

Artikel

Paul Rutten en Walter Manshanden

Gevolgen van corona voor de creatieve industrie

Het achterwaartse domino-effect van de vraaguitval

Er is inmiddels al veel geschreven en gedebatteerd over de gevolgen van corona voor de creatieve industrie¹, ook wel aangeduid als de creatieve en culturele sector.² Wat zijn de gevolgen voor banen en werknemers³ in de sector, de toegevoegde waarde en de verhoudingen in het ecosysteem⁴ van de creatieve industrie?⁵

In de ontwikkeling van het aantal banen in de (deelsectoren van de) creatieve industrie – werknemers én zzp'ers meegerekend – beperkt het effect van de pandemie zich tot een afname van de groei (zie Figuur 1). Van de subsectoren heeft de creatieve zakelijke dienstverlening in 2020 en 2021 het groeitempo van de voorgaande jaren vastgehouden, terwijl de andere twee aan groeitempo inleverden. Het totaal aantal banen in de creatieve industrie groeide in 2020 met 8600 en in 2021 met 6600 banen. In 2019 was de groei nog 13.600.

In 2021 nam binnen kunsten en erfgoed het aantal banen in podiumkunsten (-196) en erfgoed (-516) af. Binnen de media- en entertainment-industrie was er krimp bij live-entertainment (-1054).⁶ Er is dus een beperkt effect van corona op het totaal aantal banen in de creatieve industrie en de deelsectoren.

Krimp in arbeidscontracten

De ontwikkeling van het aantal werknemers in de creatieve industrie, de zzp'ers uitgezonderd, laat een ander beeld zien. In 2020 daalde die werkgelegenheid met 7,1 procent, voor de gehele Nederlandse economie was dat slechts 1,8 procent. De krimp in arbeidscontracten is in kunsten en erfgoed met 14,1 procent het grootst, gevolgd door de media- en entertainment-industrie met 6,5 procent en creatieve zakelijke

dienstverlening met 5,5 procent. De bedrijfstakken met de grootste terugloop waren overige kunsten en erfgoed – vooral dienstverlening gericht op kunst en cultuur – met een teruggang van 4100 werknemers, communicatie (3200), podiumkunsten (2400), film (1400) en persmedia (1000).

Alhoewel veel bedrijven en organisaties arbeidscontracten hebben beëindigd, heeft dat niet geleid tot een afname van het totaal aantal banen in de creatieve industrie, zoals hiervóór bleek. Dat duidt erop dat veel van de beëindigde contracten werden ingevuld door zzp'ers, die als aparte bedrijven in de creatieve industrie staan geregistreerd en terugkomen in de banenstatistiek. Dat zij hun activiteiten konden voortzetten is wellicht terug te voeren op de steunmaatregelen waarop ze een beroep konden doen of die door hun opdrachtgevers zijn aangeboden en ten dele bij hen terecht zijn gekomen. Mogelijk hebben zij werk buiten de sector gezocht of andere financiële middelen aangesproken om in hun levensonderhoud te voorzien, zonder hun status als creatieve zzp'er formeel op te geven.

Toegevoegde waarde

De toegevoegde waarde van de creatieve industrie is in 2020, ten opzichte van 2019, met 25,4 procent (4,7 miljard euro) teruggelopen (zie Figuur 2)⁷. Dat is aanmerkelijk forsere dan het gemiddelde van 3,8 procent voor de totale Nederlandse economie. Daarvan namen kunsten en erfgoed met 3,4 miljard euro het leeuwendeel voor hun rekening. De toegevoegde waarde in die deelsector nam in 2020 met 60,8 procent af ten opzichte van 2019. Media en entertainment-industrie leverde 12,4 procent (0,9 miljard euro) in en creatieve zakelijke dienstverlening 6,3 procent (0,4 miljard euro). De creatieve industrie is daarmee een van de meest door corona getroffen sectoren, met name de subsector kunsten en erfgoed.

