

VAN IDEE NAAR IMPACT

Vijftien jaar Topsector Creatieve Industrie



INHOUD

Inhoudsopgave	2
Voorwoord	3
Vijftien jaar Topsector Creatieve Industrie	4
Programma's	22
CIIC - Creative Industries Immersive Impact Coalition	24
CRISP - Creative Industry Scientific Programme	26
CIRCO/CIRCONNECT	28
Projecten	30
Stadsbomen tegen hittestress i-Tree 2.0-NL	31
3D Knitwear Fieldlab	34
Fieldlabs	36
De drive en passie van Jann de Waal	38
Barbera Wolfensberger: De creatieve sector zit in mijn bloed	43
Paul Hekkert: Van Captain of Science naar academic nomad	47
Communicatie en Events	52
De gouden driehoek	54
Colofon	58
Dankwoord	59

VOORWOORD

Het is met waardering en trots dat wij dit magazine aan je presenteren: een terugblik op **vijftien jaar Topsector Creatieve Industrie**. Sinds de start van het Topsectorenbeleid in 2011 is een beweging ontstaan waarin ontwerpkracht en creativiteit niet alleen worden gezien als artistieke en culturele expressie, maar ook als strategische motor voor innovatie en maatschappelijke impact. Samen hebben we ons ingezet om creativiteit maatschappelijk én economisch te laten werken. Over disciplines heen, in partnerschappen tussen bedrijven, kennisinstellingen en overheid.

Met veel dank aan alle Topteamleden, onderzoekers, ondernemers, creatieve professionals en partners die hun kennis en energie deelden. Jullie inzet heeft deze beweging gedragen.

In publiek-private samenwerking is gewerkt aan het versterken van de kennisbasis, en is met concrete innovaties bijgedragen aan maatschappelijke

opgaven. Met publieke investeringen zijn programma's en projecten ontwikkeld die ook een stevige private inzet hebben losgemaakt. Daarnaast is de sector sterker gepositioneerd binnen zowel de wetenschap als het bedrijfsleven. Met het einde van het Topsectorenbeleid wordt een bijzondere fase afgesloten, maar het verhaal gaat onverminderd door. De seinen voor de creatieve industrie om impact te realiseren in maatschappelijke opgaven staan op groen, en CLICKNL zal zich blijven inspannen om dat aan te jagen en te ondersteunen.

Met dit magazine nodigen we je uit om terug te blikken, te vieren wat we samen hebben bereikt en vooruit te kijken naar wat nog kan groeien. Want de creatieve industrie blijft waarde creëren.

*Namens het voormalig Topteam
Creatieve Industrie en CLICKNL*

“Met ontwerpkracht kun je van iets met tegengestelde eisen iets moois maken. Dat moois is niet alleen esthetisch, maar ook technologisch, economisch en maatschappelijk. Wij pakken nieuwe technologie op en creëren daarmee toepassingen die mensen daadwerkelijk willen gebruiken.”

Jann C de Waal - Voorzitter Topteam Creatieve Industrie

VIJFTIEN JAAR TOPSECTOR CREATIEVE INDUSTRIE

Een eerste aanzet tot het definiëren van het begrip creatieve industrie, kwam van de Amerikaanse econoom Richard Florida in zijn publicatie: 'The Rise of the Creative Class' (2002). Hierin beschrijft Florida een maatschappij waarin de toekomst van onze steden wordt aangedreven door een nieuwe economische klasse: de creatieve klasse van mensen die zich bezighouden met kennis, ideeën en creativiteit, zoals ontwerpers, kunstenaars, wetenschappers, ingenieurs, IT'ers, architecten, media-makers en andere creatieve ondernemers. Waar economische groei voorheen draaide om grondstoffen, arbeid en kapitaal, draait het nu om ideeën, innovatie en kennis. Creativiteit wordt dus een directe bron van economische waarde. Steden met een levendige cultuur (kunst, muziek, diversiteit, tolerantie) zijn aantrekkelijk voor deze talenten en groeien economisch sneller dan steden die vooral inzetten op de traditionele industrie.



Innovatie-Estafette 2013 - een jaarlijks evenement voor kennisdeling en netwerken rond innovatie in diverse topsectoren.

“Waar economische groei voorheen draaide om grondstoffen, arbeid en kapitaal, draait het nu om ideeën, innovatie en kennis.”

We vieren vijftien jaar Topsectorenbeleid Creatieve Industrie. Deze mijlpaal kan niet zonder pioniers, sleutelfiguren en wegbereiders die de aanzet gaven tot belangrijke gebeurtenissen die 25 jaar geleden leidden tot de definitie van het begrip 'creatieve industrie' en het daaruit voortvloeiende beleid.

In dit verhaal onderscheiden we drie periodes:

- 1** De aanloop naar het topsectorenbeleid dat rond het jaar 2000 begint.
- 2** In 2011 doet de eerste fase van het Topsectorenbeleid zijn intrede (2011-2018).
- 3** Gevolgd door de tweede fase: het Missiegedreven Topsectorenbeleid (2018-2025).

Door deze geschiedenis weven we een aantal rode draden. De eerste is de verbinding tussen de beleidsterreinen van Economische Zaken (EZ; thans EZK) en het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW). “Wanneer de economische en culturele waarde goed worden gecombineerd, leidt het tot krachtige en interessante beleidsprogramma's en draagt het bij aan de groei en ontwikkeling van de sector. Aan die impuls heeft CLICKNL al die jaren in belangrijke mate bijgedragen”, zegt Bart Ahsmann, directeur van CLICKNL.

Het is 2001 en staatssecretaris Rick van der Ploeg maakt in zijn 'Cultuurbrief' - de beleidsmatige opmaat naar de Cultuurnota 2001-2004 - voor het eerst expliciet gewag van het bestaan van de creatieve industrie: 'De snel groeiende bedrijfstak van de creatieve industrie lijkt een interessant aanknopingspunt voor cultuurbeleid, dat alerter wil reageren op marktontwikkelingen en gunstige voorwaarden wil scheppen voor de versterking en de ontplooiing van cultureel ondernemerschap', schrijft hij. Daarmee zet hij een eerste beleidsmatige stap naar de erkenning van creativiteit als economische kracht.



“Het besef dat de economische benutting van cultuur belangrijk is, is altijd gebleven.”

Cultuur en economie vinden elkaar

Een ander bepalend moment volgt in 2005 wanneer de ministeries van OCW en EZ *Ons Creatieve Vermogen* presenteren, de Brief Cultuur en Economie. “Voor het eerst sinds de Tweede Wereldoorlog waren er bewindslieden van dezelfde partij op EZ en cultuur”, zegt Bart Hofstede die samen met Stephan Raes deze beleidsbrief opstelde (en later die van 2009). Hofstede, beleidsadviseur op het gebied van cultuur, media en creatieve industrie bij OCW, stelt vast dat, hoewel collega’s de creatieve industrie destijds ‘modieuze gekkigheid’ noemden, het tegendeel waar is. “Het besef dat de economische benutting van cultuur belangrijk is, is altijd gebleven”, zegt hij.

“De directe en vooral indirecte betekenis van de creatieve sector voor de economie is enorm; er gaat veel geld in om en het werkt

als motor van innovatie in andere sectoren. De creatieve sector is arbeidsintensief en kapitaalintensief, en arbeid is nagenoeg uitstootvrij; economisch gezien zijn de creatieve bedrijfstakken groter en beter dan de landbouw.” Hofstede verwijst daarbij naar de bekende vergelijking die Chris Smith maakte, minister van Cultuur in het kabinet Tony Blair, een periode die in de jaren 90 Cool Britannia werd genoemd. ‘De toegevoegde waarde van de Spice Girls voor de Britse economie is groter dan die van British Steel’, zei Smith, waarmee hij de economische waarde van de creatieve industrie aantoont. Tegelijkertijd wordt een ambitieus onderzoeksprogramma met analyses over de economische betekenis van cultuur en innovatie uitgevoerd. Hieraan werken vijf onderzoeksbureaus, waaronder het Centraal Planbureau, Gerard Marlet en Paul Rutten, voorheen onderzoeker en lector Creative Business aan de Hogeschool

“De directe en vooral indirecte betekenis van de creatieve sector voor de economie is enorm; het werkt als motor van innovatie in andere sectoren.”

Rotterdam en bekend van de Monitors Creatieve Industrie. De resultaten werden samengevat in een boek voor beleidsmakers.

Volgens Bart Ahsmann wordt hier een belangrijke koers uitgezet. “De waarde van creativiteit is niet alleen cultureel, maar ook een belangrijke motor voor economische groei en innovatie. Vanaf dat moment wordt er samen opgetrokken en komen er programma’s en financiering (een begroting van vijftien miljoen euro), voor”, zegt hij.

Creative Challenge Call

Het is de start van een belangrijke regeling in 2016: de Creative Challenge Call, een vroege vorm van wat we vandaag ‘ontwerpkraft’ zouden noemen. Binnen deze subsidieregeling van de ministeries van EZ en OCW worden bedrijven, creatieve professionals en brancheverenigingen opgeroepen om met voorstellen te komen waarin netwerkvorming, kennisuitwisseling en samenwerking tussen creatieve organisaties en het bedrijfsleven centraal staan.

Er worden 39 projecten geselecteerd die, met een budget van ongeveer drie miljoen euro, allemaal zijn gerealiseerd. De Britse innovatiedenker Charles Leadbeater concludeert bij de evaluatie dat veel projecten nieuwe, bruikbare manieren hebben ontwikkeld om de creatieve sector met het bedrijfsleven te verbinden.

Voorbeelden zijn het virtuele platform Cultuur 2.0, dat kunstenaars, culturele instellingen, ICT-bedrijven en onderzoekers samenbrengt om nieuwe digitale vormen van cultuurproductie en publieksparticipatie

te verkennen. Of crossmedia-platform PICNIC, een conferentie en festival over innovatie, media en technologie, dat Amsterdam helpt zich te profileren als hub voor creatieve technologie en dat later uitgroeit tot een belangrijk internationaal innovatie-event.

Parels van de Nederlandse economie

Een tweede belangrijke stap volgt met het beleidsprogramma ‘Waarde van Creatie’, vastgelegd in de tweede brief Cultuur en Economie uit 2009, waar Bart Hofstede ook aan meeschreef. Dit programma werd aangejaagd door het Innovatieplatform, een adviesorgaan van het Kabinet Balkenende II met de minister-president als voorzitter. Haar missie is om het innovatieve vermogen van de Nederlandse economie te versterken, zodat Nederland weer een koploper wordt in de Europese kenniseconomie. Binnen het platform werkt Balkenende samen met de minister van EZ en die van OCW, en vijftien sleutelfiguren en experts uit het bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties en kennisinstellingen.

De Nederlandse industrie wordt uitgenodigd om voorstellen te doen. Op basis daarvan worden tussen 2004 en 2006 in totaal zes sleutelgebieden aangewezen: Creatieve Industrie, Flowers & Food, High-Tech Systemen en Materialen, Water, Chemie en Pensioenen & Sociale Verzekeringen. Deze sectoren moeten gaan fungeren als de ‘parels van de Nederlandse economie’. Ze onderscheiden zich door hoogwaardige kennis en technologie, lijken te beschikken over zelforganiserend

“We moeten over onze eigen schaduw heen springen en ons beter organiseren.”

vermogen en kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan de concurrentiekracht van de Nederlandse economie. Het Innovatieplatform wordt in 2007 voortgezet door het vierde kabinet-Balkenende en in 2010 opgeheven, maar de ideeën over sleutelgebieden en innovatie werken later door in het Topsectorenbeleid.

Gele kaart

Hoewel hier een duidelijke kans ligt, krijgt het sleutelgebied Creatieve Industrie van de Commissie Scheepbouwer een 'gele kaart' tijdens de evaluatie in 2009. Deze waarschuwing laat het besef groeien dat de sector zich echt beter moet organiseren om niet 'gediskwalificeerd' te worden.

Dat beeld herkent ook Gerbrand Bas, de onvermoeibare voortrekker van internationalisering en ambassadeur van de Nederlandse creatieve industrie en mede-grondlegger van de Federatie Creatieve Industrie (FCI) en Creative Holland (nu bekend als CreativeNL): "Om niet afgeserveerd te worden, heb ik met de toenmalige directeur van de BNO, Rob Huisman, besloten dat we over onze eigen schaduw heen moeten springen, het eigenbelang ondergeschikt dienen te maken aan *the greater good*, en ons beter moeten organiseren, ook al is de creatieve sector eigenlijk geen sector maar een attitude", zegt hij.

Daarom richten zij samen met een aantal beroeps- en brancheorganisaties een koepelorganisatie op: de Federatie Creatieve Industrie (FCI).

Een aantal geslaagde sleutelmomenten in die periode zijn onder andere de fameuze missie naar Hongkong in 2008. Een ongekend grote groep van driehonderd vertegenwoordigers van de Nederlandse creatieve industrie, onder wie deelnemers van de 'triple helix' -overheid, kennisinstellingen en bedrijfsleven - stappen in het vliegtuig naar de Business Of Design Week (BODW). Juist omdat zoveel spelers uit de sector daar bijeenkomen en tijd hebben om met elkaar te praten, ontstaan veel nieuwe initiatieven. De missie werkt dus als een katalysator. Een concrete uitkomst is dat de sector onder aanvoering van de faculteit Industrieel Ontwerpen van de TU Delft een FES-voorstel (Fonds Economische Structuur) mag ontwikkelen. Dit fonds, te zien als een voorloper van het huidige Nationaal

Groiefonds, bestaat uit aardgasbaten die worden aangewend, zodat grote consortia grootschalige aanvragen kunnen doen voor wetenschappelijk onderzoek.

"Een mijlpaal", zegt Ahsmann, "want wederom werd een onderzoeksprogramma van zo'n grote schaal mogelijk gemaakt voor de creatieve industrie. Het leverde het bewijs dat we een serieuze sector zijn, die zich kan organiseren, een stevig programma kan neerzetten en sectoroverstijgende onderzoeksvragen kan definiëren. Het onderzoeksprogramma over Product Service System Design werd aangevraagd in samenwerking met praktijkpartners, kennisinstellingen en grote bedrijven. Het heeft de sector echt op de kaart gezet en de aandacht voor wetenschappelijk onderzoek aanzienlijk versterkt", zegt hij.

“ Voor het eerst ontmoeten de wereld van de wetenschappers en die van de creatieven elkaar. ”

Eerste fase Topsectorenbeleid

Deze ontwikkeling leidt in 2011 tot het Creative Industries Scientific Program (CRISP), een samenwerkingsverband en netwerk waarin overheid, de creatieve industrie en kennisinstellingen in praktijkgericht onderzoek, samen kennis ontwikkelen op het gebied van Product Service System Design. Paul Hekkert, Captain of Science van het voormalige topteam, volgt in 2012 Cees de Bont op als voorzitter van het bestuur van CRISP: "Ik ben trots op dit programma, omdat voor het eerst de wereld van de wetenschappers en die van de creatieven elkaar ontmoeten en zij de kennisinfrastructuur en de concurrentiepositie van de Nederlandse designsector versterken. Het programma is een mooie opmaat naar het Topsectorenbeleid", zegt hij.

De start van het Topsectorenbeleid in 2011 is vooral gericht op het verenigen, positioneren en organiseren van de sector en gaat gepaard met een belangrijk document: het advies Creatieve Industrie in Topvorm. Het schetst een strategie om de Nederlandse creatieve sector te versterken als economische motor en aanjager van innovatie in andere sectoren. Belangrijke speerpunten zijn cross-overs tussen sectoren, betere toegang tot kapitaal en de oprichting van een creatief topinstituut, met als doel dat Nederland in 2020 tot de wereldtop behoort.

“ Het leverde het bewijs dat we een serieuze sector zijn, die zich kan organiseren. ”

Topteam als taskforce

Bij de start van het Topsectorenbeleid wordt een topteam opgetuigd als taskforce. Het richt zich op de verdere ontwikkeling van de sector via verschillende agenda's, zoals Internationalisering, Human Capital, Kennis & Innovatie en Financiering. Dat topteam bestaat uit een kleine en hechte groep van vertegenwoordigers uit de wetenschap, bedrijfsleven en overheden, dat een sterke relatie heeft met en ondersteuning krijgt van de betrokken ministeries.

Het advies Creatieve Industrie in Topvorm, waarin het topteam benadrukt dat creatieve ondernemers moeten samenwerken met het bedrijfsleven, kennisinstellingen en de overheid bij het oplossen van maatschappelijke vraagstukken, vormt

overigens de opmaat naar een nieuw advies in 2026, als het aan Bart Ahsmann ligt. "Het is tijd om de sectororganisaties opnieuw bij elkaar te brengen en samen te bespreken waar we naartoe willen. Dat zou moeten leiden tot een nieuw sectordoorsnijdend advies aan de departementen EZK en OCW."

