

Aantrekkelijk werk!? De omvang van de werkgelegenheid in de creatieve industrie

Loots & Piecyk, 2020, Erasmus University working paper

Introductie

Wanneer het gaat over het werk in de kunsten en creatieve sectoren, wordt er gesproken in twee toonaarden. Enerzijds is er de positieve teneur, die laat uitschijnen dat werk in creatieve sectoren belangrijk is, omdat het de economie en innovatie aanzwengelt. Theoretici/onderzoekers van de welvaart in urbane gebieden (met als pioniers Richard Florida en Charles Landry) bemoedigen sinds de jongste twee decennia in de vorige eeuw overheden om creatief werk te stimuleren en daarvoor een plaats te voorzien in stedelijke gebieden, omdat het de algemene welvaart en de positieve ontwikkeling van steden (verdraagzaam, inclusief en innovatief) zou bevorderen. Bedrijven die in staat zijn om werkgelegenheid te voorzien, zouden zich graag vestigen op plaatsen waar creativiteit volop bloeit. Andere stemmen luiden al langer als zou er een overaanbod zijn van enthousiastelingen die creatief werk willen vervullen, meer dan dat er vraag naar is, wat leidt tot beperkte inkomens en zelfs precariteit in de arbeids- en leefomstandigheden van mensen met artistieke en creatieve beroepen (Ruth Towse, Kate Oakley, Angela McRobbie, en anderen). Er is ook kritiek op de wijze waarop overheden kunstenaars en creatieven hun gang laten gaan in stedelijke gebieden die het moeilijk hebben: het start met de ontwikkeling van allerlei bottom-up initiatieven (zoals ateliers, co-working hubs, clubs, community centers, en horeca) waarna projectontwikkelaars vrij spel krijgen, wat maakt dat trendsetters hun creatieve heimat moeten verlaten omdat de vastgoedprijzen te hoog worden (cf. het gentrificatieproces, beschreven door auteurs als Jane Jacobs).

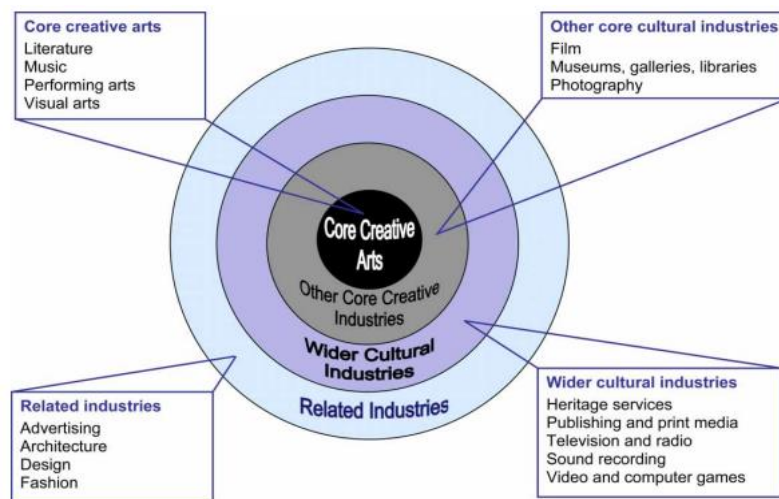
Kijken we naar het werk in de kunsten en creatieve sectoren, dan staat buiten kijf dat niet al het werk dat in deze sectoren plaatsvindt, 'creatief' is. Richard Caves (2000) hanteert de term 'humdrum' voor al die ondersteunende banen die het creatieve werk faciliteren. Ook de socioloog Howard Becker (2008) maakt een onderscheid tussen de creatieve kern en al het ondersteunende personeel in de kunsten en creatieve sectoren. Het is ironisch dat, vergeleken met de creatieve makers (de noodzakelijke input voor creatieve productie), het ondersteunende personeel veelal beloond wordt met betere arbeidsvoorwaarden en baanzekerheid, onder meer omdat zij vaker vertegenwoordigd zijn door collectieve arbeidsorganisaties zoals vakbonden, en hun rechten veelal opgenomen in collectieve arbeidsovereenkomsten (CAO's) (Hesmondhalgh, 2007).

Daarnaast vindt creatief werk niet alleen plaats in de kunsten en creatieve sectoren. Creativiteit vindt ook plaats buiten deze sectoren, bijvoorbeeld bij bedrijven die creatieve vaardigheden nodig hebben en daarvoor creatievelingen en kunstenaars in dienst nemen. Deze 'inbedding' van creativiteit en creatieve werkers in meer reguliere bedrijfsprocessen wordt wel eens 'embedded creativity' (ingebbede creativiteit) genoemd (Rutten et al., 2019). Voor creatieve werkers biedt dit bijkomende kansen; doch, nogal wat van hen wil het liefst autonoom werken in hun creatief beroep, en doet liever zo min mogelijk beroep op deze bijkomende werkgelegenheidsmogelijkheden (Throsby & Zednik, 2011).

