

CREATIEVE INDUSTRIE, DE GROEIPAREL VAN ZWOLLE

Onderzoek naar de creatieve sector Zwolle
Gemeente Zwolle
Oktober 2019

Zonder creativiteit geen toekomst

Onze toekomst staat in het teken van ingrijpende transities die ons voor grote maatschappelijke en economische vragen stellen. In het verkennen van de toekomst en bij het zoeken naar oplossingen van de voorliggende vraagstukken kan de creatieve sector een actieve rol spelen. Kunstenaars en creatieve ondernemers kijken anders naar de wereld en kunnen de horizon van wetenschap en technologie verbreden met hun verbeelding en creativiteit. Zij zijn de aanjagers van innovatie. Creatieve ondernemers kunnen samen met bedrijven, overheid en inwoners op zoek gaan naar een toekomst die wij kunnen willen realiseren. Zo kan er handelingsvermogen en handelingsperspectief ontstaan en kunnen er stappen worden gezet, ook al weten wij nog niet precies waar wij uit komen.

In het Coalitieakkoord 2018-2022 hebben de collegepartijen van Zwolle afgesproken om meer aandacht te besteden aan vernieuwing en innovatie van de Zwolse economie. De creatieve sector is ook voor Zwolle een belangrijke aanjager om vernieuwing te bereiken. Om de sector te kunnen ondersteunen, wil de gemeente haar beleid herijken op de huidige beleidsuitgangspunten, middelen, organisatie en samenwerking.

Om tot een goede herijking te kunnen komen, is een verkennend onderzoek naar de sector uitgevoerd.¹ Wij willen weten hoe de sector is samengesteld naar bedrijven en bedrijvigheid, welke ontwikkeling zij heeft doorgemaakt en hoe zij zich naar verwachting verder zal ontwikkelen. Hier zijn verschillende aspecten van belang. Binnen de kaders van dit onderzoek richten wij ons hoofdzakelijk op het aspect huisvesting en accommodatie. Wij trachten voldoende zicht te krijgen op het huidige aanbod aan ruimte voor de creatieve sector en waar zij is gelokaliseerd, zodanig dat kan worden vastgesteld of het aanbod aansluit op de behoefte.

Voor het verkrijgen van data hebben wij in dit onderzoek de volgende stappen gezet. Wij hebben getracht een kwantitatieve inventarisatie van de sector uit te voeren op basis van gegevens uit openbare bronnen, waaronder de Kamer van Koophandel. Hoeveel bedrijven en van welke type zijn actief in de creatieve industrie? Welk type werknemer is er werkzaam? Waar werken zij in de stad en hoe zijn zij gehuisvest? Daarnaast onderzoeken wij in kwalitatieve termen welke ervaringen en behoeften de kunstenaars, culturele ondernemers en creatieve ondernemers hebben. Hoe ervaren zij het om in Zwolle te werken en welke wensen voor ruimte en faciliteiten hebben zij? Wat maakt Zwolle tot een aantrekkelijke stad voor de creatieve industrie? Wat wordt er van de gemeente verwacht? Om een antwoord te kunnen geven op deze vragen zijn aanvullend op het kwantitatieve onderzoek enkele interviews gehouden met creatieve ondernemers, kunstenaars en studenten.

Zwolle is een ideale biotoop voor ondernemende creativiteit. Een mix van kwaliteiten maakt onze stad tot een aantrekkelijke vestigingsplaats voor ondernemers. Er is een historische en mooie binnenstad. De stad is compact, heeft een gemêleerde bevolking en kent een goede infrastructuur. Er is een ruim onderwijsaanbod (t/m hbo+) waardoor mensen in de stad kunnen leren, werken, wonen en leven. De onderlinge lijnen zijn er kort en de stad biedt volop gelegenheid voor ontmoetingen en het uitwisselen van kennis, ervaringen en ideeën.

Zwolle is een ambitieuze stad. Zwolle wil met de Regio Zwolle economisch en sociaal de best presterende regio van Nederland zijn. In de realisatie van onze ambitie nemen starters, startups en scale-ups een bijzondere positie in. Zij vormen de stuwende innovatieve en vernieuwende kracht van onze stad en regio. Wij hebben hen nodig om klaar te zijn voor de vernieuwing van de economie. In dit onderzoek hebben wij waar mogelijk ingezoomd op deze starters en hun situatie en wensen.

¹ Dit rapport is een bewerking van het onderzoeksverslag van oud-trainee Andrea de Vries. Door verwerking van recent aangeleverde gegevens is dit rapport een volledige omwerking geworden van het oorspronkelijke verslag. Wij zijn Andrea zeer erkentelijk voor de onderzoekswerkzaamheden die zij op dit taaie dossier heeft verricht.

LEESWIJZER

Dit onderzoeksrapport wordt beknopt samengevat in een managementsamenvatting met de belangrijkste observaties, conclusies en aanbevelingen. In hoofdstuk 1 wordt de problematiek geschetst van het begrip “creatieve industrie”. Wat rekenen wij tot deze sector? Vervolgens kijken wij in hoofdstuk 2 naar Zwolle en de omvang en spreiding van de creatieve industrie in de stad. In de hoofdstukken 3 tot en met 5 zoomen wij achtereenvolgens in op de deelsectoren kunsten en cultureel erfgoed, media en entertainmentindustrie en de creatieve zakelijke dienstverlening. Vervolgens worden enige conclusies getrokken en aanbevelingen voor beleid gedaan (hoofdstuk 6).

HOOFDSTUK 1 - CREATIEVE INDUSTRIE. WAT IS DAT?

In Nederland kennen wij een groei in werkgelegenheid binnen de creatieve industrie. Het aantal ondernemingen neemt gestaag toe. Tussen 2006 en 2009 is de sector met 19% gegroeid, tegenover 16% groei van het totaal aantal Nederlandse bedrijven. Zo’n 43.000 bedrijven zijn werkzaam in de creatieve industrie, wat 5% is van alle bedrijven in Nederland.² Met in totaal ruim 150.000 banen beslaat de sector 2% van alle banen. Daarnaast heeft de sector een sterk internationaal karakter en worden er veel creatieve producten en diensten geëxporteerd. De sector is vanwege haar bijdrage aan innovatie door de Rijksoverheid aangewezen als één van de negen topsectoren in Nederland.

DEFINITIES

De creatieve sector is de meest dynamische sector van de regionale economie Zwolle, maar ook een onderschatte sector. Dit komt omdat de sector vooral wordt gerelateerd aan Cultuur. In economisch perspectief is het daarentegen de groeiparel van de Regio Zwolle.

De “creatieve sector” is een ruim begrip waaronder veel bedrijven en werkenden kunnen vallen. Focus en inperking is noodzakelijk om tot een werkbaar aanpak te kunnen komen. Hoewel er meerdere definities van “creatieve sector” worden gehanteerd, hebben zij allen het uitgangspunt gemeen: bedrijvigheid met de kerntaak het maken van creatieve producten en diensten. Het gaat om economische activiteiten waarbij initiële creatie een belangrijke component is, zoals het creëren van vorm, betekenis of symbolische waarde. Het creatieve proces zelf is van betekenis.³ Concreet gaat het bijvoorbeeld om beeldende kunst, muziek, gaming, media, architectuur en industrieel ontwerp. Ook de vermarkting van deelproducten (bijvoorbeeld industriële vormgeving) en eindproducten (bijvoorbeeld een schilderij) maakt deel uit van de creatieve sector.

In dit rapport hanteren wij de definitie die gebaseerd is op het gemeenschappelijke uitgangspunt van de definities.

SEGMENTATIE VAN DE MARKT

Nu wij de brede reikwijdte van het begrip “creatieve industrie” door definiëring hebben ingeperkt, kan de sector worden onderverdeeld in de drie deelsectoren 1) kunsten en cultureel erfgoed, 2) media en

² Creatieve Industrie in Topvorm, p.8

³ Monitor topsectoren, 2017, p.18

entertainmentindustrie en 3) creatieve zakelijke dienstverlening. Met deze onderverdeling volgen wij de indeling van TNO (zie bijlage 5), die gewoonlijk wordt toegepast op de creatieve industrie.⁴

Bij **kunsten en cultureel erfgoed** gaat het vooral om de esthetische ervaring die kunstobjecten kunnen oproepen bij mensen. Deze kunstobjecten zijn gemaakt vanuit een artistieke en culturele motivatie, en minder vanuit het oogpunt van commerciële exploitatie. Onder deze deelsector vallen podiumkunsten, scheppende kunsten, theaters, musea en bibliotheken.

In de **media- en entertainmentindustrie** wordt naast het bereiken van esthetische kwaliteiten nadrukkelijk wel een winstgevende exploitatie beoogd en het bedienen van een publiek. In deze deelsector zijn persmedia, uitgeverijen, muziekindustrie, radio en televisie, film en live entertainment actief. De informatie- en communicatietechniek (ICT), softwareontwikkeling en de gaming-industrie worden eveneens tot deze sector gerekend.

Onder **creatieve zakelijke dienstverlening** wordt verstaan de commerciële levering van creatieve diensten aan zakelijke afnemers. Hierbij gaat het om architectuur, design en reclame. Hier voegt de creatieve industrie waarde toe aan een groter product in een bredere economische waardeketen.

Hoewel de deelsectoren van elkaar verschillen, kunnen er onderling geen harde grenslijnen worden getrokken. Juist binnen de creatieve sector als geheel ontwikkelen en vernieuwen bedrijven zich telkens weer en verleggen zij hun grenzen en focus. Er is sprake van uitwisseling en cross overs. Sommige bedrijven acteren binnen meerdere deelsectoren. Het hybride karakter is kenmerkend voor de sector en zal naar onze verwachting in de komende periode alleen maar verder toenemen. Wij hebben in dit rapport bedrijven onderverdeeld naar deelsector op basis van het meest dominante werkterrein van het bedrijf.

WERKENDEN IN DE CREATIEVE SECTOR

Werkenden binnen de creatieve industrie oefenen verschillende beroepen en functies uit. De beroepen kunnen verschillen naar rechtsvorm. Er zijn bijvoorbeeld werkenden in loondienst in een groot bedrijf, zoals een grafisch vormgever binnen een communicatieafdeling. Er zijn zelfstandige ondernemers werkzaam in een zzp-constructie. Er kan ook een onderscheid worden gemaakt naar taakinhoud. In lijn met de TNO definitie onderscheiden wij hier drie segmenten: 1) kunstenaars, 2) culturele ondernemers en 3) creatieve (technologische) ondernemers. Wij kruisen deze indeling met de SBI-codering (Standaard Bedrijfs Indeling) van de Kamer van Koophandel.

Figuur 1 laat de afbakening van de creatieve sector zien.

⁴ TNO; <http://www.mediafutureweek.nl/wp-content/uploads/2014/05/Creatieve-industrie-als-vliegwiel1.pdf>

	Kunstenaars Scheppen van kunstzinnig eindproduct	Culturele ondernemers Verbinding kunst/product/dienstaan publiek	Creatieve (technologische) ondernemers Vormgeving en productontwikkeling
Kunsten en cultureel erfgoed	<ul style="list-style-type: none"> Beoefening van podiumkunst (bijvoorbeeld artiest) Schrijven en overige scheppende kunst (bijvoorbeeld beeldend kunstenaars) Kunstzinnige vorming van amateurs (geen dansscholen) 	<ul style="list-style-type: none"> Theaters en schouwburgen Musea Openbare bibliotheken Kunstgaleriën en expositieruimten Kunstuitlenencentra Overige culturele uitlenencentra en openbare archieven Monumentenzorg Steunfondsen (niet op het gebied van welzijnszorg) Vriendenkringen op het gebied van cultuur, fanclubs Informatieverstrekking op het gebied van toerisme 	<ul style="list-style-type: none"> Producenten van podiumkunst (gericht op materiële aspecten) Dienstverlening voor uitvoerende kunst (bijvoorbeeld decorontwerp, licht- en geluid bij voorstellingen, organisatie van cultureel evenement)
Media en entertainmentindustrie	<ul style="list-style-type: none"> Productie van films (geen televisiefilms) Productie van televisieprogramma's Maken en uitgeven van geluidsopnamen Fotografie Circus en variëte (bijvoorbeeld dj's) 	<ul style="list-style-type: none"> Uitgeverijen van boeken Uitgeverijen van kranten Uitgeverijen van tijdschriften Overige uitgeverijen (niet van software) Uitgeverijen van computerspellen Overige uitgeverijen van software Distributie van films en televisieproducties Bioscopen Radio-omroepen Televisieomroepen Pret- en themaparken Kerns attracties Persagentschappen 	<ul style="list-style-type: none"> Ontwikkelen, produceren en uitgeven van software Gaming industrie Overige dienstverlenende activiteiten op het gebied van info (informatie- en communicatie technologie (ICT)) Facilitaire activiteiten voor film- en televisieproductie
Creatieve zakelijke dienstverlening	<ul style="list-style-type: none"> Architecten Interieur- en ruimtelijk ontwerp (interieurarchitectuur) 	<ul style="list-style-type: none"> Organiseren van congressen en beurzen Handel in advertentieruimte en -tijd 	<ul style="list-style-type: none"> Industrieel en productontwerp Industrieel ontwerp en vormgeving Communicatie- en grafisch ontwerp Public relations bureaus Reclamebureaus

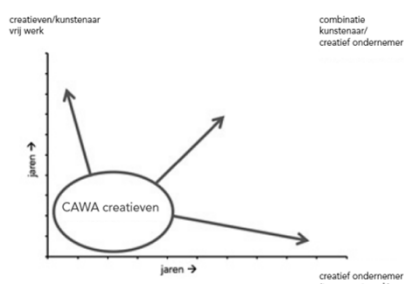
Het geeft een overzicht van de verschillende bedrijfsactiviteiten alsook van de verschillende marktsegmenten binnen de creatieve sector.

De groep **kunstenaars** is hoofdzakelijk gericht op het proces van kunst scheppen (vrije vorm of in opdracht) en het maken van een kunstzinnig eindproduct dat al dan niet wordt verkocht.

Culturele ondernemers verbinden een kunstzinnig eindproduct aan potentiële afnemers, met een direct commercieel oogmerk en met cultuurmotieven. Zij zijn intermediair tussen kunstenaars en publiek dat cultuur wil beleven en/of een kunstobject wil kopen.