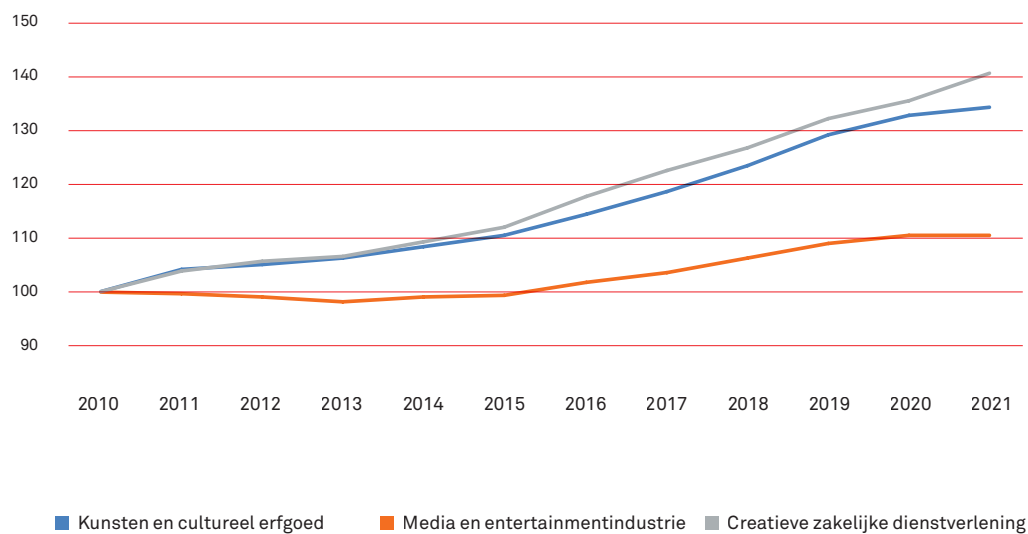
Schade aan het ecosysteem

Welke dynamiek gaat er schuil achter de afname van banengroei, opgezegde contracten van werknemers en daling van omzet en toegevoegde waarde in de creatieve industrie en haar subsectoren? Een verklaring is de vraaguitval als gevolg van de coronabeperkingen.⁸ Maar dat verklaart nog niet de verdeling over de verschil-

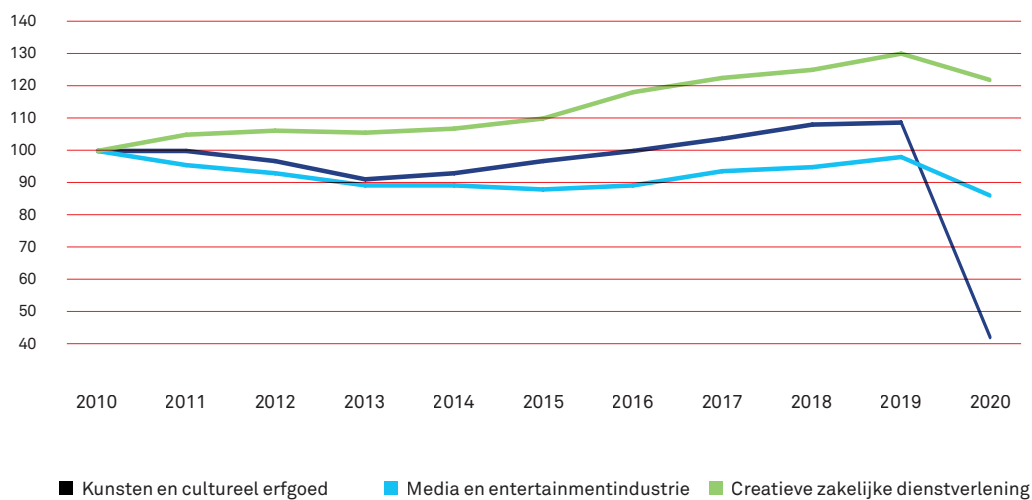
lende actoren. De creatieve industrie bestaat uit een complex netwerk van bedrijven en instellingen die aan elkaar toeleveren en afnemen, maar dat ook doen met de rest van de economie en bovendien producten en diensten leveren aan huishoudens. Analyse van die relaties, op basis van de zogenaamde input-outputtabel van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), levert een aantal interessante conclusies op over de verdeling van de gevolgen van de crisis over partijen in de sector.