Omvang van de werkgelegenheid in de creatieve industrie in Nederland

Om inzicht te krijgen in de werkgelegenheid in de creatieve industrie, moeten we eerst die sector afbakenen. In academisch onderzoek wordt het 'concentrische cirkelmodel van de cultuurindustrie' van cultuureconoom David Throsby (2008) vaak als uitgangspunt genomen. Dit model stelt een opdeling van de culturele en creatieve industrie voor, gebaseerd op de culturele en economische waarden van diverse subsectoren (figuur 1). Literatuur, muziek, beeldende kunst en de uitvoerende kunsten worden gerekend tot de kern ('creatieve kunsten') en vinden hun plaats in het centrum van het model. Om die kern heen bevinden zich, in een eerste laag, 'kerncreatieve industrieën' zoals film, musea en fotografie en in een volgende laag de 'bredere culturele industrieën' (zoals uitgeverijen, tv

en computerspellen). In de buitenste laag situeert Throsby wat hij noemt ‘gerelateerde industrieën’ zoals advertising, architectuur, design en mode. De opdeling in dit model is gebaseerd op de cruciale veronderstelling dat de activiteiten in de kern een hogere creatieve waarde bevatten in relatie tot hun economische of commerciële waarde, en dat deze verhouding geleidelijk aan omkeert naarmate een activiteit zich verder van de kern bevindt. Of we het nu eens zijn met deze opdeling of niet, het biedt een handvat om de creatieve werkgelegenheid (en afgeleide indicatoren, zoals de economische betekenis en toegevoegde waarde van de culturele en creatieve industrie) in kaart te brengen. Of toch niet?



Figuur 1: Het ‘concentrische cirkelmodel van de cultuurindustrie’ (Bron: Throsby, 2008)

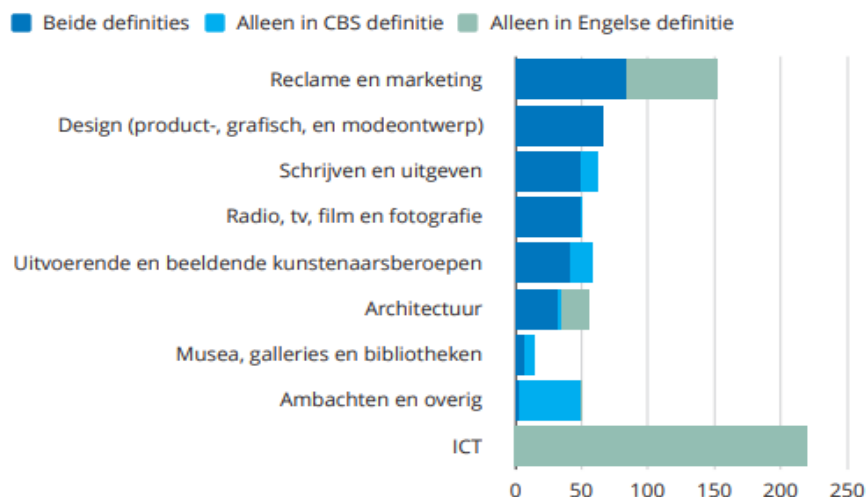
Wat weten we van de daadwerkelijke omvang van de creatieve werkgelegenheid, bijvoorbeeld in een land als Nederland? Tellingen van het aantal werkenden in een bepaalde sector zijn vaak complex, omdat er keuzes gemaakt moeten worden over de afbakening van die sector. Dat is in het geval van ‘creatieve werkgelegenheid’ niet anders, en mogelijk zelfs een uitdaging die groter is dan in andere sectoren. Het begint bij het gegeven dat ‘werkgelegenheid in de kunsten en creatieve sectoren’ en ‘werkgelegenheid in creatieve banen’ twee verschillende entiteiten zijn. Maar ook de invulling van ‘de kunsten en creatieve sectoren’ kan al leiden tot uiteenlopende tellingen. Paul Rutten en collega’s waagden zich aan die uitdaging en legden cijfers van 2018 naast elkaar. In dat jaar vertegenwoordigen de kunsten en creatieve sectoren in Nederland (afgerond) 344.000 banen, goed voor 4% van de werkgelegenheid (Rutten et al., 2019). Maar het totaal aantal werkenden in een creatief beroep overtreft de werkgelegenheid, ofwel het aantal beschikbare banen. Volgens een ruimere definitie (op basis van CBS) werkten in Nederland in 2018 in het totaal (afgerond) 417.000 professionals in een creatief beroep, zowel binnen als buiten kunsten en creatieve sectoren, goed voor bijna 5% van de totale werkgelegenheid (Rutten et al., 2019). Weer een andere definitie leidt tot een aantal van (afgerond) 642.000 professionals in creatieve beroepen (tabel 1).

