam is. Het beroep is daarbij gecategoriseerd naar de meest gedetailleerde beroepenindeling ISCO-2008 classificatie. ISCO staat voor International Standard Classification of Occupations en is de internationale beroepen-classificatie van de International Labour Organisation (ILO).

Om uit de basisgegevens het aantal creatieve beroepen te bepalen is een definitie nodig van een creatief beroep. Hiervoor is aangesloten bij bestaande definities van creatieve beroepen. In Nederland heeft het CBS een definitie ontwikkeld voor kunstenaarsberoepen en overige creatieve beroepen². DCMS en NESTA hebben in Engeland eerder onderzoek gedaan naar creatieve beroepen en DCMS publiceert hier jaarlijks over³. De Engelse definities zijn op basis van de Engelse variant van de ISCO, de SOC2010 (SOC staat voor Standard Occupational Classification). Met een schakeltabel is deze definitie omgezet naar ISCO 2008. Beide definities leveren een lijst op met creatieve beroepen. Geïnspireerd op de groepering in DCMS (2019), zijn de lijsten met beroepen in subcategorieën toebedeeld. In tabel 1 staat de lijst met creatieve beroepen op basis van de CBS-definitie weergegeven en of deze ook in de Engelse definitie van creatieve beroepen is meegenomen. In aanvulling zijn in tabel 2 de lijst met creatieve beroepen op basis van de Engelse definitie weergegeven die niet voorkomen in de CBS definitie.

1) CBS (2018), Beroepeninformatie per sector, 2017-2018. Leidscherveen: CBS.

2) CBS (2014), Monitor Kunstenaars en afgestudeerden aan creatieve opleidingen. Leidscherveen: CBS.

3) DCMS(2019), DCMS Sectors Economic Estimates 2018 – Employment Occupations. London: Department for Digital, Media, Culture and Sports; Bakhshl, Hasan, Alan Freeman en Peter Higgs (2013). A dynamic mapping of the UK's creative industries. London: NESTA.

Tabel 1 Lijst met creatieve beroepen op basis van de CBS definitie, per subcategorie.

Subcategorie	Beroep	In Engelse definitie?
Kunstenaarsberoepen	Andere kunstleraren (ISCO08 2355)	ja
	Beeldend kunstenaars (ISCO08 2651)	ja
	Musici, zangers en componisten (ISCO08 2652)	ja
	Acteurs (ISCO08 2655)	ja
	Andere muzikleraren (ISCO08 2354)	nee
	Dansers en choreografen (ISCO08 2653)	nee
	Scheppende en uitvoerende kunstenaars, niet elders geclassificeerd (ISCO08 2659)	nee
	Andere vakspecialisten op artistiek en cultureel gebied (ISCO08 3435)	nee
Musea, galleries en bibliotheken	Archivarissen en conservatoren (ISCO08 2621)	ja
	Bibliothecarissen e.d. (ISCO08 2622)	ja
	Technici in galerieën, musea en bibliotheken (ISCO08 3433)	nee
	Bibliotheekmedewerkers (ISCO08 4411)	nee
Schrijven en uitgeven	Auteurs e.d. (ISCO08 2641)	ja
	Journalisten (ISCO08 2642)	ja
	Vertalers, tolken en andere taalkundigen (ISCO08 2643)	nee
Radio, tv, film en fotografie	Regisseurs en producenten voor film en theater e.d. (ISCO08 2654)	ja
	Fotografen (ISCO08 3431)	ja
	Radio- en televisietechnici en audiovisueel technici (ISCO08 3521)	ja
	Omroepers voor radio, televisie en andere media (ISCO08 2656)	nee
Architectuur	Architecten van gebouwen (ISCO08 2161)	ja
	Stedenbouwkundigen en verkeersplanologen (ISCO08 2164)	ja
	Landschapsarchitecten (ISCO08 2162)	nee
Design	Product- en kledingontwerpers (ISCO08 2163)	ja
	Grafisch ontwerpers en multimedia-ontwerpers (ISCO08 2166)	ja
	Interieurontwerpers en decorateurs (ISCO08 3432)	ja
	Chef-koks (ISCO08 3434)	nee
	Mannequins en modellen (ISCO08 5241)	nee
Reclame en marketing	Specialisten op het gebied van reclame en marketing (ISCO08 2431)	ja
Ambachten en overig	Pottenbakkers e.d. (ISCO08 7314)	ja
	Letterschilders, decoratieschilders, graveurs en etsers (ISCO08 7316)	ja
	Vervaardigers en stemmers van muziekinstrumenten (ISCO08 7312)	nee
	Juweliers en bewerkers van edele metalen (ISCO08 7313)	nee
	Glasblazers, snijders, slijpers en polijsters (ISCO08 7315)	nee
	Ambachtslieden werkend met hout, vlechtwerk e.d. (ISCO08 7317)	nee
	Ambachtslieden, niet elders geclassificeerd (ISCO08 7319)	nee
	Kleermakers, bontwerkers en hoedenmakers (ISCO08 7531)	nee
	Patroonmakers en snijders voor kleding e.d. (ISCO08 7532)	nee
	Ambachtslieden, niet elders geclassificeerd (ISCO08 7549)	nee
	Ambachtslieden werkend met textiel, leder e.d. (ISCO08 7318)	nee
Meubelmakers e.d. (ISCO08 7522)	nee	