Allereerst is het van belang vast te stellen welke onderdelen van de creatieve industrie in welke mate afhankelijk zijn van de markt voor huishoudens, de zakelijke markt binnen de creatieve industrie en de zakelijke markt in de rest van de economie (Figuur 3). Bibliotheken, archieven, musea en dergelijke zijn, met 55 procent van de omzet, het meest afhankelijk van de markt voor huishoudens. Productie van films, televisie, radio en muziek zet het meeste van alle domeinen haar producten en diensten af binnen de creatieve industrie: 71,5 procent. Architecten-, ingenieursbureaus en dergelijke zetten maar liefst 90 procent van de jaarlijkse omzet af op de zakelijke markt buiten de creatieve industrie, voor reclamewezen en marktonderzoek is dat 72 procent.

De afzet van drie categorieën bedrijven, creatieve diensten, kunst en amusement, uitgeverijen en uitzending van radio- en tv-programma's, is relatief evenwichtig verdeeld over de drie markten. Een vergelijking van de mate van afname van producten en diensten van het ene domein binnen de creatieve industrie door het andere biedt veel inzicht. Dat geldt ook voor de ontwikkeling van de omvang van de toegeleverde goederen en diensten. Wat het meest in het oog springt is dat de totale omzetschade het grootst is voor bedrijven in het domein creatieve diensten, kunst en amusement, dat afhankelijk is van alle drie de deelmarkten. Op de consumentenmarkt leveren ze in coronajaar 2020 maar liefst 80 procent aan omzet in (617 miljoen euro). Op de zakelijke markt voor de creatieve industrie is de daling 68 procent (942 miljoen euro) en op die voor derde bedrijven 59 procent (630 miljoen euro). Productie van films, TV, radio en muziek is de op één na zwaarst getroffen categorie. Bedrijven daarin verloren zowel veel omzet op de →

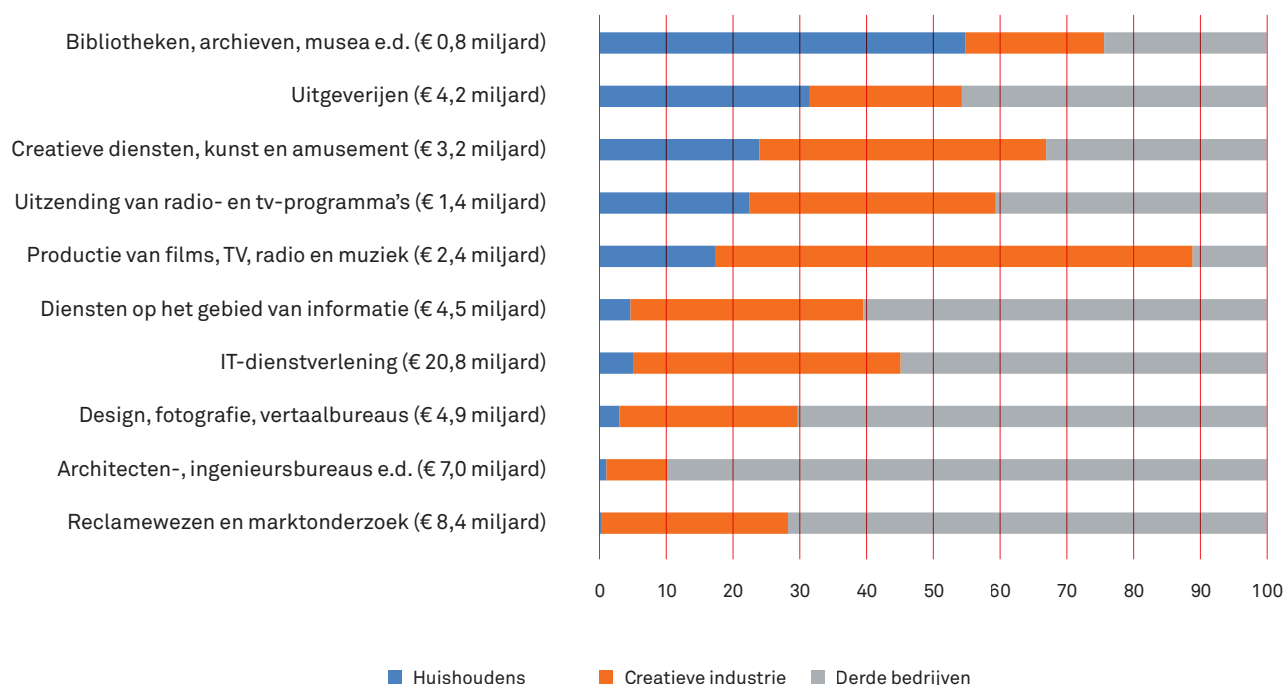


Figuur 1. *Banen in deelsectoren van de creatieve industrie (2010-2021)*
(2010=100). Bron: LISA, bewerking NEO Observatory