	Aantal banen in 2018 (aantal x 1000)	Als % van totaal aantal banen in Nederland
Creatieve industrie (definitie bijlage 2A)	344	4,0%
Creatieve beroepen		
CBS definitie ¹⁰	417	4,8%
Engelse definitie ¹¹	642	7,4%

Tabel 1: Banen in de creatieve industrie en aantal creatieve beroepen in Nederland, 2018 (Bron: Rutten et al., 2019, p. 50)

Dat laatste getal is gebaseerd op de definitie van creatieve industrie door het Britse Department for Culture, Media and Sport (DCMS) (1998), wereldwijd gehanteerd in academisch onderzoek, die dertien sectoren omvat: advertising, architectuur, beeldende kunst en antiek, ambachten, design, mode, film en video, gaming, muziek, uitvoerende kunsten, uitgeverijen, software en televisie en radio (Towse, 2019; DCMS, 1998). We zien daarin verschillende sectoren terugkomen die ook behoren tot Throsby's concentrische model. In Nederland deelt CBS (2017) de creatieve industrie op in drie overkoepelende sectoren: 1) de *kunsten en cultureel erfgoed* met inbegrip van de podiumkunsten (vb. theaters en schouwburgen), de scheppende kunsten (auteurs, kunstgalerieën), cultureel erfgoed (bibliotheken, musea, monumentenzorg) en overige kunst en erfgoed (steunfondsen, vriendenkringen); 2) de *media en entertainmentindustrie* met inbegrip van radio en televisie (productie en omroepen), de persmedia (uitgeverijen, fotografie), film (bioscopen, productie en distributie), de muziekindustrie (maken en uitgeven), de boekenindustrie (uitgeverijen), live entertainment (circus, pretparken) en overige uitgeverijen (computerspellen, software); en 3) de *creatieve zakelijke dienstverlening*, met inbegrip van vormgeving en ontwerp (architectuur, grafisch ontwerp) en communicatie en informatie (PR, reclame). Ook in de CBS-definitie komt het merendeel van de sectoren in Throsby's concentrische model terug. Hoe komt het dan nog dat het aantal creatieve banen in Nederland volgens de CBS-definitie (afgerond) 417.000 bedraagt, en dat volgens de Engelse definitie maar liefst de helft meer (afgerond 642.000) (tabel 1)?

Een deel van de verklaring daarvoor is te vinden op het niveau van de bedrijfstakken en beroepsgroepen. Het verschil tussen de definities van DCMS en CBS zit in de in- of uitsluiting van bepaalde bedrijfstakken en beroepsberoepen (Rutten et al., 2019). Zo worden in de Engelse definitie ICT-personeel, personen in leidinggevende functies op het gebied van PR, reclame en marketing, maar ook technici in de weg- en waterbouw en vaksmeden tot de creatieve industrie gerekend. Dansers en choreografen, muzikleraren, bibliotheekmedewerkers, vertalers, landschapsarchitecten, chef-koks, modellen, kleermakers en meubelmakers worden meegenomen in definitie van CBS (2017), maar niet in die van DCMS. Figuur 2 illustreert zeer duidelijk het verschil in het aantal werkzame personen in de creatieve industrie afhankelijk van de definitie van de creatieve industrie die wordt gehanteerd (Rutten et al., 2019). Het ontbreken van eenduidigheid in de definitie en invulling van een paraplubegrip als de creatieve industrie bemoeilijkt het maken van zowel nationale analyses als internationale vergelijkingen, niet enkel op gebied van werkgelegenheid, maar ook op het gebied van inkomens, leeftijd, geslacht en andere kenmerken.



Figuur 2: Aantal werkzame personen in creatieve beroepen naar categorie in 2017/2018 in Nederland, op basis van de CBS-definitie en DCMS-definitie (tweejaarsgemiddelde, aantal x 1000) (Bron: Rutten et al., 2019)

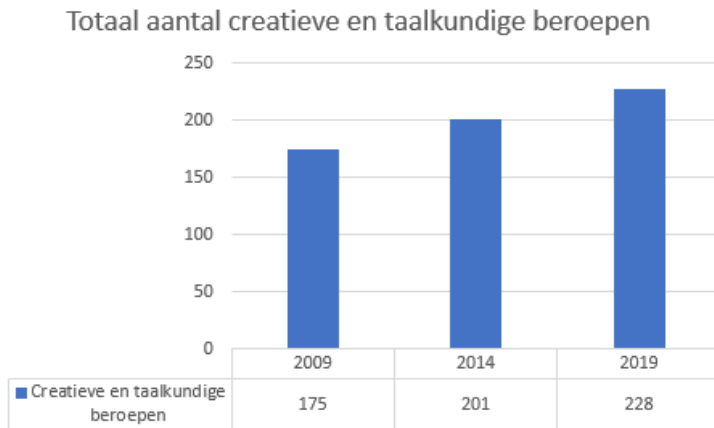
Evolutie van de werkgelegenheid in de creatieve industrie

