

**SCREEN
TALENT^{NL}**



HOLLYWOOD *onder* **DE RIVIEREN**

Paul Rutten (Paul Rutten Onderzoek)
Walter Manshanden (NEO Observatory)

COLOFON

Hollywood onder de Rivieren

De audiovisuele sector in Zuid-Nederland

Plaats en jaar van uitgave

Haarlem, 2026

ISBN 978 89 083 6874 21 / NUR 815, 780

© Stichting Screen Talent NL, Paul Rutten Onderzoek

Verveelvoudiging en/of openbaarmaking van of uit deze publicatie is niet toegestaan, behalve als hiervoor toestemming is verkregen van Screen Talent NL en Paul Rutten Onderzoek. Citeren uit Hollywood onder de Rivieren is alleen met bronvermelding toegestaan.

Auteurs

Paul Rutten, Paul Rutten Onderzoek
Walter Manshanden, Neo Observatory

Opdrachtgever

Stichting Screen Talent NL

Financiering

Nederlands Filmfonds, CFAP

Illustraties

Loek Vugs

Met bijdragen van

CineZee, CineSud, Playgrounds Next

Deze publicatie is te downloaden op www.screen-talent.nl

Inhoudsopgave

Korte samenvatting	5
Samenvatting	6
1 Inleiding	10
1.1 Ontwikkelingen in de film- en audiovisuele sector	11
1.2 Onderzoek: vragen, aanpak en methode	13
1.2.1 Onderzoeksvragen	13
1.2.2 Onderzoeksaanpak	14
1.2.3 Audiovisuele sector op basis van SBI-codes	14
1.3 Leeswijzer	18
2 De audiovisuele sector in Nederland en Zuid-Nederland	19
2.1 Banen in de zuidelijke creatieve industrie en audiovisuele sector	19
2.2 Bedrijven in de zuidelijke creatieve industrie en audiovisuele sector	24
2.3 Samenvatting en conclusies	31
3. De audiovisuele sector in de zuidelijke provincies	33
3.1 Banen in creatieve industrie en audiovisuele sector	33
3.2 Bedrijven in creatieve industrie en audiovisuele sector	39
3.3 Samenvatting en conclusies	43
4. Noord-Brabant: Breda, Eindhoven, Den Bosch en Tilburg	45
4.1 Banen in creatieve industrie en audiovisuele sector	45
4.2 Bedrijfsvestigingen in creatieve industrie en audiovisuele sector	52
4.3 Samenvatting en conclusies	58
5. Limburg: Heerlen, Maastricht, Venlo en Sittard-Geleen	59
5.1 Werkzame personen in creatieve industrie en audiovisuele sector	59
5.2 Bedrijfsvestigingen in creatieve industrie en audiovisuele sector	66
5.3 Samenvatting en conclusies	72
6. Zeeland: Terneuzen, Goes, Middelburg en Vlissingen	74
6.1 Werkzame personen in creatieve industrie en audiovisuele sector	74
6.2 Bedrijfsvestigingen in creatieve industrie en audiovisuele sector	81
6.3 Samenvatting en conclusies	88
7. Conclusies	90

Korte samenvatting

De Zuid-Nederlandse audiovisuele sector is een kleine tot middelgrote sector. Het regionale economisch belang ervan groeit, maar is vooralsnog kleiner dan dat van de sector in heel Nederland. Dat komt door de historische ontwikkeling die ertoe heeft geleid dat de audiovisuele sector ruimtelijk-economisch geconcentreerd is in de Metropoolregio Amsterdam.

Daar staat tegenover dat de audiovisuele sector in Zuid-Nederland zich wat betreft de groei van banen en bedrijven in het decennium 2014-2023 bovengemiddeld positief ontwikkelt, in het bijzonder in vergelijking met de landelijke ontwikkeling. Die positieve trend is zichtbaar in alle drie de provincies en in de meeste steden daarbinnen. Bovendien ontwikkelt het aantal banen en bedrijven in de sector in Zuid-Nederland zich aanzienlijk gunstiger dan in de gehele economie van het landsdeel, de provincies en de steden. De groei in banen en bedrijven overtreft zelfs die van de Zuid-Nederlandse en de Nederlandse creatieve industrie, waarvan de sector zelf deel uitmaakt.

De regionale audiovisuele sector biedt veel mogelijkheden en kansen voor de ontwikkeling van de regionale en lokale economie, maar ook van de cultuur en identiteit van de regio. Door de relatief sterke groei, in het bijzonder ten opzichte van de landelijke ontwikkeling, dragen de audiovisuele activiteiten in Zuid-Nederland nu al bij aan een meer evenwichtige spreiding van de sector over Nederland. Belangrijke sectorale ontwikkelingen zijn de toenemende digitalisering en de opkomst van nieuwe kanalen, platforms en vertoningsplekken, die vragen om onderzoek, experiment en ondersteuning van makers. Daarbij kunnen ontwikkelingen vanuit de regio nieuwe impulsen geven aan de Nederlandse filmsector, die momenteel met tal van uitdagingen wordt geconfronteerd. Daarnaast kan een sterke audiovisuele productie infrastructuur in de regio bijdragen aan de versterking van de lokale en regionale omroep en vice-versa, ook met het oog op de aanstaande herstructurering van de lokale omroep. Een sterke regionale sector is bovendien sociaal en economisch belangrijk: zij biedt een aantrekkelijk toekomstperspectief voor jong talent, met name in Zeeland en Limburg, waar behoud ervan urgent is. Regionale producties die een bovenregionaal publiek weten te bereiken kunnen daarnaast de zichtbaarheid van de regio vergroten, wat deze aantrekkelijker maakt voor bedrijven, bezoekers en toeristen.

Omdat het gaat om een gedistribueerde ontwikkeling met relatief veel kleine bedrijven en initiatieven – vooral zzp'ers – is voor het benutten van de kansen een actieve organisatie van samenwerking, kennisdeling en ondersteuning onontbeerlijk. Organisaties die de verbinding tussen makers, ondernemingen en overheden faciliteren en organiseren kunnen hierin een sleutelrol spelen. Versterking van publieke ondersteuning, met het oog op de realisatie van zowel de economische als de maatschappelijke waarde van een sterke regionale audiovisuele sector, is een voorwaarde voor succes.

Samenvatting

In dit onderzoek is het economisch belang van de audiovisuele sector in Zuid-Nederland, als onderdeel van de creatieve industrie, onderzocht. Daarnaast is nagegaan hoe dat belang zich heeft ontwikkeld in de periode 2014–2023. Tenslotte zijn aanbevelingen geformuleerd voor strategie en beleid voor de sector en de lokale, regionale en landelijke overheid.