Het Topconsortium voor Kennis en Innovatie (TKI) CLICKNL wordt in 2012 opgericht

Specifiek om de portefeuille Kennis & Innovatie te versterken. Het vormt de basis van onderzoek en innovatiebevordering binnen de creatieve industrie. In die periode wordt gewerkt met zes subsectoren: Gebouwde Omgeving, Design, Games, Media en ICT,

Cultureel Erfgoed en Mode, met Creative Business als dwarsdoorsnijdende tafel. "Die hadden nog allemaal hun eigen agenda's en programmering, wat niet hielp bij de impact op onderzoek en het opbouwen van Publiek Private Samenwerkingen (PPS)", zegt de CLICKNL-directeur. "Dat herken je vooral aan het relatief lage PPS-budget."

Marieke Rietbergen, jarenlang betrokken bij het topteam als privaat secretaris, ziet tot tevredenheid een toename in de PPS-budgetten voor ontwerpende onderzoeksprogramma's. Rietbergen herinnert zich goed dat Jeroen van Erp, die sinds 2011 deel uitmaakte van het Topteam Creatieve Industrie, vanuit die rol in 2016 aan designbureaus door het hele land vroeg hoeveel euro's ze in onderzoek en innovatie investeerden. "Zijn Excelsheet sprak boekdelen: 90.000 euro. Dat is niks vergeleken met andere sectoren en met hoe het nu is", weet ze.

Daarnaast had CLICKNL destijds grote moeite om bij de onderzoeksfinanciers de handen op elkaar te krijgen voor een programmering die echt aansloot bij het karakter en de vraag van de sector. Zeker NWO heeft in die tijd een sterke eigen visie op cultuuronderzoek. Ook de relatie met het hbo en de rol van praktijkgericht onderzoek stonden nog in de kinderschoenen.

Ook Valerie Frissen is lid van het allereerste Topteam Creatieve Industrie, waar zij vanuit TNO de wetenschap vertegenwoordigt. Aansluitend wordt zij de eerste directeur van CLICKNL (2012-2014). "Hoewel OCW destijds een belangrijke rol speelde, waren we in het begin een vreemde eend in de bijt. Zeker EZ wist nog niet wat het met ons aan moest", herinnert ze zich.

“We waren in het begin een vreemde eend in de bijt.”



Kikkers in de kruiwagen

Frissen, die nu bijna twaalf jaar directeur is van SIDN Fonds (onderdeel van Stichting Internet Domeinregistratie Nederland) en professor Digital Technologies and Social Change is aan de Universiteit Leiden, vervolgt: "Om de samenwerking tussen bedrijven, kennisinstellingen en overheden een basis en een boost te geven, zijn we gaan voortbouwen op de dynamiek en de vruchtbare ecosystemen die al in de regio bestonden: in Rotterdam had je bijvoorbeeld een architectuurcluster, in Arnhem de modewereld, in Eindhoven de designwereld en in Utrecht de gamingindustrie. Op die manier probeerden we de kikkers in de kruiwagen te krijgen en te houden. Het heeft geholpen om beter te definiëren wat de creatieve sector is", zegt ze. Ze vond het een lastige opgave, maar een succesvolle lobby

richting de politiek leverde zes miljoen op om in de eerste jaren de ambitie van CLICKNL te financieren. "Succesvolle programma's als Publieke Ontwerppraktijk (PONT) en Creative Industries Immersive Impact Coalition (CIIC) komen voort uit deze opbouwperiode van de sector", denkt Frissen.

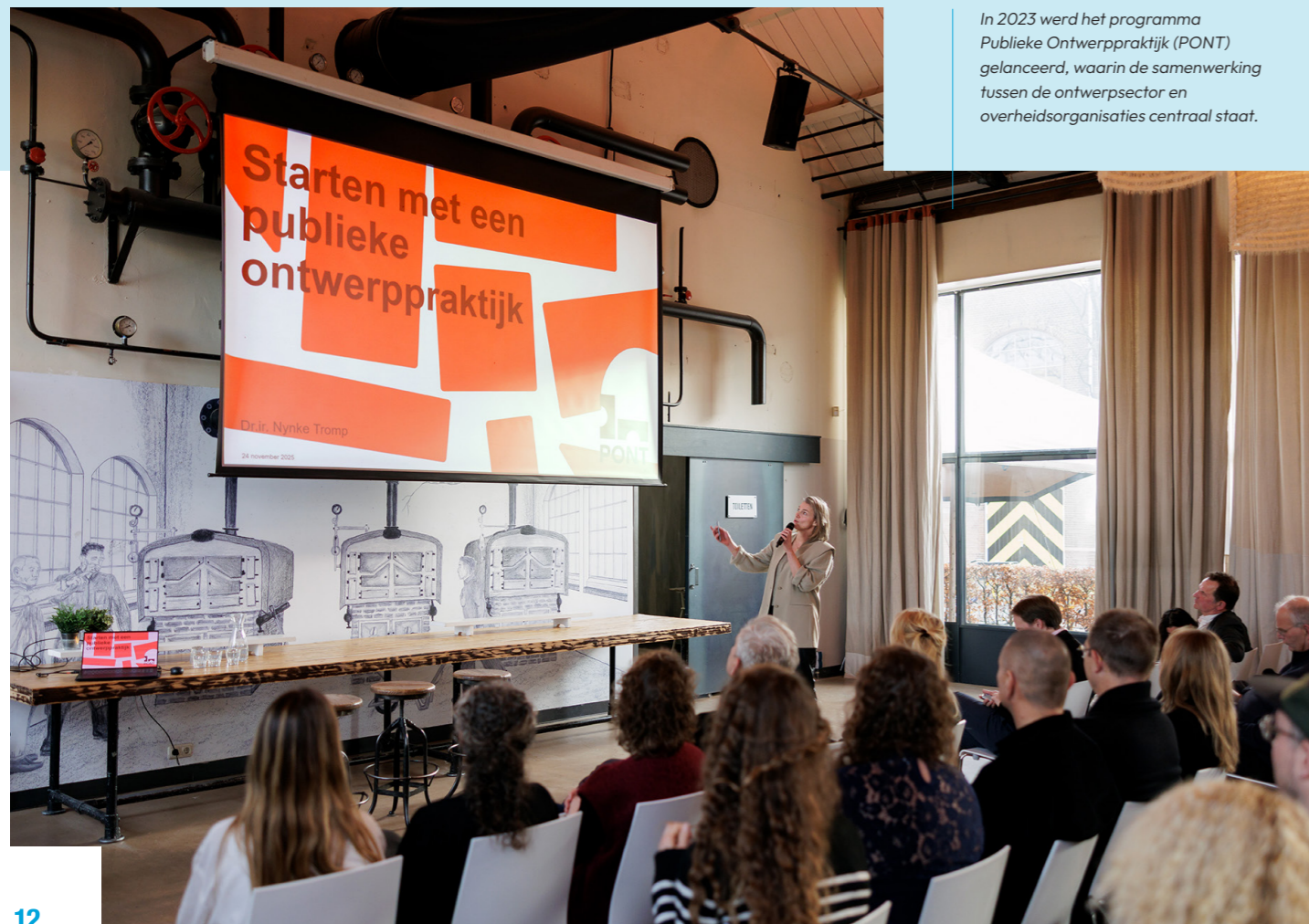
Het wordt haar vooral duidelijk hoe groot de kracht van samenwerking kan zijn. Nu het Topsectorenbeleid is beëindigd, wenst ze CLICKNL dan ook dat meer hekken om de individuele weilanden worden weggehaald en dat ze een relevante en stevige positie behoudt in het economische landschap, waarin technologie en creativiteit en ontwerp als twee kanten van dezelfde medaille meerwaarde bieden.

“We zijn gaan voortbouwen op de dynamiek en de vruchtbare ecosystemen die al in de regio bestonden.”

Ook Marieke Rietbergen reflecteert op de ‘explorerende fase’ van het eerste Topsectorenbeleid. Tussen 2011 en 2013 is Victor van der Chijs, naast zakelijk directeur van OMA, waar Rietbergen dan ook werkt, boegbeeld van het Topteam Creatieve Industrie. “In die pionierende periode was er veel discussie over wie wel en niet tot de Top Creatieve Industrie behoorde. En waren we met al die verschillende bloedgroepen wel een Topsector, laat staan een sector?”, herinnert Rietbergen zich de grote mate van

argwaan die er heerste. “Daarom hebben Victor en ik een infographic gemaakt om te laten zien dat alle sectoren erbij horen en dat we kansen moeten benutten door samen te werken. Dat zorgde voor geruststelling.” Ook herinnert ze zich levendig dat we in het kader van de Internationaliseringsagenda, wilden laten zien wat we in huis hebben. Daarom neemt de Topsector CI in 2014 deel aan de grootste industriële beurs ter wereld: de Hannover Messe en Agritechnica. Tussen de landbouwmachines en technische ontwerpen toont Nederland onder andere een product waarin design en techniek samenkomen: *Wingman*. “Het condoom dat je met één hand om kunt doen, behaalde alle voorpagina’s van internationale kranten en zorgde ervoor dat de Nederlandse creatieve sector op de kaart stond”, weet Rietbergen.

In 2023 werd het programma Publieke Ontwerppraktijk (PONT) gelanceerd, waarin de samenwerking tussen de ontwerpsector en overheidsorganisaties centraal staat.



“De complexe vraagstukken van tegenwoordig vragen om een interdisciplinaire aanpak.”

It Takes Four To Tango

Rietbergen, die lang een eigen bureau had: Design Innovation Group (DIG), en docent is bij de Master Crossover Creativity aan de HKU, is opnieuw verbonden aan CLICKNL via het sinds 2024 lopende programma Ontwerpkraacht & Transities. Het is een goed voorbeeld van een innovatie- en onderzoeksprogramma waarmee CLICKNL PPS-en ondersteunt.

In de eerste ronde worden vijf projecten met 3.250.000 euro van het ministerie van EZ gefinancierd, een tweede en derde ronde zijn in voorbereiding. Het programma is gericht op het ontwikkelen van nieuwe kennis en methoden die ontwerpers kunnen helpen om bij te dragen aan het versnellen van maatschappelijke veranderingen op het gebied van bijvoorbeeld klimaat, zorg en circulaire economie.

Net als Ahsmann, signaleert Rietbergen een duidelijke toename van samenwerkingen en professionalisering. “Er zijn lectoraten gekomen; door het hele land worden creatieve bedrijven verbonden aan ontwerpend onderzoek. PPS-en met meerdere partners die samenwerken én meebetalen, zijn nodig om impactvol onderzoek en ontwikkeling te kunnen doen”, meent ze.

Dwarsdoorsnijdende agenda's

Intussen breekt 2016 aan en Bart Ahsmann treedt aan als de nieuwe directeur van CLICKNL. Om meer slagkracht te krijgen, wordt begonnen met de herinrichting van de governance van de organisatie. Er wordt niet langer langs de disciplines, maar overkoepelend naar de hele sector gekeken, met respect voor de diversiteit van disciplines. "Dat heeft enorm bijgedragen aan het definiëren van de gezamenlijke kracht van de sector. We konden dwarsdoorsnijdende agenda's ontwikkelen en duidelijk maken waar de sector en CLICKNL voor staan", zegt hij. "De complexe vraagstukken van tegenwoordig vragen ook om een interdisciplinaire aanpak; elke toepassing is altijd een combinatie van disciplines, niets staat meer op zichzelf. Dat zou ik in de toekomst graag willen vasthouden, uitbouwen en versterken."

Tweede fase Topsectorenbeleid

De meer gecoördineerde visie op de sector komt eind 2017 goed van pas bij de overgang naar de tweede fase van het Topsectorenbeleid (2018-2025): het missiegedreven, cross-sectorale innovatiebeleid. Daarmee kan de sector haar bijdrage aan maatschappelijke opgaven en de samenwerking met andere topsectoren verder vormgeven. "De creatieve industrie was zich toen al meer bewust van de rol die zij vervult en kan vervullen", zegt Ahsmann. "Het was het juiste moment om ontwerpkracht stevig te positioneren binnen de missies. Dat past bij de agenda's die we initieerden, zoals de integrale Kennis- en Innovatie Agenda (KIA) en de eerste Key Enabling Methodologies-agenda (KEM).

“Je hebt conceptuele denkers en een divers team nodig.”

Die agenda's hebben enorm bijgedragen aan zowel de NWO- als de eigen financiering, waarbij CLICKNL met NWO overlegt over de onderwerpen waarvoor onderzoekscalls en programmering worden uitgezet. Daarbij zijn zij meer naar onze agenda's gaan kijken. De bundeling van krachten en het uitstijgen boven de silo's tussen disciplines helpt daarbij", zegt de directeur.

In 2016 werd Bart Ahsmann directeur van CLICKNL - foto DRIVE festival 2016



Ontwerpers bij de overheid

Marijke Reuver is vanaf 2017 ambtelijk secretaris Topteam Creatieve Industrie van EZ, naast Ernest Slot van OCW, en blijft ook nu als zodanig verbonden aan de Topsector CI. Zij vindt ook dat het missiegedreven innovatiebeleid een belangrijk moment is waarop de TKI's meer gaan samenwerken. "De indirecte spin-off is dat partijen als gemeenten, bedrijven, andere departementen, nu zonder het topteam, zelf initiatieven nemen", zegt ze. Een mooi voorbeeld vindt ze Clustering Rijksincasso waarbij schulden van verschillende overheidsorganisaties samen zijn gevoegd en de afwikkeling ervan wordt verbeterd in het belang van de burger. "Bij dit 'saaie en technische' onderwerp is de impact van design heel goed te zien."

Ze ziet goed de waarde van ontwerpkracht en het conceptuele denken en zou willen dat het als economische drive nog breder wordt verspreid. "Ik hoop dan ook dat wij de ontwerpers kunnen faciliteren. Ik heb mijn werk goed gedaan als er meer ontwerpers bij de overheid komen werken, want je hebt conceptuele denkers en een divers team nodig. Ook is het belangrijk om lange termijninvesteringen te doen om elkaars taal beter te leren spreken, al delen ambtenaren en ontwerpers meer dan ze denken. De praktijk is weerbarstig, maar ik heb er alle vertrouwen in", zegt ze.

In 2024 verschijnt de meest recente Agenda Ontwerpkracht (2024-2027)



Agenda Ontwerpkracht

In 2024 verschijnt de meest recente Agenda Ontwerpkracht (2024-2027) waar Johanneke Minnema projectleider van is. Minnema was sinds 2012 in verschillende rollen betrokken bij CLICKNL, onder andere als secretaris, projectleider en bruggenbouwer. De agenda richt zich op het versterken en beter benutten van onze gezamenlijke ontwerpkracht voor maatschappelijke uitdagingen. Daarbij staat de vraag centraal welke kennis, vaardigheden en vormen van ontwerpend onderzoek nodig zijn om ontwerpkracht effectiever en interdisciplinair in te zetten en zo maatschappelijke transities te versnellen en op te schalen.

Tijdens de tweede fase van het Topsectorenbeleid doen zich meer ontwikkelingen voor. De PPS-budgetten nemen aanzienlijk toe door de groeiende waardering voor onderzoekssamenwerking in de sector, waardoor de creatieve sector meer grip krijgt op onderzoekssamenwerking en programmering. Ook worden de doelstelling en de reikwijdte verbreed naar een bijdrage aan het maatschappelijk verdienvermogen.

Tegelijkertijd ontwikkelt CLICKNL steeds vaker grootschalige programma's waarin de kracht van de creatieve industrie wordt benut en versterkt. Het NGF-programma Creative Industries Immersive Impact Coalition (CIIC), dat in 2024 is gehonoreerd, spant daarbij de kroon met een budget van maar liefst 200 miljoen euro.

“We hebben een sterk netwerk en korte lijntjes met ministeries, organisaties en de creatieve sector.”