Bron: CBS (2014), Monitor Kunstenaars en afgestudeerden aan creatieve opleidingen.

Tabel 2 Lijst met creatieve beroepen op basis van de Engelse definitie, die niet voorkomen in de CBS definitie.

Subcategorie	Beroep
Architectuur	Technici op het gebied van weg- en waterbouw (ISCO08 3112)
Reclame en marketing	Leidinggevende functies op het gebied van verkoop en marketing (ISCO08 1221) Leidinggevende functies op het gebied van reclame en public relations (ISCO08 1222) Specialisten op het gebied van public relations (ISCO08 2432)
Ambachten en overig	Smeden, voorślagers en smeedperswerkers (ISCO08 7221)
IT en software	Systeemanalisten (ISCO08 2511) Softwareontwikkelaars (ISCO08 2512) Web- en multimediaontwikkelaars (ISCO08 2513) Software- en applicatieontwikkelaars en -analisten, niet elders geclassificeerd (ISCO08 2519) Leidinggevende functies op het gebied van informatie- en communicatie-technologie (ISCO08 1330)

Bron: DCMS(2019), DCMS Sectors Economic Estimates 2018 – Employment Occupations.

Dit is de achtste editie van de Monitor creatieve industrie. In lijn met voorgaande edities wordt een doorlopend beeld gegeven van de economische ontwikkeling van de omvang en samenstelling van de creatieve industrie en ICT-sector in Nederland.

Belangrijk in deze editie is de combinatie van de doorlopende 10-jaars lijn volgens dezelfde methodiek als de voorgaande edities, met de bevindingen rondom de gevolgen van COVID-19. De creatieve industrie ontwikkelde zich de afgelopen 10 jaar voorspoedig, maar in de hoofdstukken over de doorlopende lijn zijn de gevolgen van COVID-19 op enkele belangrijke onderdelen al duidelijk te zien.

In het hoofdstuk dat specifiek over COVID-19 en de creatieve industrie gaat, worden onderzoeksgegevens uit andere bronnen gekoppeld aan de doorlopende lijn en aan actuele ontwikkelingen in de creatieve industrie. De verschillen in uitgangspunten en onderzoeksmethodieken van die andere bronnen worden daarbij in acht genomen en waar nodig verklaard zodat ondanks de verschillen een onderbouwd en consistent beeld ontstaat.

In de samenstelling is overleg geweest met diverse betrokken organisaties zoals het Ministerie van OCW, het CBS en het Topteam Creatieve Industrie. Wij bedanken hen voor hun inzet, het aanleveren van bronmateriaal en hun reflecties om met de Monitor ook in deze turbulente COVID-19 periode weer een informatief beeld te kunnen schetsen van de ontwikkelingen in creatieve industrie en ICT.

De Monitor is te downloaden via
www.mediaperspectives.nl