Creatieve (technologische) ondernemers hebben toegevoegde waarde bij productontwikkeling die veel breder gaat dan de ontwikkeling van kunstobjecten. De toevoeging kan resulteren in een eindproduct of een bijdrage aan de vormgeving van een eindproduct. Deze ondernemers maken deel uit van een brede economische sector- en waardeketen. Carrièreontwikkeling in de creatieve sector

Ontwikkeling van de carrière van startende creatieven



FIGUUR 1: CARRIÈREONTWIKKELING

Werkenden in de creatieve sector kunnen zich in hun loopbaan ontwikkelen tot ondernemend kunstenaar, culturele ondernemer of creatieve ondernemer. Starters doen ervaring op met het maken van vrij of toegepast werk. Sommigen ontwikkelen zich tot kunstenaar, anderen gaan de weg op van creatief ondernemerschap. Ook kan een middenweg worden bewandeld van een combinatie van professioneel kunstenaar en creatief ondernemer. Figuur 2 (afkomstig uit het Amsterdamse Broedplaatsenbeleid) laat deze carrièreontwikkeling zien.⁵

⁵ Herzien Amsterdams Atelier- en Broedplaatsenbeleid 2015-2018. Het begrip CAWA creatieven wil zeggen dat het gaat om personen die voldoen aan de Amsterdamse toetsingscriteria. CAWA staat voor Commissie voor Ateliers en (Woon-) Werkpanden Amsterdam.

HOOFDSTUK 2 - OMVANG EN SPREIDING CREATIEVE SECTOR IN ZWOLLE

BELANG VAN DE SECTOR VOOR ZWOLLE

De creatieve sector draagt bij aan groei en vernieuwing van de economie in Zwolle en de versterking van het innovatieve economische klimaat. Behalve aan de economie in zijn geheel, dragen kunstenaars, culturele en creatieve ondernemers ook bij aan innovatie en vernieuwing binnen bedrijven. Gevestigde grote bedrijven lopen het risico dat hun innovatief vermogen door de organisatiecomplexiteit en gevestigd belangen onder druk komt te staan. Grote bedrijven richten daarom soms eigen zogeheten “greenfields” op waarin creatief talent op enige fysieke afstand van het bedrijf de ruimte krijgt om te experimenteren. Het streven van deze bedrijven is om een ring van kleinere, innovatieve, onafhankelijke bedrijven te maken waarmee het grote bedrijf een netwerk kan vormen, soms ruimtelijk op een campus georganiseerd. In dit netwerk van creatieve bedrijven ontstaan technologische en productieve verbindingen met grote bedrijven. Succesvolle creatieve ondernemingen raken “embedded” en kunnen uiteindelijk worden overgenomen door de grote ondernemingen. Ook steeds meer werknemers in de creatieve sector vinden op deze manier een werkplek binnen reguliere grotere ondernemingen. Bijkomend effect is dat de creatieve sector de werking krijgt van een satehprikker die door verschillende reguliere bedrijfsvormen loopt.

De creatieve sector draagt tevens bij aan de versterking van de attractiviteit van het stedelijke klimaat in brede zin. Kunst en cultuur geven de stad kleur en levendigheid en een open geest voor verandering en vernieuwing. Deze creatieve cultuur bevordert de mate van stedelijkheid die door het college van B en W wordt gewenst. De sector versterkt de centrumfunctie van de stad, trekt hoogopgeleide potentiële werknemers aan (taakstelling van de Human Capital Agenda) en geeft daarmee belangrijke impulsen aan de lokale en regionale economie. Een stedelijke cultuur, een attractieve binnenstad en een gediversifieerde hoogwaardige arbeidsmarkt zijn belangrijke voorwaarden voor een hoogwaardige economische groei. In dit vliegwiel versterken creativiteit, cultuur en economie elkaar. De creatieve sector is een invloedrijk sector met veel raakvlakken en verbindingen in de economie. Om de sector goed te kunnen ondersteunen moeten wij rekening houden met deze diversiteit.

In Zwolle zijn volgens de Kamer van Koophandel (KvK) in totaal 1810 unieke bedrijven werkzaam in de creatieve industrie.⁶ Deze bedrijven hebben bij inschrijving in de Kamer aangegeven dat hun hoofdactiviteit ligt binnen kunsten en cultureel erfgoed, media en entertainmentindustrie en/of creatief zakelijke dienstverlening.

Van de 1810 bedrijven zijn 1013 bedrijven (56%) actief op het gebied van kunsten en cultureel erfgoed; de media- en entertainmentindustrie omvat 461 bedrijven (25%); en 336 bedrijven (19%) zijn actief in de creatieve zakelijke dienstverlening.

Het totaal aantal bedrijfsvestigingen in Zwolle lag in 2018 op 11.788.⁷ Daarmee is 15% van het totaal aantal bedrijven actief binnen de creatieve sector. Nota bene: dit percentage wordt vertekend door het gegeven dat met name de creatieve sector veel zzp-bedrijven kent met weinig medewerkers per bedrijf.

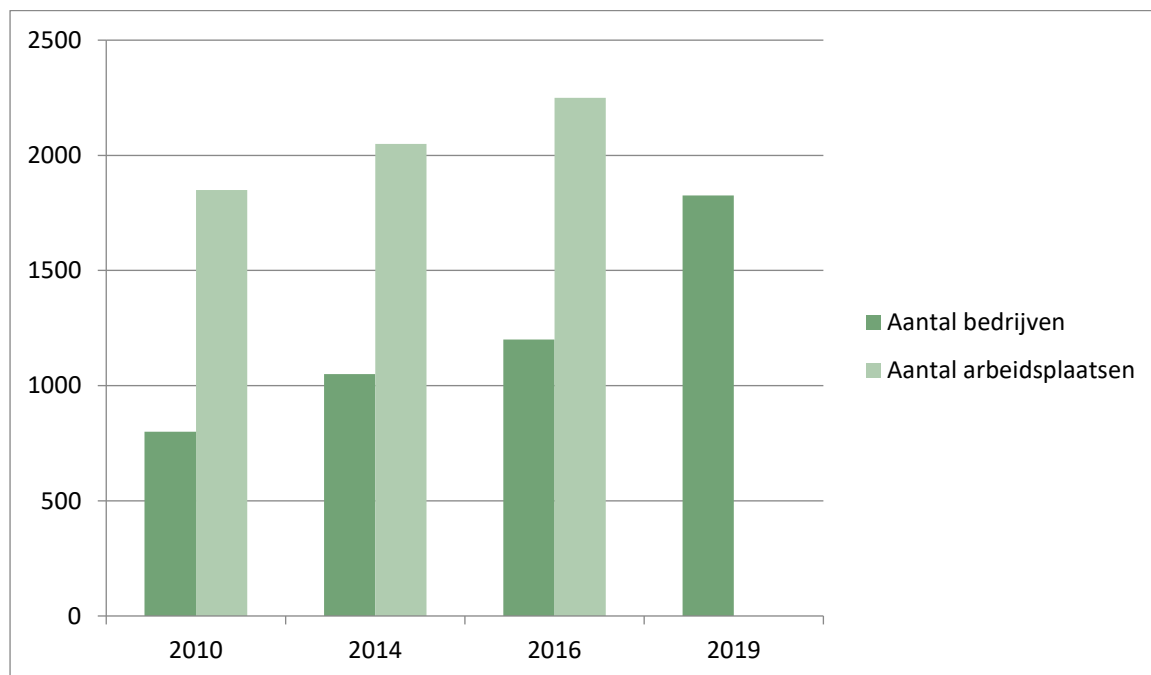
De sector laat langjarige continue groei zien van het aantal bedrijven. In de volgende paragraaf staan wij eerst stil bij de groeidynamiek om vervolgens omvang en spreiding van de drie deelsectoren onder de loep te nemen.

⁶ Koophandelsregister, Basisregistratie Adressen & Gebouwen, WOZ

⁷ cijfersoverzwolle.nl

GROEIDYNAMIEK

Volgens een behoefteverkenning uit 2017 groeit de Zwolse creatieve sector van circa 800 bedrijven en 1800 arbeidsplaatsen in 2010 naar 1179 bedrijven en 2192 arbeidsplaatsen in 2016. Tussen 2012 en 2017 is het aantal bedrijven binnen de creatieve sector in Zwolle gegroeid met 47%.⁸ Het aantal banen steeg met 27%. Het totaal van 1810 bedrijven in 2019 laat onverminderd groei zien (zie figuur 3). Wij nemen aan dat de groei van het aantal bedrijven kan worden verklaard uit de flexibilisering van de economie, waardoor het aandeel zzp-bedrijven inmiddels circa 20 procent is.



Figuur 3 Het aantal bedrijven binnen de creatieve sector in Zwolle

VERDELING OVER DE DEELSECTOREN

Deze bedrijven zijn als volgt verdeeld over de drie deelsectoren:

Deelsector	Aantal bedrijven
Kunsten en cultureel erfgoed	1.013
Media en entertainmentindustrie	461
Creatieve zakelijke dienstverlening	336
Totaal	1.810

Uit ons onderzoek blijkt dat de deelsector “Kunsten en cultureel erfgoed” het grootst is: in 2016 waren er rond de 550 bedrijven actief binnen deze sector; in 2019 is dit aantal gestegen tot 1013 bedrijven. In drie jaar tijd is deze deelsector bijna verdubbeld in omvang. De deelsector “Media en entertainmentindustrie” bestond in 2016 uit 238 bedrijven en in 2019 uit 461 bedrijven. “Creatieve zakelijke dienstverlening” was in 2016 met ongeveer 391 bedrijven de op een na grootste deelsector, maar kromp in 2019 tot 336 bedrijven.

⁸ Rozenbrood, Creative Industrie Regio Zwolle (2017).

BEDRIJFSGROOTTE

Wij hebben geen betrouwbare en actuele gegevens kunnen verkrijgen over werknemersaantallen per bedrijf. De segmentering naar eenmans-, klein- en middenbedrijven binnen de drie deelsectoren is derhalve niet uitgevoerd. Bij een eventueel vervolgonderzoek dient uitsplitsing naar bedrijfsgrootte een aandachtspunt te zijn, mits de data überhaupt voorhanden is.

De volgende gegevens zijn ontvangen van/via de afdeling O&I van Gemeente Zwolle.

vestigingen en banen creatieve industrie naar type verblijfsobject				
Creatieve industrie (TNO-definitie) i.c.m. type verblijfsobject			%	
	vestigingen	banen	vestigingen	banen
vestiging op woonadres	1473	1648	87%	59%
vestiging op niet-woonadres	182	978	11%	35%
vestiging op adres waarvan type onbekend is	42	181	2%	6%
Totaal	1697	2807	100%	100%
vestigingen en banen creatieve industrie op woonadres, naar aantal vestigingen op adres				
			%	
	vestigingen	banen	vestigingen	banen
1 vestiging op adres	1139	1258	77%	76%
2 of meer vestigingen op adres	334	390	23%	24%
Totaal	1473	1648	100%	100%
vestigingen en banen creatieve industrie naar aantal vestigingen creatieve industrie op hetzelfde adres				
			%	
aantal vestigingen in de creatieve industrie op hetzelfde adres	vestigingen	banen	vestigingen	banen
1	1424	2142	84%	76%
2 of meer	273	665	16%	24%
Totaal	1697	2807	100%	100%

De cijfers laten zien dat 2/3 van de bij de Kamer van Koophandel ingeschreven bedrijven is gevestigd op het woonadres. Hierbij gaat het in 76% van de gevallen om 1 baan per adres. Als wij kijken naar de grootteklasse dan kunnen wij vaststellen dat het overwegend zzp-bedrijven zijn.

In de volgende tabellen wordt Zwolle gelegd naast de resultaten van een aantal andere gemeenten. In de vergelijking zijn gemeenten betrokken die net als Zwolle geen universiteit binnen de gemeentegrenzen hebben. Wetenschap en onderzoek zijn broedplaatsen van talent en geven een forse impuls aan innovatie en vernieuwing. Daarnaast hebben wij de referentie-gemeenten geselecteerd op grond van de spreiding over het land.

1. Ongeveer 15% van de bedrijven in Zwolle betreft creatieve industrie:							
a. Wat zijn de landelijke cijfers							
b. Wat zijn de cijfers van voor Zwolle relevante referentie gemeenten?							
Haarlem, Arnhem, Leeuwarden, Den Bosch en Sittard							
Vestigingen in de creatieve industrie, 2018							
Bron: LISA							
	Arnhem	Haarlem	's-Hertogenbosch	Leeuwarden	Sittard-Geleen	Zwolle	Nederland
Kunsten en cultureel erfgoed	1.192	1.268	754	650	231	755	76.387
Media en entertainmentindustrie	555	666	381	394	146	392	43.887
Creatieve zakelijke dienstverlening	1.003	1.100	813	508	247	550	64.407
Creatieve industrie totaal	2.750	3.034	1.948	1.552	624	1.697	184.681
totaal werkgelegenheid	15.625	15.648	14.694	10.930	7.812	11.788	1.630.070
%							
Kunsten en cultureel erfgoed	8%	8%	5%	6%	3%	6%	5%
Media en entertainmentindustrie	4%	4%	3%	4%	2%	3%	3%
Creatieve zakelijke dienstverlening	6%	7%	6%	5%	3%	5%	4%
Creatieve industrie totaal	18%	19%	13%	14%	8%	14%	11%
totaal werkgelegenheid	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
1. Creatieve zakelijke dienstverlening in Zwolle was in 2016 met ca 391 bedrijven de tweede grootste deelsector en krimpt in 2019 tot 336 bedrijven.							
a. Zien we een dergelijke trend ook bij de referentie gemeenten?							
Vestigingen in de creatieve zakelijke dienstverlening, 2009-2018							
Bron: LISA							
	Arnhem	Haarlem	's-Hertogenbosch	Leeuwarden	Sittard-Geleen	Zwolle	Nederland
2009	610	619	510	280	153	329	37.003
2010	648	651	535	302	156	365	40.947
2011	700	684	585	326	170	389	44.727
2012	765	733	604	345	181	406	46.880
2013	791	787	617	388	181	431	49.329
2014	846	854	635	422	209	477	52.067
2015	864	890	679	457	223	481	54.204
2016	900	958	702	475	233	500	57.834
2017	929	1.036	747	492	235	526	60.639
2018	1.003	1.100	813	508	247	550	64.407
indexcijfers (2009 = 100)							
2009	100	100	100	100	100	100	100
2010	106	105	105	108	102	111	111
2011	115	111	115	116	111	118	121
2012	125	118	118	123	118	123	127
2013	130	127	121	139	118	131	133
2014	139	138	125	151	137	145	141
2015	142	144	133	163	146	146	146
2016	148	155	138	170	152	152	156
2017	152	167	146	176	154	160	164
2018	164	178	159	181	161	167	174

Wij zien dat Zwolle met de aantallen vestigingen in de creatieve industrie schommelt rond het landelijke gemiddelde. De groeicurve van de afgelopen 10 jaar laat weliswaar een stijging zien, maar blijft onder het landelijke gemiddelde.

