



www.mmnieuws.nl

## De internationale cultuurpraktijk: De export in Vlaanderen

### What's in the name?

Er wordt vandaag niet meer niet getwijfeld over de economische relevantie van culturele en creatieve producten en diensten. Sinds 2004 zit het beleid daaromtrent in een stroomversnelling. Toch gaat de groei ervan niet zonder slag of stoot, mede door de veelheid aan actoren die binnen dit domein actief zijn, de uitgebreide definiëring van de sector (er wordt geen echt onderscheid gemaakt tussen culturele en creatieve actoren binnen de beleidsacties, terwijl de sectoren die meegenomen worden in de beleidsmaatregelen voor de 'cultuurindustrie' in die zin voldoende ruim worden opgevat), en het bottom up groeien van de markt met vaak kleine, maar niet onbelangrijke spelers.

In MMNieuws nummer 6/7 van 2006 gaf Ellen Huijgh een mooie update van het creatief industrieel beleid in Vlaanderen (Investeren in cultuur; creatieve industrieel beleid in Vlaanderen in een stroomversnelling). Enkele jaren daarvoor was het ondenkbaar geweest dat de cultuuroverheid zou investeren in bedrijven, of zou denken aan een creatief industrieel beleid en daarvoor zou samenwerken met de economische overheid, maar in maart van dat jaar werd het creatief industrieel beleid in Vlaanderen een feit. Cultuurinvest zag het licht en kreeg een plek binnen het PMV (Participatiemaatschappij Vlaanderen). Dit toont aan dat de Vlaamse overheid met de opstart van Cultuurinvest de economische waarde van culturele en creatieve initiatieven naar waarde wist te schatten.

### De sector onderzocht

Het artikel was het resultaat van een studie die Ellen Huijgh uitvoerde. Ze kwam tot de conclusie dat 'de eensgezindheid over de zin en de noodzaak van zo een beleid nog niet garant staat voor conceptuele helderheid, dat er een strategisch kader ontbrak en dat het belangrijk is om kleinschaligheid te stimuleren [...]'.

Flanders District of Creativity (de Vlaamse organisatie voor ondernemingscreativiteit met veel aandacht voor de creatieve sector) deed samen met Vlerick Leuven Gent Management School een onderzoek naar de economische impact van de Vlaamse creatieve sector. Pascal Cools, algemeen directeur van Flanders DC, zegt daarover: 'De belangrijkste conclusies zijn dat de creatieve sector sneller groeit dan de rest van de economie, zowel in omzet als in aantal jobs. We spenderen ook met z'n allen een groter deel van ons inkomen aan creatieve producten en diensten'. Een sector dus met heel wat mogelijkheden. FDC wil daarom ondernemingen tools aanbieden om creatiever te ondernemen, zoals GPS voor Ondernemingen, een efficiënte brainstormmethode op maat van bedrijven, Innovix, een business game dat je innovatiemanagementvaardigheden aanscherpt, de Tech Hotspot, waar Agoria en Sirris de laatste nieuwe technologische toepassingen bekend maken, of een wegwijzer naar dienstverleners of overheidsorganisaties die je kunnen helpen met brainstorm, marketing, intellectuele eigendom, kapitaal en technologie. Al deze tools helpen het bevorderen van creativiteit in bedrijven en van ondernemerschap bij creatieven.

### Focus op het internationale

Uit de studie van FDC en Vlerick onthouden we verder nog dat op internationaal vlak 'het veld van de creatieve industrie in Vlaanderen rijk en divers [is]. De producten en diensten die er tot stand komen, zijn vaak nichegericht waardoor ze internationaal gekend en gevraagd zijn. De creatieve industrie in Vlaanderen heeft ondanks de oprukkende globalisering een sterke positie en juist het unieke Vlaamse karakter van de symbolische meerwaarde die geproduceerd wordt. Symbolische meerwaarde wordt aan een hoog tempo geproduceerd door zowel kleine ad hoc organisaties als grote ondernemingen en de consumentengroep groeit. Mensen maken internationaal gebruik van de Vlaamse creatieve industrie goederen en -diensten om een persoonlijke levensstijl te ontwikkelen en hun omgeving te vormen. Genoeg redenen om het creatieve industrieveld in Vlaanderen onderzoeksmatig verder te exploiteren.' (Maenhout, De Voldere, Onkelinx en Sleuwaegen, 2006)