Het gebrek aan eenduidige definities neemt niet weg dat we inzicht kunnen krijgen in de evolutie van de creatieve werkgelegenheid in Nederland. Uit de studie van Paul Rutten en collega's blijkt dat de creatieve industrie (strak gedefinieerd) 344.100 banen telde in 2018 (Rutten et al., 2019). Dat aantal is in de afgelopen jaren flink toegenomen: er kwamen in tien jaar tijd 73.100 banen (27,0%) bij, bovenop de (afgerond) 271.000 banen in 2008. Tabel 2 laat zien dat in de periode 2008-2018 de creatieve sectoren op jaarbasis een bovengemiddelde groei doormaken in het aantal banen (2,4%) vergeleken met de totale Nederlandse economie (0,5%) (Rutten et al., 2019, p. 21). In deze periode groeiden de overkoepelende deelsectoren *kunsten en cultureel erfgoed* het sterkst (op jaarbasis met 3,7%), gevolgd door de *creatieve zakelijke dienstverlening* (op jaarbasis met 2,8%) en de *media en entertainmentindustrie* (op jaarbasis met 0,6%) (Rutten et al., 2019). In de drie meest recente jaren is de banengroei in de creatieve industrie (3,4% op jaarbasis) beduidend sterker dan in de voorafgaande jaren, en sterker dan die in de totale economie (1,7% op jaarbasis) (Rutten et al., 2019, p. 21). Van 2015 tot 2018 ontwikkelden de *creatieve zakelijke dienstverlening* en de *kunsten en cultureel erfgoed* zich ongeveer even sterk (op jaarbasis met respectievelijk 4,2% en 3,9%), sterker dan de *media en entertainmentindustrie* (op jaarbasis met 2%). De relatief lagere groei van de *media en entertainmentindustrie* is het gevolg van digitalisering, bezuinigingen en herstructureringen bij onder meer de NPO, waardoor de verhoudingen in deze sector zijn veranderd (Rutten et al., 2019). Niet in alle subsectoren van de creatieve industrie is de banengroei even sterk. Tabel 2 toont de werkgelegenheid in de creatieve industrie in verder detail (Rutten et al., 2019). Binnen *kunsten en cultureel erfgoed* vindt de grootste toename van banen plaats in de *scheppende kunsten* en de *podiumkunsten* (op jaarbasis met respectievelijk 8,4% en 6,1%) in de periode 2008-2018. Het aantal banen in *cultureel erfgoed* (met inbegrip van musea) daalt daarentegen met 1,8% op jaarbasis. Binnen de *media en entertainmentindustrie* is er banenwinst binnen *muziek* en *film* (op jaarbasis respectievelijk 5,4% en 4,5%), en daalt het aantal banen in de *boekenindustrie* en *radio en televisie* (op jaarbasis respectievelijk met 3,8% en 0,6%). Binnen de *creatieve zakelijke dienstverlening* is er een explosieve groei in banen in *design* (op jaarbasis met 12,6%). Ook in twee nieuwe bedrijfstakken vindt sinds 2015 een sterke groei plaats: *digital design* en *gaming* (op jaarbasis respectievelijk 11% en 10,1%).

Deelsector	Banen	Groei	Groei	Groei	Groei
	2018 (aantal x1000)	2008-2018 (aantal x1000)	2008-2018 (% per jaar)	2015-2018 (aantal x1000)	2015-2018 (% per jaar)
Kunsten en cultureel erfgoed	127,6	39,0	3,7%	13,9	3,9%
Podiumkunsten	39,7	17,7	6,1%	5,8	5,4%
Scheppende kunsten	38,1	21,1	8,4%	5,1	4,9%
Overig kunst en erfgoed	29,8	4,0	1,5%	2,8	3,4%
Cultureel erfgoed	19,9	-3,9	-1,8%	0,1	0,2%
Media en entertainmentindustrie	98,4	5,7	0,6%	5,7	2,0%
Radio en televisie	15,5	-1,0	-0,6%	0,2	0,4%
Persmedia	36,5	2,1	0,6%	2,2	2,1%
Film	18,4	6,5	4,5%	3,2	6,6%
Muziekindustrie	4,0	1,7	5,4%	0,6	5,6%
Boekenindustrie	8,0	-3,9	-3,8%	-0,6	-2,3%
Overige uitgeverijen	2,4	-0,3	-1,1%	0,0	0,3%
Live entertainment	13,5	0,4	0,3%	0,0	0,1%
Creatieve zakelijke dienstverlening	118,2	28,5	2,8%	13,6	4,2%
Architectuur	13,0	0,9	0,7%	1,0	2,8%
Design	34,8	24,2	12,6%	12,5	16,0%
Communicatie	70,3	3,3	0,5%	0,0	0,0%
Dutch Digital Agencies ³	7,4	.	.	2,0	11,0%
Gaming ³	3,8	.	.	0,8	10,1%
Creatieve industrie	344,1	73,1	2,4%	33,1	3,4%