SPREIDING EN CLUSTERING

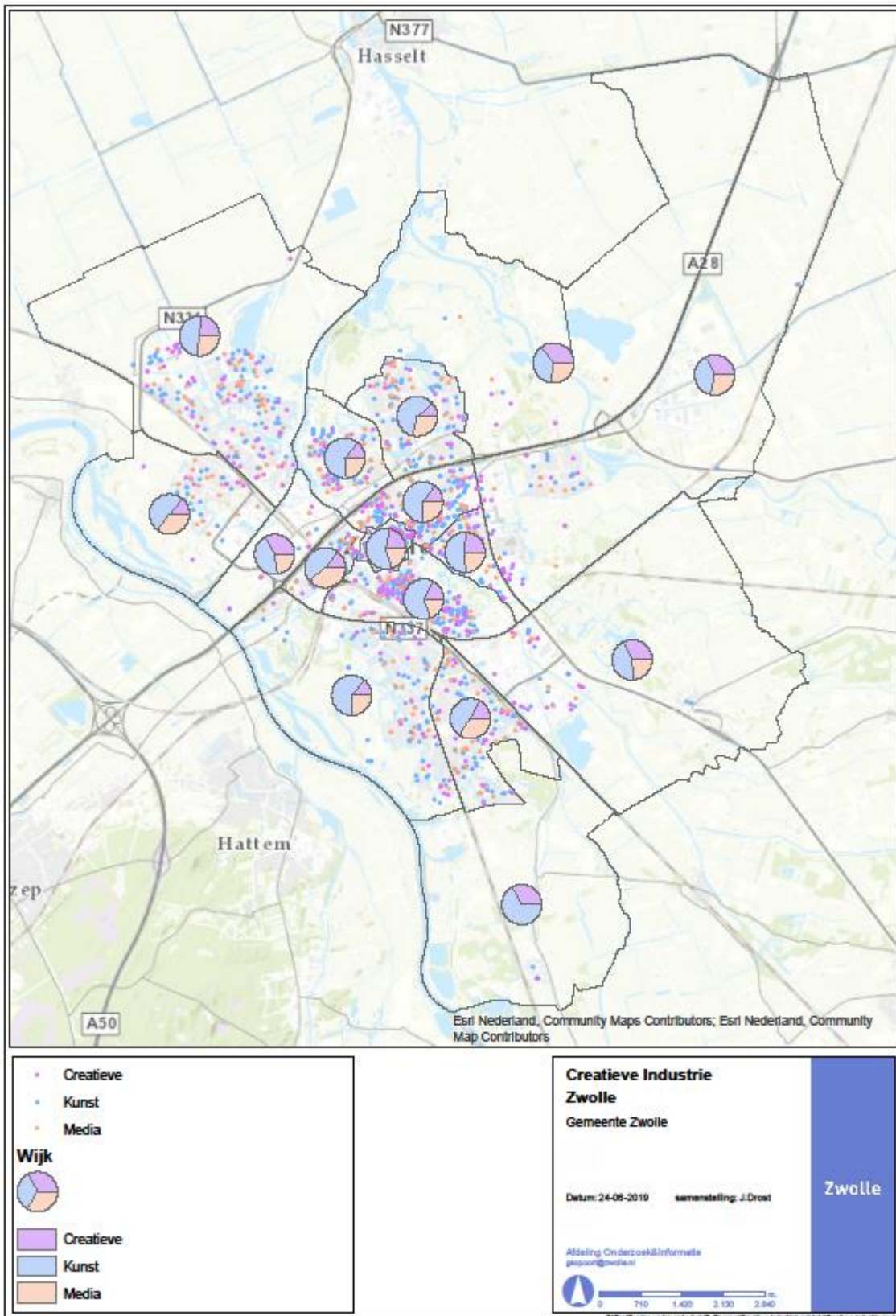
De spreiding van de bedrijven kan op wijkniveau in kaart worden gebracht. Onderstaande tabel geeft een overzicht van deze spreiding.

	Kunsten en cultureel erfgoed	Media en entertainmentindustrie	Creatieve zakelijke dienstverlening
Aa-landen	77	37	14
Assendorp	229	71	57
Berkum	25	19	19

Binnenstad	89	32	32
Diezerpoort	140	55	35
Holtenbroek	72	28	15
Ittersum	62	44	21
Kamperpoort-Veerallee	37	31	12
Marsweteringlanden	20	11	15
Poort van Zwolle	9	4	5
Schelle	68	28	14
Soestweteringlanden	2	-	1
Stadshagen	90	54	41
Vechtlanden	4	3	4
Westenholte	25	17	7
Wipstrik	49	25	23
Onbekend	15	2	21
Totaal	1013	461	336

De meeste bedrijven in de creatieve sector zijn gevestigd in de wijken Assendorp, Diezerpoort en Stadshagen.

Als wij de creatieve sector met de drie deelsectoren op een kaart uitzetten, ontstaat het volgende beeld:



Het spreidingsdiagram kan als volgt worden geïnterpreteerd:

1. De drie sectoren zijn onderling niet significant ruimtelijk-geografisch van elkaar gescheiden. De sector “kunsten en erfgoed” is nadrukkelijker in de binnenstad en centrumnabijheid gevestigd. De overige sectoren zijn ook gericht op de binnenstad maar in een minder dominante mate. Wij kunnen veronderstellen dat kunstenaars in de binnenstad bewust zoeken naar economische mogelijkheden van traffic, verkoop en het opdoen van artistieke inspiratie.
2. Niet de binnenstad zelf is in deze leidend maar de eerste ring daaromheen. De binnenstad kent veel andere, concurrerende commerciële functies. De eerste ring biedt meer mogelijkheden van beschikbaarheid van ruimten en prijsstelling en is als woonmilieu divers in bevolkingssamenstelling (deels studenten) en aanwezige functies. Er is sprake van een oudere bebouwing en multifunctionele voorzieningen. De aanwezigheid van deze factoren is een mogelijke verklaringsfactor waarom creatieve bedrijven vooral in de binnenstad zijn gevestigd.
3. Opvallend is de positie van Stadshagen. Naar het zich laat aanzien zijn dit veel bedrijfjes in de creatieve zakelijke dienstverlening die vanuit het eigen huis worden gedreven op basis van digitale media en internetvoorzieningen.

	Totaal	Binnenstad	Eerste ring	Tweede ring	Stadshagen	Overig
Totaal creatieve industrie	100%	9 %	37%	35%	10%	9 %
Kunsten en erfgoed	100%	9 %	40%	34%	9%	8 %
Media en entertainment industrie	100%	7 %	34%	40%	12%	7 %
Creatieve zakelijke dienstverlening	100%	10%	31%	31%	12%	16%

Ruimtelijke verdeling bedrijven.

Eerste ring: Assendorp/Spoorzone; Diezerpoort; Kamperpoort

Tweede ring: AA-landen; Berkum; Holtendoek; Ittersum; Marslanden; Schelle; Westenholte

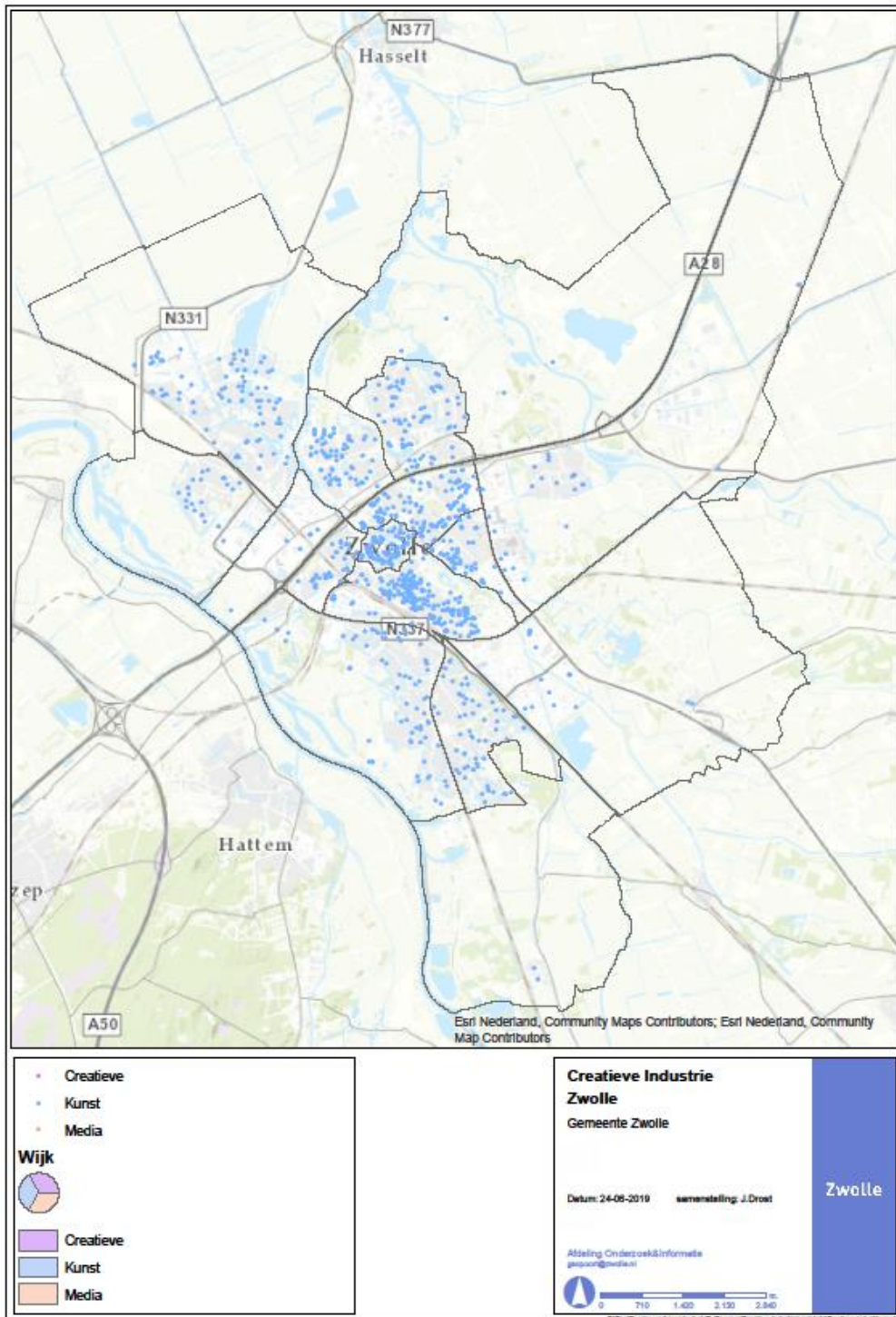
Overig: Wipstrik; Vechtlanden; Soestweteringlanden; Poort van Zwolle.

HOOFDSTUK 3 – DEELSECTOR KUNSTEN EN CULTUREEL ERFGOED

De meeste van onze creatieve bedrijven zijn actief binnen de deelsector “Kunsten en cultureel erfgoed”. In dit hoofdstuk zoomen wij in op de 1013 bedrijven die tot de deelsector behoren. Het grote aandeel van deze sector kan mogelijk worden verklaard door de rijke cultuurhistorie van de stad en de aanknopingspunten die dit biedt voor ondernemerschap.

SPREIDING OVER DE STAD

Op onderstaande kaart is te zien hoe de bedrijven van “Kunsten en cultureel erfgoed” zijn verspreid over de gemeente.



BEDRIJFSACTIVITEITEN

Het werkveld van bedrijven in deze sector varieert sterk.

Hoofdactiviteit	Aantal bedrijven
Schrijven en overige scheppende kunst	380

Beoefening van podiumkunst	353
Dienstverlening voor uitvoerende kunst	121
Kunstzinnige vorming van amateurs (geen dansscholen)	81
Producenten van podiumkunst	33
Informatieverstrekking op het gebied van toerisme en reserveringsbureaus	9
Monumentenzorg	7
Kunstgalerieën en -expositieruimten	7
Steunfondsen (niet op het gebied van welzijnszorg)	6
Kunstuitleencentra	3
Musea	2
Theaters en schouwburgen	1
Overige culturele uitleencentra en openbare archieven	1
Bewerken van edelstenen en vervaardiging van sieraden e.d.	2
Studiebegeleiding, vorming en onderwijs	2
Overige zakelijke dienstverlening	1
Vervaardiging van overige meubels	1
Winkels in bloemen en planten, zaden en tuinbenodigdheden	1
Vormen en bewerken van vlakglas	1
Vervaardiging van elektrische lampen en verlichtingsapparaten	1
Eindtotaal	1.013

Deze deelsector wordt gekenmerkt door een hoge mate van diversificatie van bedrijfsactiviteiten. Twee soorten van ondernemers kunnen binnen deze deelsector nadrukkelijk worden geïdentificeerd: 1) producenten van creatieve producten en 2) culturele ondernemers die deze productie verbinden aan een (kopers) publiek.

De groep “producenten van creatieve producten” is in aantal veruit de belangrijkste. Kleine bedrijfjes, veelal eenmanszaken, vormen hier de grote meerderheid. De meeste bedrijven zijn actief binnen schrijven, overige scheppende kunst en beoefening van podiumkunst. Zij maken samen meer dan tweederde deel uit van de deelsector “Kunsten en cultureel erfgoed”. Verder zijn dienstverlening voor uitvoerende kunst, kunstzinnige vorming van amateurs en producenten van podiumkunst veelvoorkomende hoofdactiviteiten. Bij podiumkunsten kan de ruimte-behoefte divers zijn. Sommigen worden gevraagd en oefenen en spelen op een groot toneel (bijvoorbeeld in De Spiegel), anderen hebben behoefte aan faciliteiten voor het oefenen in het klein.

Ondernemers binnen deze deelsector hebben in een hybride beroepspraktijk, wat betekent dat ze naast hun creatieve bedrijfsactiviteiten ook elders betaald werk doen.⁹ Een voorbeeld kan zijn een muzikant van het conservatorium die ingeschreven staat als zelfstandige en tevens een betaalde baan heeft, al dan niet in directe relatie tot de eigen muzikale achtergrond.

