



Jaarverslag 2015

Federatie Dutch Creative Industries

**DUTCH**  
**CREATIVE**  
**INDUSTRIES**



# Inhoud

Voorwoord	3
Organisatie	7
Activiteiten	13
Verbindingen	29
Communicatie	34
Financiën	35
Bijlagen	36
Colofon	41

# Voorwoord



*De dingen zijn niets van zichzelf. Niet goed. Niet slecht. Ze zijn hoe we hen beschouwen. Aldus de wijsgeer Epictetus.*

Wie terugblijkt op het afgelopen jaar, wat gebruik is in een jaarverslag, onthult niet in de eerste plaats dat jaar, maar zijn of haar beschouwing ervan.

Het was een goed jaar. Een jaar waarin de federatie haar eerste jaar als coöperatie is ingegaan. Een samenwerking van onderling verschillende, ongelijke maar gelijkwaardige partijen. De keuze om een coöperatie aan te gaan was en is veel betekenend. Daaruit spreekt de vastberaden ambitie in gezamenlijkheid projecten aan te pakken die bijdragen aan de gezamenlijkheid. Meest in het oogspringend voorbeeld is het portal Creative Holland waarin de creatieve industrie zich naar buiten én naar binnen presenteert. Als een eenheid in verscheidenheid

De veelvormigheid van de sector is haar kracht maar ook haar zwakte. De federatie is een antwoord op die zwakte door samenwerking te creëren op drie thema's die de verscheidenheid verbinden: de crossovers met andere sectoren en takken van sport: juist in de toevoeging aan andere sectoren toont onze industrie haar kracht. Te vergelijken met wat specerijen doen voor een maaltijd. In het zichtbaar maken en uitwerken van cross-overs wordt in de federatie als vehikel samengewerkt. Het is het eerste speerpunt.

Het tweede speerpunt is internationalisering in alle dimensies. Die vergt samenhang en samenwerking waar de federatie instrumenteel in is. Dit toont zich oa bij handelsmissies, in de eerder genoemde portal en in de strategische beurzen. De federatie is eerste aanspreekpunt en samenwerkingspartner als het om internationalisering gaat (al sluit dit eigen initiatieven van de aangesloten organisaties natuurlijk niet uit).

Het derde speerpunt is de Human Resources Agenda. Hoe zorgen we voor bestendige talentontwikkeling, scheppen we daarvoor voorwaarden, creëren en onderhouden we daarvoor een infrastructuur en prikkelen we onszelf en elkaar daarin meer te bereiken

door ons te onderscheiden. Een lerend klimaat dat voor talent koesterend én uitdagend is. Waarin de standaarden hoog zijn en voortdurend in beweging. En waarin tegelijkertijd continuïteit wordt geboden en vertrouwen ontstaat en behouden blijft.

Op alle drie de thema's is de federatie actief. In het stimuleren van onderlinge uitwisseling en samenwerking, in het koppelen met andere sectoren, en in het aangaan van contacten daarover met politiek en overheid. Dan helpt het om een brede coalitie te vormen waardoor wij de vertegenwoordiger van de sector bij uitstek zijn.

Het topsectorenbeleid heeft geholpen verbindingen te creëren, aandacht te geven en zichtbaarheid te vergroten. In een volgende fase zal hierop voort moeten worden gebouwd en zichtbaar moeten worden gemaakt waar het creatieve bedrijfsleven haar oplossend vermogen het scherpst heeft ingezet en kan blijven inzetten. Thema's en domeinen waarin wij als Nederlandse samenleving en economie het sterkst in zijn. Dat gaat van alles rond water en agricultuur tot integrale uitdagingingen als leefbaarheid en mobiliteit.

Juist waar wij als samenleving in de afgelopen periode problemen te verduren kregen (duurzaam grondstoffengebruik, leefbaarheid van steden, klimaatverandering, verlies van sociale cohesie, mobiliteit, milieuveiligheid, de waterhuishouding etc) is onze know-how toegenomen en bieden we perspectief óók en juist in markten buiten de onze.

De kracht van dutch design is niet haar Nederlandse karakter, maar juist haar open houding naar buitenlandse invloeden. Design houdt zich niet aan grenzen, maar doorbreekt deze. De kracht schuilt in het vermogen om te combineren. Dat vergt open en toegankelijke markten voor goederen, diensten, mensen en ideeën. Die markten en die mogelijkheden zijn allerminst onbedreigd.

Dat maakt een federatie als de onze meer dan ook nodig en haar functioneren allerminst vanzelfsprekend. Wie tevreden terugkijkt doet dat in het besef dat het werk nog maar net begonnen is. En bij voldoende voortgang altijd halverwege is.

Dat was ook dit jaar weer het geval.

*Harry Starren, voorzitter*

# Besluiten

Op 22 juni besloten de leden in een bijzondere vergadering in volledige consensus over optie 2 van de door Han Bekke opgestelde notitie:

*“Binnen de FDCI wordt krachtig gewerkt aan een breed gedragen visie op de rol van de creatieve sector op de midden en lange termijn. De deelnemende organisaties verplichten zich ertoe deze visie krachtig in hun eigen activiteiten te ondersteunen, zo mogelijk met aanscherping vanuit hun eigen sectorbelang. Daar waar advies aan de federatie wordt gevraagd, wordt gewerkt aan een gemeenschappelijk standpunt.*

*De federatie organiseert en faciliteert kennisuitwisseling tussen de creatieve sector en andere organisaties en (kansrijke) kennisgebieden. Zij draagt bij aan een innovatieve sector, het ontwikkelen van kennis en het borgen daarvan. Zij is het aanspreekpunt voor de creatieve industrie, geeft een krachtige stem aan de sector (lobby) en vormt het gezicht ervan.*

*Er wordt een actief public affairs- en promotiebeleid opgesteld en uitgevoerd ter ondersteuning. De federatie initieert en faciliteert cross-overs tussen creatieve disciplines. Zij ontwikkelt een heldere internationaliseringsagenda en voert projecten uit om hieraan invulling te geven.*

*De deelnemende organisaties dragen bij aan het bouwen van een sterk secretariaat dat in staat is effectief uitvoering te geven aan deze activiteiten. Deze optie zal leiden tot een grotere betrokkenheid van de deelnemende organisaties en tot versterking van hun eigen profiel richting hun eigen leden.”*

# Leeswijzer

Niet eerder publiceerde de federatie een jaarverslag. Daarom is waar relevant en mogelijk uitgebreid ingegaan op de achtergronden en totstandkoming van de vele initiatieven die het creatieve landschap karakteriseren.

Als in de tekst wordt verwezen naar 'de federatie' wordt vanzelfsprekend bedoeld de Federatie Dutch Creative Industries, 'het Topteam' naar 'het Topteam Creatieve Industrie' en 'het Council' naar 'het Dutch Creative Council', 'Stimuleringsfonds' 'Stimuleringsfonds Creatieve Industrie' en 'HNI' 'Het Nieuwe Instituut'. Als wordt gesproken over 'coöperatie' dan wordt expliciet verwezen naar de rechtspersoon 'Coöperatie Dutch Creative Industrie U.A.'.

# Organisatie

De Federatie Dutch Creative Industries (FDCI) vertegenwoordigt acht branche- en beroepsorganisaties met in totaal bijna 6.000 individuele leden en ca. 2.500 creatieve bedrijven met een gezamenlijke bijdrage aan het bruto nationaal product van ruim € 11 miljard.

De federatie is in 2010 opgericht als een 'informele vereniging'. Vanwege de te ontvangen subsidie en het in opdracht geven van activiteiten heeft de federatie besloten zich in 2014 om te vormen tot een rechtspersoon ic een coöperatie met uitgesloten aansprakelijkheid (U.A.). De federatie heeft zich in dit proces laten bijstaan door prof. Gert van Dijk en maakt gebruik van de modelstatuten van de mede daar haar toedoen tot stand gekomen Kennis en Innovatie Coöperatie.