Een jaar later focusten twee van de onderzoekers die betrokken waren bij het voorgenoemde

onderzoek zich op drie van de cultureel creatieve sectoren. Daaruit blijkt dat 'Vlaamse creatieve producten succesvol zijn op de internationale markt, maar veel van de creatieve producten die internationaal oogsten doen dit bij toeval.' De onderzoekers tellen verder ook vast dat de 'internationale dimensie van het ondernemerschap absoluut niet zit ingebakken in de creatieve industrie. Er liggen ons inziens nog heel wat mogelijkheden in de creatieve industrie om de Vlaamse creatieve producten internationaal te vermarkten, mits een veel meer actief exportbeleid wordt gevoerd. Dergelijke inspanningen lonen niet enkel de creatieve industrie zelf, maar gegeven de maatschappelijke positie die creatieve producten en cultuur innemen, draagt het succesvol promoten van deze producten buiten de grenzen ook sterk bij tot het merk 'Vlaanderen'. Ook hier kan een rol voor de steunpunten weggelegd zijn, als eerste contactpunt voor Vlaamse actoren bij het leggen van internationale contacten, maar ook als 'promotor' van Vlaamse actoren bij de buitenlandse contacten die de steunpunten hebben.' (De Voldere en Maenhout, 2007)

### **Internationale acties vandaag**

Uit een korte rondvraag bij beleidsmedewerkers, het Flanders District of Creativity en Flanders Investment & Trade blijkt inderdaad dat er momenteel nog niet echt sprake is van een gecoördineerd exportbeleid voor de culturele producties en diensten en dat successen vaak nog per toeval plaatsvinden. Wel werden er de laatste jaren al heel wat initiatieven genomen op verschillende niveaus door diverse organisaties. Kijken we naar het Vlaamse cultuurbeleid, dan zien we dat organisaties voor hun internationale werking vandaag ondersteuning kunnen krijgen binnen het kunstendecreet en bij Cultuurinvest. En occasioneel maakt de cultuurminister budgetten vrij voor bepaalde projecten.

Ook op stedelijk niveau gaat er aandacht naar de creatieve industrieën. De steden Antwerpen, Gent, Brugge en Oostende bijvoorbeeld voeren gezamenlijk campagnes in het buitenland onder de noemer 'film cities of flanders' om zichzelf te promoten als filmlocatie (vgl. de film *In Bruges*). Deze activiteit wordt vanaf dit jaar door het VAF (het steunpunt voor audiovisuele kunsten) gecoördineerd.

Verder is er natuurlijk ook Flanders Investment and Trade (FIT) dat instaat voor de begeleiding van Vlaamse organisaties naar het buitenland. Het FIT heeft net een 'product manager' aangeworven om expliciet mensen/bedrijven uit de creatieve industrie bij exportactiviteiten te begeleiden. FIT maakt binnen zijn werking geen onderscheid tussen de verschillende sectoren of bedrijven. De organisatie geeft doelgerichte informatie, begeleiding op maat en financiële steun (lees subsidies) aan alle Vlaamse bedrijven, dus ook aan bedrijven die actief zijn binnen de creatieve sector, tenzij ze al gesteund worden door het departement Cultuur. FIT ondersteunt dus ieder Vlaams bedrijf dat daarom vraagt bij al zijn stappen in het internationaal ondernemen. Daarnaast gaat FIT ook proactief te werk, waarbij het een match zoekt tussen de kansen op buitenlandse markten en het Vlaamse aanbod. Voor een aantal sectoren waar FIT bijzondere kansen ziet, worden zendingen, seminaries, beursdeelnames, actieve informatieverspreiding georganiseerd met een specifiek resultaat voor ogen. Voor een aantal landen, zoals Italië en Japan, is design zo'n focussector.

Daarnaast zorgen ook nog de sectorinstituten (steunpunten), elk vanuit hun expertise, voor internationale promotie van producten uit hun sector: bijvoorbeeld Boek.be (de confederatie van de belangenverenigingen van het Vlaamse boekenvak), Design Vlaanderen en Flanders Fashion Institute (FFI). Op het gebied van de audiovisuele creatie is Flanders Image (FI), de promotiecel van het VAF, aanwezig op de belangrijkste festivals en markten om promotie te voeren voor de Vlaamse filmproducties. Deze steunpunten werken voor sommige promotieacties samen met FIT. Zo ondersteunt FIT al enkele jaren de Vlaamse deelname aan Popkomm in Berlijn, samen met het Muziekcentrum. Voor designevenementen zoals in Milaan en Tokyo werkt FIT samen met Design Vlaanderen. En verder ondersteunt FIT ook louter financieel initiatieven, zoals de deelname van de Vlaamse modesector aan de modeweek in Parijs.

