

DEFINITIES CREATIVE INDUSTRIE

Gemeentes en fondsen hebben er hun mond van vol, Creatieve Industrie. Als cultuurverkenner van het Amsterdams Fonds voor de Kunst. lid van de adviescommissie Kunst en Cultuur van stadsdeel Amsterdam-Noord, subsidieaanvrager Cultuur & Economie en initiatiefnemer van de culturele herontwikkeling van de voormalige scheepswerf NDSM in Amsterdam liep ik telkens weer tegen dat begrip op. De creatieve industrie te bevorderen is zelfs een van de vijf speerpunten van de huidige cultuurvisie 2015. Ook hierin wordt geflirt met het begrip creatieve industrie. Maar wat houdt het begrip eigenlijk in? Is de creatieve industrie bedreigend of juist stimulerend voor kunst en cultuur? Hieronder heeft een bevriende collega en beeldend kunstenaar Hartmut Wilkening een aantal definties op een rij gezet:

De creatieve industrie is een verzamelbegrip voor alle ondernemingen die zijn gericht op de exploitatie van kunst, cultuur en intellectueel eigendom[...] (wikipedia)

Wat zijn de kenmerken van de creatieve industrie?

- 'flexibele' werkgelegenheid: tijdelijke contracten, freelance werk, geen vakbonden (*Mycreativity, Danielle van Diemen 2006*)
- kennis en sociale kwaliteiten ontwikkelen zowel binnen als buiten de betaalde werkuren (*Immaterial Labour, Maurizio Lazzarato*)
- 'nieuwe nieuwe economie': niet alleen technologie en organisatie staan centraal maar ook humane creativiteit. (*Struggling with the Creative Class, Jamie Peck 2005*)
- creatieve industrie is interface tussen productie en consumptie, de relatie tussen beiden is het product (*Immaterial Labour, Maurizio Lazzarato*)

Waarom is er sprake van creatieve industrie en niet gewoon van creatieve bedrijven?

Met zijn boek *The Rise of the Creative Class* (Richard Florida 2002) wijst Florida erop dat er sprake is van een nieuwe klasse. Deze 'creatieve klasse' ontwikkelt zich buiten de voor het fordistische tijdperk karakteristieke scheidslijn tussen kapitaal en arbeid.

- *Qualities of Place* (Florida 1999) wijst uit dat professionele niet alleen geld willen maar vooral een stimulerende omgeving

- *The new Race for Talent (Baris, 2003)*: steden voeren beleid voor de behoeften van de 'creatieve klasse'
- in de praktijk is de 'creatieve klasse' bepaalde leeftijdsgroep. 'with 35 years you are up or out' (*Mycreativity, Rosalind Gill 2006*)

Wat betekent de creatieve industrie voor een stedelijke omgeving?

- creatieve bedrijven zijn goed te combineren met wonen, geen geluidsoverlast of vervuiling, gunstig voor de vastgoed sector (*Mycreativity, Merijn Oudenampsen 2006*)
- creatieven hebben weinig affiniteit met kansarmen en traditionele werknemers (*Peck 2005*)
- creatieven leggen geen duurzame banden (*Peck 2005*)
- creatieve industrie vergroot de sociaal-economische ongelijkheid (*Peck/Florida, 2005*)
- steden strijden om de hoogste creativity index (*creativeclass.org*)

Welke invloed heeft de opkomst van de creatieve industrie op het klimaat voor kunst en cultuur?

- de grens tussen werken en consumeren begint te verdwijnen, creatieven vinden hun eigen producten leuk, de manier hoe zij cultuur consumeren is productief voor hun creativiteit ofwel deel van hun werk (*Immaterial Labour, Maurizio Lazzarato*)
- de specialistische, gesubsidieerde kunsten komen onder druk te staan omdat het geloof in de vrije markt toeneemt (*Mycreativity, Marion von Osten 2006*)

Wat is de economische betekenis van de creatieve industrie?

- creatieve industrie in Londen 500.000 werknemers en € 31 mrd omzet. GB totaal 8% van BNP, 4-6% van alle werknemers. (In Nederland is dat minder.) (*"Rights and Rewards: Enhancing the UK's Creative Economy" " Tessa Jowell, uk department for culture media and sport, 2006*)

- creatieve bedrijven zijn goed te combineren met wonen (geen geluidsoverlast of vervuiling), gunstig voor de vastgoed sector
- een hoge 'creativity-index' technology, talent, tolerance (*Florida*) bevordert het toeristische klimaat

Conclusies

Creatieve industrie (in de benadering van Richard Florida) staat niet per definitie voor artistieke intenties. Het is eigenlijk niet vanzelfsprekend dat dit onderwerp bij kunst en cultuur terecht komt. Creatieve industrie veroorzaakt vaak een nieuwe kloof tussen de groep van creatieven en de bestaande leefomgeving. Voor het stedelijke beleid zijn creatieven interessant omdat het vooral mensen zijn die hard werken, veel consumeren, investeren in dure woningen en andere mensen aantrekken die hetzelfde doen. Met de veronderstelling dat creatieve industrie wezenlijk deel van kunst en cultuur uitmaakt wordt de opvatting gevoed dat kunst heel goed ook zonder overheidssteun zou kunnen bestaan.



DE TEGENBEWEGING
IS HET BELANGRIJKST



CF 9-12-02

MAAR IN HOEVERRE MOET ZE ZICH
MET DE MARKT REDDEN ?