De in dit onderzoek gehanteerde definitie van de audiovisuele sector is gebaseerd op eerder onderzoek in Noord-Nederland (*Hollywood aan de Wadden*). Deze gaat uit van de waardeketen van film- en televisieproductie en -exploitatie en betreft daarbij aanpalende bedrijfstakken, zoals muziekproductie. Het overgrote deel van de tot de audiovisuele sector gerekende bedrijfstakken valt onder de media- en entertainmentindustrie. Beoefening van podiumkunsten, waartoe alle acteurs en regisseurs behoren, valt onder de deelsector kunst en cultureel erfgoed. In dit onderzoek wordt onderscheid gemaakt tussen de brede en de smalle audiovisuele sector: in de eerste worden de podiumkunsten meegeteld, in de tweede niet. De reden voor dit onderscheid is dat een deel van de activiteiten van beoefenaars van podiumkunsten – met name acteurs en regisseurs – binnen de audiovisuele sector plaatsvindt en een ander deel niet. De gehanteerde database maakt het niet mogelijk deze activiteiten afzonderlijk te meten. Daardoor vormt de brede audiovisuele sector een lichte overschatting en de smalle een onderschatting van het economisch belang van de sector.

Zuid-Nederland

De audiovisuele sector in Zuid-Nederland is een kleine tot middelgrote sector. Inclusief de podiumkunsten, die slechts ten dele aan de audiovisuele sector kunnen worden toegerekend, betreft het 0,6 procent (12,3 duizend) van de banen en twee procent (9,2 duizend bedrijven) van alle bedrijven. Zonder de podiumkunsten – de smalle audiovisuele sector – gaat het om 0,3 procent (5,6 duizend) van de banen en 0,8 procent (3,5 duizend) van de bedrijven. Het verschil (6,7 duizend banen) komt voor rekening van de podiumkunsten, die met 45 procent van de banen binnen de brede audiovisuele sector de grootste bedrijfstak vormen, gevolgd door filmproductie, muziekproductie, facilitaire activiteiten en radio- en televisieomroep. Op landelijke schaal is het belang van de audiovisuele sector groter dan in Zuid-Nederland: de brede sector telt 0,9 procent van alle banen, de smalle 0,5 procent. Dit verschil is terug te voeren op de historische ontwikkeling die heeft geleid tot de concentratie van de sector in de Metropoolregio Amsterdam.

Opvallend genoeg groeide de brede audiovisuele sector in Zuid-Nederland in de periode 2014–2023 met gemiddeld 5,5 procent per jaar, harder dan in Nederland als geheel (4,7 procent). Ook de smalle audiovisuele sector in Zuid-Nederland – zonder podiumkunsten – groeit met 4,4 procent per jaar sneller dan de smalle audiovisuele sector op landelijk niveau (3,8 procent). Het zuidelijke landsdeel onderscheidt zich daarmee positief van Nederland als geheel. Ook in vergelijking met de Zuid-Nederlandse economie in brede zin komt de sector goed naar voren. De jaarlijkse groei van de brede en smalle audiovisuele sector (respectievelijk 5,5 en 4,4 procent) ligt ruim boven die van het aantal banen in de totale Zuid-Nederlandse economie (1,4 procent). Beide varianten van de sector groeien bovendien sneller dan de creatieve industrie, die zelf al jarenlang bovengemiddeld groeit (2,9 procent per jaar).

Wat bedrijven betreft, is het getalsmatige gewicht van de audiovisuele sector groter dan op basis van banen, wat samenhangt met het kleinschalige karakter ervan. Omdat audiovisuele bedrijven gemiddeld kleiner zijn dan andere Nederlandse bedrijven, is het aandeel van de sector in het totaal aantal bedrijven groter dan het aandeel in de werkgelegenheid. De brede audiovisuele sector telt 9,2 duizend bedrijven (twee procent van het totaal) en groeit jaarlijks met 7,5 procent; de smalle variant omvat 3,5 duizend bedrijven (0,8 procent) met een groei van 7,2 procent per jaar. Ook hier overtreft de groei de ontwikkeling binnen de Zuid-Nederlandse economie en de creatieve industrie. De Zuid-Nederlandse audiovisuele sector kent een groter aandeel zzp'ers en

kleine mkb-bedrijven dan de rest van Nederland. Dit komt doordat grote audiovisuele instellingen en ondernemingen zich vooral in de Metropoolregio Amsterdam bevinden.

Noord-Brabant

De creatieve industrie en audiovisuele sector in Noord-Brabant zijn geconcentreerd in de vier grote steden – Breda, Eindhoven, Den Bosch en Tilburg – waar 46 procent van alle creatieve banen zich bevindt. Dat is aanzienlijk meer dan het totale aandeel van Brabantse banen in die steden. De smalle audiovisuele sector kent een nog sterkere stedelijke concentratie: 51 procent van de 3,9 duizend banen, met Breda als voornaamste centrum. Tilburg valt op door het grote aandeel podiumkunstbanen (meer dan één op de vijf in de provincie). Eindhoven heeft een breed creatieve industrie profiel met een bijzondere betekenis voor creatieve zakelijke dienstverlening. De banengroei tussen 2014 en 2023 is in zowel de steden als de regio sterk; de audiovisuele sector groeit er sneller dan de gehele creatieve industrie en dan de totale stedelijke economie. Binnen de brede audiovisuele sector spelen de podiumkunsten in de meeste steden de hoofdrol, met uitzondering van Breda, waar filmproductie domineert. In alle steden groeit muziekproductie het snelst, met stijgingspercentages tussen zeven en ruim elf procent per jaar. Ook filmproductie groeit sterk, met vijf tot tien procent per jaar.

Ook aan de bedrijfszijde toont de Brabantse sector sterke groei, vergelijkbaar met die van de banen. De ondernemingen in de creatieve en audiovisuele sector zijn klein van schaal. Zij vertegenwoordigen meer dan tien procent van alle bedrijven, terwijl zij slechts 3,5 procent van de banen leveren. De smalle audiovisuele sector wordt gedomineerd door zzp'ers, die in bijna alle steden en in de regio meer dan de helft van de banen in de sector vertegenwoordigen. Breda vormt hierop een uitzondering door de aanwezigheid van enkele grotere productiebedrijven met meer dan vijftig werknemers. Van alle banen in de smalle audiovisuele sector wordt bijna 58 procent ingevuld door zzp'ers – het hoogste percentage van de drie zuidelijke provincies.