In de lijst staan enkele bedrijven die volgens de TNO-definitie niet tot de creatieve sector behoren. Aangezien het creëren van vorm, betekenis of symbolische waarde de kern vormt zijn deze bedrijven toch opgevoerd. Een voorbeeld is metaalbewerking voor de vervaardiging van sieraden, glas-in-lood en brandglas -ontwerp en -productie, en verlichtingskunstenaarschap.

⁹ Behoefteverkenning 2017, p13

De groep “culturele ondernemers” vormt in aantal een veel kleinere groep. Zij verbindt de zeer diverse productiewereld met klantenkringen, met commerciële alsmede culturele beweegredenen aan de basis van hun handelen.

HUISVESTINGSSITUATIE

Wij stellen vast dat de 1.013 ondernemers in de deelsector “kunsten en cultureel erfgoed” vooral zelf kunnen voorzien in hun werkruimte-behoefte, al dan niet door aan huis te werken. Het huidige getotaliseerde broedplaats gerelateerde aanbod van Stichting Ateliers Zwolle (SAZ), DOAS, Carex, Blauwdruk, Eureka en de Creatieve Coöperatie biedt ruimte aan 157 ondernemers (circa 15% van de bedrijven in de Zwolse creatieve sector).

De deelsector “kunsten en cultureel erfgoed” kent een grote diversiteit aan bedrijven en ondernemers. Bedrijven zijn gevestigd in verschillende panden op verschillende locaties. De plek van vestiging is afhankelijk van de werkzaamheden, behoeften en mogelijkheden. Kunstenaars die grote werken maken zullen behoefte hebben aan een navenant grote atelierruimte. Hieronder volgt een overzicht van aanbod en gebruik van werkruimte binnen de deelsector “kunsten en cultureel erfgoed”. Het is mogelijk dat het aanbod en/of gebruik van ruimten feitelijk groter is. Dit overzicht geeft een beeld van de locaties zoals op dit moment aan ons bekend is. De onderstaande aanbieders SAZ, R10 en Carex hebben een subsidie- of werkrelatie met Gemeente Zwolle; DOAS, Eureka, de Creatieve Cooperatie en Blauwdruk hebben geen structurele subsidierelatie met Gemeente Zwolle.

STICHTING ATELIERS ZWOLLE

De Stichting Ateliers Zwolle (SAZ) voert in opdracht van gemeente Zwolle een deel van het atelierbeleid uit. Zij verhuurt 50 atelierruimtes aan kunstenaars. De stichting ontvangt een structurele subsidie van € 135.000 per jaar, voor de exploitatie en het onderhoud. Hierdoor kunnen de huurprijzen relatief laag worden gehouden. De huurprijzen zijn inkomensafhankelijk. De gemiddelde kale huurprijzen liggen ongeveer tussen €2,26 en €3,10 per m2 per maand, afhankelijk van het gebouw. Per jaar is de m2 prijs dus ongeveer tussen de €27,12 en €37,20. De ateliers zijn verdeeld over de volgende panden in Zwolle:

Locatie	Aantal ateliers
Praubstraat 21-23	17
Koewegje 4.1	6
Bergkloosterweg 46	5
Veemarkt/Lijnbaan 103	2
Cyclamenstraat 14-16	3
Curieweg 12	17

CREATIEVE COÖPERATIE – LOCATIE RIETEWEG

De Creatieve Coöperatie biedt op drie locaties in Zwolle plek aan creatieve ondernemers. Een van de locaties is het voormalig schoolgebouw aan de Rieteweg 10. Dit pand is eigendom van de gemeente. de Creatieve Coöperatie beheert de locatie en verhuurt de ateliers in opdracht van de gemeente. Hier zijn verschillende kunstenaars en ondernemers bij elkaar gehuisvest. Daarnaast huren er bedrijven die actief zijn in de creatieve zakelijke dienstverlening. De Creatieve Coöperatie zorgt voor diversiteit van huurders om cross overs te bevorderen. De kale huur voor de ruimten is € 40,- per m2 per jaar excl. BTW. Daarbij komt een voorschot op nutsvoorzieningen van € 15,- per m2 per jaar excl. BTW. Daarnaast wordt jaarlijks een vast bedrag betaald voor facilitaire voorzieningen: € 750,- excl. BTW per ruimte. De ruimten zijn veelal per 30 m2 opgebouwd. Er zijn dus veel ruimten van 30, 60 of 90 m2.



CAREX – CONTAINERWONINGEN OOSTZEELAAN

Aan Oostzeelaan 6 verhuurt Carex Overijssel een complex met containerwoningen. Hier wonen en werken ongeveer 29 kunstenaars, culturele en creatieve ondernemers. Er zijn huurders die hier alleen wonen óf werken. De lage huurprijzen voor de werk- en woonruimten maken deze plek geschikt voor startende ondernemers. De huurders vormen een gemeenschap en de locatie fungeert als broedplaats. De grond is van gemeente Zwolle, de containers waarin gewoond wordt zijn van Delta Wonen. De gemeenteschappelijke ruimten

zijn van Gemeente Zwolle. De ruimte worden beheerd door Carex. De huur voor de flexwerkruimten is € 60,- per maand, inclusief energie- en servicekosten. De tarieven voor de kantoorruimten variëren tussen € 60,- en € 140,- per maand, inclusief energiekosten. De vierkante meter prijs die gemiddeld gesproken voor de Oostzeelaan wordt gehanteerd, is ongeveer €45,- per vierkante meter inclusief service- en energiekosten. Carex draagt aan de gemeente OZB, verzekeringskosten en onderhoudskosten af. Hiermee heeft de gemeente geen kosten aan de Oostzeelaan.

DOAS – DE OUDE AMBACHTSSCHOOL

Het pand Mimosastraat 1 wordt gehuurd door de vereniging DOAS van de woningcorporatie SWZ. DOAS verhuurt ateliers aan ruim 30 kunstenaars, culturele en creatieve ondernemers. In het pand zijn werkplaatsen, ruimten voor workshops, voor schilderen of keramiek. Er is een fotostudio en er zijn zalen voor concert, dans en theater. De ateliers zijn vanaf een grootte van circa 28 m² te huur en steeds een veelvoud daarvan. Het grootste atelier is 140 m². De prijs is gemiddeld € 55 per m² per jaar, exclusief 21% btw en servicekosten (gas, water, elektra en schoonmaakkosten voor algemene ruimten). SWZ verhuurt ruimten aan drie commerciële partijen, voor wie de huurprijs gemiddeld €130 per jaar per m² is. Zo worden er bijvoorbeeld appartementen verhuurd. Aan de verhuur door DOAS zijn geen kosten voor de gemeente verbonden.



EUREKA

De stichting Archimedes exploiteert namens de vereniging Eureka het pand Assendorperplein 7. In het pand zijn verschillende functies onder gebracht waaronder een poppodium en ateliers die ruimte bieden aan 11 creatieve bedrijven. In het verdienmodel is de exploitatie van een eetcafé voorzien. De creatieve bedrijvigheid is geconcentreerd op podiumkunsten en muziekbeoefening en muziekonderwijs. Aan de verhuur zijn geen kosten voor de gemeente verbonden.

CREATIEVE COÖPERATIE – LOCATIE ESDOORNSTRAAT

[De Creatieve Coöperatie is qua beheerstructuur ondergebracht in een stichting en in een BV. De BV is recent overgenomen door Jansen Vastgoed; de stichting hangt onder Cibap. De locatie aan de Esdoornstraat biedt ruimte aan verschillende werkplaatsen en ateliers. Daarnaast is er ook een collectieve makerspace waar kunstenaars en creatieve ondernemers gebruik kunnen maken van faciliteiten zoals gereedschap en opbergkasten. Het pand bestaat uit 11 ateliers waarin ondernemers actief zijn uit de deelsector kunst en cultureel erfgoed. De huurprijs is € 36,- per m2 per jaar excl. BTW (€ 60,- per m2 in 2020). De facilitaire kosten incl. nutsvoorzieningen bedragen € 40,- per m2 per jaar excl. BTW. Tevens wordt een bijdrage gevraagd voor de collectieve materiaalpot van € 20,- per m2 per jaar excl. BTW. Aan de verhuur zijn geen kosten voor de gemeente verbonden.



Het pand bestaat uit 11 ateliers waarin ondernemers actief zijn uit de deelsector kunst en cultureel erfgoed. De huurprijs is € 36,- per m2 per jaar excl. BTW (€ 60,- per m2 in 2020). De facilitaire kosten incl. nutsvoorzieningen bedragen € 40,- per m2 per jaar excl. BTW. Tevens wordt een bijdrage gevraagd voor de collectieve materiaalpot van € 20,- per m2 per jaar excl. BTW. Aan de verhuur zijn geen kosten voor de gemeente verbonden.

BLAUWDRUCK WARENHUIS & GALERIE

Blauwdruck, gelegen aan de Sassenstraat 26, is een private organisatie voor verhuur van atelierruimte, expositie en verkoop. Er worden 13 ateliers verhuurd. De huurprijzen zijn gerelateerd aan de gehuurde vloeroppervlakte. De prijzen zijn € 133, € 145, € 160, € 195, € 200, € 225, € 320 en € 550 per maand. Ook is er een workshopruimte die wordt gebruikt door een schilderclub; de huur van deze ruimte bedraagt €200 per maand. Blauwdruck berekent geen BTW over de netto huurprijzen. Aan de verhuur zijn geen kosten voor de gemeente verbonden.

Samengevoegd in een tabel laten de locaties het volgende huurbeeld zien:

	Gem. Huur maand per m2	Gem. Huur jaar per m2	Gem. Huur per ruimte per jaar	Service, energie
SAZ	2,68	32,16		Kaal
Rieteweg 10		40		Kaal, Ex. BTW ; Voorschot nutsvoorziening van € 15 per m2 per jaar ex. Btw. Daarnaast € 750 ex. BTW per ruimte.
Oostzeelaan	45			
Esdoornstraat		36,-		Ex. BTW; + 60 per m2 per jaar nuts en materiaalbijdrage.
Eureka				
DOAS		55		Ex btw en servicekosten
Blauwdruck			2892,-	Ex. BTW
<u>Voorzichtig gemiddelde</u>		40,79		

AANBOD VAN VASTGOED DOOR GEMEENTE ZWOLLE

De afdeling Vastgoed van Gemeente Zwolle heeft zicht op het aanbod van ruimte aan de creatieve sector in de eigen portefeuille. Er is geen beeld van commerciële partijen die atelierruimte e.d. aanbieden. Algemene indruk is dat het aantal commerciële spelers in deze niche relatief klein en overzichtelijk is. Verscherping van deze indruk met gegevens uit publieke registraties als BAG, WOZ e.d. valt niet te verwachten. Deze registraties bieden geen gegevens over de oppervlakte van ateliers, huurprijzen e.d.. Enige houvast kunnen wij ontleen aan de “Benchmark Gemeente-Vastgoed” (2019) waaraan 23 gemeenten hebben meegedaan.¹⁰ Zwolle is hierbij niet betrokken. Uit de benchmark blijkt dat de kostprijsdekkende huur voor atelier- en expositieruimte 51,80 per m2 vvo is. Voor poppodia en concertgebouwen is deze 119,90 per m2 vvo. Hierbij moet de kanttekening worden gemaakt dat de door de 23 gemeenten gehanteerde berekeningswijze onbekend is en per gemeente kan verschillen.

De huisvestingsvraag in deze deelsector verandert door verschillende ontwikkelingen. Wij zien dat de productiewijze verschuift naar het gebruik van digitale middelen en -toepassingen. Ateliers worden steeds vaker gebruikt als expositie- en verkoopruimte en moeten voldoen aan maatschappelijke eisen van representativiteit. Tenslotte, de veranderde huisvestingsvraag is ook ontstaan door het verdwijnen van de opleiding tot autonoom kunstenaar uit Zwolle. De ruimtevraag van de autonome kunstenaars is afgenomen.

BEHOEFTE – KUNSTEN EN CULTUREEL ERFGOED

Nu wij een beeld hebben van de omvang, spreiding en huisvesting (inclusief m2 prijs) van de deelsector “Kunsten en cultureel erfgoed” wordt in de volgende paragrafen getracht de behoeften en ervaringen van de kunstenaars, culturele en creatieve ondernemers in deze deelsector te identificeren. Wat vragen zij van de stad en van de gemeente?

VERZAKELIJING EN PROFESSIONALISERING

De trend naar verzakelijking en professionalisering van de creatieve sector als geheel wordt herkend door de kunstenaars in onze stad. Er is een groeiende groep van kunstenaars die beseffen dat ondernemerschap noodzakelijk is om in het levensonderhoud te kunnen voorzien. *“Je moet steeds bij je zelf nagaan of je voldoende mogelijkheden hebt om je product of werk te verkopen”*. Een andere kunstenaar zegt: *“Je naam is je merk: die moet je opbouwen en gaan verkopen”*. Steeds meer kunstenaars werken in opdracht of beginnen een eigen bedrijf. Een muziekdocent zegt dat *“als je een inkomen wil halen uit je creatieve vak en een ruimte wil hebben in de stad, dan moet je ondernemen en ook wel risico durven nemen.”*

Van een professionele kunstenaar wordt tegenwoordig verwacht dat hij/zij over voldoende ondernemersvaardigheden kan beschikken. In het curriculum van het kunstonderwijs wordt hier georganiseerde aandacht aan besteed. Daarnaast is er een gericht aanbod van nascholing en begeleiding van alumni in de eerste fase van hun ondernemerschap.

ArtEZ heeft het ArtEZ Business Centre (ABC) waarmee een brug wordt geslagen tussen leeromgeving en werkomgeving. ABC faciliteert het ondernemerschapsonderwijs binnen de opleidingen, verzorgt een alumniprogramma, adviseert startende kunstenaars en ontwikkelt broedplaatsen voor alumni.¹¹ De komende jaren wordt ABC verder doorontwikkeld.

¹⁰ Uitgevoerd door Tias-Republiq (2019), zie: <https://benchmarkgemeentelijkvastgoed.nl/resultaten/>

¹¹ <https://www.artez.nl/artbusinesscentre>

Uit de in het kader van het onderzoek gevoerde interviews komt naar voren dat studenten en afgestudeerden nog niet optimaal gebruik maken van het aanbod. Tijdens de studie gaat de aandacht van de studenten zelf vooral uit naar het maken van kwalitatief goede kunst en minder naar het aanleren van ondernemersvaardigheden.