Immersive content ontwikkelen met CIIC

Johanneke Minnema was betrokken bij de ontwikkeling van de CIIC-aanvraag, waarbij CLICKNL als bouwer van een ecosysteem van makers, organisaties en overheden zeer waardevol blijkt te zijn. Bart Ahsmann leest in een Europees rapport dat immersive content een nieuwe groeiende richting is waarvoor specifieke skills nodig zijn. Digitale content kan in onze creatieve industrie een belangrijke rol spelen bij het vormgeven van die toekomst, denkt hij. Ze besluiten een two-pager samen te stellen om te verkennen of een dergelijke opzet zou passen bij het Nationaal Groeifonds. Die moet in zeer korte tijd worden ingediend. “Daarin toont CLICKNL zijn kracht,” zegt Minnema. “Dat zoiets lukt en uiteindelijk tot een toekenning leidt, komt doordat CLICKNL snel de juiste partners en kwartiermakers weet te mobiliseren. We hebben een sterk netwerk en korte lijntjes met ministeries, organisaties en de creatieve sector,” zegt ze. “Na anderhalf jaar uitwerken en schrijven, staat er een programma dat de creatieve industrie in staat stelt immersive content te ontwikkelen, die concreet toepasbaar is en onze internationale concurrentiepositie versterkt.”

Minnema is inmiddels betrokken bij het Actieplan Circulair Textiel (ACT), dat zich nog in de verkennende fase bevindt en tot doel heeft de textieltransitie richting een circulaire keten te versnellen. Ze maakt ook deel uit van

“De hele wereld is ontworpen en we hebben die ontwerpkracht hard nodig.”

een team van kwartiermakers en onderzoekt waar ontwerpers en ambtenaren tegenaan lopen als ze samenwerken. PONT (2023-2026) is daarvan het resultaat, een door OCW gesubsidieerd programma dat Dutch Design Foundation (DDF) in samenwerking met CLICKNL uitvoert. De samenwerkingen tussen ontwerpers en ambtenaren worden gevolgd en versterkt, en lessen worden vertaald naar masterclasses, seminars en educatieve programma's. Ook worden diverse nieuwe tools en kennis ontwikkeld. “Bij het ontwikkelen van dit programma hebben we eveneens geprofiteerd van het ecosysteem dat CLICKNL heeft opgebouwd”, zegt Minnema. “Nu het Topsectorenbeleid en het topteam niet meer bestaan, is het belangrijk dat we het waardevolle netwerk dat zij hebben gevlochten vasthouden.”

In het nieuwe Kennis- en Innovatie Convenant (KIC2) voor 2024-2027, de tweede fase van het missiegedreven innovatiebeleid, komt er meer gerichte aandacht voor ontwerpkracht als essentiële competentie van de creatieve professional. Halverwege KIC2 ontstaat echter een breekpunt, wanneer het nieuwe Innovatie- en Industriebeleid van EZK wordt ingevoerd en het Topsectorenbeleid stopt.

“De uitdaging is om onze rol na 2027 te blijven voortzetten”, zegt Ahsmann vastberaden. Hij benadrukt nog maar eens dat de hele wereld is ontworpen en dat we die ontwerpkracht hard nodig hebben. “De maatschappelijke uitdagingen vragen om nieuwe toepassingen en oplossingen die ontworpen moeten worden, waarbij we een balans moeten vinden tussen goed gebruik en hergebruik van materialen voor producten die functioneel, repareerbaar, betaalbaar én esthetisch zijn. Juist die schijnbaar tegenstrijdige eisen horen bij het vak van de creatieve professional”, zegt hij.

MONITOR CREATIEVE INDUSTRIE

Paul Rutten is oprichter, projectleider en co-auteur van de Monitor Creatieve Industrie, het twejaarlijkse onderzoek naar de economische ontwikkeling in de creatieve industrie en ICT. Voor de nieuwste editie (2025) schreef hij het rapport samen met Frank Visser en Walter Manshanden. Voor dit magazine schetst Rutten de ontwikkelingen tussen 2014 en 2024.

De creatieve industrie heeft zich het afgelopen decennium gunstiger ontwikkeld dan de Nederlandse economie als geheel. Dat geldt voor zowel haar bijdrage aan de werkgelegenheid als aan het bruto binnenlands product (bbp). Recente cijfers laten bovendien zien dat de sector zich grotendeels heeft hersteld van de gevolgen van de pandemie.

Tussen 2014 en 2024 groeide de werkgelegenheid in de creatieve industrie jaarlijks met gemiddeld 3,2 procent, tegenover 1,8 procent voor de totale economie. In 2024 telt de sector ruim 421.000 banen, goed voor 4,3 procent van alle banen in Nederland. De meeste banen bevinden zich in de deelsector kunst en cultureel erfgoed (158.000), gevolgd door de creatieve zakelijke dienstverlening (152.000) en de media- en entertainmentindustrie (111.000). De creatieve zakelijke dienstverlening groeide in deze periode met gemiddeld vier procent per jaar het sterkst; de media- en entertainmentindustrie met 1,9 procent het minst.

De verdeling van de banengroei in heel Nederland laat opvallende verschillen zien. In de vijftien grootste steden blijft de groei achter bij die in de rest van het

land, een patroon dat ook in de Monitor Creatieve Industrie 2023 werd waargenomen. Binnen deze steden verliezen de grootste centra van creatieve bedrijvigheid – met name Amsterdam – aan groeitempo, terwijl Utrecht daarop een uitzondering vormt. Voor deze ontwikkeling kunnen verschillende oorzaken verantwoordelijk zijn: mogelijk zijn de kosten van levensonderhoud en vastgoed in de grote steden fors gestegen in de afgelopen jaren en is de kwaliteit van leven in de grote steden aan erosie onderhevig.

Niet alleen de werkgelegenheid, ook de toegevoegde waarde van de creatieve industrie stijgt bovengemiddeld. Tussen 2014 en 2024 groeide de sector met gemiddeld drie procent per jaar, tegenover twee procent voor de gehele economie. Met een totale toegevoegde waarde van €27,6 miljard bedraagt het aandeel van de creatieve industrie in het bbp 2,7 procent. Die groei is vooral het gevolg van een toenemend aantal werkenden; de arbeidsproductiviteit blijft nagenoeg gelijk, wat het arbeidsintensieve karakter van de sector onderstreept. De ontwikkeling van de toegevoegde waarde sinds de coronaperiode verschilt per deelsector. De deelsector kunst en cultureel erfgoed bevindt zich in 2024 vrijwel weer op de groeilijn van vóór de pandemie, terwijl de media- en entertainmentindustrie achterblijft. De creatieve zakelijke dienstverlening kende beperkte coronagevolgen en laat de sterkste groei van de drie zien.

Naast het aantal banen in de creatieve industrie, neemt ook het aantal creatieve professionals dat werkzaam is in de Nederlandse economie – binnen en buiten de creatieve industrie – toe. Het aandeel van deze *embedded creatives* is toegenomen van 4,8 procent (417.000 banen) naar 5,5 procent (539.000) in 2024.

Een opvallend feit tenslotte is dat de schaalverkleining in de totale economie sinds 2021 sneller verloopt dan in de creatieve industrie. In 2024 is de gemiddelde bedrijfsgrootte in de economie 4,4 banen, in de creatieve industrie 1,7. Binnen de creatieve industrie wordt 54 procent van alle banen ingevuld door zzp'ers.

De meest recente monitor is te downloaden via www.clicknl.nl/monitor-creatieve-industrie-2025

De Monitor Creatieve Industrie wordt mogelijk gemaakt door het ministerie van OCW.

“Zichtbaarheid blijft een aandachtspunt en we moeten de meerwaarde van onze ontwerpde aanpak aantonen.”



Cijfers als heilige graal

Nog een aandachtspunt is dat de creatieve industrie zich niet op één maatschappelijke opgave richt, en daarom zelden op één specifieke opgave wordt aangesproken. “De zichtbaarheid blijft een aandachtspunt en we moeten de meerwaarde van onze ‘ontwerpde aanpak’ aantonen, ook al is dat moeilijk te kwantificeren.” Cijfers en casuïstiek blijven dus een uitdaging. De heilige graal is volgens Ahsmann het overtuigend aantonen van de economische waarde van de creatieve industrie en de hefboomwerking op andere sectoren.

Ter ondersteuning van de bewijslast noemt hij de Design Index, waaruit blijkt dat bedrijven uit de Standard & Poor’s 500 die design als corporate strategie hanteren, gemiddeld tweeënhalf keer beter presteren dan

bedrijven die dat niet doen. Ook Paul Rutten, oprichter en nog steeds projectleider van de Monitor Creatieve Industrie (het tweejaarlijkse onderzoek naar de economische ontwikkeling in de creatieve industrie en ICT) onderbouwt het met bewijs (zie kader).

Ahsmann vindt ook dat kennis en innovatie binnen het cultuurbeleid van OCW nog altijd meer aandacht verdient. “Onze belangrijke boodschap is dat kennis en innovatie die de creatieve industrie genereert, niet alleen voor de sector zelf cruciaal is, maar voor de bredere economie. Dit vraagt om samenwerking tussen organisaties. Daar zal ik mij blijvend hard voor maken.”

De derde boodschap die de CLICKNL-directeur minstens zo belangrijk vindt, dit keer richting EZK, is dat we moeten blijven investeren in technologische ontwikkelingen om Nederland sterk en de industrie draaiende te houden, maar dat technologie op zich niet voldoende is. Het heeft pas waarde als er een toepassing voor is. Daar ligt een belangrijke rol voor de creatieve professional: wil die zijn vak goed blijven uitoefenen, dan moet de kennisbasis van de sector worden versterkt, omdat de wereld verandert en de vraagstukken complexer worden. De methodes waarmee professionals werken, dienen continu te worden herzien om trefzekerder en slagvaardiger te kunnen opereren en om fouten te voorkomen.”

Of, zoals Jann de Waal, voormalig voorzitter van het Topsteam Creatieve Industrie het formuleert: “Met ontwerpkracht kun je van iets met tegengestelde eisen, iets moois maken. Dat is niet alleen esthetisch, maar ook technologisch, economisch en maatschappelijk.

“De creatieve sector heeft een bijzondere positie in Europa, en misschien wel in de wereld.”

Wij pakken nieuwe technologie op en creëren daarmee toepassingen die mensen begrijpen en daadwerkelijk willen gebruiken.”

Derde fase: toekomst in Europa

Gerbrand Bas signaleert overigens een derde fase in het Topsectorenbeleid: onze toekomst in Europa. In het bestuur van Creative FED, (European Federation for Creative Economy), de belangrijkste Europese federatie die de creatieve industrie vertegenwoordigt, doet hij nu op Europees niveau wat hij eerder bij de FCI voor Nederland deed. Bas: “In Europa zijn tien miljoen mensen werkzaam in de creatieve sector die ook in het buitenland veel te bieden hebben in de context van maatschappelijke innovatie. Dat hangt samen met de specifieke kwaliteit van onze opleidingen én met onze platte organisatiestructuur. Het buitenland kijkt met bewondering naar Nederland. Maar wie ga je bellen als je met die sector wilt spreken? Daar moeten wij een antwoord op geven”, zegt hij.

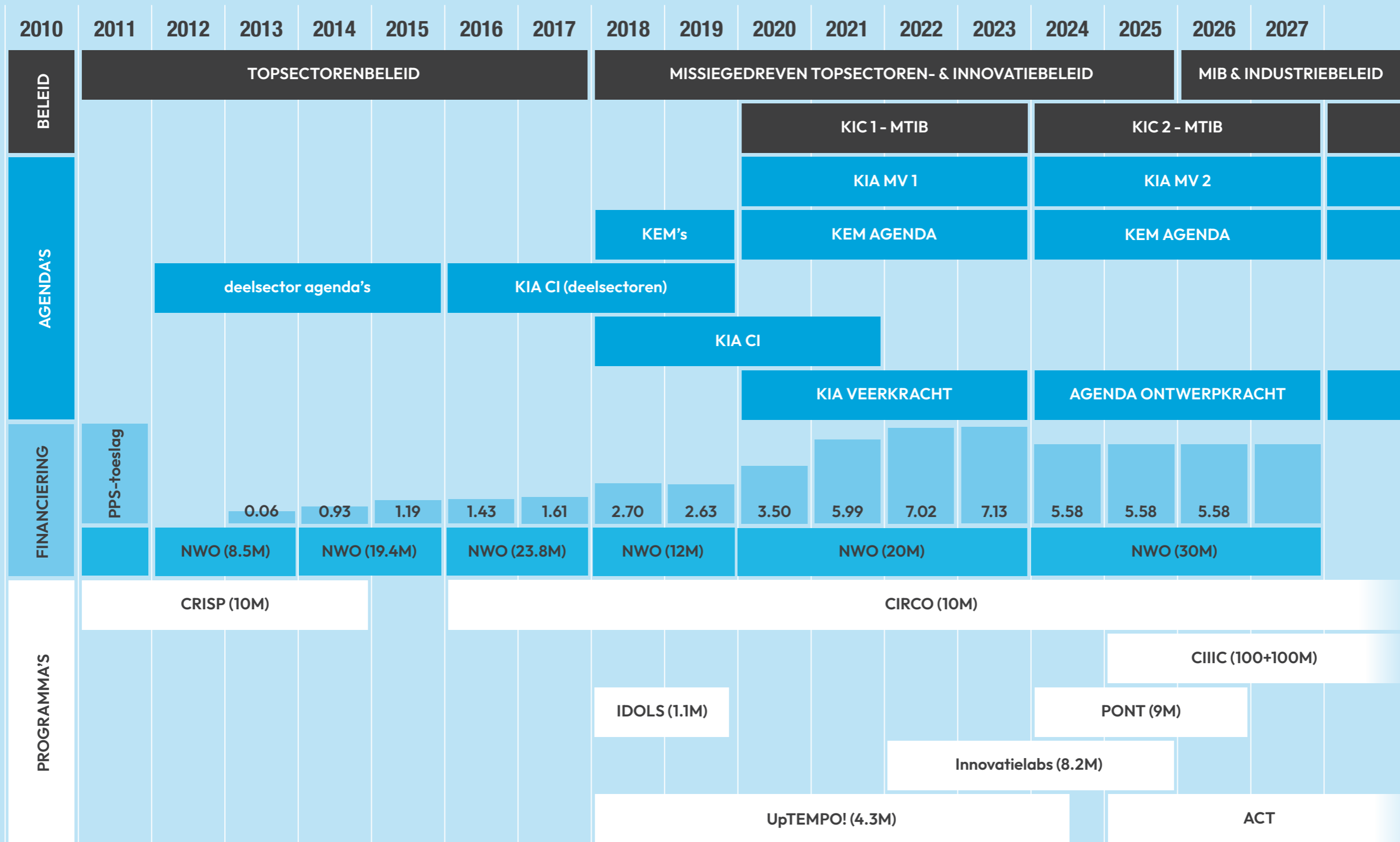
Volgens Bas gaat het niet alleen om een enorme economische markt, maar ook om een culturele waardengemeenschap. “Met alles wat we hebben verworven, en dat is indrukwekkend, kunnen we een vooraanstaande positie claimen en Europees beleid maken. CLICKNL moet daarom *coûte que coûte* blijven bestaan als belangrijke stem richting politiek en overheid. De organisatie moet internationale contacten aanhalen, zich profileren in Europese calls en relevant blijven door schaal te organiseren en veelvormige consortia te bouwen”, vindt hij.

Bijzondere positie wereldwijd

Dat CLICKNL en de FCI waardevol zijn, is volgens hem evident. “De creatieve sector heeft een bijzondere positie in Europa, en misschien wel in de wereld, doordat we ons cross-sectoraal zijn gaan organiseren en bedrijven, kennisinstellingen en overheid met elkaar verbinden. Onze aanzienlijk groeiende bijdrage aan het BNP wordt met cijfers van het CBS onderbouwd. Ook Marijke Reuver noemt beide organisaties onmisbaar. “CLICKNL is het beste middel dat wij hebben. Iedereen heeft een eigen rol; CLICKNL doet wat de overheid niet zou moeten willen doen en wat bedrijven niet kunnen doen.” Bart Hofstede vindt het jammer dat het topsteam als overlegstructuur tussen cultuur en economie stopt, omdat het volgens hem meer nodig is dan ooit. Maar hij ziet ook lichtpuntjes: “Het is goed dat FCI weer meer elan heeft gekregen; de organisatie is belangrijk voor het veld en voor het overleg met EZK. Ook CLICKNL blijft een cruciaal kruispunt tussen creatieve sectoren, de overheid en kennisinstellingen.”



TIJDLIJN



PROGRAMMA'S

Gedeelde kennis vormt de basis voor innovatie. Door krachten te bundelen ontstaan nieuwe toepassingen en werkwijzen die bijdragen aan het aanpakken van maatschappelijke uitdagingen. We lichten drie gerealiseerde programma's uit, die laten zien hoe ontwerpkracht in de praktijk leidt tot impact.