Tabel 2: aantal banen in 2018, banengroei 2008-2018 en 2015-2018 in de domeinen van de creatieve industrie in Nederland (Bron: Rutten et al., 2019)

Op basis van andere data (en dus een andere definitie van de creatieve industrie) komen we grosso modo tot vergelijkbare conclusies. CBS hanteert een categorie ‘creatieve en taalkundige beroepen’, die *beeldende kunstenaars, uitvoerende kunstenaars, auteurs en taalkundigen, journalisten, bibliothecarissen en conservatoren, grafisch ontwerpers en productontwerpers en fotografen en interieurontwerpers* behelst. Hier valt op dat het aantal van deze creatieve banen is gegroeid van 175.000 in 2009, naar 201.000 in 2014 en 228.000 in 2019, goed voor een toename met 30,3% over tien jaar (figuur 3). Dit is een gemiddelde groei van 3,0% per jaar (in vergelijking: in de studie van Rutten et al. (2019) ging het om 3,7% groei op jaarbasis van 2008 tot 2018 in de gehele creatieve industrie).



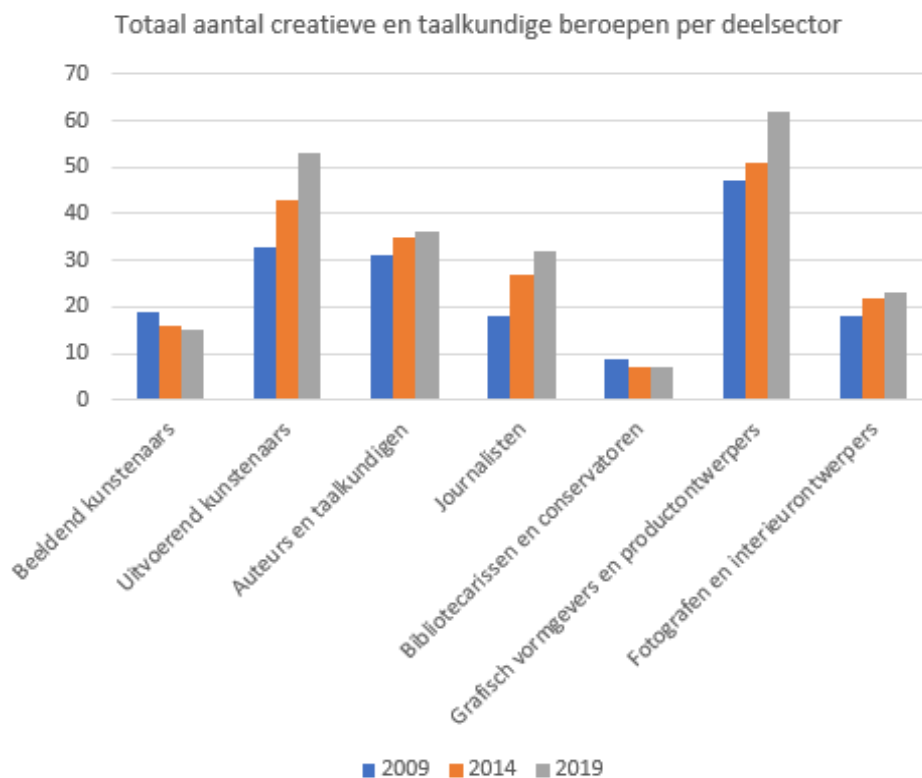
Figuur 3: aantal creatieve en taalkundige beroepen, in 2009, 2014 en 2019, x 1000 (eigen grafiek, op basis van CBS-data (2020))