Figuur 2. *Toegevoegde waarde in deelsectoren van de creatieve industrie (2010-2020)* (2010=100).

Bron: CBS Nationale Rekeningen, bewerking NEO Observatory



Figuur 3. *Belang van verschillende markten voor verschillende categorieën bedrijven van de creatieve industrie (laatste pre-coronajaar 2019) (in procenten).*

Bron: CBS Nationale Rekeningen, input-outputtabel. Bewerking NEO Observatory

consumentenmarkt, 43 procent (184 miljoen euro), als op die van de creatieve industrie: 20 procent (341 miljoen euro). Bedrijven uit reclamewezen en onderzoek noteerden in 2020 omzetverlies op de markt voor derde bedrijven, 10 procent (610 miljoen euro), en de creatieve industriemarkt, 11 procent (267 miljoen euro). Bibliotheken, archieven, musea en dergelijke zagen hun omzet vooral dalen op de consumentenmarkt (26 procent, 114 miljoen euro). Bedrijven in de categorie design, fotografie, vertaalbureaus verloren 207 miljoen euro (6 procent) op de markt voor derde bedrijven.

Wat verder opvalt is de omzetafhankelijkheid van veel creatieve bedrijfstakken van andere creatieve bedrijven. Een voorbeeld is een zelfstandig opererende actrice die werkzaamheden verricht voor een onafhankelijk televisieproducente, die haar product afzet bij een commercieel televisiestation dat via een elektronisch distributiebedrijf de productie aan consumenten aanbiedt en op basis daarvan reclameomzet genereert. Wanneer de reclame-

sector de hand op de knip houdt vanwege corona, volgt een achterwaarts domino-effect dat uiteindelijk tot gevolg heeft dat er minder audiovisuele producties gemaakt worden en de actrice minder inkomsten geniet. Dat is nog meer het geval wanneer die actrice zo nu en dan ook optreedt in commercials die onder invloed van dezelfde omstandigheden stagneren. Deze situatieschets is zonder veel aanpassingen uit te breiden naar bijvoorbeeld de podiumkunsten en de museale sector. De omzetsdaling bij creatieve bedrijven werkt door in productieketens van goederen en diensten waardoor toeleverende bedrijven getroffen worden.

Dit achterwaartse domino-effect blijkt het sterkst binnen de creatieve diensten, kunst en amusement, waar complete productieketens uit de podiumkunsten, scheppende kunsten en amusementssector die met elkaar verbonden zijn, onder vallen. Vraaguitval in eigen kring is daar met 682 miljoen euro omvangrijk. Een andere belangrijke oorzaak is de vraaguitval van bedrijven in productie van films, TV, radio en →

muziek. Zij besteden in 2020 133 miljoen euro minder bij bedrijven in creatieve diensten, kunst en amusement. Ook productie van films, TV, radio en muziek had op haar beurt te kampen met omzetverlies door teruglopende bestedingen van andere creatieve bedrijven (341 miljoen euro minder). De belangrijkste aderlating vormt de verminderde vraag vanuit reclamewezen en onderzoek (152 miljoen euro), waarbij de reclamemarkt heeft gesneden in de opdrachten aan av-producenten. Ook de terugloop aan interne leveringen binnen de eigen branche van productie van films, TV, radio en muziek zorgt voor een omzetsdaling (82 miljoen euro). Voorts bestelden omroepen (uitzending van radio- en tv-programma's) voor 51 miljoen euro minder aan audiovisuele producties. Bij uitgeverijen liep de afzet terug met 42 miljoen euro.