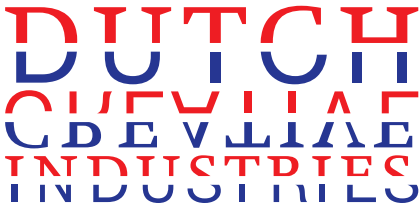
## Doelstelling

De coöperatie heeft ten doel het organiseren en versterken van een competitieve, professionele toonaangevende Nederlandse creatieve industrie, zowel nationaal als internationaal. De coöperatie zal haar doel realiseren door het

- 1 verlenen van diensten ten behoeve van de creatieve sector, alsmede behartigen van de belangen van haar leden in de breedste zin van het woord
- 2 versterken van de infrastructuur van de creatieve industrie
- 3 bundelen van de krachten van haar partners
- 4 zijn van een aanspreekpunt voor de creatieve industrie, geeft een stem aan de sector (lobby) en vormt het gezicht ervan
- 5 initiëren en faciliteren van crossovers tussen creatieve disciplines
- 6 ontwikkelen van een breed gedragen visie op de rol van de creatieve sector op de midden en lange termijn
- 7 organiseren en faciliteren van kennisuitwisseling tussen de creatieve sector en andere organisaties en (kansrijke) kennisgebieden
- 8 bijdragen aan een innovatieve sector, het ontwikkelen van kennis en het borgen daarvan
- 9 oprichten van ondernemingen of daarin participeren.



## Coöperatie Dutch Creative Industrie U.A.



De federatie is een multi-stakeholder coöperatie. Een coöperatie is een speciale vereniging, die overeenkomsten aangaat met en voor haar leden en die wordt bestuurd en gefinancierd door de leden die gebruik maken van die onderneming. Een coöperatie betaalt vennootschapsbelasting over het resultaat dat aan de algemene

reserves wordt toegevoegd; d.w.z. resultaat dat niet in hetzelfde jaar waarin dit wordt gerealiseerd aan de leden wordt uitgekeerd. Voordeel van een coöperatie is het wettelijk verplichte stemrecht van de leden, de leden zijn (of de ledenraad is) de baas. De Coöperatie Dutch Creative Industries is een coöperatie met uitgesloten aansprakelijkheid (U.A.).

De statuten van de coöperatie zijn op 1 december 2014 gepasseerd en op dezelfde datum ingeschreven bij de Kamer van Koophandel onder nummer 61996521.

De investering van de federatie in het ontwikkelen van modelstatuten (verkrijgbaar via de Kennis en Innovatiecoöperatie Creatieve Industrie U.A.) werd hiermee deels terugverdiend.

De 'Federatie Dutch Creative Industries' is een handelsnaam van de coöperatie.

## Leden

In 2015 bestond de Federatie uit de volgende leden:  
vertegenwoordigd door haar directeur **Madeleine van Lennep**  
**BNO**,  
vertegenwoordigd door haar directeur **Fred Schoorl**  
respectievelijk stafmedewerker **Jasper Kraaijeveld**  
**BNI**,  
voorzitter **Jeroen van Dijk** (foto), vertegenwoordigd  
door bestuurslid **Linda Zadelaar**  
**DDA**,  
voorzitter **Arjan Kodde** (foto), vertegenwoordigd door haar  
directeur **Marjan Straathof**, respectievelijk **Annemiek Deering**  
**MODINT**,  
vertegenwoordigd door haar directeur **Patric Hanselman**  
**VEA**,  
vertegenwoordigd door haar directeur **Cees Wijn Nobel**  
**DGA**,  
vertegenwoordigd door haar voorzitter **Horst Streck**,  
respectievelijk **Irmgard Noordhoek**  
**DuPho.**,  
vertegenwoordigd door haar directeur **Peter van den Doel**

## Ledenwerving

In 2015 zijn veelbelovende verkennende gesprekken  
gevoerd met Logeion, beroepsvereniging voor  
communicatieprofessionals, Popcoalitie<sup>1</sup> en ADCN.

<sup>1</sup>Samenwerkingsverband van een groot aantal organisaties uit de pop- en dancemuzieksector: 3FM/NPO; Buma Cultuur; Buma/Stemra; FNV-KIEM/BV Pop; Music Managers Forum (MMFnl); Ntb; NVPI (branchevereniging van de entertainmentindustrie); Open House; POPnl (het samenwerkingsverband tussen de twaalf provinciale popkoepels en die van de steden Amsterdam, Den Haag en Rotterdam); Sena; Stichting Onafhankelijke Muziekproducenten (STOMP); Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals (VNPF); Vereniging van Evenementenmakers (VVEM) en diverse muziekvakopleidingen.



Madeleine van Lennep



Fred Schoorl



Jeroen van Dijk



Arjan Kodde



Patric Hanselman



Cees Wijn Nobel



Horst Streck



Peter van den Doel

Harry Starren



Han Bekke



Gerbrand Bas



## Bestuur

De leden van het bestuur worden benoemd door de algemene vergadering. Voor de eerste maal werden tot bestuurslid benoemd:

- *Harry Starren*, voorzitter
- *Han Bekke*, penningmeester
- *Gerbrand Bas*, secretaris

Rob Huisman



Hedy d'Ancona



Harry Starren



## Voorzitters

- *Rob Huisman* (tot 25 augustus 2010)
- *Hedy d'Ancona* (25 augustus 2010 tot 1 oktober 2012)
- *Harry Starren* (sinds 1 oktober 2012)

## Bestuurs- en Ledenvergaderingen

Als sinds haar oprichting vergadert de federatie een maal per maand op een vaste tijd en vaste plaats. In 2015 waren dat respectievelijk elke eerste woensdag van de maand van 10-12 uur bij de BNA. Bestuurs- en ledenvergadering vielen in 2015 altijd samen. Van de vergaderingen, die goed werden bezocht, werden geen uitgebreide verslagen gemaakt, belangrijke besluiten werden per mail gecommuniceerd. Regelmatig werden gasten (potentiële leden, leden topteam en council) uitgenodigd.



## Huisvesting en back-office

De federatie was ook in 2015 gehuisvest bij de BNA in Amsterdam. De BNA bood ook in 2015 beperkte administratieve faciliteiten, een postadres en een telefoonnummer. Leden- en een aantal werkgroepvergaderingen vonden plaats bij de BNA.

De (administratieve) backoffice van de federatie is ondergebracht in de cloud gebaseerd op Google Apps, het archief is volledig digitaal en opgeslagen in Google Drive.

# Communicatie

De federatie communiceerde (in de eerste plaats) passief naar buiten en uitsluitend via de website en per email. In enkele gevallen werden persberichten en (ingezonden) brieven uitgestuurd, altijd in gezamenlijkheid met het topteam en/of het council.

De website van de federatie, in de eerste plaats en vooral een prikbord met (generieke) mededelingen, nieuwsfeiten, aankondigingen en verslagen betreffende de creatieve industrie, blijkt met ruim 12.000 pageviews en ruim 7.000 unieke gebruikers ook voor verwante organisaties een nieuws- en kennisbron.

# Activiteiten

## Public Affairs (lobby)

De PA-activiteiten van de federatie sluiten aan bij de activiteiten van de bestaande organisaties ter promotie van de creatieve industrie. Het topteam creatieve industrie heeft in 2012 de 'Dutch Creative Industries Council' opgericht. De council is een belangrijk overlegorgaan voor de creatieve branche met de overheid. Vanuit dit orgaan worden tal van activiteiten georganiseerd om de creatieve industrie structureel te promoten. Voor de overheid (het ministerie, de kamerleden) is de council een logisch overlegorgaan.

Bij tijd en wijle wil het topteam en de ambtelijke ondersteuning ook overleg met de federatie. Vanuit de federatie is er behoefte om op enkele concrete punten een actieve lobby te voeren en dubbele werkzaamheden met andere gremia zoals VNO-NCW te voorkomen. Hier is het subsidiariteitsbeginsel van toepassing. De public affairs agenda wordt gerealiseerd in overleg met *Meus van der Poel*. Zijn opdracht is het:



- volgen van het politieke discours rond creatieve economie (monitoring)
- bevorderen van contacten met de politiek en beleidsmakers
- leggen van verbindingen tussen overheid, onderwijs en ondernemers stimuleren (triple helix) door middel van werkbezoek(en)
- aanleveren van informatie aan de provinciale onderhandelaars
- voorbereiden dossier voor onderhandelaars nieuw regeerakkoord

Algemene boodschap daarbij is: "Nederland heeft uitstekende kansen om de meest creatieve economie van Europa te worden. Het gaat om het verzilveren van de kansen. De creatieve economie kan Nederland op sleeptouw nemen. Politieke steun voor deze nationale strategie is essentieel."

## Opinievorming en -beïnvloeding

Op 23 juli verscheen in het Financieele Dagblad een ingezonden brief ondertekend door *Harry Starren* en *Jeroen van Erp* onder de titel: 'Flexibiliteit in creatieve industrie noodzaak' een pleidooi gericht aan Minister Asscher om in zijn wet Werk en Zekerheid beter rekening te houden met de typische eigenschappen van de creatieve industrie.