Limburg

In Limburg is de creatieve industrie iets minder stedelijk geconcentreerd dan in Noord-Brabant: 44 procent van de 16,1 duizend creatieve banen bevindt zich in de vier grootste steden (Maastricht, Heerlen, Sittard-Geleen en Venlo). Wat opvalt, is dat in Limburg 46 procent van alle provinciale banen in deze steden te vinden is, wat betekent dat de creatieve industrie er niet uitzonderlijk stedelijk geconcentreerd is. De smalle Limburgse audiovisuele sector is met precies de helft van de banen in de grote steden wel sterker geconcentreerd. Maastricht is de belangrijkste creatieve hub, met een vijfde van alle banen in de creatieve industrie en een kwart van de banen in zowel de smalle audiovisuele sector als de podiumkunsten. Het aantal banen in de smalle audiovisuele sector groeit in bijna alle steden en de regio sneller dan in de totale economie. Maastricht vormt de uitzondering: daar groeit de creatieve industrie in 2014–2023 procentueel sterker dan de smalle audiovisuele sector. Heerlen laat de krachtigste groei zien, vooral door de sterke toename van banen in filmproductie (ruim 12 procent per jaar). In muziekproductie stijgt het aantal banen in Maastricht en Sittard-Geleen met meer dan tien procent per jaar. In alle Limburgse steden en de regio vormen de podiumkunsten de grootste discipline, gevolgd door filmproductie.

Ook qua ondernemingen kent Limburg een bovengemiddelde ontwikkeling. Het aantal bedrijven in de smalle audiovisuele sector groeit in alle steden en de regio sneller dan gemiddeld in de stedelijke economie en de creatieve industrie – tot bijna negen procent per jaar in Sittard-Geleen. Vooral filmproductie en podiumkunsten nemen in alle steden fors toe, met de sterkste groei in Heerlen en Venlo. In Sittard-Geleen groeit de facilitaire sector snel (meer dan twintig procent per jaar), al is die bedrijfstak klein. De Limburgse audiovisuele sector wordt, net als elders, gedomineerd door zzp'ers – ruim 51 procent van alle banen. Heerlen kent een opvallend aantal

middelgrote bedrijven (11–50 banen) en Maastricht relatief veel banen bij grotere ondernemingen of organisaties, onder meer regionale omroep L1.

Zeeland

Van de banen in de Zeeuwse creatieve industrie bevindt 58 procent zich in de vier grootste steden – Middelburg, Vlissingen, Terneuzen en Goes – het hoogste aandeel van de drie provincies. Middelburg is het belangrijkste centrum met één op de vijf banen. De smalle audiovisuele sector is nog sterker stedelijk geconcentreerd, met 69 procent van de banen in de vier steden. Het grootste deel daarvan (38 procent) bevindt zich in Vlissingen, dankzij het grote aantal banen bij Omroep Zeeland. Vlissingen en Terneuzen zijn de enige twee steden in dit onderzoek waar de smalle audiovisuele sector een lichte krimp laat zien. In Middelburg, Goes en de rest van de provincie is daarentegen sprake van sterke groei die de ontwikkeling van de economie en de creatieve industrie overtreft. Binnen de brede audiovisuele sector zijn podiumkunsten en filmproductie de belangrijkste disciplines, beide met sterke groei. Zoals vermeld is televisie- en radio-omroep in Vlissingen veruit de grootste bedrijfstak, maar die laat in tien jaar geen groei zien. Middelburg en Goes onderscheiden zich door groei in podiumkunsten, terwijl filmproductie in Vlissingen en Terneuzen sterker toeneemt. Alleen in Vlissingen en Terneuzen krimpen enkele bedrijfstakken, zoals televisieproductie en facilitaire activiteiten, wat de lichte daling van de totale smalle audiovisuele sector verklaart.

Ook in Zeeland overtreft de groei van bedrijven in de smalle audiovisuele sector (7,4 procent per jaar) die van de totale Zeeuwse economie en creatieve industrie. Dat geldt voor alle steden en ook voor de regio. De sterkste groei wordt genoteerd in Middelburg (bijna tien procent per jaar). Podiumkunsten vormen de grootste bedrijfstak, gevolgd door film- en muziekproductie, die beide sterk groeien. Zzp'ers domineren het beeld, vooral in Middelburg en de regio (tussen 85 en 90 procent van de bedrijven), in mindere mate in Terneuzen. In Vlissingen zijn de meeste banen te vinden bij grotere bedrijven (meer dan vijftig werknemers), dankzij Omroep Zeeland. Het aandeel zzp'ers in de Zeeuwse smalle audiovisuele sector is met bijna 51 procent iets kleiner dan in Limburg.

Aanknopingspunten voor strategie en beleid

De positieve ontwikkeling van de audiovisuele sector in Zuid-Nederland ten opzichte van de landelijke situatie vertaalt zich grosso modo naar de drie provincies: Noord-Brabant, Limburg en Zeeland. In alle provincies groeit de sector harder dan de totale economie en de creatieve industrie. De samenstelling van de brede audiovisuele sector is vergelijkbaar: podiumkunsten vormen het grootste onderdeel (40 tot 60 procent van de banen), gevolgd door filmproductie, bioscopen en muziekproductie. De groeipatronen in steden en regio's zijn overeenkomstig. Wel is sprake van stedelijke concentratie, maar ook de regio's buiten de steden spelen een belangrijke rol. In Noord-Brabant is Breda belangrijk voor de smalle audiovisuele sector, Eindhoven voor de creatieve industrie in het algemeen en Tilburg voor podiumkunsten; Maastricht en Middelburg fungeren als culturele centra; Vlissingen onderscheidt zich door Omroep Zeeland, en Heerlen door de sterke groei van filmproductie. De positieve dynamiek verspreidt zich dus over het hele landsdeel zonder dominante hotspots.