CIIC CREATIVE INDUSTRIES IMMERSIVE IMPACT COALITION

LOOPTIJD
2024-2029

PROGRAMMAPARTNERS
CLICKNL, RVO, NWO/SIA,
Stimuleringsfonds Creatieve
Industrie, TNO

OMVANG
200 miljoen uit het Nationaal Groeifonds
- toegekend in twee periodes van
respectievelijk drie en twee jaar



Heleen Rouw is programmadirecteur van Creative Industries Immersive Impact Coalition (CIIC), een programma dat gericht is op het versterken van de sector op het gebied van Immersive Experiences (IX) door onderzoek, human capital en innovatie te stimuleren. Om Nederland

een leidende positie te geven in deze internationale ontwikkeling, maatschappelijke impact te creëren en het verdienvermogen van de sector te vergroten, lanceerde het ministerie van OCW -dat verantwoordelijk is voor het programma- in samenwerking met EZ, vanuit het Nationaal Groeifonds, het grootste innovatieprogramma ooit op het gebied van immersive technologies met een financiering van tweehonderd miljoen euro.

“Omdat het een dermate omvangrijk project is met een complexe governance, worden de programma-activiteiten van CIIC weliswaar uitgevoerd door CLICKNL, maar functioneert het programmateam binnen de organisatie zelfstandig”, vertelt Rouw. Een begeleidingscommissie van onafhankelijke experts adviseert OCW over de programmastrategie in de breedte. Daarnaast geeft een adviesraad, die het veld vertegenwoordigt, gevraagd en ongevraagd advies. En verschillende partners voeren de regelingen uit.

Rouw is op haar plek bij CIIC. Ze heeft een grote passie voor makers en ziet hun potentie om maatschappelijke impact te creëren. Samen met het programmateam wil ze bouwen aan een community waarin makers en onderzoekers elkaar kunnen vinden, en waarin ook andere partijen

met elkaar worden verbonden. De ambitie is om makers, bedrijven, onderzoekers en overheden te ondersteunen bij het ontwikkelen, testen en opschalen van immersive ervaringen.

Rouw schetst de ambitie en tegelijk complexe uitdaging van het CIIC-programma, dat in 2025 officieel van start ging met de eerste calls. “We willen het brede en versnipperde ecosysteem van immersive makers, wetenschappers, bedrijven en overheden beter met elkaar verbinden”, schetst ze. “Er liggen veel kansen in wat immersive toepassingen kunnen betekenen voor technologische ontwikkelingen, zoals data en AI, en voor de Nederlandse concurrentiepositie in het internationale veld. Dat geldt niet alleen voor media en entertainment en kunst en cultuur, maar juist ook voor maatschappelijke vraagstukken in bijvoorbeeld de zorg, het onderwijs en stedelijke ontwikkeling.”

Om die infrastructuur te realiseren en creatieve professionals uit te rusten met de nodige immersive skills, worden onder andere talentontwikkelingsprogramma's, opleidingen en nieuwe, effectieve leer- en trainingsmethodes ontwikkeld.

De integrale sectordoorsnijdende aanpak is volgens Rouw uniek. “Ik ken geen ander land dat deze aanpak op deze schaal hanteert en daarbij de publieke waarden zo nadrukkelijk centraal stelt”, zegt ze.

De eerste calls richten zich ook op het faciliteren van immersive labs en testfaciliteiten waar nieuwe IX-technologieën kunnen worden getest en ontwikkeld. De Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) organiseert de Innovation Impact Challenge (IIC), waarbij bedrijven en startups worden uitgenodigd om immersive oplossingen te ontwikkelen voor maatschappelijke vraagstukken, bijvoorbeeld voor de Challenge Stedelijke Ontwikkeling. Binnen dit initiatief, waarbij onder andere de gemeenten Amsterdam en Almere zijn betrokken, kunnen bedrijven prototypes ontwikkelen en in de praktijk testen. Zeventien bedrijven hebben de onderzoeksfase doorlopen,

voor tien projecten worden prototypes ontwikkeld. De call Artistic & Design Research for Immersive Experiences (ADRIE), uitgevoerd door het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, richt zich op artistiek en ontwerpend onderzoek naar immersive media, met een focus op experiment en nieuwe vormen van immersive storytelling. Hiervoor zijn in 2025 de eerste vijf consortia gevormd met kunstenaars, ontwerpers en onderzoekers. Daarnaast zijn er onderzoekscalls, zoals CIIC Start en CIIC Kern, regelingen van Regieorgaan SIA voor praktijkgericht en verkennend onderzoek naar effectieve en verantwoorde immersive experiences.

De ambitieuze doelen van de eerste fase van het CIIC-programma zijn concreet:

- via de call Innovation Impact Challenges van de RVO moeten circa 160 prototypes worden ontwikkeld;
- via Artistic & Design Research for Immersive Experiences (ADRIE) worden vijftien consortia gevormd;
- zes learning communities voor IX skills worden opgezet;
- vijftien trainingsmodules en programma's worden ontwikkeld waarin onderwijs, bedrijven en makers samenwerken;
- 10.000 creatieve professionals worden opgeleid of bijgeschoold;
- gestart wordt met vijf regionale IX-labs (met de ambitie om in fase 2 het netwerk uit te breiden naar vijftien labs).

Uit de eerste calls worden data, inzichten en kennis opgehaald om richting te geven aan het programma, waarbij de adviesraad een belangrijke raadgever is. Heleen Rouw: “Het CIIC-programma wordt steeds tastbaarder en er ontstaan al veel nieuwe samenwerkingen. We investeren gezamenlijk in een ecosysteem dat in de toekomst grote waarde kan opleveren voor de creatieve sector en voor maatschappelijke toepassingen van immersive technologie.”

→ Lees meer over CIIC op www.ciic.nl

CRISP CREATIVE INDUSTRY SCIENTIFIC PROGRAMME

LOOPTIJD
2010-2015

PROGRAMMAPARTNERS
Nederlandse (Technische)
Universiteiten, Design
Academy Eindhoven, bedrijven,
ontwerpstudio's, ministerie van OCW

OMVANG
19 miljoen – waarvan
10 miljoen via het
FES-fonds



Het Creative Industry Scientific Programme (CRISP) was een grootschalig Nederlands onderzoeks- en innovatieprogramma voor de creatieve industrie, dat later een belangrijke basis vormde voor andere programma's van CLICKNL. **Paul Hekkert**, sinds 2015 Captain of Science van het inmiddels

opgeheven Topteam Creatieve Industrie en tot 2024 hoogleraar Vormtheorie aan de faculteit Industrieel Ontwerpen (IO) van de TU Delft, was tussen 2012 en 2015 voorzitter van het bestuur van CRISP.

“Vanuit de faculteit IO, kregen we de kans een voorstel in te dienen voor een FES-programma (Fonds Economische Structuurversterking), dat deels werd gefinancierd uit de aardgasbaten.

We kozen als thema het ontwikkelen en ontwerpen van Product-Service Systems (PSS), destijds nieuw en een enorme uitdaging”, herinnert hij zich. Er werden acht PSS-projecten geselecteerd: vier inhoudelijke en strategische projecten gericht op de ontwikkeling van fundamentele kennis, en vier toepassingsgerichte projecten op het gebied van zorg, mobiliteit, smart textiles en speelomgevingen.

In totaal werkten maar liefst 61 partijen samen, waaronder acht onderwijsinstellingen (universiteiten, hogescholen en ontwerpopleidingen) en 53 bedrijven, overheden en maatschappelijke organisaties. Zij ontwikkelden kennis en prototypes rond servicedesign, product-servicesystemen en nieuwe ontwerpmethoden.

Het programma was bedoeld om de kennisbasis van de creatieve industrie te versterken, een doel dat Hekkert zichzelf ook stelde.

De impact zat hem vooral in de aard van de samenwerking. “Daar ben ik trots op, want het was voor het eerst dat kennisinstellingen (universiteiten en hbo's), het bedrijfsleven (zoals Philips en KLM), het creatieve mkb en de ontwerp bureaus intensief samenwerkten. Ze maakten op een diepgaande manier kennis met elkaars werelden; onderzoekers kwamen in de studio's en ontwerpers werden betrokken bij onderzoeksvragen en werkten actief mee aan onderzoek.”

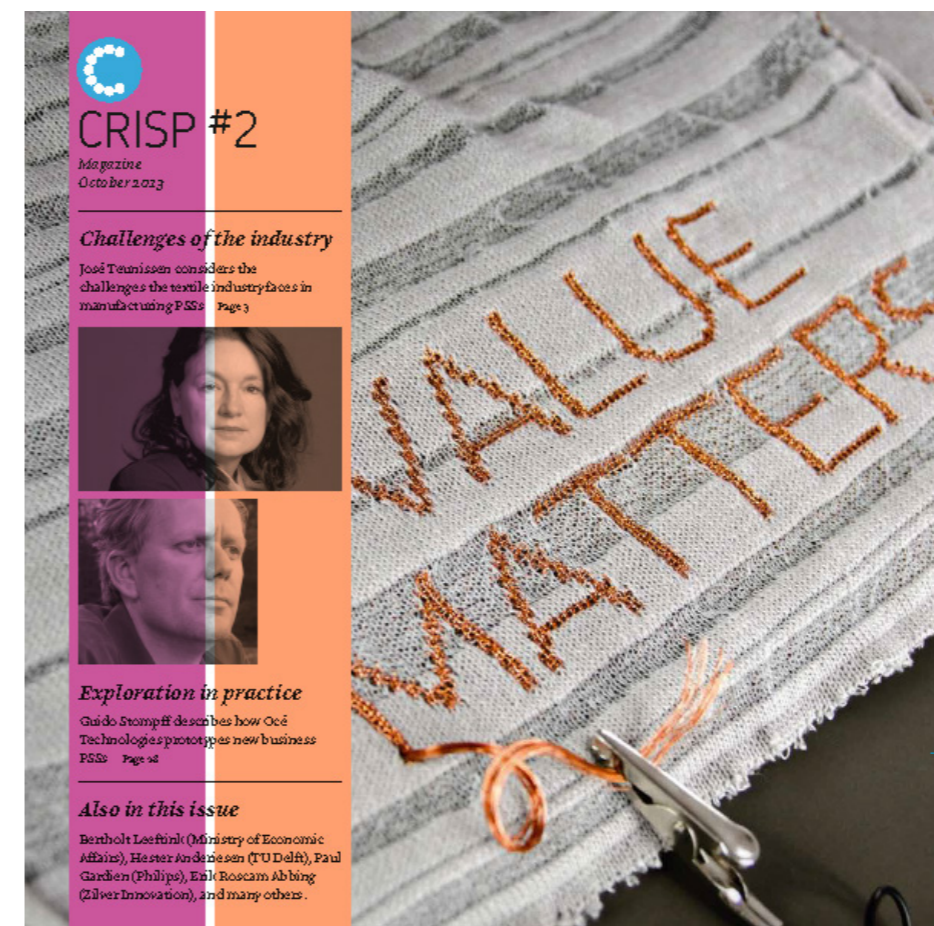
Binnen het CRISP-programma werden zeventien promotietrajecten (PHD's) afgerond en waren acht postdoctorale onderzoekers betrokken.

Dat de creatieve sector haar deuren heeft geopend en is gaan deelnemen aan onderzoek, heeft volgens Hekkert geleid tot nieuwe inzichten en meer gerichtheid op grotere maatschappelijke thema's, zoals gezondheid en mobiliteit. “Sindsdien is de sector - ook economisch - meer gericht op het bouwen van langdurige relaties dan enkel het binnenhalen en uitvoeren van opdrachten”, meent hij.

“Het samenbrengen van deze partijen vormde een mooie opmaat naar het Topsectorenbeleid en een belangrijk en inspirerend voorbeeld voor alle PPS-programma's die volgden. Daarnaast hebben sommige projecten ook echt een verschil gemaakt en veel publiciteit gegenereerd. Denk aan de zorgrobot Alice en vooral de Tover tafel, waar een succesvol bedrijf omheen is gebouwd.”

Nog een belangrijk onderdeel van CRISP, dat het bestuur organiseerde, was de jaarlijks terugkerende programmabijeenkomst. Hier konden alle betrokkenen elkaar ontmoeten en hun resultaten en ervaringen uitwisselen. “Dat werd door iedereen als zeer waardevol ervaren”, weet Hekkert.

CRISP magazine werd gelanceerd, om onderzoek en experimenten te vertalen naar toegankelijke verhalen.



→ **Lees meer over CRISP op**
www.crisprepository.nl

CIRCO/ CIRCONNECT

LOOPTIJD

2015-heden

PROGRAMMAPARTNERS

een groot aantal kennis- en distributiepartners en brancheorganisaties

OMVANG

een cumulatieve inzet van meer dan 10 miljoen (ondersteund door het ministerie van I&W en sinds 2024 ook door EZK)



De initiatieven CIRCO en CIRCONNECT zijn gericht op het versnellen van de circulaire economie, zowel in Nederland als internationaal. De programma's worden uitgevoerd onder de vlag van CLICKNL en sinds de start ondersteund door het Ministerie van Infrastructuur

en Waterstaat en sinds 2024 door het Ministerie van Economische Zaken & Klimaat. CIRCO richt zich op het in beweging brengen van de circulaire transitie door het activeren en trainen van maakbedrijven en creatieve professionals. In workshops leren zij om circulaire producten, diensten en businessmodellen te (her)ontwerpen met een - inmiddels bewezen - methode.

CIRCONNECT is het bredere kennisplatform en een community die opgedane ervaringen, bestaande kennis, methodes en tools over circulair ontwerp samenbrengt en toegankelijk maakt voor bedrijven en ketens in circulaire innovatieprocessen.

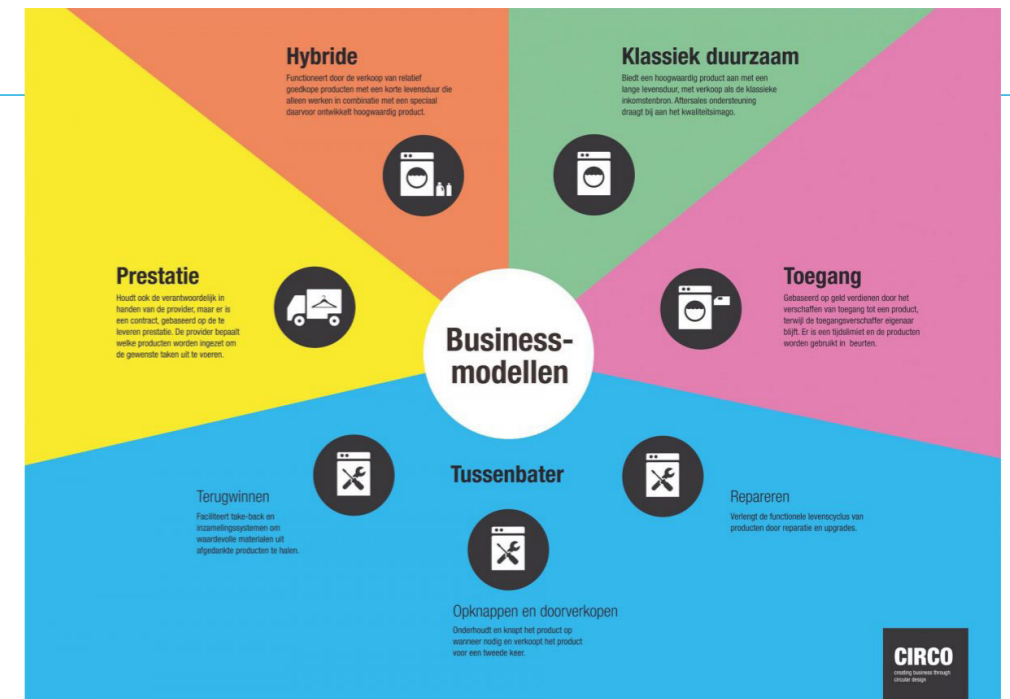
“Circulair is een nieuwe uitdaging voor bedrijven”, vertelt **Pieter van Os**, programmamanager CIRCO International en CIRCONNECT. “Met dit impactprogramma richten we ons op het beter en langer benutten van materialen en energie, zoals het langer in de keten houden van (kritieke) grondstoffen en het minimaliseren van afval. CIRCO speelt daarbij al aan het begin van de keten een rol door bedrijven te helpen hun product en businessmodel te herontwerpen, zodat een product niet laagwaardig wordt gerecycled, verbrand of op de afvalberg terecht komt.”