Op 13 juli verscheen de reactie van het Kabinet op de adviezen van de AWTI 'Diensten Waarderen' en 'De kracht van sociale innovatie'



In het BNR ZP-Café van 22 augustus werden *Harry Starren* en *Jeroen van Erp* bevraged over het onderwerp creatieve industrie. In 2020 wil Nederland namelijk de meest creatieve economie van Europa zijn en daar hebben ze ZP'ers bij nodig.

23 juli 2015 © Het Financieele Dagblad

### Flexibiliteit in creatieve industrie noodzaak

Jeroen van Erp en  
Harry Starren

**M**inister Asscher van Sociale Zaken en Werkgelegenheid wil met zijn nieuwe Wet Werk en Zekerheid meer vaste banen creëren. Maar zijn aanpak is niet toegesneden op de dynamiek van een snelgroeiende sector met veel kleine bedrijven en zelfstandigen. De creatieve industrie pleit voor een aanpassing van het ontwerp.

Want terwijl de vaste kern bij veel creatieve bedrijven juist kleiner wordt, groeit de flexibele schil. Creatieve bedrijven willen goede medewerkers graag aan zich binden, maar louter vaste aanstellingen werken contraproductief en remmen groei.

De creatieve sector kenmerkt zich door sterk wisselende werkvoorraden, veel projectmatig werk en dynamische projectteams. Kruisbestuiving is de grote kracht van vele zelfstandigen. Ze leveren een essentiële bijdrage aan innovatie bij hun opdrachtgevers. Zij willen in veel gevallen helemaal geen vaste baan, maar betekenisvol werk.

Minister Asscher houdt er zelf rekening mee dat de wet over een paar jaar moet worden aangepast. De vormgeving van een nieuwe Nederlandse arbeidsmarkt is een uitdagende opgave. Wij pleiten voor een meer contractneutrale aanpak die betrekking heeft op alle werkenden, van zelfstandigen tot vaste medewerkers. Werkgelegenheid, voldoende zekerheid en betere toegang tot elementaire voorzieningen zoals opleiding, hypotheek, pensioen en sociale zekerheid zijn het doel. Dit vraagt om wetgeving die erkent dat er grote verschillen bestaan tussen branches, soorten arbeidsrelaties en voorkeuren van mensen. Wetgeving die ruimte biedt voor maatwerk in plaats van 'one size fits all'. Wij gaan hierover graag in gesprek.

Jeroen van Erp is voorzitter Dutch Creative Council, Harry Starren is voorzitter Federatie Dutch Creative Industries.

## design.innovation.europe

Op 30 november was Nederland partner van het door de Duitse Rat für Formgebung voor de tweede maal georganiseerde congres design.innovation.europe in Berlijn. Via een viertal key-notes en een networking dinner op de Ambassade in Berlijn werd de Nederlandse positie in het internationale speelveld versterkt. De ambassade in Berlijn (initiatief en gastheer), topteam en federatie trokken gezamenlijk op.



## Wergroep Internationalisering

De internationaliseringswerkgroep is een breed door het topteam bijeengeroepen overleg bestaande uit alle belangrijke branche- en beroepsorganisaties, de fondsen en instituten, de kennisinstituten, de KvK, enkele steden en regio's en de federatie.

De werkgroep komt circa viermaal per jaar bijeen, wordt voorgezeten door het aangewezen Topteamlid en bijgestaan door de internationaliseringsmedewerker van het topteam.

In 2015 waren dat *Jeroen van Erp* respectievelijk *Floor Oudshoorn*.

De werkgroep adviseert het topteam over de prioriteitslanden en de strategische beurzen. De werkgroep werd in de loop van 2015 gehost door de federatie.



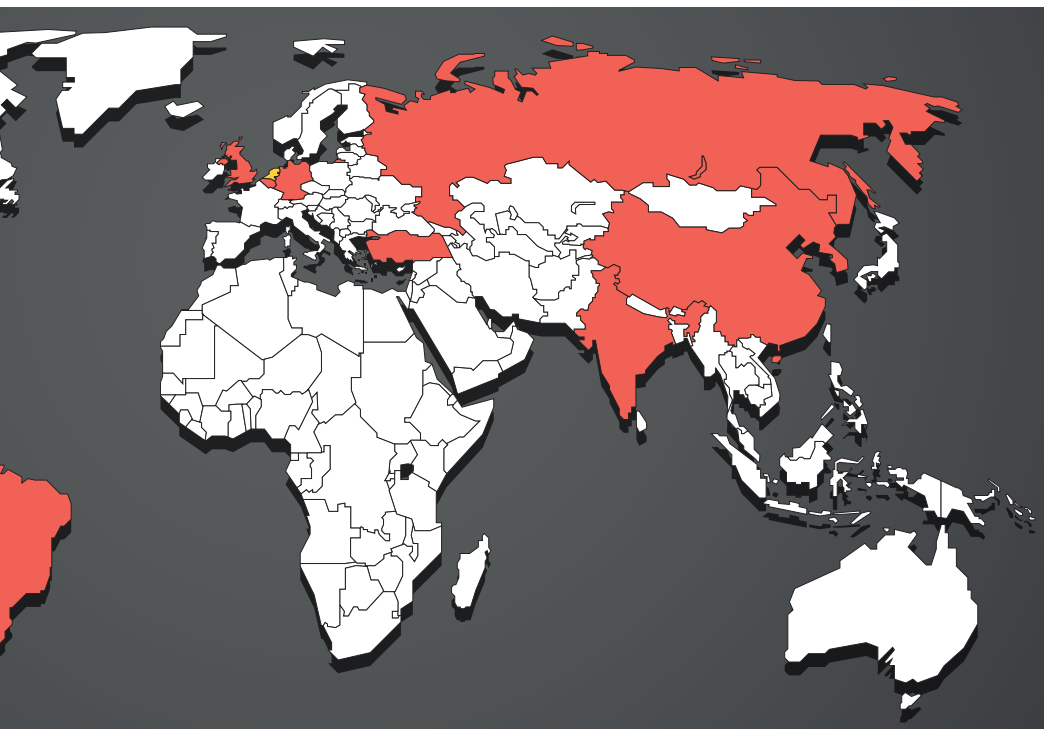


## Prioriteitslanden

De huidige prioriteitslanden voor de topsector creatieve industrie zijn in eerste instantie gebaseerd op de prioriteitslanden van de DDFA. In 2015 heeft het topteam voor 2015 en 2016 bijvoorbeeld het Duitsland Programma opgezet.

Naast de priotaire landen voor de topsector bestaan er ook prioritaire landen voor het internationaal cultuurbeleid. Dit zijn: Duitsland, België (Vlaanderen), het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten, Italië, Frankrijk, Spanje, Brazilië, Turkije, Rusland, China, India, Zuid-Afrika, Indonesië en Japan.

De Rijksoverheid onderzoekt binnen het buitenlands beleid hoe culturele samenwerking kan worden gestimuleerd in de Arabische regio. Ook heeft Centraal- en Oost-Europa de aandacht. Daarnaast richt het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie zich ook expliciet op Zuid-Korea en Italië. De huidige 9 prioriteitslanden: Europa – Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk; de VS, China, India, Brazilië, Rusland, Turkije/Istanbul.



## Focusland Duitsland

### CREATIEVE INDUSTRIE ZIET KANSEN IN DUITSLAND

De creatieve industrie heeft Duitsland verkozen tot partner van 2015. Dat maakte de industrie dinsdag 27 mei in IJsssen bekend tijdens een werkbezoek van Willem-Alexander en Máxima aan de Duitse deelstaten Noordrijn-Westfalen en Nedersaksen. Wat gaat dat de sector opleveren?



Het Duitslandprogramma is een gezamenlijk initiatief van de creatieve industrie waarbij het topteam, het council, de Federatie Dutch Creative Industries, het Stimuleringsfonds, Het Nieuwe Instituut en de Popcoalitie hun krachten bundelen.

*Jeroen van Erp*, lid van het Topteam Creatieve Industrie benadrukte tijdens de lancering van het programma het groei-

potentieel van de Duitse markt voor creatieve ondernemers. Uit onderzoek blijkt dat bedrijven die de conceptmatige kwaliteit van Nederlandse creativiteit weten te combineren met de technologisch en organisatorisch sterke Duitse aanpak, een unieke propositie in handen hebben. Vergrijzing, duurzaamheid en digitalisering zorgen ook in ons buurland voor een toenemende behoefte aan creatieve oplossingen. Het vermogen van creatieve ondernemers om te denken in 'crossovers' lijken hierbij de sleutel tot succes.