MARKTMACHT IN EEN STERK INDIVIDUALISTISCHE OMGEVING

De kwantitatieve analyse laat zien dat tegenover een groot aantal, versnipperde bedrijven in de creatie-productiesfeer (kunstenaars) er een veel geconcentreerder aanbod is van culturele ondernemers (verbinders van producent en consument). Dat plaatst de producent bij voorbaat in een ongunstige positie in de keten en heeft negatieve effecten op zijn verdienvermogen (baten). In andere markten zien wij dat producenten intensieve samenwerking gaan zoeken om meer als collectief duidelijke marktmacht te organiseren. Dat gebeurt in de onderhavige markt slechts heel beperkt omdat deze markt een sterk individualistische cultuur kent.

De geïnterviewden in dit onderzoek benadrukten het belang van vrijheid en rust in de door henzelf gestelde creatieve opgaven. Zij moeten naast hun creatieve werk al steeds meer aandacht schenken aan bedrijfsvoering en ondernemerschap. Verder opvoeren van de eigen collectieve organisatiegraad vraagt grote inspanningen, en operationele samenwerking (gezamenlijke open dag, collectieve verkoop, e.d.) roept weerstand op.

Het zelf-organiserend vermogen oogt gering. Respondenten neigen ernaar om Gemeente Zwolle te vragen op het terrein van baten verhogend beleid meer verantwoordelijkheid te nemen. Voorbeelden die in de interviews zijn genoemd, zijn: het betere kansen bieden in (gemeentelijke) openbare inschrijvingen, het beter betrekken van kunstenaars bij stadsontwikkelingsprojecten en de daaruit voortkomende kunstopdrachten (in het kader van de 1% regeling), het verbeteren van expositiemogelijkheden, het koppelen van de sector aan het cultuur- en evenementenbeleid en daaruit voortkomende activiteiten. Kortom, een roep om consistentie van programmering en daaraan verbonden huisvesting en locatietoewijzing.

Jongere kunstenaars en ondernemers maken de indruk ondernemender en zakelijker te zijn. Zij zijn meer gericht op het onderhouden van een breed netwerk en zien eerder mogelijkheden om aan collectieve projecten (mee) te werken.

Het aandeel van producenten dat in een broedplaats of cluster van bedrijven een atelier heeft is klein met circa 15% van de bedrijven. Het idee van broedplaatsen is het stimuleren van contact en het tot stand brengen van kruisbestuiving tussen heel verschillende activiteiten in productie-creatie, cultuurondernemerschap en creatief ondernemerschap. Vanuit stedelijk en gemeentelijk perspectief kan concentratie een positieve bijdrage leveren aan de aantrekkelijkheid van de stad, aan het stimuleren van een cultureel klimaat, en aan economische innovatie. Bovendien is concentratie in clusters qua kostenplaatje gunstiger.

Het bevorderen van ontmoeten, netwerken en samenwerking kan ook op andere wijze. In 2018 hebben de provincie Overijssel en de gemeente Zwolle gezamenlijk de Creative Council gesubsidieerd: een digitale platform bedoeld als een marktplaats om elkaar te leren kennen, kennis te delen, opdrachtgever en opdrachtnemer te verbinden en huisvestingsvragen te stellen. De Creative i Council is een initiatief van de Creative Board.

Als de kansen aan de batenkant beter worden benut ontstaat er meer ruimte, privaat en publiek, om qua huisvesting, werklocaties, expositie-, opslag- en distributiefaciliteiten een schaa sprong te maken. Daarmee kan het huidige fenomeen dat de meeste aandacht uitgaat naar de kostenkant worden geadresseerd: het verkrijgen, in gebruik nemen en vooral houden van laaggeprijsde, al dan niet gesubsidieerde bedrijfsruimte

buitenshuis. Daarbij is het werken op woonadres meestal de goedkoopste, zij het niet altijd de meest ideale oplossing. Vanuit gemeentelijk en stedelijk perspectief brengt dit versnippering met zich mee en verkleint het de impact die de sector kan hebben op de attractiviteit en economie van de stad.

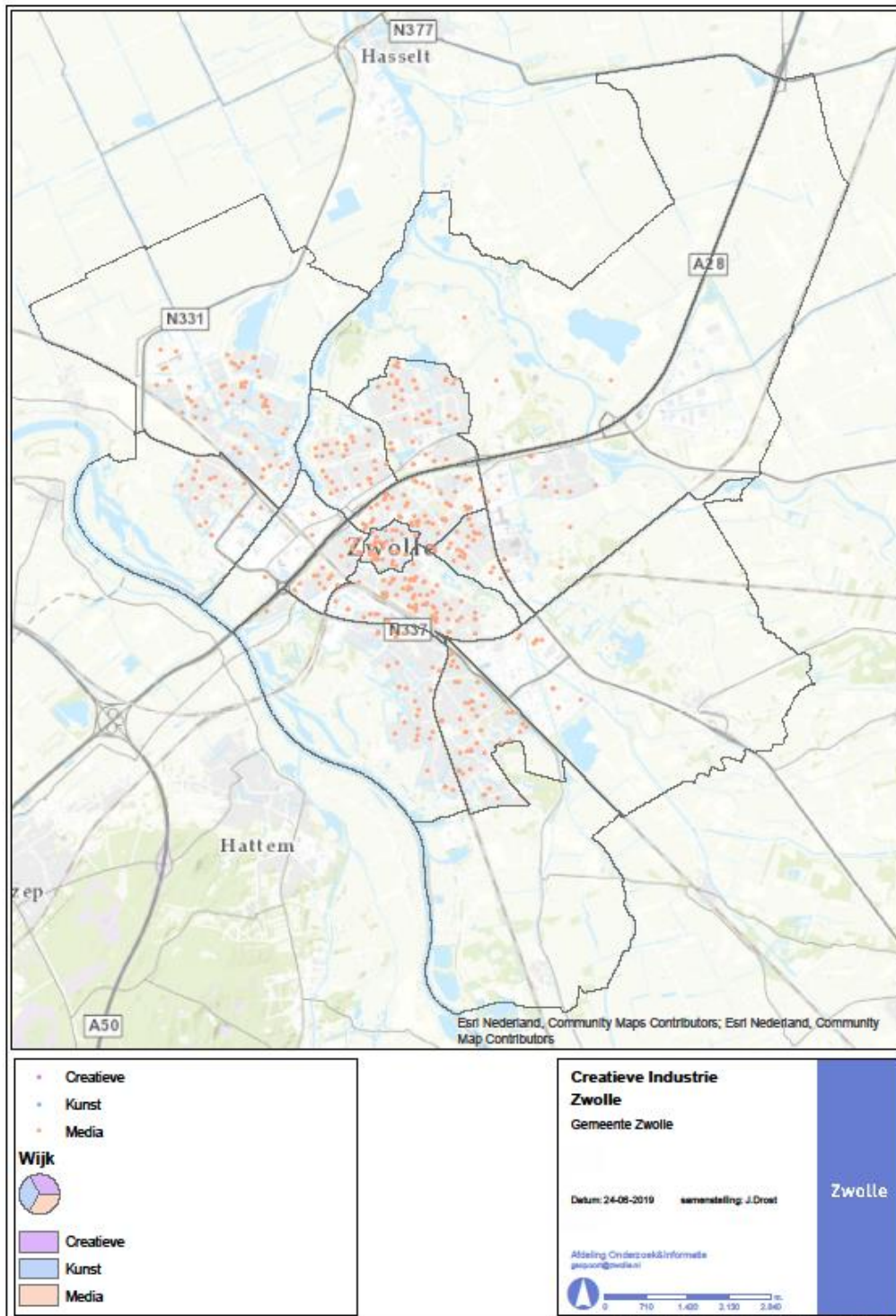
SAZ kent een wachtlijst van circa 25 personen. Aan de aanbodzijde van SAZ is geen verruiming opgetreden van het aangeboden aantal ateliers. Bovendien is er nauwelijks doorstroom of uitstroom van de zittende populatie huurders. De huurcontracten bevatten geen clause die doorstroming aanmoedigt of afdwingt. De contracten kennen weliswaar een looptijd van een jaar maar worden telkens stilzwijgend verlengd.

HOOFDSTUK 4 - MEDIA EN ENTERTAINMENTINDUSTRIE

In dit hoofdstuk kijken wij naar de “Media en entertainmentindustrie” in Zwolle. Zoals aangegeven telt deze deelsector 461 bedrijven. Waar zijn deze bedrijven gevestigd, wat zijn hun bedrijfsactiviteiten en op wat voor locaties zijn zij gevestigd? Welke ervaringen en behoeften hebben de kunstenaars, culturele en creatieve ondernemers binnen deze sector?

SPREIDING OVER DE STAD

Eerst kijken wij naar de spreiding van de bedrijven over de stad. De kaart laat zien dat er een brede spreiding is over de stad, met een concentratie in de binnenstad.



BEDRIJFSACTIVITEITEN

De meeste bedrijven zijn gericht op fotografie en de productie van films (geen televisiefilms). Bedrijven in deze deelsector hebben de volgende hoofdactiviteiten:

Hoofdactiviteit	Aantal bedrijven
Fotografie	194
Productie van films (geen televisiefilms)	111

Maken en uitgeven van geluidsoptnamen	29
Uitgeverijen van boeken	27
Facilitaire activiteiten voor film- en televisieproductie	22
Circus en variété	13
Uitgeverijen van tijdschriften	9
Ontwikkelen, produceren en uitgeven van software	9
Productie van televisieprogramma's	6
Uitgeverijen van kranten	6
Overige uitgeverijen (niet van software)	5
Kermisattracties	2
Bioscopen	2
Pret- en themaparken	2
Distributie van films en televisieproducties	1
Uitgeverijen van computerspellen	1
Overige uitgeverijen van software	1
Kunstzinnige vorming van amateurs (geen dansscholen)	6
Studiebegeleiding, vorming en onderwijs	3
Reproductie van opgenomen media	2
Overige specialistische zakelijke dienstverlening	1
Verhuur van overige consumentenartikelen	1
Advisering op het gebied van management en bedrijfsvoering (geen public relations en organisatie- adviesbureaus)	1
Eindtotaal	461

ANALYSE CIJFERS

Analyse van de cijfers laat zien dat binnen deze deelsector relatief veel bedrijven actief zijn in de fotografie. Waarschijnlijk zijn er hier veel fotografen actief die naast een (hoofd) betrekking parttime als fotograaf werken en zich als fotograaf hebben ingeschreven bij de Kamer van Koophandel.

Ook de productie van films (geen televisiefilms) is een bedrijfsactiviteit die opvallend vaak voorkomt in Zwolle. Er zijn relatief veel mediaproductiebedrijven: makers van bijvoorbeeld bedrijfsfilms of evenementenvideo's. De vraag is hoe het komt dat zoveel bedrijven hierin gespecialiseerd zijn.

Binnen de categorie circus en variété zien wij tien DJ's die in Zwolle gevestigd zijn.

HUISVESTINGSSITUATIE

De media en entertainmentindustrie heeft een andersoortige ruimtebehoefte dan de overige deelsectoren. Fotografen, uitgeverijen, softwareontwikkelaars en omroepen maken vooral gebruik van / hebben behoefte aan kantoorruimten. Wij zien dat er ook kantoorruimte wordt aangeboden aan de creatieve sector. Hieronder wordt een aantal locaties toegelicht, voor zover deze aan ons bekend zijn. Net als in de overige deelsectoren zal een aantal bedrijven niet op een van de locaties zijn gehuisvest maar heeft het elders in de stad een vestiging.

CREATIEVE COÖPERATIE – LOCATIE ESDOORNSTRAAT

Aan de Esdoornstraat 3 verhuurt de Creatieve Coöperatie kantoorwerkruimten en atelierruimten. Hier worden 34 kantoorruimten verhuurd met oppervlaktes variërend van 17 m² tot 250 m². Wij zien hier 9 bedrijven uit de media en entertainmentindustrie: bedrijven in fotografie, productie van films en een uitgeverij van kranten. Verder zijn er drie reclamebureaus gevestigd. De kale huurprijs voor de kantoorruimten ligt op €95,- per m² per jaar excl. BTW. Hier komen facilitaire kosten (incl. nutsvoorzieningen) van € 40,- per m² per jaar excl. BTW.

2CONNEXT

Aan de Dokter van Deenweg 108 worden 100 kantoorunits verhuurd door 2Connex. Hier zijn 7 bedrijven uit de media en entertainmentindustrie gevestigd. Het gaat om reclamebureaus, een softwareontwikkelaar en een uitgeverij. De huurprijs is vanaf 249 per maand (20m²) en 359 (28-40m²), (incl. voorzieningen en services).