“De circulaire transitie versnelt door bedrijven aan te moedigen, samenwerking binnen de ketens te stimuleren en de inzet van nieuwe circulaire businessmodellen te faciliteren die aansluiten bij die bedrijven”, weet Van Os, die vanaf de start van het programma is betrokken. Zijn voornaamste verantwoordelijkheden zijn: het leiden van het expertteam, het ontwikkelen van designkennis en tools, en het geven van feedback wanneer deze tools worden

ingezet. “Op deze manier signaleren we waar hiaten in de kennis zitten en dragen we bij aan de ontwikkeling van de kennisagenda's”, zegt hij.

“Ons credo is: ‘creating business through circular design’. Hiermee sluiten we aan op de wens van bedrijven om hun concurrentiepositie op de lange termijn te versterken. We maken circulaire designkennis van kennisinstellingen toegankelijk en beschikbaar voor het mkb. Het team van CIRCO/CIRCONNECT werkt daarvoor samen met kennispartners, zoals TU Delft, hogescholen, waaronder HvA en Saxion, TNO (Nederlandse Organisatie voor Toegepast Natuurwetenschappelijk Onderzoek) en KIDV (Kennisinstituut Duurzaam Verpakken). Daarnaast vervullen distributiepartners de belangrijke rol om de kennis effectief voor bedrijven te ontsluiten en wordt samengewerkt met brancheorganisaties, zoals FME, Koninklijke Metaalunie, NRK (Federatie Nederlandse Rubber- en Kunststofindustrie) en CBM (branchevereniging voor de interieurbouw en meubelindustrie). CIRCO werkt ook samen met regionale Hubs waarbij vaak regionale ontwikkelmaatschappijen zoals OostNL en InnovationQuarter, betrokken zijn.

Er zijn negen Hubs verspreid over alle provincies van Nederland en 26 in twintig andere landen, van Duitsland en Turkije tot Hongkong. De hubs bieden bedrijven in hun regionale ecosystemen tools aan en zetten door CIRCONNECT opgeleide trainers in om bedrijven workshops te geven en bedrijven met deze tools te ondersteunen. “Wij empoweren de Hubs, waarna zij zelfstandig functioneren met eigen financiering”, zegt Van Os. Via de Hubs en branchepartners ondersteunt CIRCO uiteenlopende maakbedrijven en ketens bij het ontwikkelen en implementeren van circulaire innovaties met de bewezen methode: CIRCO Tracks voor ondernemers (‘in zeven stappen



van lineair naar circulair'), CIRCO Classes voor creatieve professionals, en CIRCO Keten-Tracks voor bedrijven uit de keten van een specifieke productgroep.

Vanuit CIRCONNECT zijn er aanvullende ontwerptools zoals een programma-van-eisentool en een wet- en regelgevingtool. Van iedere tool is een DIY-format beschikbaar. Hiermee worden bedrijven geholpen en aangemoedigd om zelfstandig de transitie van een lineair naar een circulair businessmodel te maken.

“In de praktijk blijkt echter dat bedrijven graag deelnemen aan een workshop waarin ze worden begeleid en met andere bedrijven in contact komen,” aldus Van Os. “Daarvoor zijn de distributiepartners cruciaal.”

Met de strenge regelgeving vanuit Europa op komst, is de vraag bij veel organisaties hoe je dat gaat vertalen naar designeisen. “Dat is een immense klus voor veel bedrijven”, weet Van Os, “maar er zijn al hoopvolle resultaten behaald. Van de 40.000 bedrijven in Nederland met meer dan vijftien werknemers is tien procent bediend met CIRCO. Er zijn meer dan dertig professionele CIRCO-trainers en meer dan 3.500 bedrijven die zijn getraind in de CIRCO-methode.”

→ Lees meer over CIRCO op www.circonl.nl en over CIRCONNECT op www.circonnect.org

Projecten

Publiek-private samenwerkingen zijn één van de krachtigste motoren achter innovatie. In de afgelopen jaren hebben we met meer dan €50 miljoen aan PPS-middelen tal van projecten (bijna 200) mogelijk gemaakt waarin kennisinstellingen en bedrijven samen onderzoek deden en oplossingen ontwikkelden voor maatschappelijke en economische vraagstukken. Met deze investering stimuleren we niet alleen nieuwe kennis, maar ook de toepassing ervan in de praktijk, waardoor ontwerp, technologie en ondernemerschap hand in hand gaan. We lichten drie van deze PPS-projecten uit.



Stadsbomen tegen hittestress | i-Tree 2.0-NL

De toekomst van stadsbomen: nieuwe inzichten en tools voor klimaatbestendige, groene steden in Nederland

DE UITDAGING

Steden moeten zich aanpassen aan de gevolgen van klimaatverandering. Inwoners hebben te maken met toenemende hittestress die versterkt wordt door het hitte-eilandeffect, oftewel het verschijnsel dat steden aanzienlijk warmer zijn dan het omliggende platteland. Groene infrastructuur, voornamelijk bomen, spelen een belangrijke rol in klimaatadaptatie. Het potentieel van stadsbomen wordt daarentegen niet volledig benut. Gemeenten, ontwerpers en beleidsmakers hebben te weinig kennis over klimaatvoordelen

van bomen tot hun beschikking, te weinig betrouwbare praktische tools en geen samenhangende strategie voor groene, veerkrachtige steden. Daardoor blijft de waarde van bomen vaak onderbelicht in ruimtelijke keuzes en besluitvorming.

KORTE UITLEG PROJECT

i-Tree 2.0-NL is een onderzoeks- en ontwerpproject dat nieuwe kennis en tools ontwikkelt voor het inzetten van stadsbomen bij klimaatadaptatie van Nederlandse steden. In drie deelprojecten zijn de koelprestaties van bomen gemeten, groeicurves opgesteld

op basis van grote stedelijke datasets, en een dashboard ontwikkeld dat deze inzichten toepasbaar maakt in beleid, ontwerp en beheer van de openbare ruimte. Het project combineert data, technologie en ontwerp om stedelijk groen beter te integreren in de praktijk.

LOOPTIJD
2021-2025

PARTNERS

Een consortium van ruim 25 partners, waaronder vijf kennisinstellingen (o.a. TU Delft, AMS en WUR), acht gemeenten, boomadviesbureaus, boomkwekerijen, ontwerp- en ingenieursbureaus en brancheorganisaties, met TKI CLICKNL als belangrijkste financiële partner.

WAT HEEFT DIT PROJECT VERANDERD EN TEWEEGGEBRACHT?

i-Tree 2.0-NL laat zien dat stadsbomen geen decoratie zijn, maar cruciale infrastructuur. Door hun waarde zichtbaar te maken - van verkoeling tot luchtkwaliteit - krijgen bomen een sterkere positie in beleid, ontwerp en beheer. Het biedt concrete handvatten om steden groener, koeler en klimaatbestendiger te maken.

Het project maakt ook duidelijk waar het nu misgaat: doordat veel stadsbomen gemiddeld 40-60 jaar oud worden en slechte groeiomstandigheden hebben, benutten we in steden slechts 50-70% van hun potentieel. Dat inzicht alleen al zet aan tot anders denken en handelen.

DIE IMPACT ZIE JE TERUG IN:

- Nieuwe wetenschappelijke inzichten in hoe bomen het stedelijk microklimaat beïnvloeden en welke soorten de hoogste impact hebben op stralingstemperatuur - met meetbare verschillen tot tientallen graden in gevoelstemperatuur.
- Groeicurves gebaseerd op meer dan honderdduizend bomen, die laten zien hoe stadsbomen zich écht ontwikkelen door de tijd.
- Een ontwerpbenadering ('van kroon naar kavel') waarin bomen en hun ecosystemendiensten centraal staan en de gebouwen volgen.
- Het i-Tree dashboard (Stadsbos Portfolio), waarmee beleidsmakers en ontwerpers scenario's kunnen doorrekenen en de lange termijn zichtbaar maken.
- Concrete toepassingen in projecten zoals de Oranje Loper in Amsterdam, waar keuzes over herontwikkeling en boombeheer beter onderbouwd kunnen worden.
- Een groeiende beweging waarin ontwerpers, gemeenten en kwekers samenwerken aan een toekomstbestendig stedelijk ecosysteem.



WAT MAAKT DIT PROJECT BIJZONDER?

Wat i-Tree bijzonder maakt, is de manier waarop het project is opgezet. Niet eerst jaren onderzoek en daarna pas toepassing, maar vanaf dag één samen ontwerpen, testen en leren. Het project verbindt werelden die normaal gescheiden blijven: data en ontwerp, wetenschap en praktijk, beleid en bewoners. Het laat zien dat echte verandering niet alleen uit nieuwe kennis komt, maar uit samenwerking en een andere manier van kijken: van bomen in de stad, naar stad in het bos. Een vorm van cruciale infrastructuur die groeit, meebeweegt en waarde opbouwt over tijd.

PPS-TOESLAG

Gefinancierd via PPS-toeslag voor publiek-private samenwerking binnen onderzoek en innovatie: 398.573 euro.

→ MEER WETEN?

Bekijk het volledige project: www.clicknl.nl/case/pps-projecten-i-tree of ga naar www.urbanforestry.nl/living-labs/i-tree-2-nl



3D Knitwear Fieldlab

Systemverandering in productie



DE UITDAGING

De mode-industrie is wereldwijd één van de meest vervuilde sectoren, met productie die grotendeels plaatsvindt in grootschalige, mondiale ketens ver van de plek van gebruik. Dit systeem is sterk afhankelijk van overproductie en lineaire materiaalstromen. Tegelijkertijd bieden digitale productietechnologieën kansen voor lokale, on-demand, en circulaire productie. In de praktijk ontbrak het echter aan gedeelde kennis en methoden om deze technologieën effectief toe te passen in het ontwerpproces, met name bij programmeerbare textielssystemen zoals industriële 'whole-garment'-breimachines die kleding naadloos kunnen produceren.

KORTE UITLEG PROJECT

Het 3D Knitwear Fieldlab onderzoekt hoe digitale breitechnologie de manier waarop we kleding maken kan veranderen. Met de Shima Seiki WholeGarment-breimachine, die kledingstukken in één keer, zonder knippen of naaien, driedimensionaal kan produceren, werd gekeken naar nieuwe manieren van ontwerpen en produceren. Samen met partners verkende het project hoe programmeerbaar breien kan bijdragen aan lokale productie, duurzamer materiaalgebruik en digitale ontwerpproessen. In vier experimentele deelprojecten werd er gewerkt aan onder andere circulaire materialen, ontwerpen op maat en op aanvraag, het omzetten van lichaamsdata naar breipatronen en het verwerken van elektronica en medische functies in kleding.

LOOPTIJD

september 2020 - december 2022

PARTNERS

Hogeschool van Amsterdam (HvA), Ministry of Knits, New Industrial Order, Knitwear Lab, by-wire.net

WAT HEeft DIT PROJECT VERANDERD EN TEWEEGGEBRACHT?

Het 3D Knitwear Fieldlab heeft een fundamentele verschuiving laten zien in hoe textiel geproduceerd kan worden: van grootschalig en lineair naar lokaal, digitaal en on-demand. Door materiaalontwikkeling, ontwerp en productie integraal te benaderen,

maakte het project duidelijk dat een regionaal en circulair productiesysteem technisch én economisch haalbaar is. Daarmee is een belangrijke basis gelegd voor zogeheten 'microfactories', waarin flexibel en met minimale verspilling wordt geproduceerd. Daarnaast heeft het fieldlab de drempel tot innovatieve productietechnologie verlaagd. Ontwerpers en kleinere merken kunnen nu zelf werken met industriële breitechnologie, zonder afhankelijk te zijn van specialistische programmeerkennis. Ook zijn nieuwe verbindingen ontstaan tussen sectoren - van mode en technologie tot zorg - waardoor digitale textielproductie zich ontwikkelt tot een breed toepasbaar innovatiedomein.

DIE IMPACT ZIE JE TERUG IN:

- Het gebruik van Nederlandse wolreststromen (zoals buik- en kopwol) als grondstof voor nieuwe garens.
- Lokaal geproduceerde en verkochte wollen truien, ontwikkeld binnen het project.
- Nieuwe initiatieven zoals Keeping it Local (regionale textielketens) en Care & Repair (verlenging levensduur kleding).
- Toegankelijke productietechnologie: ontwerpers en kleine merken kunnen via een modulaire 'breicode' zelf ontwerpen ontwikkelen voor industriële breimachines, zonder specialistische programmeerkennis (doorontwikkeld in software en tools zoals Fabricant.ai).
- Toepassingen voor gepersonaliseerde kleding via 3D-bodyscans en directe vertaling naar breiprocessen.
- Medische innovaties zoals een gebreid lichttherapieproduct voor de behandeling van geelzucht bij pasgeborenen (Bilihome).
- Vervolgprojecten en internationale samenwerkingen rond digitalisering van de textielindustrie, bijvoorbeeld via Centre of Expertise for Creative Innovation (CoECI).
- Nieuwe programma's en kennisontwikkeling binnen initiatieven, zoals Knit+.

WAT MAAKT DIT PROJECT BIJZONDER?

Wat het 3D Knitwear Fieldlab onderscheidt, is de integrale aanpak: het project richtte zich niet op één product, maar op het volledige systeem achter textielproductie. Van grondstof en garen tot ontwerpsoftware en machineprogrammering: alles werd in samenhang ontwikkeld en getest binnen experimentele omgevingen.

Door ontwerpers, technici en industriepartners samen te brengen rond digitale breitechnologie, ontstond een vernieuwend model voor lokale en duurzame productie. Daarmee vormt het fieldlab een concreet voorbeeld van hoe de textielindustrie kan transformeren naar een systeem met minder verspilling, meer maatwerk en sterke regionale verankering.

PPS-TOESLAG

Gefinancierd via PPS-toeslag voor publiek-private samenwerking binnen onderzoek en innovatie: 400.000 euro.

→ MEER WETEN?

Bekijk het volledige project via www.clicknl.nl/fieldlab-3d-knitwear of ga naar www.knitplus.nl en www.hva.nl/samenwerken/labs/3d-knit-robot-lab - beide voortgekomen uit het fieldlab.





Fieldlab Evenementen

Systemverandering in de samenleving

DE UITDAGING

Tijdens de coronapandemie kwam de volledige evenementenindustrie abrupt tot stilstand. Voor een sector die draait op samenzijn en publiek, ontstond een urgente vraag: hoe organiseer je evenementen wanneer samenkomen zelf een risico vormt? Tegelijkertijd moest er snel handelingsperspectief komen, terwijl kennis over veilige publieksopbouw in deze context nog grotendeels ontbrak.

KORTE UITLEG PROJECT

In samenwerking tussen de evenementenbranche, overheid en wetenschap werden grootschalige testevenementen georganiseerd om gedrag, risico's en effectiviteit van maatregelen in de praktijk te onderzoeken. Denk aan zakelijke bijeenkomsten, recreatieve events, voetbalwedstrijden en culturele evenementen zoals het Songfestival. Het doel was om onder gecontroleerde omstandigheden te onderzoeken wat er nodig is om evenementen veilig te kunnen organiseren en zo onderbouwde keuzes te maken voor beleid in crisistijd.

LOOPTIJD PROJECT

2020-2022

PARTNERS

Een sectorbreed initiatief van de evenementenbranche -van cultuur tot sport en van zakelijke tot publieksevenementen- ontwikkeld samen met wetenschappers, kennisinstellingen, de Topsector Creatieve Industrie en Life Sciences & Health, met ondersteuning van de ministeries van VWS, OCW, EZK en J&V.

WAT HEEFT DIT PROJECT VERANDERD EN TWEEGGEBRACHT?

Het Fieldlab Evenementen heeft bewezen dat het mogelijk is om op een verantwoorde manier grote groepen mensen bijeen te brengen, mits dit zorgvuldig wordt ingericht en ondersteund met kennis. Daarmee werd voor het eerst inzichtelijk hoe een sector die volledig stil lag, onder voorwaarden weer veilig kon functioneren. Het project gaf niet alleen handelingsperspectief in een acute crisis, maar veranderde ook de relatie tussen deze sector en overheid: van afstandelijk naar intensief samenwerkend.

Daarnaast liet het project zien dat publiek-private samenwerking in crisissituaties snel kan opschalen en effectief kan opereren. De combinatie van (branche)organisaties, wetenschappelijke instituten en overheden maakte het mogelijk om in korte tijd kennis op te bouwen én direct toe te passen.

DIE IMPACT ZIE JE TERUG IN:

- De gefaseerde heropening van de evenementenbranche, onderbouwd met inzichten uit testevenementen.
- Een sterker georganiseerde en meer eenduidige sector.
- Kennis over publieksstromen en veilige eventorganisatie in de praktijk.
- Een (nieuwe) manier van samenwerken waarin overheid, wetenschap en branche direct samen optrekken in crisissituaties.
- Het inzicht dat economische activiteiten onder strikte voorwaarden kunnen doorgaan, ook in crisistijd.