Het onderzoek laat zien dat de regionale audiovisuele sector in Zuid-Nederland relatief klein is, een sterke groei doormaakt en zich ontpopt in een economisch en cultureel nieuwe rol en hoedanigheid. De sector heeft groeipotentie en demonstreerde die de voorbije jaren op een overtuigende manier. Doorontwikkeling van de sector kan bijdragen aan de ontwikkeling van regionale ecosystemen waarin ook toeleverende bedrijven zich kunnen ontwikkelen. Omdat de huidige ontwikkeling stoelt op vele kleine bedrijven en zelfstandigen en sporadisch op wat grotere spelers, vraagt versterking van de sector om samenwerking, kennisdeling en ondersteuning via netwerken – regionaal, nationaal en internationaal. De weinige grotere

regionale spelers kunnen hierbij als ankerpunten fungeren. Organisaties die de verbinding tussen makers en ondernemingen faciliteren, zoals de koepel Screen Talent NL, kunnen hierin als katalysator optreden. Hun rol ligt in de tussenruimte van de audiovisuele sector, waar zij regionale cultuur en identiteit zichtbaar maken, ondernemerschap ondersteunen, talentontwikkeling bevorderen en de positieve economische dynamiek verder versterken. Publieke steun blijft in deze groeifase essentieel om samenwerking, innovatie en duurzame economische modellen te stimuleren. De audiovisuele sector biedt daarmee kansen voor economische groei én versterking van regionale identiteit en cultuur, in een tijd van digitalisering en veranderende mediapraktijken.

Het is belangrijk om vanuit deze regionale dynamiek de aansluiting te zoeken met bredere technologische en regionaal-economische ontwikkelingen. Een belangrijke meerwaarde van regionale audiovisuele productiehubs is dat zij kunnen bijdragen aan de broodnodige impulsen en versterking van de nationale film- en audiovisuele sector, die momenteel zoekt naar nieuwe wegen om haar filmcultuur en economische basis te versterken. Een meer evenwichtig functionerend audiovisueel landschap zou daaraan kunnen bijdragen. Belangrijke contextfactoren zijn de toenemende digitalisering en de opkomst van nieuwe kanalen, platforms en vertoningsplekken, die vragen om onderzoek, experiment en ondersteuning van makers. Programma's rond immersieve technologie, zoals het landelijke CiiC-programma, bieden kansen voor de sector om haar creatieve en kennisintensieve capaciteiten te benutten en spill-overs naar andere domeinen te realiseren. Verder kan een sterke regionale audiovisuele sector bijdragen aan de vernieuwing van regionale en lokale omroepen, die nu vaak stagneren – mede in het licht van de voorgenomen stelselwijziging. Een sterke regionale sector is bovendien sociaal en economisch belangrijk: zij biedt een aantrekkelijk toekomstperspectief voor jong talent, met name in Zeeland en Limburg, waar behoud ervan urgent is. Samenwerking tussen bedrijven, organisaties en regionale opleidingen is hierbij cruciaal. Regionale producties die een bovenregionaal publiek weten te bereiken, kunnen bovendien de zichtbaarheid van de regio vergroten, wat die aantrekkelijker maakt voor bedrijven, bezoekers en toeristen.

Onderzoeksaanpak

De hier gehanteerde onderzoeksaanpak is gebaseerd op de methodologie van de *Monitor Creatieve Industrie*, die gebruikmaakt van gegevens uit het LISA-bestand, een volledige registratie van werkgelegenheid in Nederland. Dit biedt een betrouwbaar en gedetailleerd beeld, maar kent ook beperkingen: de gebruikte Standaard Bedrijfsindeling (SBI) bepaalt wat meetbaar is. De indeling in SBI-codes maakt het soms moeilijk om een sector – zoals de audiovisuele – exact af te bakenen. Ook is het lastig om uitspraken te doen over kleinere bedrijfstakken in kleinere steden, omdat er dan sprake is van een beperkt aantal banen en bedrijven. Generalisaties zijn dan onnauwkeurig en foutieve registraties wegen relatief zwaar.

1 Inleiding

Dit rapport brengt de audiovisuele sector in Zuid-Nederland in kaart. Allereerst schetst het een beeld van de stand van zaken en de belangrijkste ontwikkelingen in de drie gezamenlijke Zuidelijke provincies – Noord-Brabant, Limburg en Zeeland – binnen de Nederlandse context. Daarna komt de situatie in de afzonderlijke provincies aan bod. Daarbinnen wordt dan weer de situatie van de audiovisuele sector in de vier belangrijkste steden van die provincies belicht. De selectie van steden per provincie is gebaseerd op het aantal inwoners in 2024.¹ Voor Noord-Brabant resulteert dat in vier grote steden: Eindhoven als grootste met ruim 264 duizend, Tilburg met 230 duizend, Breda met bijna 189 duizend en Den Bosch als minst omvangrijke met ruim 160 duizend inwoners. In Limburg staan twee gemeenten te boek als grote stad, Maastricht met ruim 125 duizend en Venlo met bijna 104 duizend. De twee daaropvolgende gemeenten vormen middelgrote steden: Sittard-Geleen met 93 duizend en Heerlen met ruim 87 duizend. Voor Zeeland is gekozen voor de vier grootste gemeenten, waarvan Terneuzen te boek staat als middelgrote stad met bijna 56 duizend inwoners en Middelburg, Vlissingen en Goes met respectievelijk ruim 48 duizend, ruim 44 duizend en ruim 40 duizend inwoners.

De opdracht voor dit onderzoek is afkomstig van een drietal regionale initiatieven op het terrein van film- en audiovisuele cultuur in de genoemde provincies – Playgrounds Next, CineSud en CineZee - in samenwerking met het landelijk verband van regionale filminitiatieven: Screen Talent NL. De laatste heeft tot doel de afstemming, ontwikkeling en samenwerking van de aangesloten regionale talent- en productiehubs te ontwikkelen en te versterken door het uitwisselen van best practices, het signaleren en oplossen van hiaten in de regionale infrastructuur en de coördinatie van gezamenlijk opgezette talenttrajecten en -activiteiten. Doel is door samenwerking de regionale ecosystemen voor film en media te versterken en daarmee bij te dragen aan de kwaliteit van het nationale ecosysteem en de verbinding met internationale netwerken te bevorderen. De organisatie wil daarmee ook regionale makers en de regionale talentontwikkelingstrajecten bij overheid en relevante fondsen op de kaart zetten, om daarmee regionaal en landelijk beleid ter ondersteuning van regionale filmcultuur te bevorderen. De organisatie pleit daarom voor het versterken van regionale filmhubs met een regionaal filmfonds en een regionale film commission, zoals die nu al bestaan in Limburg en Friesland. Screen Talent NL streeft daarmee naar een diverser en inclusiever audiovisueel speelveld, met gelijke kansen voor filmtalent afkomstig uit en gesitueerd in, waar ook in Nederland.