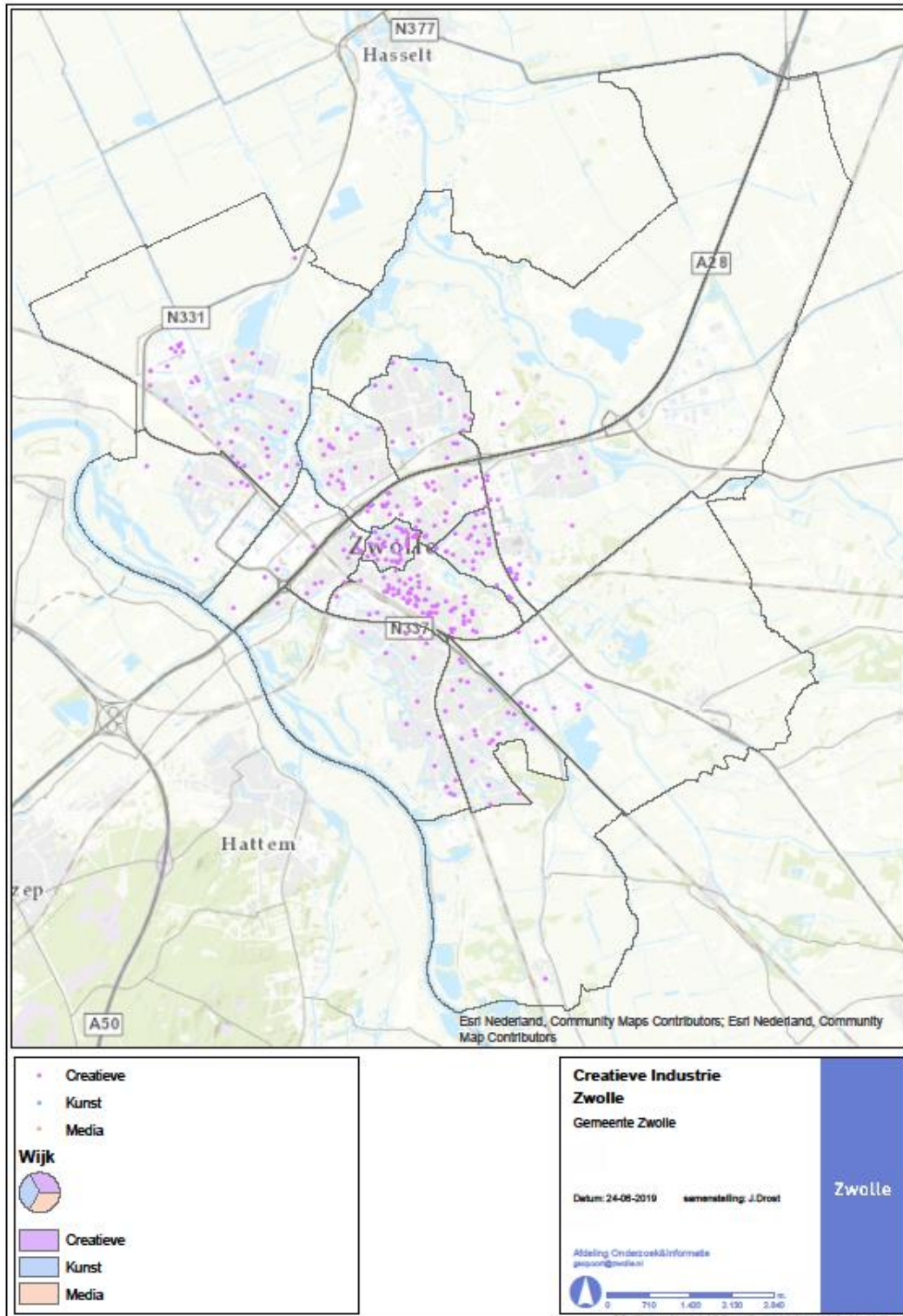
VISHAY-TERREIN

Op het Vishay-terrein, het voormalige Philips-terrein aan de Ceintuurbaan 15, is een aantal creatieve ondernemers gevestigd waaronder twee bedrijven die films produceren, een bedrijf gericht op dienstverlening voor uitvoerende kunst en een reclamebureau. Deze locatie biedt dus ruimte aan de gehele creatieve sector.

BEHOEFTE – MEDIA EN ENTERTAINMENTINDUSTRIE

HOOFDSTUK 5 – DEELSECTOR CREATIEVE ZAKELIJKE DIENSTVERLENING

In de deelsector “Creatieve zakelijke dienstverlening” zijn 336 bedrijven actief. Op de kaart is te zien waar deze deelsector is gevestigd. Wij kunnen vaststellen dat zij vooral is geconcentreerd in de binnenstad, Assendorp en Dieze.



BEDRIJFSACTIVITEITEN

Deze bedrijven hebben verschillende hoofdactiviteiten, namelijk de volgende:

Hoofdactiviteit:	Aantal bedrijven:
Reclamebureaus	261
Communicatie- en grafisch ontwerp	31

Public relations bureaus	20
Organiseren van congressen en beurzen	15
Industrieel en productontwerp	2
Persagentschappen	1
Interieur- en ruimtelijk ontwerp	1
Ingenieurs en overig technisch ontwerp en advies	1
Vervaardiging van overige meubels	1
Overige recreatie	2
Totaal	336

De meeste bedrijven hebben als hoofdactiviteit “Reclamebureau” opgegeven: het aandeel reclamebedrijven is opvallend veel groter dan bedrijven met een andere hoofdactiviteit. Mogelijke verklaring is dat deze categorie zeer ruim gedefinieerd kan worden. Er staan bijvoorbeeld ook beeldend kunstenaars ingeschreven die in opdracht werken voor bedrijven en bijdragen aan de naamsbekendheid, reclame en publiciteit van het bedrijf. Volgens de TNO definitie passen zij beter in “Kunsten en cultureel erfgoed”.

Ook binnen “Creatieve zakelijke dienstverlening” treedt vermenging op van gegevens: meerdere bedrijven hebben alleen een creatieve nevenactiviteit. Ook hier maken wij een uitzondering voor sommige bedrijven. Zo is er een ingenieursbedrijf dat innovatieve technologische producten ontwerpt. Een ander voorbeeld is een bedrijf in ‘vervaardiging van overige meubels’ dat meubels ontwerpt én kunst maakt.

HUISVESTINGSSITUATIE

Net als in de “Media en entertainmentindustrie” zijn enige bedrijven in de “Creatieve zakelijke dienstverlening” in kantoorruimten gehuisvest. Daarnaast zijn er bedrijven gehuisvest in een werkplaats of atelier ruimte. Bedrijven in interieur- en ruimtelijk ontwerp en industrieel en productontwerp zullen ruimte nodig hebben om met diverse materialen producten te kunnen ontwerpen en te produceren. Bedrijven in deze deelsector concentreren zich in het centrum en de eerste ring daar omheen. Hier werken vooral de intermediairs die het klantcontact monopoliseren. In de waardeketen van deze deelsector werken ook producenten van reclamematerialen (toeleveranciers, waaronder ook kunstenaars). Wij zien hen vaker intrek nemen in bedrijfsgebouwen en ateliers.

Verzamellocaties waar “Creatieve zakelijke dienstverleningsbedrijven” zijn gehuisvest, zijn:

CREATIEVE COÖPERATIE – LOCATIE GROTE VOORT

Aan de locatie Grote Voort wordt op dit moment (2019) door een particuliere vastgoedondernemer bedrijfsunits gecreëerd voor 100 ondernemingen. Dit bedrijfsverzamelgebouw is nog in ontwikkeling. Het beheer zal worden ondergebracht bij de Creatieve Coöperatie. Enige ondernemers hebben zich hier inmiddels gevestigd: een muziekschool, een meubelmakerij en een bedrijf in visuele communicatie. Vastgesteld kan worden dat een verhuurder niet discrimineert naar categorie. Er komen ondernemers te werken uit de drie deelsectoren, met verschillende soorten bedrijven en bedrijvigheid onder één dak. Op deze locatie ligt de kale huurprijs op € 80,- per m2 per jaar excl. BTW. Hier komt een voorschot nutsvoorzieningen bij van € 15,- per m2 per jaar excl. BTW. Verder zijn er facilitaire kosten van € 750,- per jaar excl. BTW per ruimte.

POLYMER SCIENCE PARK

Het Polymer Science Park aan de Ceintuurbaan 15 is een bedrijvenpark waarbinnen sprake is van overlap tussen de creatieve zakelijke sector en de creatieve technologische sector is. Dit is een innovatiecentrum voor

toegepaste kunststoftechnologie, gericht op nieuwe technologische ontwikkelingen als duurzaamheid en smart technology. Hier worden onder meer (leer-)plekken aangeboden aan studenten en starters.

BEHOEFTE – CREATIEVE ZAKELIJKE DIENSTVERLENING

De gesprekken die met de ondernemers in deze deelsector zijn gevoerd zijn gelet op hun geringe aantal niet representatief. Rekening houdend met deze kanttekening kan worden opgemerkt dat de ondernemers aangeven dat strategie, productie en het bereiken van resultaten kan worden verbeterd. Men is van oordeel dat creatieve sector als geheel professioneler kan (samen)werken en de onderlinge organisatiegraad kan worden versterkt. Sectorbreed is er behoefte uitgesproken aan onderlinge ontmoeting. Enige jaren geleden is de Creative Board Regio Zwolle opgericht, als een pendant van de Economic Board in de Regio Zwolle. De Creative Board heeft het initiatief genomen voor de Sectortafel Creatieve Industrie waaraan bedrijven uit de verschillende deelsectoren deelnemen. Aan de sectortafel is een sterke behoefte geuit aan matching: het leggen van onderlinge relaties, kennisuitwisseling en samenwerken.

HOOFDSTUK 6 - LEERPUNTEN EN AANBEVELINGEN

Dit onderzoek is een vervolg op het eerder door HEMM uitgevoerd onderzoek naar de creatieve sector in onze stad en een bewerking van het onderzoeksverslag van oud-trainee Andrea de Vries. Naar aanleiding van de resultaten van dit onderzoek is de behoefte uitgesproken om dieper in te zoomen op de huisvestingssituatie van de creatieve sector. Beantwoording aan deze behoefte bleek lastiger dan verwacht: de sector is omvangrijk, onzichtbaar en niet in een onderling verband georganiseerd. De benodigde data bleek niet in alle gevallen beschikbaar en/of onderling goed vergelijkbaar. Dit is voor ons aanleiding om geen conclusies te trekken maar voorzichtig enige leerpunten te formuleren op basis van de ontwikkelingen die wij menen te zien.

In dit rapport hebben wij de sector beschreven en daarbij een behoeften aan ruimte en faciliteiten geconstateerd en getracht deze zo goed mogelijk in kaart te brengen. Er is een geografisch beeld gerealiseerd van de verspreiding van de bedrijven over de stad, zodanig dat indien gewenst hier beleidsmatig sturing op kan worden gegeven.

DE ROL VAN DE SECTOR IN DE SAMENLEVING VERANDERT

De creatieve sector is van belang voor de toekomst van ons land en voor een innovatieve bijdrage aan de oplossing van complexe maatschappelijke, sociale en economische vraagstukken waarvoor wij worden geplaagd. Wij zien daarbij dat de creatieve sector steeds meer opschuift naar de reguliere economie, waar het substantieel bijdraagt aan vernieuwing en innovatie en waarde toevoegt aan de productontwikkeling van bedrijven. Wij zien de opkomst van creative technology waarin creatieven en technici samenwerken om de technologie toepasbaar en mensvriendelijk te maken én aantrekkelijk vorm te geven. Er is een beweging naar *creative works* waarin de creatieve sector rechtstreeks wordt verbonden met de reguliere industrie (met name het mkb). Het wordt in de Regio Zwolle normaal om creatieve breinen in te schakelen voor verandering en vernieuwing van producten en bedrijfsprocessen.

De bijdrage aan de verschillende economische sectoren plús dat steeds meer creatieven “embedded” raken in reguliere bedrijven maakt dat de creatieve sector een verbindende satehprikker wordt in de Zwolse economie. De creatieve sector verbindt en versterkt de topsectoren economie en cultuur. Door het verbinden van veel kleine bedrijven uit de creatieve sector ontstaat een breed netwerk van creativiteit, productontwikkeling en producten.

De creatieve sector in Zwolle groeit en wordt steeds meer een factor van betekenis. Niet alleen de sector groeit, ook de stad zelf zal de komende jaren een forse groeispurt inzetten. Het gewicht van kunst en cultuur, waaronder de creatieve sector, neemt navenant toe om een attractief klimaat te kunnen bieden wat hoort bij een stad van onze schaalgrootte. De inwoner van morgen en de werknemer van de toekomst wil een rijk cultureel aanbod onder handbereik en een stadslucht kunnen ademen die de vrije geest voedt.

IDENTITEIT VAN DE SECTOR

De creatieve sector is een losse en soms onzichtbare sector is. Daardoor is het niet eenvoudig om een duidelijk beeld te krijgen van alle kunstenaars, culturele en creatieve ondernemers in de stad. Door de sector zelf is in de Creative Board als speerpunt geformuleerd het ontwikkelen van een gezamenlijke identiteit en profilering en het in kaart brengen van alle creatieve industrie in Zwolle, waaronder de verborgen creatieve industrie.

In zijn aard is de sector gefragmenteerd in kleine bedrijven en is zij amorf in activiteiten waardoor het zicht op het totaal van de sector diffuus is. Nog lastiger is het zicht te krijgen op creatieve ondernemers die als zzp-er “embedded” zijn in grotere bedrijven. Het zelf-organiserend vermogen van de sector is laag, om begrijpelijke redenen. Hierdoor blijft ook het benoemen van gemene delers, die er wel degelijk zijn, achterwege. In de Zwolse sector zijn enkele keyfigures en icones beeldbepalend, maar een echte stuwende samenbindende waarde kan aan hen niet worden toegekend. Als gemeente moeten wij het zicht op de sector verbeteren en behouden en actief bijdragen aan de onderlinge samenwerking van de sector door het aanbieden van faciliteiten als

ruimten, subsidies en nudging. Door samenwerking wordt de economische kracht van de sector aanmerkelijk vergroot.

Kunstenaars geven aan moeite te hebben om zichtbaar te zijn of te worden in de stad. Zij hebben behoefte aan mogelijkheden voor exposities, e.d.. Ook hebben zij behoefte aan een platform zodat verbindingen gelegd kunnen worden, onderling en tussen opdrachtgever en opdrachtnemer. Tegelijkertijd stellen wij vast dat het aandeel van bedrijven dat zich in een clustervorm, zoals een broedplaats, vestigt klein is. Samenbrengen in broedplaatsen betekent niet dat men vanzelf gaat samenwerken en tot de gewenste cross overs komt. Bovendien zien wij dat onze broedplaatsen zich niet als knooppunten ontwikkelen in een beginnend netwerk. Dit vergt klaarblijkelijk van ons een extra beleidsmatige en beheersmatige stap.

In de sectortafels van de creatieve sector, die begin 2019 zijn gehouden, is het gebrek aan zichtbaarheid als een kans geformuleerd (toon lef, wordt zichtbaar “and get creative”). Acties die hier bij horen zijn het op de regio agenda zetten van de creatieve industrie, verbindingen leggen, cases / best practices laten zien en het gezamenlijk werken aan de positionering van de creatieve industrie in de regio Zwolle.

Er is geen georganiseerde verbinding tussen de sector en de reguliere economie. Door het creëren van verbinding kunnen wij het ambitieus ondernemerschap versnellen. Een methode is het bij elkaar brengen van de top 100 ondernemers (individuen) in de regio bij elkaar brengen en koppelen aan nieuwe initiatieven waardoor versnelling plaatsvindt.

DE SECTOR PROFESSIONALISEERT

Onder de scheppende kunstenaars zien wij een trend naar verzakelijking en professionalisering. Waar de kunstenaar voorheen van mecenaat en overheid afhankelijk was, is de kunstenaar van vandaag actief op zoek naar presentatie en verkoop aan publiek. Kunstenaars worden ondernemender. De contactrelatie tussen kunstenaar en klant wordt zakelijk. Deze verzakelijking kunnen wij doortrekken naar de subsidierelatie tussen kunstenaar en gemeente. Dit uit zich onder meer in de noodzakelijke aanscherping van de afspraken over de looptijd van huurcontracten, de voorwaarden en de m2 prijs. Daarnaast kunnen eisen worden gesteld aan instroom, doorstroom en uitstroom van huurders. Wij hebben kunnen vaststellen dat de huursituatie en de huurkwaliteit per pand verschilt. In het algemeen gesproken, kunnen wij concluderen dat het huuraanbod van een lage kwaliteit is en dat de huurprijs daarmee in verhouding is. Er is weinig doorstroming en de door de gemeente beheerde panden. Om hier verbetering in te brengen moet het beleid worden aangepast ten aanzien van de selectiviteit en doorstroom (instroommanagement) en het vragen van tegenprestaties. Daarnaast is een prijsbeleid noodzakelijk dat is gebaseerd op een reële huurprijs. In bestaande gevallen moet worden voorzien aan huurgewenning mocht er sprake zijn van huurverhoging.