De afgelopen jaren zijn interessante contacten gelegd en samenwerkingen tussen beide landen gerealiseerd. Ook Duitsland is blij dat deze de komende jaren verder zullen worden versterkt. Zo is aangekondigd dat Nederland en Vlaanderen in 2016 partnerland zijn tijdens de Buchmesse, de meest imposante boekenbeurs ter wereld.

Het Duitsland programma bestaat uit activiteiten en evenementen die door de sector zelf georganiseerd en gefinancierd worden, met ondersteuning vanuit de Ministeries van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen, Economische Zaken, Buitenlandse Zaken, RVO en de Kamer van Koophandel.

Een overkoepelende Pr-campagne – welke zich zal richten op een 9-tal zogenaamde 'main-events' - zorgt het komende jaar voor extra zichtbaarheid binnen de Duitse markt.

Het bezoek van het Koninklijk Paar een Hamburg in maart 2015 vormde een veelbelovende opening van het programma. Nederland is in 2016 partnerland van zowel de Frankfurter Buchmesse als beoogd partnerland Munich Creative Business Week.

## Strategische beurzen

Elke topsector kan haar internationaliseringsambities helpen realiseren door middel van twee 'strategische beurzen' per jaar; een 'crossover beurs' en een 'toonaangevende vakbeurs'. Deze 'strategische beurzen' dragen bij in het opheffen van barrières tot andere markten zoals het verwerven van kennis over buitenlandse markten, het gebruikmaken van de kracht van het collectief, het tot stand komen brengen van kruisbestuiving en het ontwikkelen van kennisrelaties met het buitenland.

Binnen het strategische beurzenprogramma dat is geënt is op ondersteuning langs de lijnen van de topsectoren zelf is het faciliteren van crossovers lastig. Terwijl bijvoorbeeld deelname van topsectoren op een strategische beurs of vergelijkbare activiteit van een andere sector om zo de crossovers te bewerkstelligen veel economische meerwaarde kan hebben. Een geslaagd voorbeeld hiervan was de aanwezigheid van de creative industrie op de Hannover Messe in 2014. Daarom werd voor 2015 en 2016 een pilot gefaciliteerd voor de strategische beurzen van de topsector creatieve industrie en logistiek.



Eind mei 2015 heeft het topteam creatieve industrie in samenspraak met het veld (in casu de internationaliseringswerkgroep Creatieve Industrie, waarin onder andere vertegenwoordigers van alle relevante branche- en beroepsorganisaties, instellingen en instituten, KvK, ministeries, provincies en regio's) besloten om de München Creative Business Week 2016 aan te wijzen als crossover beurs, over de invulling van de vakbeurs werd later. De Federatie Dutch Creatieve Industrie trad voor beide strategische beurzen op als coördinator waarvan

een uitgewerkt in relatie tot de München Creative Business Week en een volgens een generiek format.

Deze aanvraag past binnen de 'Pilot Strategische Beurzen Topsectoren' in het bijzonder de topsector creatieve industrie.

## Expertmeetings

De federatie organiseerde in 2015 in gezamenlijkheid met het topteam en de Ministeries van Economische Zaken en Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen viermaal een 'Expertmeeting':

- Expertmeeting Waarde van Creatie (BNA, 16 april)
- Expertmeeting Financiering in de Creatieve Industrie (BNA, 4 juni)
- Expertmeeting Human Capital Agenda (tHuis ad Amstel, 9 september)
- Pop-up Expertmeeting (tHuis ad Amstel, 29 oktober)

De expertmeeting Waarde van Creatie werd bijgewoond door 14 experts en had tot doel het opstellen van een roadmap. Uitkomsten hadden onder meer betrekking op het uitvoeren van een CBS 'satellietonderzoek' en het meten van dienstenexport, het meten van de effectiviteit van crossovers. Een vervolgbijeenkomst is gewenst en wordt gepland in 2016.



De tweede expertmeeting vond plaats direct na afloop van de bestuursvergadering op 4 juni. Tijdens een korte ronde tafel discussie onder leiding van *Harry Starren* met *Joren Schep*, Ministerie van Economische Zaken, *Jo Houben*, directeur Cultuur+Ondernemen, *Peter van Gelderen*, lid Dutch Creative Council, *Lex van Teeffelen*, Lectoraat Financieel-Economische Advisering bij Innovatie, Hogeschool Utrecht en prof *Gert van Dijk*, Nyenrode Business School, voorzitter Kennis en Innovatiecoöperatie Creatieve Industrie bleek nogmaals dat van zowel bij aanbod als de vraagkant meer begrip nodig is om tot succesvolle transacties te komen.

De derde expertmeeting werd bijgewoond door 12 experts en had tot doel het geven van 'handen en voeten' aan de human capital agenda van het topteam. Wegens de grote belangstelling werd dit onderwerp anderhalve maand later nogmaals tot uitgangspunt genomen in een 'pop-up' expertmeeting.



De export van de creatieve industrie is van toenemende betekenis voor Nederland maar haar groei blijft om verschillende redenen achter bij het veronderstelde potentieel. Het Ministerie van OCW rekent het tot haar doelstellingen om de internationalisering van de creatieve industrie te bevorderen en beschouwt een portal bij het realiseren van die ambities als een belangrijk middel.

De Federatie Dutch Creative Industries rekent het als koepel voor de creatieve zakelijke dienstverlening tot haar opdracht om de geaggregeerde kennis van haar leden voor ditzelfde doel op een toegankelijke wijze te mobiliseren om daarmee haar achterban te ondersteunen bij export van producten en diensten. Het Ministerie van OCW heeft vanwege bovenstaande de federatie eind 2014 opdracht verstrekt voor het ontwikkelen en realiseren van een webportal. Deze portal heeft tot doel:

1. Het ondersteunen van zakelijke creatieve dienstverleners en dienstverlenende bedrijven bij het ondernemen van grensoverschrijdende activiteiten
2. Het ondersteunen van organisaties en fondsen in de creatieve industrie bij het informeren van hun leden c.q. doelgroep bij het initiëren en realiseren van projecten en maatregelen
3. Het ondersteunen van het postennetwerk bij het uitvoeren van haar opdracht ten aanzien van de creatieve industrie
4. Het bieden van inzicht in de dynamiek rond export van de creatieve industrie voor overige geïnteresseerden door middel van toegesneden en actuele informatie over missies, evenementen, regelingen, instrumentaria, etc. etc.

In maart werd de opdracht succesvol afgerond door de presentatie en 'life gang' van het portal [www.creativeholland.com](http://www.creativeholland.com) en werd, ook weer door het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen, de opdracht gegeven tot:

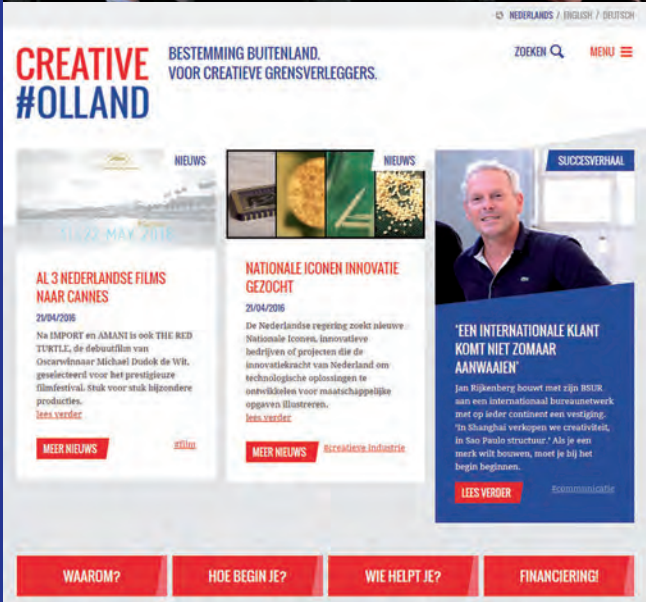
1. uitrol en operationalisering: redactie en correspondentennetwerk
2. evaluatie en technische in inhoudelijke aanpassingen

In het algemeen heeft portal een functie van voordeur van de Nederlandse creatieve industrie vanuit het buitenland en die van informatieloket voor de creatieve industrie en haar infrastructuur vanuit Nederland. Het is de bedoeling dat CreativeHolland, de naam van de site, een substantiële bijdrage gaat leveren aan de versterking van de internationale concurrentiekracht van de Nederlandse creatieve industrie.