Om haar doelen te verwezenlijken is het inzicht in de stand van zaken van de film- en audiovisuele sector in de regio's van Nederland belangrijk in het bijzonder die waar al sprake is van een ecosysteem in ontwikkeling. Eerder heeft CineNord onderzoek laten verrichten naar de situatie in de drie Noordelijke provincies – Groningen, Friesland en Drenthe - vastgelegd in de publicatie Hollywood aan de Wadden.² CineNord heeft inmiddels in samenwerking met het brede interprovinciale cultuurstimuleringsprogramma 'We the North' en het Filmfonds het Noordelijke Filmpact in het leven geroepen. Dat heeft tot doel de filmsector in de drie noordelijke provincies te versterken. Screen Talent NL wil samen met de drie regionale initiatieven graag een soortgelijk inzicht verwerven in de situatie van de regionale film- en audiovisuele sector in het Zuiden van Nederland, in de provincies Limburg, Noord-Brabant en Zeeland.

In deze provincies is, net als in de noordelijke, al geruime tijd sprake van provinciale initiatieven op het terrein van film. In Limburg is CineSud actief vanuit de ambitie om de regionale filmsector verder te ontwikkelen en het regionale talent te ondersteunen via projecten en initiatieven. In

¹ In Nederland worden steden als groot aangemerkt wanneer ze meer dan 100 duizend inwoners tellen, als middelgroot met tussen de 50 en 100 duizend en als klein met minder dan 50 duizend inwoners.

² Joris Hoebe, Arend Wouwenaar, Paul Rutten, Lisette Derksen en Dimitri Lahaut (2023). Hollywood aan de Wadden. Een onderzoek naar stimulering van een ecosysteem voor audiovisuele productie in Fryslân/Noorden. Leeuwarden: Stichting CineNord

Zeeland is, naar analogie van eerdergenoemde organisaties CineZee actief. Noord-Brabant kent als sinds 2006 een regionale netwerkorganisatie en instituut voor beeldcultuur. Daarin komt de volle breedte van de verschillende audiovisuele disciplines aan bod, inclusief film, animatie, extended reality (XR) toepassingen en games. Sinds 2016 biedt Playgrounds in Eindhoven, als onderdeel van het provinciale netwerk, een programmajlijn gericht op talentontwikkeling en functioneert de organisatie als audiovisuele hub in Noord-Brabant. In die hoedanigheid stimuleert Playgrounds onder andere allerlei vormen van beeldcultuur van internationale gevestigde makers tot en met Brabantse talenten.

1.1 Ontwikkelingen in de film- en audiovisuele sector

De behoefte om de activiteit in het Zuidelijke landsdeel in kaart te brengen, markeert de toename van regionale activiteit op het terrein van film en audiovisuele cultuur van de laatste jaren. Daarvoor zijn meerdere oorzaken aan te wijzen. In meer generieke zin is het groeiend regionaal cultureel bewustzijn en een sterker ervaren culturele identiteit een belangrijke drijvende kracht. Die vertaalt zich in regionale audiovisuele activiteit en cultureel ondernemerschap. Ook geldt dat we meer dan ooit leven in een cultuur waar bewegend beeld alomtegenwoordig is, wat zowel de vraag naar cultureel-relevante audiovisuele werken als naar commerciële toepassingen van beeld heeft doen toenemen. Professionals die werken aan audiovisuele content zijn vaak op beide terreinen actief, ook op regionale schaal in de regio's die hier onderzocht zijn. Een andere factor is de combinatie van de daling van kosten en de miniaturisering van apparatuur voor opname – maar ook montage en postproductie waardoor het medium film en audiovisuele media in het algemeen, tegen lagere kosten en voor meer mensen en makers toegankelijk zijn geworden. Daarbij komt dat de distributiemogelijkheden van audiovisuele content door online media, enorm zijn toegenomen.,

Die geschetste ontwikkeling vindt zijn weerklink in regionaal en landelijk beleid. De provinciale overheden in Limburg, Noord-Brabant en Zeeland kennen verschillende vormen van ondersteuning en stimulering van regionale audiovisuele activiteit. In Limburg is sprake van een productieve relatie tussen de provincie en sector die zich vertaalt in activiteiten op verschillende fronten, van educatie en talentontwikkeling tot productieondersteuning via een eigen filmfonds. CineSud wordt mede mogelijk gemaakt door de provincie. In Noord-Brabant is beleid gericht op film- en audiovisuele cultuur stevig verankerd in een breed programma van cultuurondersteuning van de provincie. In Zeeland beijvert de regionale film- en audiovisuele sector zich voor meer gerichte ondersteuning die verder gaat dan de activiteiten van de regionale film commissioner die de provincie onder de aandacht brengt als aantrekkelijke locatie voor filmproductie. Landelijk krijgt het beleid ten aanzien van de regionale film- en audiovisuele sector steeds meer vorm. Het Nederlands Filmfonds voert meerdere subsidieprogramma's uit namens het Ministerie gericht op regionale initiatieven en projecten ter ondersteuning van de productie van speelfilms, documentaires en animatie. Ook stimuleert het fonds de ontwikkeling van filmeducatiehubs, die een coördinerende rol vervullen op het gebied van film- en beelddeducatie.

De regionale initiatieven ontvouwen zich binnen de context van het landelijke ecosysteem van de film- en audiovisuele sector. Daarin is sprake van volop discussie over de noodzakelijke versterking van de sector binnen de veranderende condities waarin producties gerealiseerd kunnen worden en hun weg naar het publiek moeten vinden. Van belang zijn onder meer de opmars van de streamingdiensten die inmiddels een vaste waarde zijn in de audiovisuele sector, de internationale concurrentieomgeving met verschillende ondersteuningsregimes in verschillende landen en het grote belang van dramaseries. Daarbij werpt de opmars van AI zijn schaduw vooruitwerpt. Ook de overheid, als cruciale financier van culturele audiovisuele producties, is op zoek naar de juiste richting in de ontwikkeling van beleid, wet- en regelgeving, onder meer over de effecten van investeringsverplichting in Nederlandse producties van de grote