Starters in de sector lopen grosso modo tegen dezelfde vraagstukken aan als “reguliere” starters, startups en scale ups. Door hen in het gemeentelijk startersbeleid te betrekken, kunnen wij een win-win bereiken. De creatieve sector heeft de behoefte uitgesproken dat de creatieve campus op orde moet zijn, zowel fysiek als digitaal. Een campus waar creatieve ondernemers, onderwijs, ontwerpfabriek, museum en *experience center* samenkomen.

WENDBAARHEID

In totaal volgen ca. 5.500 studenten een creatieve opleiding in Zwolle. Cibap, Deltion en Landstede behoren tot de nationale top. Daarbij wordt er in het curriculum onderwijs gegeven in ondernemerschapvaardigheden; in de eerste alumni-fase worden alumni begeleid in de start van hun ondernemerscarrière. Afgaande op geluiden uit de interviews kunnen de onderwijsinstellingen het aanbod nog aanscherpen. Uit de sector zelf is behoefte aangegeven aan het laten samenwerken van creatieven en technici, het toegankelijk maken van technologie. Daarnaast is er behoefte aan versterking van het vakmanschap gericht op design thinking, digitale toepassingen, creative technology e.d.

In dit onderzoek is gesproken met een aantal oud-studenten van Cibap (MBO). De meesten van hen volgden de opleiding “Mediavormgeving” en zijn na hun studie als zelfstandig fotograaf gaan werken. Zij gaven aan dat er in het schoolcurriculum een georganiseerd onderwijsaanbod is van ondernemersvaardigheden. In het 4^{de} jaar wordt de keuzemogelijkheid “Ondernemen” aangeboden. Onderdeel van dit keuzevak is het schrijven van een ondernemingsplan en het starten een bedrijf. De geïnterviewde alumni geven aan dat zij voor dit keuzevak graag meer tijd hadden gehad. Men miste aandacht voor de risico’s van ondernemen, het leren netwerken en een mediatraining.

Op het Deltion College (MBO) wordt de opleiding tot “Game Developer” aangeboden. Het ontwikkelen van games wordt gerekend tot de media- en entertainmentindustrie. In het curriculum kan volgens de geïnterviewde studenten meer georganiseerde aandacht worden geschonken aan ondernemerschap. De gaming industrie is een harde, competitieve sector. Dit vereist het kunnen beschikken over topkwaliteiten om te kunnen excelleren in deze sector. Studenten worden zo goed mogelijk opgeleid in met name de kennisaspecten van het vak. Dit sluit aan op de praktijk, waarin de meeste studenten na het afstuderen gaan werken voor een bestaand bedrijf.

Wij kunnen vaststellen dat de studenten van beide instellingen worden geschoold in de “technische” vaardigheden van het vak, maar daarnaast ook in de “mores” van de beroepspraktijk. Voor de creatieve sector als geheel is het optimaal matchen van de arbeidsmarkt aan de curriculumrichting van de opleidingen van groot belang, gelet op de dynamiek in de huidige industrie (training). Bedrijven moeten de inhoud mede (kunnen) bepalen. Er moet een scherp beeld zijn van wat er nodig is om de arbeidsmarkt goed te kunnen bedienen (matching).

Uit de gesprekken met (oud-)studenten van Cibap en Deltion komt naar voren dat de meesten van hen en hun studiec collega’s in de regio wonen en geen specifieke binding hebben met Zwolle.

BEHOEFTE AAN RUIMTE

De meeste bedrijven in de creatieve sector zijn gevestigd in de wijken Assendorp, Diezerpoort en Stadshagen.

De sector heeft behoefte aan ruimte en vindt deze vooral zelf. De markt bepaalt een deel van het volume door het samenbrengen van vraag en aanbod. Daarnaast wordt een deel aangeboden door Gemeente Zwolle en is vooral beschikbaar voor creatieve huurders met een inkomen in de lage inkomenscategorie. Het ruimtegebruik is over de gehele stad verspreid, met een concentratie in de binnenstad, Assendorp en Dieze. De rol van de gemeente hierbij is het faciliteren ten aanzien van locaties, mensen en deskundigen (facilitating). Om de verhouding commercieel en publiek aanbod met elkaar in balans te brengen moet het publiek aanbod vanuit beargumenteerd beleid worden aangeboden, met selectiecriteria, doorstromingsafspraken e.d.

DE ROL VAN DE GEMEENTE

Voor de gemeente zijn verschillende rollen mogelijk. De rolwaarneming is afhankelijk van welke doelen wij ons stellen voor het beleid op Cultuur en Economie. Bij de rolvaststelling doet zich vervolgens de vraag voor welke verantwoordelijkheid bij doelrealisatie ligt bij de gemeente en welke bij de sector zelf. In de kolom kunstenaars is een scheidslijn zichtbaar tussen professionals en semi-professionals. De gemeente kan hierbij een stimulerende en faciliterende rol spelen door waar mogelijk en nodig ondersteuning te bieden. Een zelfde rol is wenselijk in de kolom culturele ondernemers, waarbij de gemeente bovendien kan faciliteren in het beter verbinden van deze kolom aan de kolom kunstenaars. Op deze wijze worden de producten uit de culturele sector beter zichtbaar en verkocht. De rol van de gemeente voor de kolom creatieve zakelijke ondernemers is erop gericht om een verbinding te faciliteren tussen deze kolom en de topinnovatiecentra, zo mogelijk door fysieke verbinding op de campus.

Dit rapport wil een handvat bieden om een gebalanceerd gemeentelijk beleid te kunnen bieden, gericht op verbetering van de vraagzijde (de creatieve producenten) en de vergroting van hun baten; en verbetering van de aanbodzijde van (digitale) ontmoetingsplekken, broedplaatsen, programma's en activiteiten gekoppeld aan bredere culturele en economische beleidslijnen en activiteiten.

BRONNEN

- Behoefteverkenning Starters & Startups Creatieve Industrie (2017) Stichting Creatieve Coöperatie, HEMM
- Cijfersoverzwolle.nl
- Creatieve industrie in topvorm. Advies Topteam creatieve industrie (2011)
- Heersink & Sterkenburg (2017) Starters, startups en creatieven: wat is onze strategische opgave?
- Herzien Amsterdams Atelier- en Broedplaatsenbeleid 2015-2018
- <https://decorrespondent.nl/32/wat-is-de-creatieve-industrie/1066208-37572651>
- <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/06/14/zonder-creativiteit-geen-toekomst-a3963768>
- Monitor Topsectoren (2018) Centraal Bureau voor Statistiek
- Rutten, Marlet & Van Oort (2011) Creatieve industrie als vliegwiel. Onderzoek in opdracht van Creative Cities Amsterdam Area.
- Trendrapport Crossover, Mapping the future for Cibap. (2019) Creatieve industrie regio Zwolle, Rozenbrood

Bronnen gebruikt voor kwantitatief onderzoek:

- Handelsregister van de Kamer van Koophandel
- Basisregistratie Adressen en Gebouwen
- Uniforme soort-objectlijst niet-woningen van de Waarderingskamer

BIJLAGE 1 - ONDERZOEKSOPZET KWANTITATIEF ONDERZOEK

Met de afdeling Onderzoek & Informatie binnen de gemeente zijn wij tot een groot overzicht van de creatieve industrie gekomen. Aan de hand van SBI codes volgens de indeling van TNO (zie bijlage 5) is uitgezocht welke bedrijven in de gemeente allemaal behoren tot de creatieve industrie.

BESCHIKBARE GEGEVENS

We hebben een overzicht van alle bedrijven in de creatieve industrie verkregen. Per bedrijf hebben wij onder andere de volgende gegevens beschikbaar gekregen:

- Vestigingsnummer
- KVK nummer
- Naam bedrijf
- Bezoekadres
- Aantal werkzame personen
- SBI code hoofdactiviteit
- SBI code nevenactiviteiten
- SBI omschrijving hoofdactiviteit
- SBI omschrijving nevenactiviteiten
- X en Y coördinaten

Ook hebben wij gegevens over de panden waar de bedrijven in gevestigd zijn. Per bedrijf weten wij de volgende gegevens van het gebouw:

- WOZ objectnummer
- Omschrijving soort object (appartement, kantoor, rijwoning etc.)
- Pand ID
- Pandstatus
- Bouwjaar van het pand
- Berekend oppervlakte pand
- Netto-gebruiksoppervlakte
- Gebruiksdoel

HOOFD- EN NEVENACTIVITEITEN

Bij het analyseren van de data bleken sommige bedrijven niet tot de creatieve industrie te horen (gelet op hoofdactiviteit). Deze bedrijven hadden wel een of meerdere nevenactiviteiten binnen een van de drie deelsectoren van de creatieve industrie. Voor deze bedrijven is individueel bekeken of zij meegerekend zouden worden of niet. Veel bedrijven zijn uit de lijst gehaald, maar een aantal bedrijven bleek wel te passen bij de creatieve industrie. Hier is een stuk maatwerk gebruikt om dit uit te zoeken.

BIJLAGE 2 - ONDERZOEKSOPZET KWALITATIEF ONDERZOEK

Na het kwantitatieve onderzoek wilden wij een verdieping maken. Want welke ervaringen en behoeften hebben deze ondernemers in onze gemeente? In wat voor ruimte werken zij? En is er genoeg ruimte voor de creatieve industrie? Aan welke faciliteiten hebben zij behoeften? wij willen graag in gesprek met zowel de gevestigde ondernemers en kunstenaars, alsook studenten van creatieve opleidingen. Zij zijn de toekomstige kunstenaars, culturele en creatieve ondernemers, in Zwolle of elders.

GEBRUIKERSPROFIEL EN GEBRUIKSDetails

Van de huidige gebruikersgemeenschap en studenten die nu al een ruimte hebben willen wij graag weten wie zij zijn. Naast standaard persoonsgegevens willen wij ook weten welk beroep de gebruiker heeft. Heeft hij/zij een betaalde nevenfunctie of is de vormgevingsactiviteit een (betaalde) nevenfunctie? Heeft hij/zij een partner die inkomen inbrengt?

Welke ruimte wordt waarvoor gebruikt? Wonen, werken, opslag, expositie, etc. of enige combinatie hiervan? Hoeveel m² heeft de ruimte? Wat wordt er geproduceerd in de ruimte? Zijn er bijzondere kenmerken aan de ruimte? Zijn er bijzondere voorzieningen aangebracht of reeds aanwezig in de ruimte?

Sinds wanneer benut de gebruiker de ruimte? Hoe is de gebruiker aan deze ruimte gekomen? Is er sprake van vrije keuze en waren er andere opties of was het kiezen of delen? Welke (huur)overeenkomst heeft de gebruiker? Wordt er een vergoeding betaald? Wie is de contractpartner?

Waar bevindt zich de ruimte? Hoe wordt de locatieomgeving getypeerd (industrieterrein, centrumlocatie, buitenwijklocatie, etc.)? Is er sprake van clustering in het gebouw of gebouwencomplex of op korte geografische afstand met andere creatieve beroepen?

PLUSSEN EN MINNEN VAN HUIDIGE HUISVESTING EN LOCATIE

We willen graag weten wat de gebruikers vinden van de door hen gebruikte huisvesting. Past de huisvesting bij hun behoeften? De behoeften worden specifiek bevestigd. Wat is in overeenstemming en wat is strijdig met de genoemde behoeften in hun huidige huisvestingssituatie?

Vervolgens willen wij graag weten wat de gebruikers vinden van de ligging van hun huidige huisvesting. Welke behoeften hebben zij m.b.t. de ligging? Wil men in de nabijheid van vakgenoten zitten, nabij potentiële klanten, etc.? Past deze locatie bij de behoeften? Ook deze behoeften worden specifiek bevestigd. Wat is in overeenstemming en wat is strijdig met de genoemde behoeften?

TOEKOMSTPLANNEN

Hierna bevroegen wij gevestigde creatieven over hun toekomstplannen wat betreft huisvesting. Welke wensen hebben zij? Zijn ze van plan om te blijven in de huidige ruimte? Zoeken ze naar andere ruimte? Zo ja, waar zoeken zij dan nieuwe ruimte: elders in Zwolle, in de regio of verder weg?

Hoe denken zij over clustering van creatieve werkplekken: zien zij voordelen in een creatieve broedplaats? Hoe zou die broedplaats er uit moeten zien (qua type mensen en activiteiten) om hen over de streep te trekken? Of is een dergelijke clustering niet aan de orde voor hen en waarom is dat dan het geval?

AFSTUDEREN EN PROFESSIONALISEREN

Van studenten willen wij eerst weten in hoeverre zij bezig zijn met de fase na het afstuderen. En welke ervaringen hebben zij met begeleiding vanuit de onderwijsinstelling richting de fase na het afstuderen? Is er gedurende de opleiding aandacht voor bijvoorbeeld ondernemerschapsvaardigheden?

Daarna willen wij graag weten of studenten op zoek zijn naar ruimte, welke wensen zij hebben en wat hun zoekgedrag is. wij willen nagaan welke hobbels zij op hun weg vinden. wij brengen in kaart welke

ondersteuningswensen zij hebben in hun zoektocht naar huisvesting, maar ook in breder verband naar begeleiding in het ontwikkelen van ondernemerschap, het vinden van sponsors en subsidietrajecten, het leggen van contact met koepelorganisaties in hun vakgebied, het helpen ontwikkelen van een persoonlijk zakelijke netwerk, etc.

Gedurende de maanden april, mei en juni 2019 zijn de interviews met ondernemers en studenten gehouden. De tabel hieronder geeft weer welke personen hebben deelgenomen aan het onderzoek. De onderstaande selectie is beperkt: de tijd voor het onderzoek was beperkt. De studenten zijn veelal via docenten/medewerkers van onderwijsinstellingen aangedragen (waarna contact is gezocht met deze studenten).