Het grootste achterwaartse domino-effect vanuit productie van films, TV, radio en muziek manifesteert zich bij bedrijven in creatieve diensten, kunst en amusement (133 miljoen euro). Ook besteedde de audiovisuele productie-sector minder bij reclamewezen en onderzoek (44 miljoen euro). Het omzetverlies van bedrijven in reclame en onderzoek was het gevolg van vraaguitval in eigen kring, maar ook bij IT-dienstverlening en diensten op het gebied van informatiediensten. Het omzetverlies in de reclamesector leidde weer tot minder bestedingen bij productie van films, TV, radio en muziek en creatieve diensten, kunst en amusement.⁹

Tot slot

Voor een goed begrip van de coronaschade is een gedetailleerde analyse van de doorwerking in het ecosysteem van grote waarde. Het vastgestelde achterwaartse domino-effect maakt duidelijk hoe in de creatieve industrie de negatieve gevolgen in achterwaartse richting worden doorgegeven langs de ketens van economische relaties. De dramatische val in toegevoegde-waardeproductie, in het bijzonder in de subsector kunsten en cultureel erfgoed, heeft zich zichtbaar vertaald in het opzeggen van arbeidscontracten en een bescheiden terugloop van banen in sommige bedrijfstakken. De meest vergaande financiële consequenties van de crisis zijn neergelegd aan het begin van de creatieve ketens, bij onafhankelijke makers en uitvoerenden met een zzp-status die, los van

de gevolgen van corona, de meest kwetsbare groep in het creatieve ecosysteem vormen. Zij bleken bovendien met de beschikbare beleidsinstrumenten voor schadecompensatie uitermate moeilijk te bedienen. •

Literatuur

- Lhermitte, M. (et al.) (2021) *Rebuilding Europe: the cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis*. S.I.: EY Consulting.
- Idea Consult (et al.) (2021) *Research for CULT Committee - Cultural and creative sectors in post-COVID-19 Europe: crisis effects and policy recommendations*. Brussel: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.
- Goudriaan, R. (et al.) (2021) *Ongelijk getroffen, ongelijk gesteund: effecten van de coronacrisis in de culturele sector*. Amsterdam: Boekmansichting (etc.).
- Rutten, P., W. Manshanden en F. Visser (2021) *Monitor Creatieve Industrie 2021: Nederland, Top-10 steden, COVID-19*. Hilversum: Media Perspectives.

Noten

- 1 Zie voor de definitie van (deelsectoren van de) creatieve industrie: Rutten et al. 2021, 14; 180-181.
- 2 Zie onder meer: Lhermitte et al. 2021, Idea Consult et al. 2021; Goudriaan et al. 2021.
- 3 Exclusief zzp'ers.
- 4 Dat laatste wordt hier opgevat als de relaties van onderdelen van de sector met andere domeinen van de economie in termen van afnemen van diensten en producten en het toeleveren ervan.
- 5 Deze bijdrage bouwt deels voort op Rutten et al. 2021 en deels op nieuwe gegevens. De gebruikte kwantitatieve bronnen zijn het LISA-bestand, waarin de meest gedetailleerde en volledige informatie over werkgelegenheid per bedrijfsvestiging is opgenomen, data over werknemers in bedrijven van het CBS, de CBS-Nationale Rekeningen en de CBS input-outputtabel waarin de relaties tussen sectoren in termen van toeleverantie en afname zijn vastgelegd.
- 6 Live-entertainment bestaat hier uit de bedrijfstakken circus en variété, preten themaparken en kermisattracties. Concertorganisatoren en festivals vallen onder podiumkunsten en overige kunst en erfgoed.
- 7 Subsidies worden niet meegerekend in de bepaling van toegevoegde waarde. Overheidsgelden die besteed zijn om juist omzetterugval en verminderde waardeproductie te compenseren blijven hier dan ook buiten beschouwing.
- 8 En tevens export ervan.
- 9 Zie voor meer gedetailleerde informatie: Rutten et al. 2021, 144-157.



Paul Rutten is lector Creative Business bij Hogeschool Rotterdam en onafhankelijk onderzoeker op het terrein van creatieve industrie, innovatie en beleid



Walter Manshanden werkt als regionaal econoom bij NEO Observatorium te Rotterdam en is gespecialiseerd in stedelijke economie, sector- en impactstudies van publieke investeringen