WAAROM BIJZONDER?

Wat dit project bijzonder maakt, is de ongekende snelheid en schaal waarop sector, overheid en wetenschap samen hebben gehandeld in een uiterst onzekere situatie. Binnen korte tijd werden grootschalige testomgevingen opgezet, waarbij experimenteren en leren centraal stonden in plaats van zekerheid vooraf.

Het Fieldlab Evenementen liet zien dat samenwerking over institutionele grenzen heen niet alleen mogelijk is, maar in crisistijd essentieel wordt. Daarmee werd niet alleen een sector tijdelijk herstart, maar ook een nieuwe manier van publiek-private samenwerking in de praktijk beproefd en bewezen.

PPS-TOESLAG

Gefinancierd via PPS-toeslag voor publiek-private samenwerking binnen onderzoek en innovatie: 3.486.000 euro.

→ MEER WETEN?

Bekijk het volledige project via www.fieldlabevenementen.nl



DE DRIVE EN PASSIE VAN JANN DE WAAL



Jann de Waal was sinds 2016 lid van het Topteam en vanaf 2019 voorzitter van de Topsector Creatieve Industrie. Een gesprek over de zichtbare, minder zichtbare en onzichtbare wapenfeiten van het Topteam, het inzetten van de ontbrekende schakels en het in stelling brengen van de goede partijen bij het versterken van de Nederlandse creatieve economie, waar onze ontwerpkracht een cruciaal onderdeel van is.

“Met een compact ecosysteem, hebben we dingen duurzaam in gang gezet en verankerd.”

Jann de Waal is altijd al een actief en betrokken man geweest. In 2016 vroeg Barbera Wolfensberger hem de plek van Jeroen van Erp in te nemen als Topteamlid namens het mkb - met de portefeuille internationalisering. In 2019 vroeg ze hem weer, dit keer om haar plek als voorzitter over te nemen toen zij Directeur-Generaal Cultuur en Media

bij het ministerie van OCW werd. Op beide verzoeken zei hij ja. Daarnaast droeg hij bij aan de opzet van CLICKNL, medeoprichter en voorzitter van DDA, de branchevereniging voor digitale bureaus en in die hoedanigheid nauw betrokken bij de oprichting van de Federatie Dutch Creative Industries, en hij adviseert organisaties rondom digitale transitie. Bovenal is hij CEO en oprichter van INFO, een bureau voor de ontwikkeling van innovatieve digitale producten en platforms. Het bureau droeg bij aan disruptieve toepassingen, zoals Rabobank Online Bankieren, NS OV-Fiets en Growy Vertical Farming.



“Complexe processen en innovatieve technologie vertalen naar een duurzaam en bruikbaar product, dat is mijn passie, mijn drive.”

Vanuit de Hogeschool van Amsterdam was hij betrokken bij de CMD-opleiding. Zo rolde hij in CLICKNL, vanuit de overtuiging dat veel dienstverlenende creatieve bedrijven behoefte hebben aan een goede kennisbasis. “Juist aan de digitale kant werd toen nog zo weinig wetenschappelijke kennis gebruikt”, zegt De Waal.

“Het betrekken van de digitale bureaus was lastig, want het creatieve veld was behoorlijk verzuimd, maar de oprichting van DDA zorgde ervoor dat de discipline een goede basis kreeg en werd ingebed in de creatieve industrie.”

BETERE BESTUURDER

Zijn jaren bij het Topteam vond hij leuk en interessant. “Vanuit een mkb-bedrijf ben je altijd dienstverlenend. Ik vond het bijzonder leerzaam om vanuit een andere kant, als Topteamlid en voorzitter, te opereren. Je wordt benoemd door de minister, dus dat geeft een zekere mate van autoriteit. Ze nemen in ieder geval soms een telefoon op”, zegt hij lachend. “Ik heb een heel diep inkijkje in de keuken gekregen van hoe het beleid wordt gemaakt en de politiek werkt. Dat heeft me verrijkt. Ik ben er een betere bestuurder door geworden.”

Nederland heeft een rijke creatieve industrie. We zijn niet één ASML, maar een hele brede sector, die deels dienstverlenend werkt en deels eigen producten ontwikkelt. De Waal: “Voor EZ was dat geen vanzelfsprekendheid, want zij waren gewend om met de traditionele industrieën te werken. De eerste Topteams hebben zich vooral ingespannen om dat onder de aandacht te brengen en ook de sector zelf daarvan bewust te maken. Waar

Design programma (Circo), dat bedrijven en ontwerpers helpt circulair te ondernemen via een bewezen methode voor het ontwikkelen van circulaire producten, diensten en businessmodellen, gefinancierd door het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (I&W).”

Zoals Bart Ahsmann eerder aangaf: de sector is versterkt door samen met kennisinstellingen kennis te ontwikkelen.

Daar zijn de Kennis Innovatie Agenda's (KIA's) voor, zoals de Agenda Ontwerpkracht. “Met CLICKNL hebben we gezorgd dat kennis gericht wordt ontwikkeld, niet alleen aan universiteiten, maar ook aan hogescholen, en dat die kennis zijn weg vindt naar de sector. Dat is minder zichtbaar, omdat het indirect werkt”, vindt hij. “Via verschillende NWO/SIA-regelingen als KIEM GoCI, en de Missiecalls van de KIA Maatschappelijk

ons Topteam aan gewerkt heeft, is zorgen dat we de juiste ingangen hebben en de kansen die er zijn, vanuit de doelstelling die de overheid heeft, kunnen oppakken en goed kunnen laten landen in de sector.”

ZICHTBARE EN ONZICHTBARE WAPENFEITEN

Op dat vlak zijn een aantal zichtbare en een aantal onzichtbare wapenfeiten behaald, vindt De Waal. “Het meest zichtbaar zijn de grotere aansprekende programma's, die mensen vanuit hun deelsector kennen, zoals SXSU en CIIC en PONT. Maar ook het Circular by

Verdienvermogen is er aandacht voor gekomen. En natuurlijk via de KEM's, die breder zijn en gericht op alle changemakers. Dat blijft doorgaan.”

Naast de publiektrekkers, zit veel kracht en resultaat in de minder zichtbare initiatieven, die via andere partijen lopen. De Waal: “We hebben er bewust voor gekozen om zoveel als mogelijk slim te verbinden in plaats van zelf op te zetten. Zo kijken we waar een schakel ontbreekt, hoe we goede partijen in stelling brengen en hoe we zorgen dat ontwikkelingen sneller gaan. Dat doen we ook door samenwerkingen met de cultuurkant en in de regio: met

“We hebben een sterke creatieve industrie, niet alleen in de zakelijke dienst-verleningen - architecten-, reclame-, ICT-bureaus - maar ook in creatieve content, zoals film en gaming.”

welke partijen kun je een initiatief laten landen? Een voorbeeld is CIIC, het Nationaal Groei Fonds (NGF)-programma met een budget van 200 miljoen. Dat is opgezet met vier uitvoeringsorganisaties die grote geldstromen kunnen distribueren, zodat je niet eerst twee jaar bezig bent met het opbouwen van een organisatie”, zegt hij.

Het hele ecosysteem is daardoor veel sterker geworden. Soms vernauwen discussies zich weer door allerlei politieke prioriteiten. “Daardoor moeten we zorgen dat we niet vergeten waar onze kracht ligt”, meent DeWaal.

CLICKNL ALS KATALYSATOR

Dan zijn er onzichtbare wapenfeiten: op het juiste moment laten zien wat de sector kan en hoe je die betreft. “Dat merk je pas in the end”, zegt De Waal. “We hebben regelmatig overleg over de grote missies, zoals gezond leven, de energietransitie en circulaire economie. Daarbij draait het om samenwerken en het zichtbaar maken van de kracht van de creatieve industrie. Daar komen programma's uit zoals Uptempo, waarin met ontwerpers werd onderzocht hoe de energietransitie in de gebouwde omgeving kan worden versneld. In die zin is CLICKNL een katalysator.”

“CLICKNL staat stevig op twee vlakken: het ontwikkelen van kennis voor de sector zelf en het benutten daarvan voor de rest van Nederland.”

Trots is hij dat met een relatief klein team, een compact ecosysteem, veel zaken duurzaam in gang zijn gezet en verankerd.

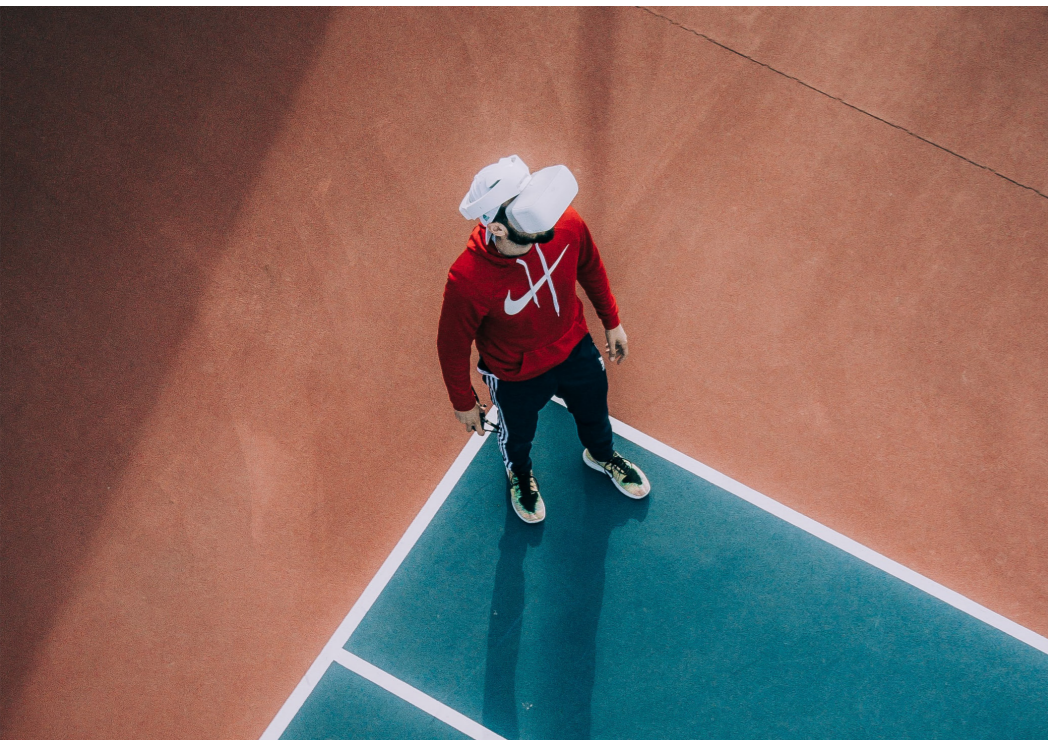
Dat het Topteam en het Topsectorenbeleid stoppen, ziet ook Jann de Waal niet als een bezwaar. “Alles even opschudden is gezond. Dat er daarbij keuzes worden gemaakt en de focus op bepaalde DeepTech-technologieën ligt, is ook prima.”

Zijn zorg is wel dat niet iedereen realiseert dat de creatieve sector betrokken is bij alles wat er in Nederland wordt gedaan, gemaakt en geproduceerd. “Met ontwerpkracht kun je van iets met tegengestelde eisen iets moois maken. Dat moois is niet alleen esthetisch, maar ook technologisch, economisch en maatschappelijk. Wij pakken nieuwe technologie op en creëren daarmee toepassingen die mensen daadwerkelijk willen gebruiken.”

ONTWERPKRACHT

Ontwerpers zijn in staat om creativiteit en verbeelding via een ontwerpproces te vertalen waarbij technologie een waardevolle toepassingsvorm krijgt. “Dat is waar we goed in zijn en dat op brede en goede ontwerpopleidingen wordt geleerd”, meent hij. “Die ontwerpers vind je in start-ups, corporates en bij de overheid. Juist doordat zij zo verspreid zijn, bestaat het risico dat hun gezamenlijke stem minder hoorbaar is en dat het belang van ontwerpkracht in Nederland en Europa wordt onderschat, zeker in deze geopolitieke tijden waarin het over meer gaat dan het blind toepassen van technologie. Ontwerpers kunnen een sleutelrol spelen bij strategische autonomie, economische weerbaarheid en noodzakelijke transitie.”

Juist in consortia en waardeketens, waar ontwerpers deel uit maken van multidisciplinaire teams, leidt de inzet van ontwerpkracht tot tastbare resultaten bij het oplossen van complexe maatschappelijke vraagstukken. De Waal is het eens met Barbera Wolfensberger: bij sommige ministeries wordt te veel geleund op de gedachte: als we maar genoeg in technologie investeren, dan komt alles goed.





VERSNELLEN VAN TRANSITIES

“Juist waar ontwerpkracht leidt tot transformatieve toepassingen, bestaat vanuit economisch beleid nog een witte vlek”, vindt hij. “Door fundamentele technologie te combineren met transformatieve proposities, kunnen maatschappelijke problemen worden aangepakt, bijvoorbeeld op het gebied van voedselvoorziening, mobiliteit en huisvesting. Met de KIA Maatschappelijk Verdienvermogen hebben wij hiervoor de aanzet gegeven en een kennisbasis neergezet.

“Het is niet óf technologische innovatie, óf maatschappelijke innovatie. Ze zijn met elkaar verweven en elke ontwerpkeuze die je maakt, heeft impact op het leven van mensen.”

Ontwerpkracht kan enorm bijdragen aan het versnellen van transitie en aan het verdienvermogen. Omdat er voor dergelijke toepassingen vaak nog geen markt is, heb je een andere aanpak nodig: vooruitdenkende ondernemers, ontwerpers die cyclisch kunnen ontwikkelen en financiering of een innovatieve overheid die dat durft te omarmen. Op beleidsniveau moet daar meer aandacht voor komen; het kost relatief weinig en levert veel op”, meent hij. “Mijn drive is om dat linksom of rechtsom nog een duw te geven.” Samen met Bart Ahsmann is hij daarover in gesprek met EZ.

Tot slot zegt De Waal tegen de nieuwe generatie: “Ik ben positief. Ik zie veel gemotiveerde, goed opgeleide, leergierige jonge ontwerpers. Blijf leren en je verdiepen. Ook al gaat het vak door AI veranderen en worden de problemen niet simpeler, creatieve en slimme ontwerpers blijven onmisbaar.”

En tegen CLICKNL: “Blijf de sector versterken. Blijf mooie programma’s maken die aan twee kanten snijden: zowel voor de sector als voor Nederland. En blijf de creatieve partners benadrukken dat samenwerken zich dubbel en dwars terugbetaalt.”

BARBERA WOLFENSBERGER: DE CREATIEVE SECTOR ZIT IN MIJN BLOED



“Sinds de creatieve sector als een industrie wordt gezien, is sprake van meer gezamenlijkheid en waardering binnen de Rijksoverheid; we zijn een belangrijke sector aan tafel”, zegt Barbera Wolfensberger, voormalig boegbeeld van de Topsector Creatieve Industrie en Directeur-Generaal Cultuur en Media bij het ministerie van OCW. “Dat we een TKI CLICKNL hebben is nog steeds een groot winstpunt. Er zijn vaandeldragers en ook binnen de overheid zitten op veel plekken enthousiaste mensen die ervoor zorgen dat de programma’s blijven bestaan.”

“Het Topteam is de belangrijke katalysator voor de baan die ik nu heb.”

Een gesprek bij het ministerie van OCW in Den Haag, vlak voordat Barbera Wolfensberger opschuift naar een werkplek in een naastgelegen gebouw: op 1 februari 2026 start ze als Directeur-Generaal Koninkrijksrelaties bij het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. “Ik verheug me op de uitdagingen zoals het leren van nieuwe dingen, de brede inhoud en het feit dat we positieve bijdragen kunnen leveren aan mensen in

de Caribische delen van het koninkrijk”, zegt ze. Hiervoor was ze voorzitter van het Topteam Creatieve Industrie (2014-2017) en is ze de enige in de geschiedenis die van voorzitter lid werd van het Topteam vanuit de overheid; vanaf 2017 is zij Directeur-Generaal Cultuur en Media bij het Ministerie van OCW. “Het Topteam was een belangrijke katalysator voor wat ik nu doe: meer dan acht jaar had ik de meest fantastische (en de meest vermoeiende) baan ter wereld, waarin ik maatschappelijk iets kon betekenen.”