streamingsplatforms.³ Diverse adviezen en verkenningen die de sector en de ondersteunende overheid proberen de weg te wijzen, indiceren geen eenduidige route. Het sectorplan Versterking Positie Nederlandse Culturele Audiovisuele Producties⁴ suggereert een viertal bouwstenen waarmee de duurzame versterking van de productie, pluriformiteit, kwaliteit en zichtbaarheid van Nederlandse culturele audiovisuele producties kan worden geschraagd. Allereerst gaat het vergroten van de beschikbare capaciteit van talent en vakmanschap, onder meer ook door het ondersteunen van regionale hubs. Voorts moet het ontwikkelings- en productieproces in de sector geoptimaliseerd worden en de samenwerking tussen partijen in de keten worden verbeterd. Tenslotte moet de zichtbaarheid van Nederlandse culturele audiovisuele producties in binnen- en buitenland verbeteren. Het Nederlands Filmfonds gaf in de voorbije jaren tot tweemaal toe Olsberg-SPI de opdracht om aspecten van de Nederlandse filmsector tegen het licht te houden. Ten aanzien van de production incentive⁵, waarbij partijen die producties in Nederland realiseren een deel van hun kosten vergoed kunnen krijgen, concludeerde het bureau dat deze beleidsmaatregel bijdraagt aan betere economische prestaties van de sector. In een recente benchmark van de internationale positie van de Nederlandse filmsector⁶ stelt Olsberg-SPI vast dat - afgezet tegen landen met een qua grootte en economisch vergelijkbaar volume – onder meer België en Denemarken – het succes van de Nederlandse filmsector schril afsteekt. Recent publiceerde onderzoeksbureau Technopolis de evaluatie van de voornoemde production incentive in opdracht van het Ministerie van OCW.⁷ Het stelt vast dat die in de voorbije tien jaar van grote waarde is geweest voor productiegroei, internationalisering en professionalisering van de Nederlandse audiovisuele sector. Technopolis adviseert met nadruk de incentive vooral te hanteren als een economisch instrument en af te zien van aanvullende filminhoudelijke selectiecriteria. Het Ministerie van OCW heeft recent een Vlaams consortium van Idea Consult en de Vrije Universiteit Brussel de opdracht gegeven een onderzoek uit te voeren naar een betere werking en een grotere effectiviteit en doelmatigheid van het publieke financieringsbeleid voor het Nederlandse cultureel audiovisueel aanbod. Het stelt dat het momenteel ontbreekt aan actueel overzicht van relevante marktontwikkelingen en de doorwerking hiervan in productie, distributie en exploitatie van het genoemde audiovisueel aanbod.

Voor de bepaling van de focus en reikwijdte van dit onderzoek alsook van het fenomeen dat onderzocht wordt, is het van belang te wijzen op de verbreding van activiteiten van makers in de audiovisuele sector die zich de voorbije decennia heeft voltrokken. Waar eerder sprake was van in belangrijke mate verschillende werkvelden en praktijken binnen de audiovisuele industrie is er nu geen sprake meer van onderscheiden domeinen van bijvoorbeeld televisie en film en ook audiovisuele producties voor commerciële doeleinden. De productieketens die eerder tot op zekere hoogte van elkaar gescheiden waren en aparte bedrijfstakken markeerden, lopen nu vaak in elkaar over, in die zin dat dezelfde actoren vaak in verschillende productieketens actief zijn. Dat is terug te voeren op het feit dat de kennis- en vaardigheden in het ene domein, toegepast kunnen worden in het andere – in jargon heet dat skill-relatedness.⁸ Wie vaardig is in het schrijven van scripts voor bioscoopfilms, kan ook werken aan televisieseries of commercials. Datzelfde geldt voor acteurs, die bovendien ook nog regelmatig op theaterpodia te vinden zijn. De opkomst van de streamingdiensten heeft het proces waarin de verschillende domeinen van

³ Grote, in Nederland opererende commerciële streamingdiensten met een omzet van € 10 miljoen of meer moeten ten minste 5% van hun relevante omzet investeren in Nederlandse culturele audiovisuele producties.

⁴ Werkgroep sectorplan (2022). Versterking positie Nederlandse culturele audiovisuele productie. Sectorplan. Eindrapportage. Juni 2022.

⁵ Olsberg-SPI (2018) *Evaluation of the Film Production Incentive Scheme in the Netherlands*. Report to the Netherlands Film Fund. October 2018.

⁶ Olsberg-SPI (2023) *International Benchmark Study*. Report to the Netherlands Film Fund. September 2023

⁷ Technopolis (2025). *Evaluatie Netherlands Production Incentive 2014-2024*. Technopolis Group.

⁸ Zie bijvoorbeeld: Frank van Oort, Anet Weterings, Ljubica Nedelkoska en Frank Neffke (2016) Arbeidsmobiliteit, skill-gerelateerdheid en stedelijke innovatie. *TPE digitaal 2016 10 (2)* 104-121

audiovisuele productie in elkaar zijn gaan overlopen, naar een nieuwe fase gebracht. Dit onderzoek is geëntameerd door organisaties die hun culturele wortels hebben in de cinematografie en film, wat geïllustreerd wordt door hun namen als CineSud en CineZee, maar die in hun werksfeer en reikwijdte gericht zijn op de brede cultuur van bewegend beeld en in een aantal gevallen ook aandacht hebben voor de mogelijkheden van interactieve producties en immersieve content. In dat brede veld is het eerder genoemde Playgrounds met name actief. Dat is de belangrijkste motivatie om in dit onderzoek te kiezen voor een brede focus: de audiovisuele sector.

Tenslotte is het van belang nog op een tweede punt te wijzen, voorafgaand aan de uiteenzetting van de onderzoeksopzet. De drie onderzochte hubs profileren zich als gangmakers van ontwikkeling van audiovisueel talent en van regionale audiovisuele producties. De voorwaarden waaronder regionale producties worden ondersteund variëren, maar stellen in ieder geval dat makers en de productie die ze willen realiseren een duidelijke binding hebben met de regio waarbinnen de organisaties Playgrounds, CineSud en CineZee actief zijn, respectievelijk Noord-Brabant, Limburg en Zeeland. Dat betekent niet automatisch dat alle betrokken makers domicilie houden in een van de provincies of daar een bedrijf runnen, zo laat de praktijk zien. Soms wonen ze elders, maar hebben ze wel een binding met een van de landsdelen. Doorgaans vindt wel een belangrijke deel van de producties in de regio plaats en in samenwerking met lokale productiecrews. Dit onderzoek brengt de activiteiten van de audiovisuele sector in kaart die in de provincies zijn gevestigd aan het licht: de economische activiteiten die zich regionaal en in Zuid-Nederland totaal, afspelen. De culturele waarde die het resultaat is van het vastleggen van aspecten van het leven in elk van de provincies, de zichtbaarheid van de regionale cultuur en de cultivering van regionale identiteit wanneer de productie wordt vertoond aan een publiek, zijn aspecten van de waarde van regionale audiovisuele productie die in dit onderzoek niet worden vastgesteld, maar die wel degelijk kunnen en moeten meewegen in beleid gericht op regionale audiovisuele cultuur.