	Kunstenaars	Culturele ondernemers	Creatieve (technologische) ondernemers
Kunsten en cultureel erfgoed	Beeldend kunstenaar (3x) Docent beeldende kunst (geeft les aan cursisten) Muziekdocent (2x)	Museumdocent en (kunst)educatie (met eigen atelier en onderneming)	
Media en entertainmentindustrie	Singer-songwriter Student mediavormgeving Cibap (3x)		Student illustratie & animatie Cibap Student gamedevelopment Deltion College (2x)
Creatieve zakelijke dienstverlening	Student interieurarchitectuur (3x) Student creatief vakman Cibap		Productontwerper met studio voor lasergraveren en lasersnijden Adviseur marketingcommunicatie

Voor het afnemen van de interviews is gebruik gemaakt van vragenlijsten. Zie bijlage 3 voor de interviews met gevestigde ondernemers en kunstenaars, en zie bijlage 4 voor de gesprekken met studenten. Vooraf zijn dus vragen opgesteld, maar de gesprekken verliepen meestal op natuurlijke wijze. Als er belangrijke of interessant dingen werden gezegd werd hierop doorgevraagd.

De interviews zijn steeds gehouden op een plek waar de ondernemer/kunstenaar of student vaak te vinden is voor het werk. Op die manier is gelijk een beeld verkregen van de gebruikte ruimte van gevestigde kunstenaars. De gesprekken bij studenten op scholen gaven daarnaast een indruk van de omgeving van de student.

BIJLAGE 3 – VRAGENLIJST GEVESTIGDE RUIMTEGEBRUIKERS

Introductie

Hartelijk dank dat u wil deelnemen aan dit onderzoek! Vanuit Gemeente Zwolle doen wij onderzoek naar het huisvestingsaanbod voor de creatieve industrie in Zwolle. Welke werkruimtes zijn er nu en hoeveel kosten die? En wat is de behoefte? Hiervoor hebben wij een aantal interviews gehouden met kunstenaars en creatief ondernemers, zowel gevestigde ruimtegebruikers als studenten. Wij zijn benieuwd welke ruimte u gebruikt en hoe u denkt over de creatieve industrie in Zwolle.

Persoonsgegevens

- *Zou u zichzelf eerst kort willen voorstellen?*
- *Wat is uw beroep?*
- *Werkt u fulltime of parttime?*
- *Heeft u een betaalde nevenfunctie? Is dit beroep een nevenfunctie?*
- *Heeft een partner met een inkomen?*

Ruimte – Gebruiksprofiel

- *Wat voor ruimte(s) gebruikt u voor uw beroep?*
- *Waarvoor gebruikt u welke ruimte? (wonen, werken, opslag, expositie, combinatie?)*
- *Wat produceert u in de ruimte?*
- *Hoeveel m² heeft de ruimte?*
- *Welke kenmerken heeft deze ruimte?*
- *Welke bijzondere voorzieningen zijn er, reeds aanwezig of door u aangebracht?*

Ruimte – Gebruiksdetails

- *Sinds wanneer gebruikt u deze ruimte?*
- *Hoe bent u aan de ruimte gekomen?*
- *Had u vrije keus om deze ruimte te huren? Had u nog andere opties?*
- *Wat voor (huur)overeenkomst heeft u?*
- *Met wie of welke organisatie heeft u de overeenkomst?*
- *Huurt u voor bepaalde of onbepaalde tijd?*
- *Betaalt u een vergoeding voor de ruimte? (Wat is de prijs die u betaalt?)*

Ruimte – Locatie

- *Waar bevindt de ruimte zich in de stad? (Vraag anders stellen als locatie al duidelijk is op moment van interview)*
 - o *Industrieterrein, centrumlocatie, buitenwijklocatie etc.*
- *Werken er op deze locatie meer kunstenaars/creatieve ondernemers?*
 - o *Is er sprake van clustering in dit gebouw (broedplaats)?*
 - o *Is er sprake van een clustering van creatieve beroepen in dit deel van de stad?*

Ruimte – Faciliteiten

- *Aan welke faciliteiten heeft u behoefte?*
 - o *Delen van materialen/machines, horeca, gedeelde ruimtes, etc.?*
- *Heeft u mogelijkheden voor het delen van faciliteiten?*

Plusen en minnen – Fysieke ruimte

- *In hoeverre bent u tevreden met deze werkruimte?*
- *Welke behoeften heeft u wat betreft ruimte?*
- *Past de ruimte bij die behoeften?*

Plusen en minnen – Locatie

- *In hoeverre bent u tevreden met deze locatie/licging in de stad van deze ruimte?*
- *Wat is voor u belangrijk m.b.t. de locatie van de ruimte?*
 - o *In hoeverre is nabijheid van vakgenoten belangrijk? Of nabijheid van klanten?*
- *Past deze locatie bij die behoeften?*
- *Wat zou voor u de optimale plek zijn geweest?*

Toekomstplannen

- *Hoelang bent u van plan te blijven in de huidige ruimte?*
- *Bent u op zoek naar andere een andere ruimte?*
 - o *Zo ja, waar zoekt u een nieuwe ruimte: in Zwolle? In de regio? Verder weg?*
 - o *Naar wat voor ruimte bent u op zoek?*
 - o *Aan hoeveel m2 oppervlakte heeft u behoefte?*

Clustering

- *In hoeverre vindt u het belangrijk dat er creatieve broedplaatsen zijn?*
- *Zou u zelf in zo'n clustering van creatieve werkplekken willen werken? Waarom wel of niet?*
 - o *Wel: Hoe zou zo'n clustering eruit moeten zien volgens u? Welke mensen/activiteiten moeten aanwezig zijn?*

Afsluiting

- *Hoe zou u het creatieve klimaat in Zwolle beschrijven?*
 - o *Wat zijn knelpunten?*
 - o *Wat zijn oplossingen?*
- *Wat zou u de overheid willen adviseren?*
 - o *Heeft u ideeën of suggesties wat betreft de huisvesting van de creatieve industrie in Zwolle?*
 - o *Heeft u ideeën of suggesties voor het versterken van de onderlinge organisatiegraad van uw sector en/of verdere professionalisering?*

BIJLAGE 4 - VRAGENLIJST STUDENTEN

Persoonsgegevens

- Zou je jezelf eerst kort willen voorstellen? Welke opleiding doe je en in welk jaar zit je?
- Ben je op dit moment al werkzaam binnen je vakgebied? Heb je een betaalde baan?

Na het afstuderen

- In hoeverre ben jij bezig met de fase na je afstuderen?
- Heb je al een beeld wat je na de opleiding gaat doen?
- Krijg je vanuit de onderwijsinstelling begeleiding richting de fase na het afstuderen?
 - o Is er tijdens je opleiding bijvoorbeeld aandacht voor ondernemerschapsvaardigheden?

Ruimte – Gebruik

- Gebruik je op dit moment een ruimte?
 - o Wat voor soort ruimte is dit? Waar?
 - o Waar gebruik je de ruimte voor? (bijvoorbeeld: eigen onderneming naast de studie?)
 - o Hoeveel m² heeft de ruimte?
 - o Wat voor overeenkomst heb je? Met wie heb je de overeenkomst? Bepaalde/onbepaalde tijd?
 - o Wat is de prijs die je betaalt?
 - o Waarom huur je deze ruimte?
 - o In hoeverre had je een keuze wat betreft werkruimte en/of locatie?
 - o Hoelang wil je blijven in deze ruimte?

Ruimte – Behoeften en zoekgedrag

- Ben je op zoek naar een ruimte?
- Hoe zoek je naar ruimte?
- Waarvoor wil je de ruimte gebruiken? (werk, expositie, opslag, etc.)
- Welke wensen heb je wat betreft ruimte?
- Wat voor soort ruimte zou je graag willen?
- Aan hoeveel m² oppervlakte heb je behoefte?
- Wat voor prijs zou je maximaal willen betalen?

Ruimte – Locatie

- Wat is voor jou belangrijk m.b.t. de locatie van de ruimte?
 - o Nabijheid van vakgenoten? Klanten?
- Waar zou je graag een ruimte vinden? Wat is je zoekgebied?
 - o Zwolle, binnenstad, buiten het centrum, andere stad?
- Wat zou voor jou de optimale plek zijn?

Ruimte – Clustering

- In hoeverre vind je het belangrijk dat er creatieve broedplaatsen zijn?
- Zou je zelf in een clustering van creatieve werkplekken willen werken? Waarom wel/niet?
 - o Wel: Hoe zou zo'n clustering eruit moeten zien? Welke mensen/activiteiten moeten aanwezig zijn?

Begeleiding – Huisvesting

- Waar loop je tegenaan in het zoeken naar ruimte?
- Welke wensen heb je wat betreft ondersteuning bij het vinden van huisvesting?

Begeleiding – Professionalisering

- Loop je ergens tegenaan wat betreft professionalisering?
- Welke behoefte heb je wat betreft begeleiding of ondersteuning?
 - o Ontwikkelen van ondernemerschap, opbouwen netwerk, financieringsmogelijkheden (sponsors, subsidies)?
- Wat zouden onderwijsinstellingen hierin kunnen betekenen? (nascholing, bijscholing, leven lang leren)

Afsluiting

- Hoe zou je het creatieve klimaat in Zwolle beschrijven?
 - o Wat zijn knelpunten?
 - o Wat zijn oplossingen?
- Wat zou je de overheid willen adviseren?
 - o Heb je ideeën of suggesties wat betreft de huisvesting van de creatieve industrie in Zwolle?
 - o Heb je ideeën of suggesties voor het versterken van de onderlinge organisatiegraad van de sector en/of verdere professionalisering? (leven lang leren?)

BIJLAGE 5 - SBI CODES BINNEN DE 3 DOMEINEN (INDELING TNO)

Om in dit onderzoek kwantitatieve gegevens te kunnen verzamelen over de creatieve industrie in Zwolle, is een scherpe afbakening nodig. Welke bedrijfstakken rekenen wij tot de creatieve industrie? wij gebruiken de afbakening die TNO heeft gemaakt: dit zijn de SBI 2008 codes die passen bij de domeinen kunsten en cultureel erfgoed, media en entertainmentindustrie en creatieve zakelijke dienstverlening. Dit is de volgende indeling:

Kunsten en cultureel erfgoed	Media en entertainmentindustrie	Creatieve zakelijke dienstverlening
7990 Informatieverstrekking op het gebied van toerisme	5811 Uitgeverijen van boeken	7021 Public relations bureaus
90011 Beoefening van podiumkunst	5813 Uitgeverijen van kranten	7111 Architecten
90012 Producenten van podiumkunst	5814 Uitgeverijen van tijdschriften	7311 Reclamebureaus
9002 Dienstverlening voor uitvoerende kunst	5819 Overige uitgeverijen (niet van software)	7312 Handel in advertentieruimte en -tijd
9003 Schrijven en overige scheppende kunst	5821 Uitgeverijen van computerspellen	7410 Industrieel ontwerp en vormgeving
90041 Theaters en schouwburgen	5829 Overige uitgeverijen van software	8230 Organiseren van congressen en beurzen
91011 Openbare bibliotheken	59111 Productie van films (geen televisiefilms)	
91012 Kunstuitleencentra	59112 Productie van televisieprogramma's	
91019 Overige culturele uitleencentra en openbare archieven	5912 Facilitaire activiteiten voor film- en televisieproductie	
91021 Musea	5913 Distributie van films en televisieproducties	
91022 Kunstgalerieën en -expositieruimten	5914 Bioscopen	
9103 Monumentenzorg	5920 Maken en uitgeven van geluidsopnamen	
94993 Steunfondsen (niet op het gebied van welzijnszorg)	6010 Radio-omroepen	
94994 Vriendenkringen op het gebied van cultuur, fanclubs	6020 Televisieomroepen	
	6321 Persagentschappen	
	6329 Overige dienstverlenende activiteiten op het gebied van info	
	74201 Fotografie	
	90013 Circus en variété	
	93211 Pret- en themaparken	
	93212 Kermisattracties	

Bron: Rutten, Koops & Roso (2010) (TNO)

Als wij vervolgens de drie segmenten binnen de creatieve industrie (de creatieve (technologische) ondernemers, culturele ondernemers en kunstenaars) combineren met de indeling in SBI codes, krijgen wij het onderstaande overzicht. Dit overzicht helpt om de verschillende rollen van creatieven per subsector beter in beeld te krijgen. Binnen elk van de drie subsectoren zijn verschillende soorten werkenden, waarvan sommigen meer gericht zijn op commerciële bedrijvigheid en anderen meer op het scheppen van kunst.

Indeling TNO naar SBI codes:				
		Kunsten en cultureel erfgoed	Media en entertainmentindustrie	Creatieve zakelijke dienstverlening
Typen creatieven:	Kunstenaars (gericht op maken van kunst)	Beoefening van podiumkunst (90011) Schrijven en overige scheppende kunst (9003)	Productie van films (geen televisiefilms) (59111) Productie van televisieprogramma's (59112) Maken en uitgeven van geluidsopnamen (5920) Fotografie (74201) Circus en variété (90013)	
	Culturele ondernemers (gericht op organisatie en presentatie van kunst aan het publiek)	Informatieverstrekking op het gebied van toerisme (7990) Theaters en schouwburgen (90041) Openbare bibliotheken (91011) Kunstuitleencentra (91012) Overige culturele uitleencentra en openbare archieven (91019) Musea (91012) Kunstgalerieën en expositieruimten (91022) Monumentenzorg (9103) Steunfondsen (niet op het gebied van welzijnszorg) (94993) Vriendenkringen op het gebied van cultuur, fanclubs (94994)	Uitgeverijen van boeken (5811) Uitgeverijen van kranten (5813) Uitgeverijen van tijdschriften (5814) Overige uitgeverijen (niet van software) (5819) Uitgeverijen van computerspellen (5821) Overige uitgeverijen van software (5829) Distributie van films en televisieproducties (5913) Bioscopen (5914) Radio-omroepen (6010) Televisieomroepen (6020) Pret- en themaparken (93211) Kermisattracties (93212)	
	Creatieve ondernemers (soms gericht op technologisering en innovatie)	Producenten van podiumkunst (90012) Dienstverlening voor uitvoerende kunst (9002)	Facilitaire activiteiten voor film- en televisieproductie (5912) Persagentschappen (6321) Overige dienstverlenende activiteiten op het gebied van info (6329)	Public relations bureaus (7021) Architecten (7111) Reclamebureaus (7311) Handel in advertentieruimte en -tijd (7312) Industrieel ontwerp en vormgeving (7410) Organiseren van congressen en beurzen (8230)