De site biedt toegesneden en actuele informatie voor Nederlandse creatieve ondernemers die in het buitenland kansen willen benutten maar is tegelijkertijd een gemakkelijk vindbare toegang voor potentiële buitenlandse opdrachtgevers tot de Nederlandse creatieve industrie.

Via een speciale link werd in 2015 toegesneden informatie met de sector gedeeld over de activiteiten van de Nederlandse creatieve industrie in het kader van 'focusland' Duitsland.



## Projecten

### Medica

---

Het Strategische Beurzenprogramma van het ministerie van Buitenlandse Zaken is bedoeld als ondersteuning van de internationalisering van de Topsectoren, met als uiteindelijk doel marktverruiming door collectieve sectorpromotie. Elke topsector mocht twee beurzen aanwijzen waarop zij zich als collectief van Nederlandse bedrijven willen presenteren aan een mondiaal publiek. De overheid (Ministeries van Economische Zaken en Buitenlandse Zaken) via het Topteam Creatieve Industrie ondersteunt dit door een gezamenlijke presentatie, veelal in de vorm van een Holland Paviljoen, te financieren op deze beurzen via het strategische beurzenprogramma. Dit betreft aanvullende inzet en financiering op de beursinzending van de private partijen.

De Medica 2015 (16-19 november) werd bezocht door 130.000 vakbeoefenaren uit 120 landen, waarvan meer dan 50% uit het buitenland. De topsectoren LSH (TFHC) en Creative Industrie presenteerden zich gezamenlijk (maar niet op dezelfde stand) in Hal 15, het landenviljoen. Creative Holland, de merknaam van de creatieve industrie, was feitelijk deelnemer in LSH en kon derhalve gebruik maken van de privileges van TFHC.

Het paviljoen bestond feitelijk uit een 18 meter lange picnictafel en 15 consoles, voor elke deelnemer een. In plaats van dat 108 m<sup>2</sup> werd opgedeeld onder de deelnemers werd gekozen voor het opdelen van de tijd in slots. Op die manier kon elk van de 15 deelnemers beschikken over de hele stand met alle faciliteiten gedurende een of meerdere tijdslots. Gedurende de lunch en andere pauzes was de stand beschikbaar voor collectief gebruik. Het nagestreefde effect bleek door de beursbezoekers te worden herkend en ondersteunde de Nederlandse propositie. Het paviljoen werd geopend door ambassadeur *Monique van Daalen*.

Het (nieuwe) internationaliseringsportal #creativeholland werd ingezet voor zowel de interne communicatie als de communicatie naar potentiële opdrachtgevers. Het eerste exemplaar van Crossover Works #4 (on Health), speciale Duits-en Engelstalige publicatie over de bijdrage van de creatieve industrie aan het domein 'health' bestaande uit een selectie van nieuwe of eerder gepubliceerde cases werd door topteamlid *Jeroen van Erp* overhandigd aan *Minister Schippers*. De strategische beursdeelname voor de Medica viel onder de pilot Strategische beurzen gericht op crossovers. Deze pilot had tot doel om de cross-overs tussen sectoren beter te kunnen faciliteren.





## Projecten

### Sectorplan Creatieve Industrie

---

In 2014 sloegen werkgevers-, werknemersorganisaties en sociale fondsen in de cultuursector hebben de handen ineen om een zo sterk mogelijke werkgelegenheid te behouden en om bestaand personeel 'duurzaam inzetbaar' te maken, in en buiten de sector. Dit in een unieke, brede samenwerking tussen onder meer vakbonden zoals FNV KIEM, de branchekeopels Federatie Cultuur en Federatie Dutch Creatieve Industries, sociale fondsen en de expertise-instelling Cultuur-Ondernemen.

Met de sector, die werk biedt aan zeker 256.000 werknemers, willen de initiatiefnemers in een tweejarig project de duurzame inzetbaarheid van 3.375 medewerkers stimuleren en behouden. De Federatie Cultuur, Federatie Dutch Creatieve Industries, FNV Kiem, Sociaal Fonds Podiumkunsten i.o., Mobiliteitsfonds Kunsteducatie, Omscholingsregeling Dans, O&O-fonds PodiumKunstWerk en Cultuur-Ondernemen vormen het samenwerkingsverband Sectorplan Duurzame Arbeid Cultuur.

Cultuur-Ondernemen is hoofdaanvrager en penvoerder. Een Stuurgroep vanuit werkgevers, werknemers en sociale fondsen begeleidt het project. Het plan, waarmee een investering van 4,6 miljoen euro is gemoeid, bevat acht maatregelen voor een sterkere cultuursector. De sector zelf financiert de helft. BNA en MODINT hebben een eigen sectorplan.

*< > Harry Starren heeft namens de Federatie zitting in de Stuurgroep.*

## Projecten

### Inkomende Missies en Informeel Leiderschap

---

Terwijl het rendement van zogenaamde handelsmissie steeds vaker in twijfel wordt getrokken, vooral vanwege het ad-hoc karakter en het uitblijven van (enige vorm van) follow-up, neemt de waardering voor het effect van inkomende missies toe. De kosten zijn lager, het tijdsbeslag geringer, de waardering groter, het programma is beter te controleren en de ontmoetingen intensiever. Contacten die op deze manier worden gelegd vormen vaker een eerste stap op weg naar een langdurige relatie. Voor de creatieve industrie zijn deze overwegingen, vooral vanwege haar kleinschaligheid, in het bijzonder van belang. Bovendien beschikt de Nederlandse creatieve over een aantal platformen van wereldklasse, denk aan de Dutch Design Week, en kan er veel op locatie worden getoond (bedrijven, bureaus, galeries, architectuur en musea).

Daarom nam de Federatie Dutch Creative Industries samen met het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en het initiatief op basis van wederkerigheid een (vertegenwoordigende) organisatie of vertegenwoordigers uit de creatieve industrie uit een van de ons inspirerende landen uit te nodigen. Niet alleen om van elkaar te leren maar ook om verbindingen aan te gaan én impliciet daarmee het leiderschap van de Nederlandse creatieve industrie te (be-) vestigen. Een eerste inkomende missie vond plaats tijdens de Dutch Design Week.

#### Doel

- Promotie en kennismaking met de Nederlandse Creatieve Industrie
- Promoten van Nederlandse Evenementen
- Het leggen (en/of verdiepen) van verbindingen
- Het bevestigen van het leiderschap van de Nederlandse Creatieve Industrie
- Promotie van Nederland in het algemeen

## Projecten

### Uitgeverij

De federatie heeft de productie van de Crossover Works publicaties overgenomen van de BNO en heeft zich tevens als uitgever laten registreren. De uitgaven zijn nu ook via de reguliere boekhandel verkrijgbaar.

### Crossover Works

Van de publicatiereeks Crossover Work, oorspronkelijk een initiatief van de federatie, Waag Society, Syntens, Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en PICNIC en later de Kamer van Koophandel en CLICKNL verschenen in 2015 twee edities in de volgende oplagen:

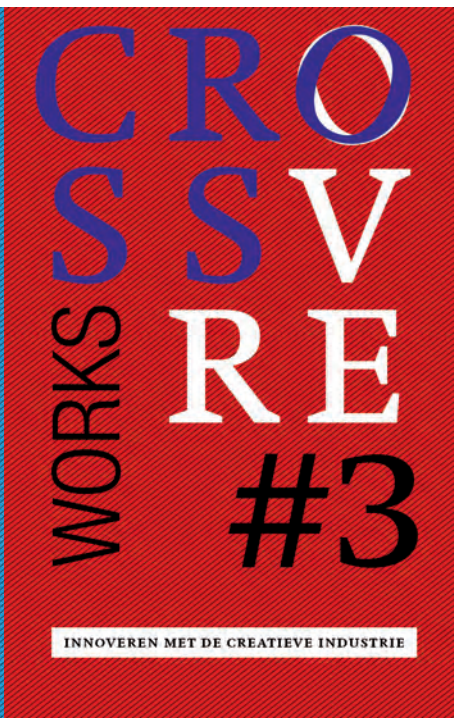
Titel	Subtitel	Taal	ISBN	Oplage
Crossover Works #4	Innoveren in de zorg met de creatieve industrie	Nederlands	978 90 821762 5 4	2.500
Crossover Works #4	Healthcare innovations with the creative industries	Engels	978 90 821762 7 8	1.500
Crossover Works #4	Kreative Entwicklungen für Innovation im Gesundheitswesen	Duits	978 90 821762 6 1	3.000
Crossover Works #5	Innoveren met de creatieve industrie	Nederlands	978 90 821762 9 2	3.000
Crossover Works #5	Innovating with the creative industries	Engels	978 90 821762 8 5	2.000
Crossover Works #5	Innovieren mit der Kreativwirtschaft	Duits	978 90 824759 0 6	2.000

De in 2015 verschenen edities werden geheel bekostigd door het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, geproduceerd door *Kitty Leering* en verschenen in drie talen: Nederlands, Engels en vanwege het feit dat Duitsland door de creatieve industrie als focusland werd aangewezen ook in het Duits.