1.2 Onderzoek: vragen, aanpak en methode

Het Zuidelijke audiovisueel ecosysteem bestaat en floreert bij de gratie van organisaties en ondernemingen in de audiovisuele sector die daar gevestigd zijn en van professionals die daarbinnen hun creatief en ondersteunend werk verrichten.

1.2.1 Onderzoeksvragen

Dit rapport laat zien hoeveel audiovisuele organisaties en bedrijven er actief zijn en wat het aantal banen is waar zij verantwoordelijk voor zijn. Ook wordt nagegaan wat het belang is van de individuele bedrijfstakken die gezamenlijk de audiovisuele sector uitmaken, van filmproducenten tot omroepen en bioscopen. Ook wordt in kaart gebracht hoe het audiovisueel ecosysteem zich in het voorbije decennium heeft ontwikkeld, op het niveau van Zuid-Nederland, de drie provincies en de belangrijkste steden daarbinnen. Een drietal onderzoeksvragen zijn daarin leidend.

1. Wat is het huidige economische belang van de audiovisuele sector en de verschillende bedrijfstakken daarbinnen in Nederland, Zuid-Nederland, de provincies in dat deel van het land en de belangrijkste steden in die provincies?
2. Hoe heeft dat belang zich in het afgelopen decennium ontwikkeld (2014-2023)? Welke samenhangende ontwikkelingen vallen op?

3. Wat zijn de belangrijkste aanknopingspunten voor de ontwikkeling van en beleid voor de audiovisuele sector in Zuid-Nederland op basis van de uitkomsten van de analyse?

1.2.2 Onderzoeksaanpak

De methodiek die daarbij wordt toegepast is ontleend aan de Monitor Creatieve Industrie, een doorlopend project dat iedere twee jaar uitmondt in een schets van de stand van zaken en de ontwikkeling van de creatieve industrie en de ICT-sector.⁹ Dit onderzoek naar de audiovisuele sector in Zuid-Nederland is, net als een groot deel van de Monitor Creatieve Industrie, gebaseerd op gegevens uit het LISA-bestand. Dat is de database met de meest accurate, betrouwbare en geografisch specifieke gegevens over werkgelegenheid. Het grote voordeel is dat deze statistieken betrekking hebben op alle activiteiten in Nederland waarmee economische waarde wordt gecreëerd. Er is dus geen sprake van steekproeven en betrouwbaarheidsmarges die grenzen stellen aan de zeggingskracht van het gepresenteerde cijfermateriaal. Een nadeel is dat analyses altijd moeten uitgaan van bestaande categorieën die in deze statistieken worden gehanteerd, de zogenaamde Standaard Bedrijfsindeling (SBI), die is gebaseerd op de inschrijving van individuele bedrijven bij de Kamer van Koophandel. Daarmee wordt de mate waarin specifieke uitspraken over bijzondere verschijnselen tot de mogelijkheden behoren, beperkt. Dat maakt het soms lastig en in sommige gevallen onmogelijk om specifieke en gerichte uitspraken te doen over bepaalde activiteiten of bedrijfstakken, in het bijzonder wanneer die niet door een SBI-code worden bestreken. Daarnaast is de mate waarin betrouwbare uitspraken gedaan kunnen worden over in omvang kleine bedrijfstakken in de context van een stad, soms beperkt. Registraties van bedrijven en organisaties in SBI-categorieën die geen volledig recht doen aan hun werkelijke activiteiten komen soms voor. Dergelijke afwijkingen wegen zwaarder door in kleine populaties, waar soms sprake van is in relatief kleine steden.

1.2.3 Audiovisuele sector op basis van SBI-codes

De audiovisuele sector is onderdeel van de creatieve industrie. De laatste is een specifieke vorm van bedrijvigheid die producten en diensten voortbrengt, soms ook aangeduid als 'werken', die het resultaat zijn van individuele of collectieve, creatieve arbeid én ondernemerschap. Inhoud en symboliek vormen hun belangrijkste kenmerken. Consumenten en zakelijke afnemers betalen ervoor omdat ze een betekenis creëren en oproepen, die zorgt voor een ervaring. Daarmee speelt de creatieve industrie een belangrijke rol in ontwikkeling en onderhoud van levensstijlen en culturele identiteiten in de samenleving¹⁰.

Er worden binnen de creatieve industrie drie deelsectoren onderscheiden: kunsten en cultureel erfgoed, media- en entertainmentindustrie en creatief zakelijke dienstverlening. Elk van de drie deelsectoren onderscheidt zich van de ander op een aantal kenmerken, zoals dominante vorm van financiering (publiek of marktgedreven), de soorten markten die bediend worden (consumenten- of zakelijke markt) of dominant ethos (cultureel dan wel commercieel gedreven). Binnen die deelsectoren worden verschillende domeinen onderscheiden. Binnen kunsten en cultureel erfgoed zijn dat bijvoorbeeld podiumkunsten en scheppende kunsten, naast onder meer cultureel erfgoed. Tot de media- en entertainmentindustrie worden de filmindustrie, radio- en televisieomroep en persmedia gerekend, naast bijvoorbeeld de muziekindustrie en de boekensector. Binnen creatieve zakelijke dienstverlening zijn de hoofddomeinen communicatie, design en architectuur.

⁹ Zie bijvoorbeeld: Paul Rutten, Walter Manshanden & Frank Visser (2023). *Monitor Creatieve Industrie 2023 Nederland, Top-15 steden creatieve industrie en ICT, Bedrijven, beroepen en zzp'ers*. Hilversum: Media Perspectives.

¹⁰ Paul Rutten & Olaf Koops (2012) Creatieve industrie historie definitie en economisch belang. In: Corien Prins, Anton Vedder en Frans van der Zee (Eds.) Jaarboek ICT en Samenleving 2012 De Transformerende Kracht van ICT. Media Update Vakpublicaties, p. 217-249.