Ook op basis van deze data blijkt dat de banengroei tussen de beroepsgroepen niet gelijk oploopt. De sterkste groei tussen 2009 en 2019 vond plaats in de beroepsgroepen *uitvoerende kunstenaars* en *journalisten* (respectievelijk 6,1% en 7,8% op jaarbasis) (tabel 3). In de laatste vijf jaar groeide naast het aantal *uitvoerende kunstenaars* (4,7% op jaarbasis) de deelsector *grafisch vormgevers en productontwerpers* het sterkst (4,3% op jaarbasis). De deelsectoren *beeldende kunstenaars* en *bibliothecarissen en conservatoren* krompten tussen 2009 en 2019 jaarlijks met respectievelijk 2,1% en 2,9%. Het CBS definieert de bovengenoemde beroepsgroepen aan de hand van de International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO 2008) van het hoofdberoep van personen zoals vastgelegd in de Enquête Beroepsbevolking. De ISCO 2008-codes staan weergegeven in tabel 2. De groei van het aantal *uitvoerende kunstenaars* en *grafisch vormgevers en productontwerpers* is in lijn met wat Paul Rutten en collega's vaststelden, namelijk dat de deelsectoren podiumkunsten en design gegroeid zijn (tabel 2). Opvallend echter is de tegenstelling tussen de explosieve groei van het aantal banen in de *scheppende kunsten* (tot 38.100 in 2018) in tabel 2 en de daling van het aantal *beeldende kunstenaars* (tot 19.000 in 2019) in tabel 3. De vergelijking van deze aantallen suggereert dat de evolutie van de werkgelegenheid in ondersteunende ('humdrum') banen en die in creatieve of scheppende banen in eenzelfde sector allesbehalve gelijklopend is. In dit concrete geval kunnen we vaststellen dat het aantal banen dat ervoor zorgt dat we in Nederland een mooi aanbod van scheppende kunsten kunnen genieten significant groter is dan het aantal beeldende kunstenaars dat in Nederland professioneel aan de slag is. Wijst dit op een verregaande internationalisering van het beeldende kunstenaarsaanbod in Nederland in het afgelopen decennium? Of blijven grote aantallen beeldende kunstenaars onder de radar van de officiële registrering van de werkgelegenheid in Nederland, bijvoorbeeld omdat ze een ander hoofdberoep uitoefenen? Een antwoord op deze vragen behoeft verder onderzoek.**

	Banen 2019 (aantal x1000)	Groei 2009-2019 (aantal x1000)	Groei 2009-2019 (% per jaar)	Groei 2014-2019 (aantal x1000)	Groei 2014-2019 (% per jaar)
Creatieve en taalkundige beroepen	228	53	3,0%	27	2,7%
Beeldend kunstenaars (0214)	19	-4	-2,1%	-1	-1,3%
Uitvoerend kunstenaars (0215)	33	20	6,1%	10	4,7%
Auteurs en taalkundigen (0212)	31	5	1,6%	1	0,6%
Journalisten (0213)	18	14	7,8%	5	3,7%
Bibliothecarissen en conservatoren (0211)	9	-2	-2,9%	0	0%
Grafisch vormgevers en productontwerpers (0221)	47	15	3,2%	11	4,3%
Fotografen en interieurontwerpers (0222)	18	5	2,8%	1	0,9%

Tabel 3: aantal creatieve en taalkundige beroepen in 2019, banengroei 2009-2019 en 2014-2019 in Nederland (eigen tabel op basis van CBS-data (2020), afgeronde aantallen)

Figuur 4 geeft de evolutie van de werkgelegenheid over de afgelopen tien jaren in een aantal beroepen in de creatieve sectoren weer. Koplopers zijn grafisch vormgevers en productontwerpers samen met uitvoerende kunstenaars. Ook het aantal journalisten en auteurs en taalkundigen is relatief groot, met een aanzienlijke toename van die eerste beroepsgroep. Het aantal beeldende kunstenaars is, zoals eerder aangegeven, gedaald.



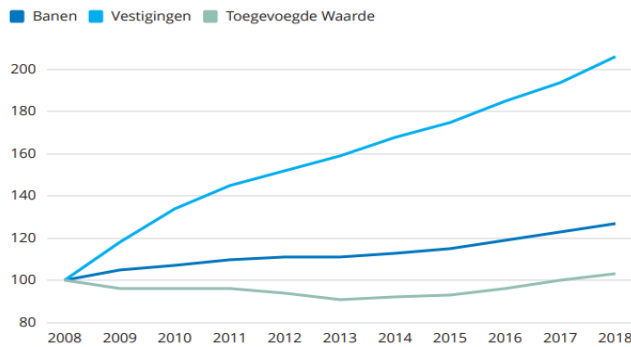
Figuur 4: aantal creatieve en taalkundige beroepen, 2009, 2014 en 2019, x 1000 (eigen grafiek, op basis van CBS-data)

De creatieve industrie: aantrekkelijk werk?

De aanzienlijke banengroei in verschillende deelsectoren van de creatieve industrie (zoals design, podiumkunsten, gaming, scheppende kunsten, etc.) suggereert dat werk in de creatieve industrie door velen aantrekkelijk wordt bevonden. Lange tijd gingen economen ervan uit dat mensen liever vrije tijd hebben, dan dat ze werken, en er dus een 'trade-off' bestaat tussen werk en vrije tijd: mensen werken om in hun vrije tijd prettige dingen te kunnen doen (ze hebben daarvoor dan het geld), maar ze verkiezen vrije tijd, waardoor ze maar net zoveel werken (en genoeg geld verdiend hebben) om die tijd goed in te vullen. David Throsby beschreef dat deze labour/leisure trade-off anders valt bij kunstenaars: die verkiezen net hun artistieke arbeid boven andere vrije tijd, en gaan daarom zoveel mogelijk tijd besteden aan dat werk, zelfs als het ze niet veel opbrengt in financiële termen. Want wat artistieke arbeid oplevert, zijn 'psychic rewards', of de mentale genoegdoening van artistiek aan de slag te zijn (Throsby, 1994).