Crossoverworks #4 is een special ter gelegenheid van de deelname van de creatieve industrie aan de MEDICA 2015. Deze editie werd officieel door *Jeroen van Erp* overhandigd aan *Minister Schippers* op 23 november.



Alle edities zijn als lo-res pdf downloadable via de site van de federatie.



## Show me the money

Met behulp van de publicatie 'Show me the money' wordt het creatieve bedrijfsleven met groeiambities een helpende hand geboden. De publicatie is tot stand gekomen op initiatief van de Dutch Creative Council, Cultuur+Ondernemen, Cultuur+Financiering, Kennis en Innovatie Coöperatie voor de Creatieve Industrie u.a., de Federatie Dutch Creative Industries en werd mogelijk gemaakt door het Ministerie van Economische Zaken en is downloadable via de site van de Federatie. Deze publicatie is inmiddels uitgebreid met een stroomschema en vanaf september (2015) ook in print verkrijgbaar.



# Verbindingen

In het ogenschijnlijk complexe 'creatieve' landschap staat de federatie centraal opgesteld. Met de meest relevante ministeries (Economische Zaken, Onderwijs Cultuur en Wetenschappen en Buitenlandse Zaken) werd regelmatig en tenminste twee keer overlegd. Met de regionale en lokale politiek bestaan geen (structurele) verbindingen. Met Dutch Culture bestaat geen formele verbinding, met Cultuur+Ondernemen worden verbindingen onderhouden via het Sectorplan Creatieve Industrie en de Kennis- en Innovatiecoöperatie (zie elders).



## Politiek

In 2011 werd de Creatieve Industrie aangewezen als een van de negen topsectoren en werd het Topteam Creatieve Industrie geïnstalleerd. De creatieve industrie heeft zich in die periode van niets tot een zelfbewuste, redelijk goed georganiseerde (top-)sector met een mening, een unieke kennisinfrastructuur en een originele internationaliseringsstrategie.

Een public affairs agenda (zie aldaar) dient als leidraad bij het beïnvloeden van de (landelijke) politiek. Tijdens de Dutch Design Week werd in gezamenlijkheid met het council een werkbezoek voor Tweede Kamerleden georganiseerd, vier Kamerleden en een aantal fractiemedewerkers overlegden onder andere met de leden van federatie.

## Topteam Creative Industrie en 'Boegbeeld'

In 2011 werd de creatieve industrie aangewezen als een van de negen Topsectoren en startte het Topteam Creatieve Industrie. Sinds die tijd heeft het topteam zich gericht op het versterken van de sector via een aanjagende en verbindende rol richting de verschillende partijen uit de creatieve industrie.

In 2014 werd *Barbera Wolfensberger* door de Minister van Economische Zaken tot boegbeeld benoemd. De overige leden van het topteam zijn *Jeroen van Erp*, *Paul Hekkert*, *Jann de Waal*, *Marjan Hammersma* en *Désirée Major*.

Het topteam wordt bijgestaan door een accountteam bestaande uit beleidsambtenaren van de betrokken ministeries (Economische Zaken, Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen en Buitenlandse zaken).

Het is te verwachten dat het topteam creatieve industrie haar aanjaag- en regie-functie binnen afzienbare tijd zal (moeten) overdragen. Topteam, council en federatie overlegden over het (gewenste) creatieve landschap zoals zich dat in de komende jaren dient te ontwikkelen opdat ze in staat is haar relevantie voor Nederland te behouden en te versterken.

*< > Het topteam creatieve industrie is niet verbonden met de federatie, noch functioneel, noch personeel.*

## Dutch Creative Council

Het Dutch Creative Council is de onafhankelijke strategische adviesraad van en voor de creatieve industrie. Het council beoogt de creatieve industrie als topsector te stimuleren en ontwikkelen tot nationaal en internationaal toonaangevende sector. Het council, oorspronkelijk een initiatief van de federatie, is in 2012 (her-)opgericht door het topteam. Zij gaf daarmee vorm aan een wens van bedrijven, branche- en vakorganisaties uit de creatieve industrie om een strategisch adviesorgaan te hebben richting de overheid. Het council is aanspreekpunt en gesprekspartner voor de andere economische (top)sectoren en de overheid. Daarnaast heeft zij een coördinerende rol bij de uitvoering van de agenda van het topteam creatieve industrie.

Het council komt eens per twee maanden bij elkaar en wordt ondersteund door een secretaris.

*< > Het council is niet verbonden met de federatie, noch functioneel, noch personeel.*

## Branche- en werkgeversorganisaties

De Koninklijke Vereniging MKB-Nederland is een organisatie van ondernemers uit het midden- en kleinbedrijf (mkb) die per branche of per regionale of lokale vereniging zijn aangesloten.

MKB-Nederland is een belangenorganisatie die met de overheid overlegt, onderhandelt en samenwerkt om wetgeving en regels te beïnvloeden zodat deze aansluiten bij de belangen en wensen van het mkb. MKB-Nederland vertegenwoordigt ruim 170.000 ondernemers.

*< > De federatie verbonden met MKB Nederland via de lidmaatschappen van BNO en BNA*

VNO-NCW (officieel de Vereniging VNO-NCW) is de grootste werkgeversorganisatie in Nederland. De voornaamste doelstelling van de organisatie is het behartigen van de gemeenschappelijke belangen van het Nederlandse bedrijfsleven op zowel nationaal als op internationaal niveau. VNO-NCW zijn 155 brancheorganisaties aangesloten en ongeveer 500 ondernemingsleden. Met haar leden vormt VNO-NCW een brede en diverse afspiegeling van het ondernemerschap in Nederland.

*< > De federatie is verbonden via MODINT en haar bestuurslid en voorzitter Han Bekke die deel uitmaakt van het dagelijks bestuur van VNO NCW*

## Kennisorganisaties

### CLICKNL



CLICKNL is het (enige) TKI (Topconsortium voor Kennis en Innovatie) van de creatieve industrie. Onder regie van het netwerk werd een breed gedragen innovatieagenda opgesteld. De samenwerking tussen onderzoek, bedrijfsleven en overheid staat hierbij centraal. De Kennis en Innovatieagenda 2016-2019 voor de creatieve industrie van CLICKNL vormt de basis waarmee de komende jaren innovatie en nieuwe diensten en producten kunnen worden gestimuleerd en ontwikkeld. In samenwerking met andere topsectoren

zijn de afgelopen jaren crossover programma's ontwikkeld en uitgevoerd. Deze samenwerkingsprogramma's trachten door middel van synergie de krachten van verschillende sectoren te bundelen om maatschappelijke uitdagingen aan te gaan en innovatie te stimuleren. Voor de periode 2016-2019 gaat het in ieder geval om vier programma's:



- Create Health
- Create Energy
- Smart Industry / High Tech
- Smart Retail / De Nieuwe Winkelstraat

In CLICKNL zijn de volgende deelsectoren betrokken:

- Design, BNO
- Media & ICT, DDA
- Next Fashion, MODINT
- Games, DGA
- Built Environment, BNA
- Cultural Heritage

< > *Han Bekke (voorzitter MODINT en bestuurslid FDCI) is penningmeester van het algemeen bestuur van de Stichting CLICKNL.*

## KIC! Kennis en Innovatiecoöperatie Creatieve Industrie U.A.



Het kabinet benadrukt het belang van vraaggestuurd onderzoek, wil dat partijen in de zogenaamde gouden driehoek samenwerken en stelt een beloning in het vooruitzicht. In de praktijk blijkt de organisatie van deze samenwerking tussen overheid, kennisinstellingen en bedrijfsleven een vaak onneembare horde. KIC biedt een uitkomst in de vorm van het coöperatiemodel. Dat was ook de reden voor de stichtende leden, zoals Cultuur-Ondernemen, Nyenrode Business Universiteit, Center of Expertise Creatieve Industrie Hogeschool Utrecht, Designlink en Federatie Dutch Creative Industries om in 2013 met tijd en geld bij te dragen in de ontwikkeling van deze nieuwe samenwerkingsvorm.