Deze ondersteuning loopt in samenwerking met en via FFI.

Last but not least zorgen de Vlaamse vertegenwoordigers in het buitenland voor de promotie van Vlaamse projecten/producten in het land waar zij gevestigd zijn.

Het zal duidelijk zijn dat niet alleen de sector in beweging is, maar dat ook de ondersteuning vanuit het beleid in volle ontwikkeling is. Koen Peeters, communicatie verantwoordelijke van FDC, merkte tijdens ons gesprek niet onterecht op dat een vervolgstudie op het grote onderzoek uit 2006 zich misschien opdringt. Cultuurinvest is er nu en de eerste projecten die een investeringsfonds ontvingen, draaien. De sectorinstituten of steunpunten zijn op regelmatige basis aanwezig op beurzen en belangrijke evenementen en zowel FDC als FIT hechten steeds meer belang aan de creatieve industrie, dus dat moet zeker invloed hebben op de cijfers en de bevindingen.

Op de vraag of er een overkoepelend internationaal beleid nodig is voor de creatieve industrie volgt geen sluitend antwoord. Vast staat dat de dynamiek binnen de sector van onderuit groeit en dat elke sector zijn eigen kenmerken en zijn eigen markten heeft. Deze diversiteit is tegelijk ook de kracht van de sector. Een echt overkoepelend beleid zou dit wel eens kunnen doen vastlopen. Bij de rondvraag naar aanleiding van dit artikel bleek alvast wel dat er overleg is tussen de belangrijkste actoren en dat doet het beste verhoppen voor de toekomst.

### Hyperlinks

#### websites

- Flanders District of Creativity: [www.flandersdc.be](http://www.flandersdc.be)
- CultuurInvest: [www.pmvlaanderen.be](http://www.pmvlaanderen.be)
- Flanders Investment and Trade: [www.flanderstrade.com](http://www.flanderstrade.com)
- Boek.be: [www.boek.be](http://www.boek.be)
- FFI: [www.ffi.be](http://www.ffi.be)
- VAF: [www.vaf.be](http://www.vaf.be)
- Muziekcentrum Vlaanderen: [www.muziekcentrum.be](http://www.muziekcentrum.be)
- Design Vlaanderen: [www.designvlaanderen.be](http://www.designvlaanderen.be)

### Referenties

#### Meer lezen/meer weten

- De Voldere, I en Maenhout, T. (2007) 3 sectoren in de Vlaamse creatieve Industrie, De Boekenindustrie, De Muziekindustrie, De Beeldende Kunstindustrie, Vlerick Leuven Gent Management School, Leuven, 2007
- Gielen, P., Laermans, R. (2004), Het cultureel regiem, Lannoo, Tielt
- Huijgh, E(2006) 'Investeren in Cultuur; Creatief industrieel beleid in Vlaanderen in stroomversnelling', in: MMNieuws nr 6/7.
- Huijgh, E., Segers, K. (2005) 'Creatief kapitaal. Naar een beleid voor de culturele industrieën Vlaanderen', in: Onderzoek in kader van het steunpunt (Re)creatief Vlaanderen
- Maenhout, T., De oldere, I., Onkelinx, J., Sleuwaegen, L. (2006) Creatieve industrie in Vlaanderen, Vlerick Leuven Gent Management School – Flanders District of Creativity
- Van der Hert, B. et al; (2005), De culturele industrie in Vlaanderen, Aanzet tot een strategisch kader (2005-2009), [www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/download/cultuurindustrie\\_visietekst01022005.pdf](http://www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/download/cultuurindustrie_visietekst01022005.pdf)
- Hillaert, W (2008) Vergeet die subsidies, denk vrij. Artikel naar aanleiding van een rondetafel rond het subsidiemodel. Het volledige gesprek is te lezen op [www.recto-verso.be](http://www.recto-verso.be)

---

Auteur: Ann Laenen

[ann@cultuurcommunicatie.com](mailto:ann@cultuurcommunicatie.com)

Ann Laenen is freelance consultant cultuurcommunicatie en cultuurmanagement:

[www.cultuurcommunicatie.com](http://www.cultuurcommunicatie.com)

met de dankbare medewerking van Koen Peeters, Carolien Coenen, Peter Jolling en Adriaan Heirman

Meer informatie op de MMNieuws website: [www.mmnieuws.nl](http://www.mmnieuws.nl). Email de redactie op [redactie@mmnieuws.nl](mailto:redactie@mmnieuws.nl).

Copyright © 2008 MMNieuws.nl  
Copyright © 2008 EM-Cultuur