De toenemende aantrekkelijkheid van werk in de creatieve industrie wordt zichtbaar wanneer het aantal banen en vestigingen over de tijd bekeken wordt. Tussen 2008 en 2018 is het aantal banen in de creatieve industrie in Nederland in tien jaar toegenomen met 27,0% (Rutten et al., 2019, p. 24), en het aantal vestigingen met 105,8% (Rutten et al., 2019, p. 28). Dit betekent dat het aantal vestigingen in tien jaar meer dan verdubbeld is. Figuur 5 brengt informatie over de banenontwikkeling in de creatieve industrie in de ruime zin en de toegevoegde waarde van de creatieve industrie samen. Dit geeft een beeld van het verdienvermogen* van de creatieve industrie in Nederland tussen 2008 en 2018. Opvallend is dat, ondanks de daling van de toegevoegde waarde tussen 2008 en 2013, het aantal banen en het aantal vestigingen is blijven stijgen. Oftewel, het verdienvermogen daalde in deze periode. De toegevoegde waarde steeg vanaf 2014 en vanaf 2015 is de groei van het aantal banen en de toegevoegde waarde evenredig. Pas in 2018 is het niveau van de toegevoegde waarde hetzelfde als in 2008. In al die jaren is het aantal banen, maar vooral het aantal vestigingen, gestegen. De forse toename van het aantal vestigingen wijst op schaalverkleining en een toename van het aantal zzp'ers. De combinatie van een constante groei in het aantal banen en een dip en langzaam herstel van de toegevoegde waarde (vanaf 2015) terug naar het niveau van in 2008 wijst op een gemiddeld lager verdienvermogen per persoon.

De data illustreert niet enkel de aantrekkelijkheid van werk en het gemak van de toetreding tot zelfstandige arbeid in de creatieve industrie, maar ook de zogenaamde ondernemerschapsparadox die Stam (2016) identificeerde: de Nederlandse cultuur en regelgeving waardeert en stimuleert het zelfstandig ondernemerschap, ook dat van 'achterblijvers', terwijl bedrijfsgroei en innovatief ondernemerschap minder evident blijkt. Veel van de vestigingen in Nederland, ook in de kunsten en creatieve industrie, zijn die van zzp-ers of zogenaamde eenpitters. Dus ja, we stellen een toegenomen werkgelegenheid vast, maar die komt grotendeels voort uit nieuwe toetreders in de vorm van zelfstandig werk. Dit beeld wordt bevestigd in een rapport van de SER (2017). Hierin wordt geconcludeerd dat het aantal banen van werknemers in de culturele en creatieve sector sinds 2012 flink is afgenomen. In de periode tussen 2010 en 2015 gaat het om een daling van 14,3%. Daarentegen is het aantal zelfstandigen in diezelfde periode toegenomen met 14,2%. In de totale economie was er sprake van een toename van het aantal banen van werknemers met 1,4% en van het aantal zelfstandigen met 7,6% tussen 2010 en 2015. Samengenomen geven de bestaande data aan dat werk in de creatieve industrie door velen inderdaad aantrekkelijk gevonden wordt, ondanks (potentieel) lage verdiensten en gebrek aan zekerheid.



Figuur 5: Groei van het aantal vestigingen, aantal banen, en toegevoegde waarde in de periode 2008-2018 in de creatieve industrie in Nederland (2018 = 100) (Bron: Rutten et al., 2019)

Conclusie

Niet enkel nationaal maar ook internationaal verschillen de gehandhaafde definities en bestaat er alsnog geen consensus over de sectoren en beroepen die deel uitmaken van de creatieve industrie. Dat maakt analyses van de creatieve werkgelegenheid geen sinecure. Op basis van beschikbare data stellen we vast dat het werk in de culturele en creatieve sector aantrekkelijk wordt gevonden, ondanks een soms preciaire situatie op de arbeidsmarkt. De groei van een sector kan op velerlei manieren plaatsvinden. Zo is gedurende de afgelopen tien jaren de beeldende kunsten-sector in Nederland gegroeid, maar het aantal scheppende kunstenaars afgenomen, wat wijst op banengroei in ondersteunende functies. Sinds de financiële crisis van 2008/2009 is de toegevoegde waarde van de creatieve industrie afgenomen (met 2015 als keerpunt), terwijl het aantal banen en vestigingen toegenomen is. Dat suggereert dat werk in de creatieve industrie niet enkel aantrekkelijk is, maar mogelijk ook een noodzaak voor sommige professionals die tegen beter weten in een bedrijfsvestiging starten. Wat zeker is, is dat het (beperkte) geld dat in de sector in de omloop is over steeds meer mensen verdeeld moet worden, waarbij de kans reëel is dat zij die werken in ondersteunende functies hierbij meer baten dan zij die werken in scheppende rollen.