Inmiddels zijn met behulp van het KIC Expertise Centre een aantal coöperaties opgericht, waaronder 'Founded by All' in Eindhoven. Deze coöperaties kunnen lid worden, verplicht is dat niet, van de KIC Community om zo te profiteren van de kennis en ervaring van andere coöperaties. Behalve voor de ontwikkeling van kennis is het model geschikt voor bijvoorbeeld het organiseren van exportcombinaties. De modelstatuten zijn beschikbaar in het publieke domein en dus voor iedereen te gebruiken, ook voor bedrijven buiten de creatieve industrie.

< > *Gerbrand Bas is tevens secretaris van het bestuur*

## Instituten en fondsen

### Stimuleringsfonds Creatieve Industrie

---

#### **stimulerings fonds creatieve industrie**

Het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie is hét cultuurfonds voor architectuur, vormgeving, e-cultuur en alle mogelijke crossovers een nieuw type cultuurfonds dat opereert op het snijvlak van cultuur, economie en maatschappij, met een nieuw werkterrein: de creatieve industrie. Hierin zijn de toegepaste kunsten ondergebracht, e-cultuur en gaming, productontwerp, grafisch ontwerp en mode, architectuur, stedenbouw en landschapsarchitectuur. De taak van het Stimuleringsfonds is om de rijke traditie die Nederland heeft in de toegepaste kunsten te continueren en te vernieuwen. Het fonds ondersteunt ontwerpers en makers met (inter)nationale projecten, culturele instellingen met eenjarige en meerjarige programma's en talenten in de creatieve industrie. Kerntaak is het stimuleren van cultuur. Een belangrijk thema is het verbeteren van de keten tussen ontwerpers/makers en opdrachtgevers/producenten. Met programma's, evenementen, publicaties en kennisbundeling legt het fonds bovendien zelf actieve verbindingen tussen cultuur, ondernemerschap en maatschappelijk engagement.

In december vond een formeel overleg plaats tussen de directeur van het Stimuleringsfonds en de voorzitter en secretaris van de Federatie

*< > Er bestaat geen formele relatie tussen het Stimuleringsfonds en de Federatie*

### Het Nieuwe Instituut

---



Het Nieuwe Instituut is ontstaan op 1 januari 2013 uit een fusie van het Nederlands Architectuurinstituut, Prensela, Nederlands Instituut voor Design en Mode en Virtueel Platform, kennisinstituut voor e-cultuur. Als erfgenaam van deze drie sectorinstituten is Het Nieuwe Instituut product én onderdeel van een veranderde politieke werkelijkheid. De overheidsfinanciering van kunst en cultuur is in de huidige cultuurplanperiode aanzienlijk verkleind. Bovendien verbond het kabinet Rutte I de legitimatie voor de 'investering' van publieke middelen sterker dan voorheen aan een economisch perspectief. Dit verschoven perspectief beïnvloedt de perceptie van Het Nieuwe Instituut en zal ook zijn uiteindelijke beoordeling kleuren. Tegelijk is de oprichting gerelateerd aan de meer algemene vraag hoe cultuur – en in het verlengde daarvan

een culturele infrastructuur – haar bemiddelende rol kan vervullen in een door de economie gedomineerde werkelijkheid.

Hoewel Het Nieuwe Instituut binnen de totale culturele infrastructuur een middel-grote partij is, bekleedt het binnen het overheidsbeleid voor creatieve industrie en op de terreinen van architectuur, design en e-cultuur een sleutelpositie. Het Nieuwe Instituut maakt deel uit van de culturele basisinfrastructuur en wenst uitdrukkelijk in netwerkverband en op basis van partnerships te opereren.

*< > Er bestaat geen formele relatie tussen Het Nieuwe Instituut en de federatie*

## Communicatie

### Website

---

De website van de federatie, feitelijk een posterboard, wordt gevoed met relevant en sectoroverstijgend nieuws, persberichten en verslagen. Via de website wordt een verzameling publicaties en onderzoeken ontsloten over de relevante onderwerpen zoals de 'waarde van creatie', 'human capital development' en verdienmodellen.

De website nog het onderhoud ervan drukt nauwelijks op de begroting.

*< > [www.dutchcreativeindustries.nl](http://www.dutchcreativeindustries.nl)*

# Financiën

Het eerste boekjaar van de coöperatie eindigt op éénendertig december tweeduizend vijftien<sup>2</sup>. De Coöperatie is Omzet- en Vennootschapsbelastingplichtig. De administratie is belegd bij Quality Finance in Helmond, zij stelden de jaarrekening op.

## Uitgaven

De uitgaven van de coöperatie bestaan uit vooral uit:

- 1 een maandelijkse vergoeding voor het gastgevende lid (BNA)
- 2 bestuurskosten waaronder een vergoeding voor de uitvoerend secretaris en vacatiegeld voor de overige bestuursleden (alleen de voorzitter maakt daarvan gebruik)
- 3 oprichtings- en administratiekosten
- 4 kosten van webhosting en dergelijke
- 5 incidentiele kosten voor het het faciliteren van externe vergaderingen en bijeenkomsten
- 6 en projectuitgaven

## Inkomsten

De inkomsten van de coöperatie bestaan uit ledenbijdragen (contributie) en projectinkomsten (subsidies)

## Contributie

De contributie bleef in 2015 ongewijzigd waarbij leden naar draagkracht bijdragen:

- 'kleine' leden (2): €937,50 per half jaar
- 'grote' leden (6): €1.875,00 per half jaar

<sup>2</sup>Slotverklaring statuten

# Bijlagen

## Factsheet

De Coöperatie Dutch Creative Industries U.A. (statutaire naam)

- is opgericht op 1 december 2014.
- is gevestigd te Amsterdam (statutaire zetel)
- 'Federatie Dutch Creatieve Industries is een door de Coöperatie geregistreerde handelsnaam
- de bestuursleden zijn gezamenlijk bevoegd met andere bestuursleden
- staat ingeschreven bij de Kamer van Koophandel in Amsterdam onder nummer 61996521 met de SBI-code 94997 (Overige belangenbehartiging)
- staat geregistreerd bij de Belastingdienst omzetbelastingnummer NL0042426257B01
- BSN/RSIN nummer 8545.85.928
- bankiert bij de ING Rekeningnummer NL63INGB0007117619<sup>3</sup>

<sup>3</sup>De rekening bij de Triodosbank is met ingang van 2016 vervallen

## Mijlpalen

Start	Milestone
7-1-2015	FDCl: Ledenvergadering
15-1-2015	Creatieve Industrie lanceert Duitsland Programma 2015
28-1-2015	Key Note Jan Knikker (MVRDV)
4-2-2015	FDCl: Ledenvergadering
4-3-2015	Internationaliseringsportal Creatieve Industrie
4-3-2015	Lifegang Internationaliseringsportal Creatieve Industrie
20-3-2015	Intelligente Mobiliteit in de stad koninklijk bezoek Hamburg
14-4-2015	Bijpraat EZ
16-4-2015	Expertmeeting Waarde van Creatie
6-5-2015	FDCl: Ledenvergadering
3-6-2015	Verbetering financiering creatieve industrie
3-6-2015	FDCl: Ledenvergadering
4-6-2015	Expertmeeting Financiering in de Creatieve Industrie
15-6-2015	Presentatie Creative Holland Jeroen van Erp
22-6-2015	FDCl: Bijzondere Ledenvergadering
10-7-2015	Medica 2015: CreativeHolland goes Medica!
5-8-2015	FDCl: Ledenvergadering
18-8-2015	Pieken en Dalen in de Creatieve Industrie
1-9-2015	Show me the Money
2-9-2015	FDCl: Ledenvergadering
9-9-2015	Expertmeeting Human Capital Agenda
15-9-2015	Road2Germany
7-10-2015	FDCl: Ledenvergadering
29-10-2015	Pop-up Expertmeeting Human Capital Development
4-11-2015	FDCl: Ledenvergadering
12-11-2015	Creative Holland @ MEDICA 2015
16-11-2015	Opening Creative Holland door Monique van Daalen
16-11-2015	CreativeHolland @MEDICA
17-11-2015	Crossover Works #4
17-11-2015	Overhandiging Crossover Works #4 Minister Schippers
19-11-2015	Creative Holland @ MEDICA 2015 groot succes!
30-11-2015	design.innovation.europe II
30-11-2015	design.innovation.europe II, Networking Dinner
3-12-2015	FDCl: Ledenvergadering