VAANDELDRAGERS

“Ook al spreek je als DG namens de minister, je bent ook een soort boegbeeld”, zegt Wolfensberger over die rol. “Jann (de Waal, voormalig boegbeeld met de portefeuille Internationalisering) en ik waren een vrolijk duo in het Topteam: we trokken hand in hand op, hij meer vanuit EZ en ik vanuit OCW. We probeerden overal waar we waren tijdens internationale missies, duidelijk onze

elkaar versterkende punten uit te spreken.” Ze voelde zich snel als een vis in het water. “Ik hou erg van governancevraagstukken en heb een soort paraplu-achtige functie die duidelijk maakt wat ieders rol is in de creatieve sector, van directeur-bestuurder tot Raad van Toezicht.” Ze probeert de ministeries met elkaar te verbinden en het verhaal van de creatieve industrie binnen de Rijksoverheid breed uit te dragen. Vanuit het Topteam heeft ze bijgedragen aan het bouwen van programma’s die er anders nooit zouden zijn geweest, zoals PONT (De Publieke Ontwerppraktijk). Maar ook een missie naar de Hong Kong Business of Design Week en het techfestival SXSW waren waarschijnlijk niet bij de overheid terecht gekomen zonder haar. “Ik zal de waarde van de creatieve industrie en ontwerpend onderzoek, maar ook breder, tot het eind der dagen blijven verkondigen. Dat lukt, maar het blijft kwetsbaar. Je hebt blijvend vaandeldragers nodig”, meent ze. Een groot aantal belangrijke zaken



“Weg met het Calimero-complex: de creatieve sector is een belangrijke, grote speler.”

“Dat we een TKI CLICKNL hebben is nog steeds een groot winstpunt.”

die zijn verwezenlijkt, vallen op het conto van het Topteam en CLICKNL. “Veel mensen hebben hard gewerkt om ervoor te zorgen dat de creatieve sector wordt gezien als de industrie die het daadwerkelijk is.” Wolfensberger kreeg bij OCW van meerdere ministers ruimte om meer aandacht voor de creatieve industrie te vragen. Ze ziet dat er een rol is weggelegd in een privaat deel van de sector dat zichzelf goed kan bedruipen. “Je kunt als ministerie goed helpen om dat te laten groeien en bloeien en te laten investeren in expertise en kunde.” Daarnaast is gekeken naar de gesubsidieerde instellingen die van oudsher delen van de industrie bedienen, zoals het Nieuwe Instituut, Dutch Design Foundation en het Stimuleringsfonds. DDF en Dutch Design Week zijn vervolgens naar de culturele basisinfrastructuur overgeheveld, waardoor ze niet telkens opnieuw hoefden te kijken of ze weer een jaar verder konden. “Dat is zeker een wapenfeit”, zegt ze. “En niet te vergeten hebben we vanuit OCW ingezet op kennisontwikkeling, waarbij Paul Hekkert en Bart Ahsmann hard hebben getrokken aan de KEM-agenda. CLICKNL is zo het meest gegroeid in haar rol. Dat we een TKI CLICKNL hebben is nog steeds een groot winstpunt”, meent Wolfensberger.

Nog een belangrijke winst: de introductie van de Monitor Creatieve Industrie, waardoor in kaart wordt gebracht hoeveel mensen in de creatieve industrie werken, wat de bijdrage aan het Bruto Nationaal Product is, hoeveel banen er zijn en wat in de breedte de toegevoegde waarde is voor Nederland. Ontwerp en ontwerpend onderzoek werden ingezet als manier om beleid te ontwikkelen.



Een delegatie reist jaarlijks af naar techfestival SXSW voor het aangaan van nieuwe internationale partnerschappen

“Daarvoor ging dat via een aantal kleinere trajecten, waarvoor we ons de blaren op de tong moesten lullen om te overtuigen hoe belangrijk het is”, zegt ze. “De afstand tussen de overheid en de samenleving is verminderd door via ontwerpkracht burgers mee te nemen in trajecten. Daar is PONT uit geboren. Veel ministeries maken daar nu gebruik van. Zowel onze nieuwe SG Loes Mulder, als de SG van EZ Sandor Gaastra, zijn fan en entameren het overal. Dat is superfijn.”

TROTS OP CIIC

Waar Wolfensberger zelf bijzonder trots op is, is het Creative Industries Immersive Impact Coalition (CIIC)-programma, dat is gericht op het versterken van de bedrijfstak op het gebied van Immersive Experiences (IX). Dit Nationaal Groeifonds programma, met tweehonderd miljoen euro en 75 uit de sector, heeft voor vijf jaar 275 miljoen te besteden. De eerste calls vanuit RVO en het Stimuleringsfonds zijn er al. “Het Topteam wilde hier een voortrekkersrol vervullen. Daarvoor moeten we meer kennis ontwikkelen en ook borgen, want in dat laatste is onze sector dramatisch slecht. In de OCW-aanvraag aan het Nationaal Groeifonds, focusten



we op het ontwikkelen van kennis, talent, curricula, opleidingen en levenslang leren. We moesten zorgen dat er voldoende middelen zijn om digitale immersive content te maken en wilden ook leren van het buitenland en ons daar profileren.”

Vanuit het ministerie is de wens dat iedereen die hier een aanvraag doet en projecten ontwikkelt, zich committeert aan maatschappelijke waarden.

Een ander interessant actieprogramma is Circulair Textiel met boegbeeld Borre Akkersdijk, dat de focus legt op duurzaam ontwerp in waardeketens en de circulaire economie. “Het is mooi dat drie ministeries - EZ, I&W en OCW - achter zo'n programma staan en veel bedrijven zich hebben aangesloten”, zegt Wolfensberger.

“We hebben blijvend vaandeldragers nodig.”

EZ WARM HOUDEN

Wolfensberger: “Nederland heeft een bloeiende creatieve industrie. EZ en BZ konden er in hun industriebrief en handelsbrief niet omheen om de sector te noemen. OCW zal altijd in de creatieve industrie blijven investeren, maar wij zijn een subsidiegevend ministerie en gaan niet

over economische zaken. Mijn zorg is dat iedereen in de sector blijft begrijpen dat we de banden met EZ moeten warmhouden en niet wachten tot EZ bij je langskomt. De sector hoort EZ te stimuleren, te sturen en uit te nodigen.”

Naast haar zorg is er vooral veel vertrouwen: Wolfensberger is blij dat EZ recentelijk in overleg met het Topteam een goed sectorplan heeft opgesteld voor de creatieve

industrie, met kansen en uitdagingen. De Topsectorenaanpak en het Topteam hebben vijftien jaar goed gefunctioneerd. “Dat moet nu op een andere manier worden ingebed en daarvoor zijn vaandeldragers nodig. Gelukkig staan voldoende mensen te trappelen om het werk met enthousiasme op te pakken. Ook binnen de overheid zitten op veel plekken mensen die zorgen dat de CLICKNL-programma's blijven bestaan”, zegt de DG.

WE ZIJN GROOT

Tot slot haar wensen: “CLICKNL gaat door, waarbij ik hoop dat de financiering vanuit EZ blijft doorlopen en het ministerie op dezelfde manier met de TKI's omgaat. Dat alle brancheorganisaties als één mond spreken, ofwel door zich op te heffen en samen te gaan, of gezamenlijk in een pand te gaan zitten. En dat de weer bloeiende Federatie Creatieve Industrie daar iets kan betekenen.”

Haar tip: “Werk samen in je representatie naar de overheid en maak jezelf niet te klein, want we zijn groot.” Ze tovert de cijfers tevoorschijn: de creatieve industrie draagt 3,3 procent bij aan het BNP, creëert 331.000 banen - dat is vier procent van de werkgelegenheid van Nederland - en heeft een toegevoegde waarde van 33 miljard euro (cijfers 2022). “En wat ik zo leuk vind van de laatste Creatieve Monitor: de creatieve industrie groeit verder in de steden, maar de sterkste groei is in de regio.”

PAUL HEKKERT: VAN CAPTAIN OF SCIENCE NAAR ACADEMIC NOMAD

Captain of Science Paul Hekkert, uitgerust met de portefeuille Kennis & Innovatie, neemt afscheid van het Topteam, waar hij sinds 2015 deel van uitmaakte. “We hebben belangrijke mijlpalen bereikt, zoals het versterken van de sector door haar een prominente rol te geven in het aanpakken van grote maatschappelijke vraagstukken, met agenda's die richting geven aan de tientallen programma's die we hebben ontwikkeld. Ook hebben we de creatieve professional uitgerust met een koffer vol tools, methodes en kennis om creativiteit effectief in te zetten voor impact en verandering.”



Om meteen positief te beginnen: “We hebben met een mooi, divers, gezellig en elkaar goed aanvullend team van experts, meer bereikt dan we destijds hadden durven hopen”, zegt Hekkert. Dat het topteam ophoudt te bestaan, is volgens hem ook niet dramatisch. “Het ministerie van Economische Zaken heeft de regie in het verleden deels uitbesteed aan de topteams van diverse Topconsortia voor Kennis en Innovatie

en wil die nu weer in eigen beheer nemen. We zijn intussen geen Calimero meer, maar een volwassen en serieuze speler. CLICKNL is een belangrijke spil in het speelveld. De sector heeft inmiddels een sterk organisatorisch vermogen én een belangrijke stem, en werkt nauw samen met OCW en EZK. Je kunt niet meer om deze belangrijke verbinder heen. Zo heeft het topteam zichzelf overbodig gemaakt”, meent hij.



“De erfenis van vijftien jaar Topsector Creatieve Industrie is in goede handen bij de grootste partij van Nederland.”

De erfenis van vijftien jaar Topsector Creatieve Industrie is volgens Hekkert in goede handen bij de grootste partij van Nederland: de creatieve sector wordt actief en blijvend betrokken bij maatschappelijke opgaven. Het stimuleren van de Publiek Private Samenwerking (PPS) was van meet af aan een doelstelling van het Topsectorenbeleid: kleine ecosystemen bouwen waarin overheden, kennisinstellingen en de industrie elkaar vinden en samenwerken. Via verschillende programma's van CLICKNL, dragen creatieven structureel bij aan de complexe maatschappelijke opgaven van onze tijd; ze brengen nieuwe perspectieven en doorbreken vastgelopen processen. Hekkert verwacht dat CLICKNL en andere gevestigde organisaties, zoals de Federatie Creatieve Industrie, Dutch Design Foundation en het Stimuleringsfonds, nog intensiever zullen samenwerken aan het ontwikkelen van een sterke creatieve industrie, waarmee we Nederland mooier en beter kunnen maken.

TROTS OP CRISP

Paul Hekkert was tot 2024 hoogleraar Vormtheorie aan de faculteit Industrieel Ontwerpen van de TU Delft. Hij deed onderzoek naar de theorie rond esthetiek, vorm- en betekenisgeving en in het bijzonder naar de wijze waarop mensen producten ervaren en het effect daarvan op ons gedrag en welzijn.

Toen hij tien jaar geleden voor het topteam werd gevraagd, was hij niet alleen intensief met zijn eigen onderzoek bezig, maar ook op landelijk niveau actief als voorzitter van het bestuur van Creative Industry Scientific Program (CRISP), dat de sector met de wetenschap, industrie en overheid verbond. “Daar ben ik heel trots op, want het was voor het eerst dat de wereld van de wetenschappers en die van de creatieven – destijds vooral ontwerpers – elkaar ontmoeten en duidelijk maakten wat ze van elkaar nodig hadden. Dat was een mooie opmaat naar het Topsectorenbeleid.” Hij kende de topsectorenaanpak al en voelde zich ermee verbonden. “Vanuit de TU Delft leverden we ongeveer vier van de negen Captains of Science; we hadden dus een grote say in de topsectorenaanpak”, zegt hij, “en ik kon nu breder nadenken

over de betekenis van het vakgebied voor de Nederlandse samenleving. Het doel dat ik mijzelf stelde: het versterken van de kennisbasis van de creatieve industrie door de sector te betrekken bij onderzoeksvragen, en bewustwording te creëren hoe wetenschappers uit uiteenlopende disciplines – van ontwerpende en technische wetenschappers tot bestuurs- en geesteswetenschappers – kunnen bijdragen aan die kennisbasis. Het onderzoekdomein is later uitgebreid naar kennisgericht onderzoek binnen het HBO en MBO.”

VERANDERPROFESSIONAL MET TOOLKIT

Sinds zijn start als Captain of Science in 2015 maakte hij vele veranderingen mee. Het landschap zag er toen heel anders uit. De creatieve industrie was een sectoraal ingerichte lappendeken die bestond uit zeven sectoren die bijna als brancheorganisaties waren onderverdeeld, zoals architectuur, mode, digitaal ontwerp en erfgoed. “Vanuit hun eigen domeinen behartigden zij hun belangen en die van hun achterban”, weet hij. “Die versnippering was een probleem: de deelsectoren vormden geen homogeen geheel en al die verschillende bloedgroepen praatten amper met elkaar. Met alleen een Creatieve Industrie-paraplu erboven, ben je er nog niet.”

“Versnippering was een probleem: de deelsectoren vormden geen homogeen geheel.”

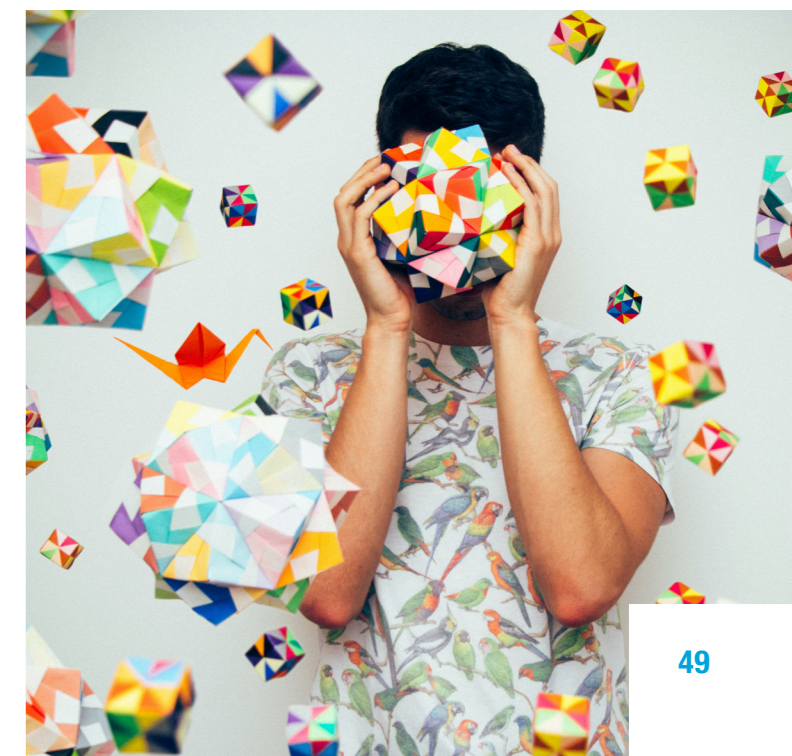
Daarom werd in 2016, in nauwe samenwerking met CLICKNL met de nieuwe directeur Bart Ahsmann, besloten niet langer sectoraal te opereren. Een goede zet, meent Hekkert. “We richten ons niet op de verschillen, maar op wat ons verbindt en hebben sterk ingezet op creatieve competenties en de creatieve professional die creativiteit als belangrijk instrument gebruikt om impact en veranderingen teweeg te brengen. Of het nu een architect of erfgoedexpert is, de ‘veranderprofessional’ die openstaat voor kennisontwikkeling en -toepassing,

heeft een gereedschapskist nodig: een koffer vol tools, methodes en kennis. Wij zijn hen gaan bedienen. Wat hen verbindt, hebben we vastgelegd in sectoroverstijgende agenda's.”

SECTOROVERSTIJGENDE AGENDA'S

In 2018 kanteelde het sectoraal beleid naar missiegedreven innovatiebeleid, werkten andere sectoren mee aan dit grote transitieprogramma gericht op grote missies rond onder andere Klimaat & Energie en Zorg & Gezondheid. Hekkert: “Bij de start van het missiegedreven innovatiebeleid, was er veel vertrouwen in sleuteltechnologieën. Wij zeiden: daar zit weliswaar veel belofte in, maar technologie alleen is niet genoeg. Er is veel meer nodig en dat brengen wij in om bij te dragen aan deze grote maatschappelijke vraagstukken.”

Wat een creatieve professional kenmerkt is een manier van werken: hij structureert innovatieprocessen en gebruikt daar specifieke methodes en technieken voor. Dat kreeg een label: naast de Key Enabling Technologies (KET's), lanceerde CLICKNL de Key Enabling Methodologies (KEM's). Daarvoor werd een onderzoeksagenda ontwikkeld (2020-2024 en 2024-2027). Samen met experts brachten ze methodologieën in kaart – van visieontwikkeling tot gedragsverandering. Hekkert: “Het mooie is dat het veel breder werkt: veranderprofessionals binnen kennisinstellingen, het bedrijfsleven en publiek-private samenwerkingen, kunnen de methoden inzetten om veranderingen structuur en richting te geven.”