* Het verdienvermogen wordt gedefinieerd als “een optelsom van het vermogen om toekomstige kansen te benutten en toekomstige bedreigingen het hoofd te bieden” (WRR, 2013, p. 12). Hierbij gaat het om een passende toewijzing van infrastructuur, instituties en human capital om in te kunnen spelen op een wisselende context.

** Een recent rapport van BKNL (2019) suggereert een alternatieve verklaring voor de daling van het aantal *beeldend kunstenaars*. Slechts 5% van de afgestudeerden van de opleidingen HBO vormgeving en HBO docent beeldende kunst noemden zichzelf in 2017 *beeldend kunstenaar*. Voor afgestudeerden van de opleiding HBO autonome beeldende kunst geldt een percentage van 30%. Diegenen die autonome beeldende kunst hebben gestudeerd noemen zichzelf dus vaker *beeldend kunstenaar* dan diegenen die vormgeving of docent beeldende kunst hebben gestudeerd. Ook is het aantal afgestudeerden van HBO autonome beeldende kunst dat zich *beeldend kunstenaar* noemt tussen 2013 en 2017 afgenomen. In 2013 identificeerde nog 40% van de afgestudeerden van HBO autonome beeldende kunst zich als *beeldend kunstenaar*. In 2017 was dit aantal gedaald tot 30%. Deze verzwakte beroepsidentificatie heeft mogelijk invloed op de uitkomsten van de Enquête Beroepsbevolking die als basis dient voor CBS-data. De oorzaken van de veranderingen in de beroepsidentificatie zijn onbekend en vereisen verder kwalitatief onderzoek (BKNL, 2019).

Bronnen

- Deze column kon maar tot stand komen dankzij een recente studie van Rutten et al. (2019):
Rutten, P., Koops, O., en Visser, F. (2019). *Monitor creatieve industrie 2019. Nederland, top-10 steden, creatieve bedrijven en beroepen*. Geraadpleegd van https://mediaperspectives.nl/app/uploads/2020/01/MCI19_Monitor_DEF.pdf
- Becker, H. S. (2008). *Art worlds: updated and expanded*. Oakland, CA: University of California Press.
- BKNL. (2019). *Een collectieve selfie 4. Beeldende kunst in cijfers*. Geraadpleegd van https://www.mondriaanfonds.nl/wp-content/uploads/2019/06/BKNL_CollectiveSelfie_spreads.pdf
- Caves, R. E. (2000). *Creative industries: Contracts between art and commerce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- CBS. (2017). *Kunstenaars en afgestudeerden aan creatieve opleidingen*. Den Haag/Heerlen: CBS
- CBS. (2020, 15 mei). *Werkzame beroepsbevolking; beroep* [Dataset]. Geraadpleegd van https://opendata.cbs.nl/statline/portal.html?_catalog=CBS&_la=nl&tableId=82808NED&_the me=11
- Department for Culture, Media and Sport (DCMS). (1998). *Creative industries mapping document*
Geraadpleegd van <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class* (Vol. 9). New York, NY: Basic books.
- Hesmondhalgh, D. (2007). *The cultural industries* (Vol. 346). London, UK: Sage.
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York, NY: Vintage Books.
- Landry, C. (2012). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Sterling, VA: Earthscan.
- McRobbie, A. (2018). *Be creative: Making a living in the new culture industries*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Oakley, K. (2004). Not so cool Britannia: The role of the creative industries in economic development. *International journal of cultural studies*, 7(1), 67-77.
- SER. (2017). *Passie gewaardeerd. Versterking van de arbeidsmarkt in de culturele en creatieve sector*. Geraadpleegd van <https://www.ser.nl/-/media/ser/downloads/adviezen/2017/passie-gewaardeerd.pdf>

- Stam, E. (2016, 23 december). *Erik Stam over de ondernemersparadox*. Geraadpleegd van <https://www.mejudice.nl/artikelen/detail/Erik-Stam-over-de-ondernemersparadox?forceFullWebsite=true>
- Throsby, D. (1994). The production and consumption of the arts: A view of cultural economics. *Journal of economic literature*, 32(1), 1-29.
- Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural trends*, 17(3), 147-164.
- Throsby, D., & Zednik, A. (2011). Multiple job-holding and artistic careers: Some empirical evidence. *Cultural trends*, 20(1), 9-24.
- Towse, R. (2019). *A textbook of cultural economics*. Cambridge University Press.
- WRR. (2013). *Naar een lerende economie: Investeren in het verdienvermogen van Nederland*. Amsterdam, Nederland: Amsterdam University Press.