## Type

Ledenvergadering

Persbericht

Lezing

Ledenvergadering

Persbericht

Lifegang

Workshop

Overleg

Bijeenkomst

Ledenvergadering

Persbericht

Ledenvergadering

Bijeenkomst

Bijeenkomst

Ledenvergadering

Persbericht

Ledenvergadering

Verschijning

Verschijning

Ledenvergadering

Bijeenkomst

Voorlichtingsbijeenkomst

Ledenvergadering

Bijeenkomst

Ledenvergadering

Persbericht

Opening

Beurs

Verschijning

Overhandiging

Persbericht

Congres

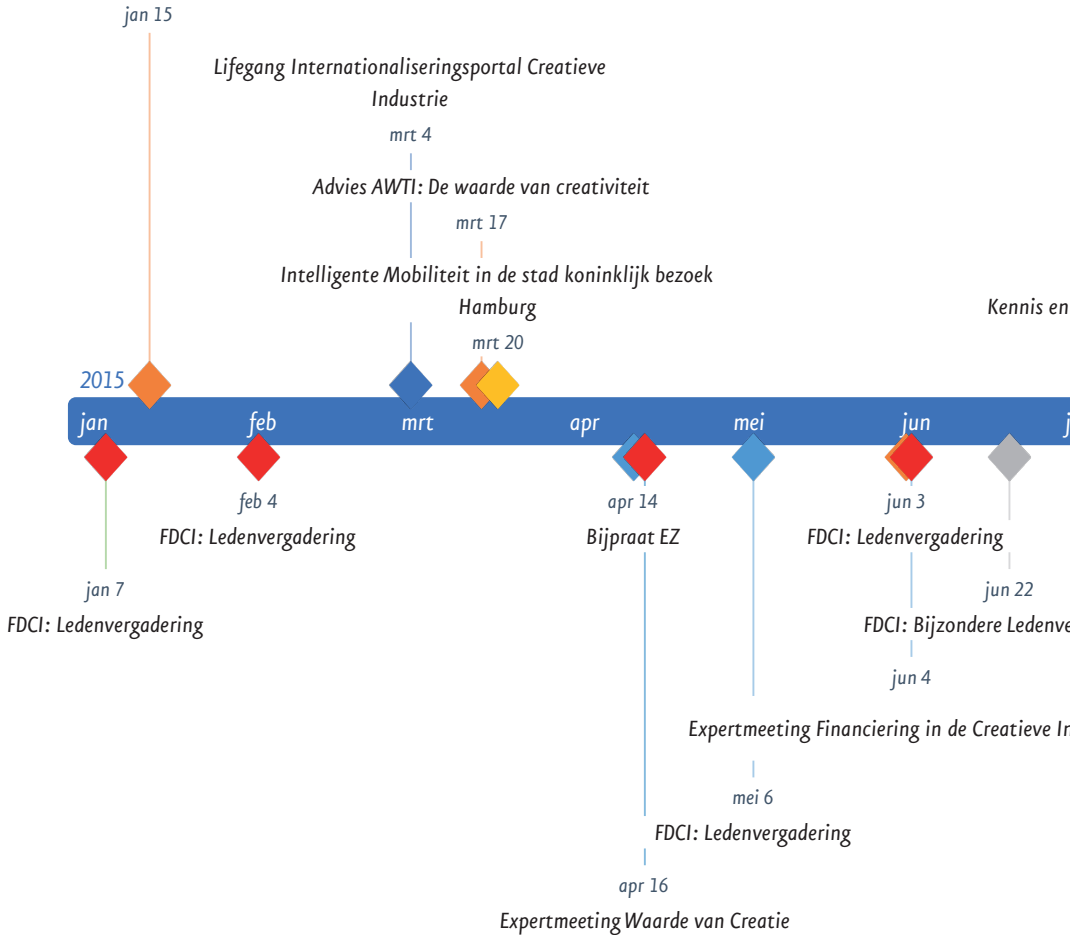
Netwerkbijeenkomst

Ledenvergadering

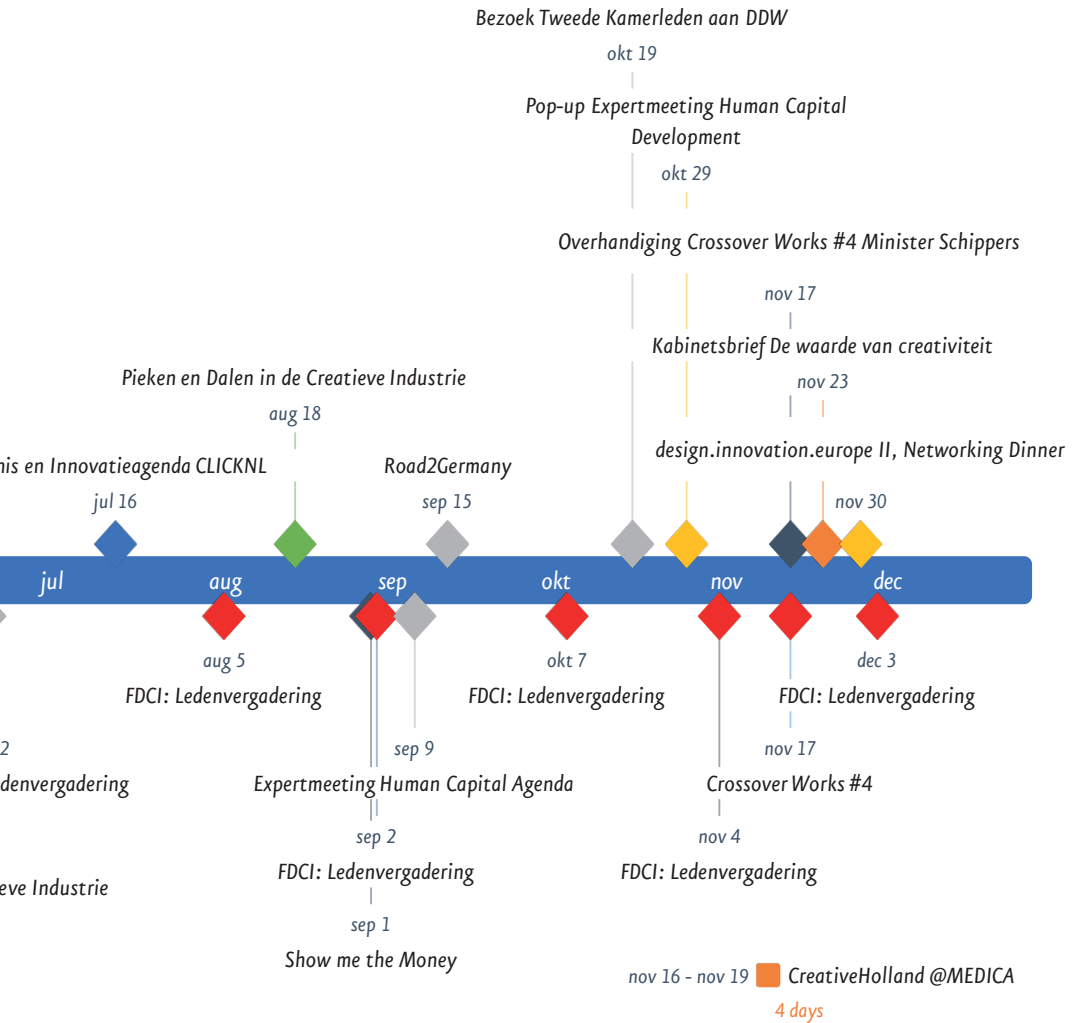


# Mijlpalen

Creative Industrie lanceert Duitsland  
Programma 2015







## Colofon

Dit jaarverslag 2015 is in de eerste plaats bedoeld voor leden en relaties van de Federatie Dutch Creative Industries

Federatie Dutch Creative Industrie

p/a BNA

Postadres: Postbus 19606, 1000 GP Amsterdam

Vestigingsadres: Jollemanhof 14, 1019 GW Amsterdam

Algemeen telefoonnummer: +31 20 555 36 66

[info@dutchcreativeindustries.nl](mailto:info@dutchcreativeindustries.nl)

[www.dutchcreativeindustries.nl](http://www.dutchcreativeindustries.nl)

Twitter: @FDCI

Secretaris: Gerbrand Bas

Mei 2016





