

Huidige verkokering moet worden doorbroken

De Noordvleugel van de Randstad is de regio waar de groei in de creatieve en ict-industrie vorm krijgt. Dat staat in de onlangs door de stichting iMMovator Cross Media Network en de Hogeschool INHOLLAND en TNO uitgebrachte Cross Media Monitor 2006. iMMovator-directeur Ton van Mil is een van de bevrologene gangmakers van een nieuwe media-industrie, die Nederland als multimedialand op de kaart kan zetten. Departement Het Gooi kreeg onlangs de informele primeur van het rapport. TEKST: REINT GAASTRA • FOTO: CLARK REID

Media-industrie staat voor revolutie

Volgens Ton van Mil, wiens iMMovator te vinden is in het Hilversumse Mediapark, staat de media-industrie aan de vooravond van een revolutionaire periode.

“Door ontwikkelingen in de informatie- en telecomindustrie kunnen data, beeld en geluid op allerlei manieren onder meer via radio, tv, internet en mobiele telefoon hun weg vinden naar de consument, waar die zich ook bevindt. Niet alleen nieuwe inhoud is interessant, ook de ‘content’ van archieven kan via deze nieuwerwetse methoden de weg naar de consument gemakkelijk vinden. De commerciële mogelijkheden zijn schier eindeloos, maar dan moet er wel beter worden samengewerkt en moet de huidige verkokering in de mediasector worden doorbroken.”

“Hilversum”, zegt Van Mil, “was wat ingedut. Het mediapark was een enigszins gesloten bolwerk. Men was zich onvoldoende bewust van de mogelijkheden op de business-to-business markt. Er werd te weinig ‘crossover’ gedacht. Er werd niet gesproken in termen van samenwerking, in termen van brancheoverschrijdende concepten. En dat was merkwaardig. Er gaat toch drie miljard euro om in de media-industrie. Er valt wat te verdienen. Ook in internationaal verband.”

NIEUWE BANEN

Om nieuwe kansen te ontwikkelen kan nu gebruik worden gemaakt van de resultaten van de Cross Media Monitor, die onlangs werd uitgereikt aan SER-voorzitter Rinnooy Kan.

In dit cijfermatig sterk onderbouwde rapport valt te lezen dat zich in de ‘Noordvleugel van de Randstad’ ruim eenderde van de alle banen in de multimediasector bevindt. Dat zijn er 177.000. De Noordvleugel beslaat globaal het gebied Haarlem-Aalsmeer-Amsterdam-Zaanstad-Almere-Hilversum-Utrecht-Amersfoort.

Bijna de helft van alle nieuwe banen in ict en creatieve industrie wordt in dit gebied gecreëerd. In tien jaar kwamen er 44.000 banen bij. Opvallend is dat Almere het snelst groeiende met ict (11 procent in banen), gevolgd door Amersfoort. In de toename van ‘creatieve banen’ spant Haarlemmermeer de kroon. Op en rond Schiphol is sprake van een groei met 17 procent. ‘Hilversum’ vervult nog steeds de rol van productie- en distributieunit. De creativiteitsbusiness, zoals de reclamewereld, zit voornamelijk in Amsterdam.

SLEUTELGEBIED

Volgens Ton van Mil is de creatieve industrie een sleutelgebied voor de toekomst van de Nederlandse economie en een innovatiemotor voor andere maatschappelijke en economische sectoren. De toegevoegde waarde van de sector zou inmiddels groter zijn dan die van bijvoorbeeld de chemische industrie.

Van Mil breekt een lans voor innovatie en het leggen van verbanden tussen de verschillende onderdelen van de creatieve industrie, zoals het maken van content voor radio, tv, internet en games. Het gaat dan om slimme nieuwe business-to-business toepassingen. “De



content van tv, pc en games groeit naar elkaar toe. Zoals bijvoorbeeld de zogenaamde serious games, die naast een spelelement ook een educatieve waarde hebben. Maar ook spelletjes die televisieseries promoten, spelletjes op televisie en spelletjes die televisie, internet en mobiel combineren. En wat te denken van internetradio, radio-uitzendingen beschikbaar via de mobiele telefoon, internetradioprogramma's die via een nieuwe speler ook door digibeten af te luisteren is. Media krijgen door ict een geweldige boost. Alles wordt beschikbaar.”

iMMovator is – zo hield Van Mil de aanwezige leden van het departe-

ment voor – een expertisecentrum en een netwerkorganisatie, die uitstekend in staat is gebleken partijen bij elkaar te brengen om nieuwe business te starten.

Van Mil: “We doen ons best om de Noordvleugelcluster te vitaliseren. We verzamelen kennis met de Cross Media Monitor, we delen kennis en netwerken met de Cross Media Cafés en innoveren met het Leerbedrijf, waar studenten van Hogescholen aan innovatieve opdrachten werken. In het Leerbedrijf wordt ook de verbinding gelegd tussen de kennisinstellingen en het bedrijfsleven. Het aangeboden lesmateriaal

kan hierdoor beter worden afgestemd op de ontwikkelingen in het bedrijfsleven. Studenten werken in hun stage of afstudeerperiode aan innovatieve opdrachten in een interdisciplinaire omgeving.”

Van Mil wil graag dat studenten van universitair niveau uit Delft, Eindhoven en Enschede een plek gaan innemen op het mediapark. “Dat is nodig. Er dreigt een tekort aan technologische kennis in relatie tot de media in Nederland. Dat kan een bedreiging voor de verdere economische ontwikkeling van deze in potentie uitdijende bedrijfstak worden.”



Nauwere samenwerking met ‘Jong Ondernemen’

De NMNH gaat intensiever samenwerken met ‘Jong Ondernemen’, een non-profitorganisatie die het ondernemerschap onder jongeren in het onderwijs wil bevorderen.

Eén van de recentelijk gemaakte afspraken is dat door middel van een pilot onderzoek gaat worden of de regionale structuur van Jong Ondernemen gekoppeld kan worden aan die van de NMNH-departementen. De operationele samenwerking tussen

de NMNH en Jong Ondernemen wordt dan verplaatst van het landelijke naar het regionale niveau. Daarmee kan een verbeterde instroom van mentoren worden verkregen.

Vanaf de oprichting van Jong Ondernemen - in 1990 - is de Maatschappij betrokken geweest bij het werk van de stichting. Passend bij de eigen doelstelling om het ondernemerschap te bevorderen, heeft de NMNH zich

sterk gemaakt het eigen netwerk in te zetten voor de vele studentenbedrijven, die Jong Ondernemen en de onderwijsinstellingen door de jaren heen hebben gerealiseerd. Meestal gebeurde dat door het leveren van mentoren uit het bedrijfsleven, die gekoppeld worden aan studentenbedrijven. In de afgelopen drie jaar is het aantal studentenbedrijven verdubbeld van 352 naar 661.

Prinses Máxima liet zich uitgebreid voorlichten over het werk van Jong Ondernemen tijdens de Nationale Marktdagen, die Jong Ondernemen in Utrecht en Apeldoorn organiseerde. Driehonderd studentenbedrijven presenteerden zich daar. Deze bedrijven bestaan gedurende een vol schooljaar. Studenten uit het vmbo, mbo en hbo bedenken een product of dienst, doen marktonderzoek en schrijven een ondernemingsplan en zoeken er aandeelhouders bij. Dit jaar was het ‘Money Tree’ van de Fontys Hogeschool Eindhoven, die ons land mag vertegenwoordigen op een internationale manifestatie in Roemenië. FOTO: KEES ANDEWEG