The Design Village India -
copyright
www.thedesignvillage.org

De agenda is de leidraad; er wordt altijd gekeken hoe een programma of project daaraan bijdraagt. Dat was een gouden greep, meent Hekkert, omdat het heeft geholpen om vanuit CLICKNL, programma's te stimuleren, zelf te bouwen en cross-sectoraal te werken. Bovendien werden met de Agenda Ontwerpkracht, de competenties en attitudes van de professionals in kaart gebracht. "Ook dat vind ik een belangrijk wapenfeit", zegt de voormalig Chief of Science.

PARADEPAARDJE

"De agenda's zijn goud waard: we kunnen de regie voeren op terreinen waar je nieuwe kennis en innovaties wilt ontwikkelen waar Nederland economisch en maatschappelijk beter van wordt" Met de KEM-agenda en andere sectoroverstijgende agenda's, waren we in staat heel gericht invulling te geven aan onderzoeks- en innovatiebeleid ten behoeve van de creatieve industrie. Zo hebben we al in 2019 met NWO

het programma 'Transities en Gedrag' ontwikkeld, waaraan alle topsectoren hebben meegewerkt en betaald. "Dat heb ik altijd gezien als één van onze paradepaardjes", zegt Hekkert. Eén van de belangrijke componenten in transitie is gedragsverandering. Denk aan van het gas af, minder vliegen of vlees eten en meer de auto's gebruiken of plantaardig consumeren. Met tien miljoen euro voor PPS-projecten met gedragsvraagstukken binnen één van de thematische missies, was dit een groot programma. Hekkert was zelf nauw betrokken bij een programma rondom de eiwittransitie: "Met verschillende wetenschappers uit Delft, Wageningen en Utrecht, de creatieve sector, bedrijven als Unilever en Danone en een aantal NGO's rondom de voedseltransitie, hebben we een echt interdisciplinair ecosysteem opgezet en veel kennis ontwikkeld over het beïnvloeden van gedrag ten behoeve van deze transitie."

NIEUWE WIND

Inmiddels is zowel in Nederland als in Europa, de focus van het overheidsbeleid verschoven van missiegedreven innovatiebeleid naar het belang van het verstevigen van de concurrentiekracht, de economische welvaart en het versterken van de strategische autonomie, om minder afhankelijk te worden van de VS en China. "De vraag is nu wat wij kunnen bijdragen aan het concurrentievermogen en innovatie. Voor ons is dat vanzelfsprekend, omdat wij creativiteit altijd als motor van innovatie hebben gezien. Opnieuw moeten we duidelijk maken dat het niet alleen om technologie draait. Zonder creatief potentieel, competenties en methodes, kun je technologie niet beheersbaar en waardevol maken, omdat creativiteit er vorm en richting aan geeft. Die boodschap moeten we helaas blijvend verkondigen", meent Hekkert.

Nog een aandachtspunt: de creatieve industrie blijft een diverse en versnipperde sector met veel kleine spelers. "Wij hebben geen ASML of Unilever van de Creatieve industrie. Daarom is het belangrijk dat organisaties als CLICKNL en Dutch Design Foundation bestaan, waar alle verschillende belangen en kleuren samenkomen en die het ecosysteem intact houden met behulp van stabiele beleidsmatige en financiële ondersteuning"

"We moeten duidelijk maken dat het niet alleen om technologie draait."

ACADEMIC NOMAD

Dat Hekkert afscheid heeft genomen van het topteam en de TU Delft, betekent geenszins dat hij stilzit. "Als hoogleraar zat ik in een gouden kooi. Nu heb ik een onzekerder maar ook dynamischer bestaan. Ik vind het leuk om mijn vleugels uit te spreiden en als academic nomad door het leven te gaan", zegt hij.

Hij is nauw betrokken bij de designopleiding 'The Design Village' in India, dat hij tien jaar geleden samen met internationale academici en vakspecialisten heeft opgericht. De opleiding biedt een programma om ontwerpers op te leiden die zich primair willen inzetten voor maatschappelijke impact. "Het gaat zo goed en we vinden het zo bijzonder, dat we besloten het opleidingsinstituut naar Europa, naar Italië te halen. Daarmee is het 't eerste Indiase designinstituut met een campus in Europa", zegt Hekkert, die als gasthoogleraar aan de Politecnico dit jaar in Italië woonde. "Ik help bij de opzet, de ontwikkeling van de master en werk aan een boek over het instituut", zegt hij.

Ook is hij betrokken bij ekip, een groot Europees programma dat de rol van de creatieve industrie in innovatie-ecosystemen verankert door beleidsaanbevelingen te ontwikkelen op gemeentelijk, landelijk en Europees niveau. "We hebben zoveel kennis en ervaring opgebouwd, waarmee we Nederland enorm hebben versterkt, dat ik overtuigd ben dat we dit ook kunnen inzetten om Europa sterker en mooier te maken. Dat ligt mij persoonlijk na aan het hart; daar wil ik graag - met CLICKNL - bij betrokken blijven."

TOT SLOT

Tot slot wenst hij dat de volgende generaties wetenschappers en creatieve professionals een vanzelfsprekend en onmisbaar onderdeel blijven van de ecosystemen waarin de grote veranderingsprocessen worden vormgegeven. "Dat ze niet telkens hun plek hoeven bevechten of alleen een incidentele pilot kunnen draaien en dan doeï, maar een langeretermijnperspectief kunnen hanteren en langdurige relaties kunnen opbouwen met overheden en kennisinstellingen. Dat geeft alle spelers rust, reflectie, continuïteit en expertise."

COMMUNICATIE & EVENTS

Ooit begonnen op nul, heeft de Topsector Creatieve Industrie via haar uitvoeringsorganisatie en programma's de afgelopen jaren een steeds groter (digitaal en fysiek) bereik opgebouwd. Samen tellen de LinkedIn-kanalen van Topsectorgerelateerde activiteiten inmiddels **704.986 impressies per jaar**, waarmee updates en verhalen duizenden keren in de feeds van professionals verschijnen (o.a. CLICKNL, CreativeNL, KIA MV en CIIC). Wat betreft de website genereert dit ecosysteem nu **174.062 unieke gebruikers, 298.450 sessies en 597.619 paginaweergaven per jaar**.

Het bereik wordt niet alleen online opgebouwd. Jaarlijks worden er binnen dit netwerk **tientallen bijeenkomsten** georganiseerd: van grote publieksevenementen en conferenties

tot werksessies, workshops en internationale presentaties. In 2025 alleen al ging het om **meer dan vijftig events**, waaronder de Design Innovation Sessions, CreativeNL Live, het Maatschappelijk Verdienvormen event 'Dat Maakt Impact', het CIIC-jaarevent en diverse KEM-(werk)sessies. Er vinden doorlopend workshops, tracks en kennissessies plaats via CIRCO en CIRCONNECT, waarin bedrijven en ontwerpers in meerdaagse trajecten werken aan circulaire en innovatieve oplossingen. PONT organiseert door het jaar heen een breed programma van onder meer boekenclubs, masterclasses, leertrajecten en conferenties. En via partnerschappen en internationale podia - zoals IDFA, NFF, XRCC, Venice Immersive, Laval Virtual en SXSW - wordt kennis gedeeld en het netwerk verder uitgebreid.

CLICKNL in het midden van de gouden driehoek

Nu het Topsectorenbeleid (in de huidige vorm) binnen de Topsector Creatieve Industrie is afgerond en het topteam met Barbera Wolfensberger, Paul Hekkert en Jann C. de Waal het toneel heeft verlaten, breekt voor TKI CLICKNL een nieuwe fase aan als de spil in het speelveld van de creatieve industrie. Met een missiegedreven cross-sectorale aanpak blijft CLICKNL de verbindende kracht achter de 'gouden driehoek': bedrijven, kennisinstellingen en overheid. Vanuit die positie blijft CLICKNL nauw samenwerken met de ministeries van OCW en EZK, en blijft de organisatie een aanjager van een vernieuwende aanpak van innovatie. **Directeur Bart Ahsmann, precies tien jaar aan het roer van CLICKNL, beschouwt en blikt richting de toekomst.**

"Hoewel de kracht van de creatieve industrie veelvuldig is benoemd en bewezen, ligt de uitdaging erin om blijvend te onderstrepen dat het een sector van wezenlijk economisch belang is en een onmisbare schakel vormt in de aanpak van complexe en grote maatschappelijke vraagstukken. Juist het creatieve vermogen en de ontwerpkracht leveren een essentiële bijdrage aan deze opgaven en aan het versterken van het verdienvermogen," zegt Ahsmann. Het stemt hem optimistisch dat OCW het belang van CLICKNL op het gebied van kennis en innovatie onderschrijft. "De rol die we te vervullen hebben zal in focus toenemen. We gaan nog scherper kijken hoe we ons als neutrale schakel in het midden kunnen positioneren om samen meer te bereiken en de synergie tussen alle betrokken organisaties te versterken. We moeten bondjes smeden tussen departementen en financiers om de aandacht voor onderzoek en innovatie te vergroten", zegt hij.

Cross-sectoraal samenwerken

Ontwikkelingen die volgens de directeur cruciaal zijn, betreffen vooral de integrale, cross-sectorale benadering van de sector. Hij is blij dat het denken in silo's is losgelaten. "Niet alleen kun je geen enkel product, mode-item of digitale tool ontwikkelen zonder andere disciplines; de uitdagingen waar we voor staan, zijn zó groot en complex, dat ze meerdere vakgebieden bestrijken en daarmee om cross-sectorale samenwerking vragen."

Een ander belangrijk punt is dat, sinds zijn aantreden in 2016 als directeur, de focus is verlegd naar de creatieve professional. "Daarmee hebben we de onmogelijke verdeling en eeuwige tweestrijd tussen cultuur en industrie doorbroken", zegt Ahsmann. "We hebben sterk ingezet op de competenties van de creatieve professional die we hebben uitgerust met tools, methodes en kennis om creativiteit in te zetten



voor impact en verandering. Dat heeft ons sindsdien geen windeieren gelegd”, zegt hij. “Het stelde ons in staat om sterkere agenda’s te ontwikkelen met meer focus en duidelijke thematische keuzes. Dat heeft ertoe geleid dat OCW de breedte van de creatieve industrie heeft omarmd en dat wij daar nu een aanspreekpunt hebben. Ik heb er vertrouwen in dat we die relatie blijven versterken.”

Parallel met de start van het missiegedreven innovatiebeleid, mogen ook de KEM-agenda’s en de sectoroverstijgende KIA Veerkracht niet onvermeld blijven, vindt de directeur. “Ze hebben een boost gegeven aan de kennisontwikkeling en de betrokkenheid en interesse vanuit de sector. Missies passen als een handschoen bij het deel van de sector dat ontwerpkracht als expertise benut”, zegt Ahsmann. De elf specifieke Key Enabling Methodologies (KEM’s) en technieken, die samen met experts in kaart zijn gebracht, kunnen creatieve profs gebruiken om innovatieprocessen te structureren. De impact reikt echter veel verder: alle veranderprofessionals binnen kennisinstellingen, het bedrijfsleven en publiek-private samenwerkingen, kunnen deze methoden inzetten om veranderingen structuur en richting te geven.

Gouden greep

Volgens Ahsmann zijn deze agenda’s een gouden greep, omdat ze CLICKNL in staat hebben gesteld om programma’s te initiëren, zelf te ontwikkelen en cross-sectoraal te werken. Als aansprekende voorbeelden noemt hij het programma PONT (over ontwerpen met en in de publieke sector) en het Creative Industries Immersive Impact Collation programma (CIIC), dat zich richt op het versterken van de bedrijfstak op het gebied van Immersive Experiences (IX).

“ Dankzij de nauwe banden van het topteam met OCW en EZ, konden wij de samenwerking tussen de overheid en creatieve professionals rond grote maatschappelijke opgaven vormgeven en versterken. ”

“Dankzij de nauwe banden van het topteam met OCW en EZ, konden wij de samenwerking tussen de overheid en creatieve professionals rond grote maatschappelijke opgaven vormgeven en versterken”, zegt Ahsmann: “Vanaf het eerste Creative Industry Scientific Programme (CRISP), zien we een exponentiële groei. Ik ben supertrots dat we daarin zijn geslaagd. Dat was nooit gelukt zonder het topteam.” Deze ontwikkeling heeft geleid tot een sterker vertrouwen bij de onderzoeksfinanciers NWO en SIA, die hebben gezorgd voor een continue en stevig groeiende financiering. Naar verwachting zal NWO/SIA eind 2027 zo’n 120 miljoen hebben geïnvesteerd in onderzoek voor de kennisbasis creatieve industrie over een periode van vijftien jaar. Ook EZ heeft over dezelfde periode substantieel bijgedragen: vijftig miljoen euro aan PPS-subsidies. Het wijst op een substantiële private bijdrage aan onderzoek. “De stijgende lijn in het bouwen van publiek-private samenwerkingen is een voorbode voor een toenemend succes in de ontwikkeling van grootschalige programma’s”, verwacht de directeur.



Seinen op groen

Na 2027 blijft het beleid echter ook een onzekere factor. We weten niet hoe de creatieve industrie duurzaam wordt ingebed in het industrie- en innovatiebeleid van ons land, maar tegelijkertijd is het positief en veelzeggend dat de ministeries ontwerpkracht positioneren als economische noodzaak. Ahsmann: “Inhoudelijk staan alle seinen op groen, dus laten we dat blijven benutten en versterken. Op Europees niveau bevinden we ons in de voorhoede, internationaal kan de sector een leidende rol vervullen. Mijn ambitie is om Nederland als een groot fieldlab te benutten waarin we wereldwijd kennisgedreven samenwerkingen aangaan, kennis exporteren en van elkaar leren.”

Samen met het Topteam Creatieve Industrie: Barbera Wolfensberger, Jann de Waal, Paul Hekkert, Marije Reuver en alle voorgangers, hebben we aangetoond dat samenwerking tussen ontwerpers, onderzoekers, bedrijven en overheid leidt tot tastbare maatschappelijke en economische vooruitgang. “Dat is van grote waarde. Daarom zetten we deze ontwikkeling met overtuiging voort.”

TITEL: Van Idee Naar Impact

OPDRACHTGEVER: Topsector Creatieve Industrie

REDACTIE: Viveka van de Vliet,
Dominique Versteegen, Bart Ahsmann

SPECIALE DANK AAN: Barbera Wolfensberger,
Bart Hofstede, Gerbrand Bas, Gwen Parry,
Heleen Rouw, Jann C de Waal, Johanneke Minnema,
Leslie Eisinger, Marcel Elbertse, Marieke Rietbergen,
Marijke Reuver, Paul Hekkert, Paul Rutten,
Pieter van Os, René van der Velde, Sanne Keizer,
Troy Nachtigall, Valerie Frissen

VORMGEVING: R A A Q T

BEELDVERANTWOORDING: Voor dit
magazine is gebruikgemaakt van
beeldmateriaal van diverse fotografen
en makers. De rechten op deze
beelden berusten bij de oorspronkelijke
rechthebbenden.

DATUM: mei 2026

WWW.CLICKNL.NL

*Deze publicatie is tot stand gekomen in
het kader van de Topsector Creatieve
Industrie, mede mogelijk gemaakt door
CLICKNL. Aan de inhoud kunnen geen
rechten worden ontleend.*



Ministerie van Economische Zaken
en Klimaat



Ministerie van Onderwijs, Cultuur en
Wetenschap



Dankwoord

Deze publicatie kijkt naar vijftien jaar gezamenlijke inzet binnen het Topsectorenbeleid van de Topsector Creatieve Industrie. Wij danken alle betrokkenen die zich in deze periode hebben ingezet voor de ontwikkeling van de creatieve industrie in Nederland.

In het bijzonder bedanken we de (voormalige en huidige) leden van het Topteam Creatieve Industrie voor hun strategische visie en betrokkenheid door de jaren heen.

Daarnaast danken wij het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat en het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap voor hun structurele steun en samenwerking binnen het Topsectorenbeleid.

Met het afronden van het huidige Topsectorenbeleid, sluiten we een belangrijke fase af. CLICKNL blijft zich inzetten als verbindende schakel tussen bedrijven, kennisinstellingen en overheid, en werkt vanuit een missiegedreven, cross-sectorale aanpak, met de creatieve industrie als belangrijke partner.