Elk van die domeinen is dan weer gebaseerd op een verzameling van bedrijfstakken die door SBI-codes worden aangeduid.¹¹

De audiovisuele sector is een belangrijk onderdeel van de creatieve industrie, maar wordt in de genoemde Monitor niet als apart domein onderscheiden. Dat is terug te voeren op de wijze waarop bedrijven in de Nederlandse statistieken, op basis van SBI's, zijn ingedeeld. De aanduidingen van bedrijfstakken, in dit geval de SBI-codes, sluiten vaak niet helemaal, en soms helemaal niet, aan bij bestaande of nieuwe vormen van economische activiteit. In het kader van eerder onderzoek, naar de regionale audiovisuele sector in Noord-Nederland,¹² is een zo passend mogelijke definitie van de audiovisuele sector op basis van de systematiek van de SBI-codes ontworpen. Die definitie is ook in dit onderzoek leidend.

Daarin is allereerst de logica van de productie- en waardeketen van de filmsector gevolgd, van creatieve input (bijvoorbeeld acteurs) via productie (producenten van films en facilitaire bedrijven) en distributie en exploitatie (filmdistributeurs) naar vertoning (bioscopen en arthouse). Wanneer de activiteiten in een bedrijfstak die aangeduid wordt door een specifieke SBI-code zich voor een substantieel deel afspelen in die keten, worden de bedrijven die onder die categorie opereren tot de sector gerekend. Daarnaast zijn die bedrijfstakken meegenomen die in hun werking en aangeboden diensten en producten naburig zijn aan de filmsector en in toenemende mate vervlochten zijn of raken met de filmindustrie. Daarbij gaat het onder meer om producenten van programma's voor televisie, radio- en televisiebedrijven, maar ook om producenten van geluidsopnames en gamebedrijven. Sommige voor de film- en audiovisuele sector belangrijke actoren en daaraan gekoppeld relevante activiteiten vallen onder een SBI-categorie die veel meer omvat dan louter datgene wat tot de film- en audiovisuele sector gerekend kan worden. Dat geldt voor drie soorten actoren in de audiovisuele sector: acteurs, regisseurs en scenaristen.

De activiteiten van acteurs en regisseurs in de audiovisuele sector vallen onder de brede SBI-code beoefening van podiumkunsten (SBI 90011). Zij kunnen daarmee niet onderscheiden worden van bijvoorbeeld acteren in en regisseren van podiumvoorstellingen en het verzorgen van muziekoptredens of dansvoorstellingen, door muzikanten en dansers die onder dezelfde SBI ressorteren. Het staat buiten kijf dat acteurs en regisseurs een centrale rol hebben in de audiovisuele sector. Het is daarom geen optie om ze buiten beschouwing te laten in deze studie, ook al is het onmogelijk om uitgaande van de SBI-systematiek alleen acteurs mee te nemen die in audiovisuele producties optreden of regisseurs die ze regisseren. Een verdere complicatie is dat beide categorieën creatieven zich lang niet altijd toeleggen op film of theater. Sommigen zijn bijvoorbeeld ook actief in het onderwijs. Met het oog daarop is hier de keuze gemaakt om, waar nodig, de omvang van de audiovisuele sector te bepalen, zowel met als zonder beoefenaars van podiumkunsten. In het eerste geval is dat een overschatting en in het tweede een onderschatting van de omvang van de sector. Wanneer de bedrijfstak beoefening van podiumkunsten in de berekeningen wordt meegenomen, wordt in deze studie gesproken van de *brede audiovisuele sector*, wanneer hij in de calculaties buiten beschouwing blijft wordt de aanduiding *smalle audiovisuele sector* gehanteerd.

Een vergelijkbaar dilemma doet zich voor bij de creatieven die verantwoordelijk zijn voor de scenario's van audiovisuele producties. Zij worden gerekend tot de categorie 'schrijven en overige scheppende kunst' (SBI 9003) samen met beeldend kunstenaars, diverse beoefenaars van ambachten en schrijvers. Literaire auteurs zijn belangrijke leveranciers van verhalen voor

¹¹ Zie Rutten, Manshanden & Visser (2013), p. 164-165 [Bijlage 2a]

¹² Joris Hoebe, Arend Wouwenaar, Paul Rutten, Lisette Derksen en Dimitri Lahaut (2023). *Hollywood aan de Wadden. Een onderzoek naar stimulering van een ecosysteem voor audiovisuele productie in Fryslân/Noorden*. Leeuwarden: Stichting CineNord

speelfilms en scenaristen zijn onontbeerlijk in de filmwereld. Echter de categorie is dermate breed dat besloten is om ze in het geheel niet op te nemen in de definitie van de audiovisuele sector.

Met bovenstaande criteria en overwegingen in het achterhoofd is voor dit onderzoek gekozen voor een selectie van bedrijfstakken op basis van de SBI-codes die in onze definitie van de brede en de smalle audiovisuele sector worden gebruikt.

Uitsluitend tot de brede definitie van audiovisuele sector:

1. Van belang voor productie van audiovisuele fictie zijn de professionals die werkzaam zijn binnen de *beoefening van podiumkunsten* (SBI 90011). Dat is een categorie waartoe behalve acteurs die op het podium staan, ook zij behoren die in audiovisuele producties optreden, maar ook acteren in andere audiovisuele werken van commercials tot voorlichtings- en bedrijfsfilms. Ook het regisseren van podiumkunsten wordt tot deze categorie gerekend, net als het uitvoeren van muziek en dans op podia. Zoals hiervoor al is aangegeven wordt deze categorie bij de smalle definitie van de audiovisuele sector buiten beschouwing gelaten.

Zowel tot de brede als de smalle definitie van de audiovisuele sector:

2. Binnen de productieketen van de filmsector staan de partijen die verantwoordelijk zijn voor de *productie van films* (SBI 59111) centraal. Zij zijn verantwoordelijk voor de financiering en totstandkoming van allerlei soorten korte en lange speelfilms, documentaires, animatieproducties en audiovisuele producties voor bedrijven.
3. Een belangrijke rol is daarbij weggelegd voor bedrijven die zich toeleggen op *facilitaire activiteiten voor film en televisie* (SBI 5912) die, zoals de benaming aangeeft, niet alleen voor filmproducenten werken, maar ook voor die van televisieproducties.
4. Een categorie bedrijven die tot de keten van de filmsector behoren zijn de *distributeurs van film- en televisieproducties* (SBI 5913). Anders dan hun benaming doet vermoeden zijn ze niet primair verantwoordelijk voor de distributie van producties, maar hebben ze vooral een taak in de exploitatie ervan. Ook partijen in deze bedrijfstak werken in film en televisie.
5. Tenslotte kunnen de vertoners, de *bioscopen* (SBI 5914) onderscheiden worden. Zij presenteren de producties van de sector aan het publiek en dragen bij aan een levend filmklimaat in steden en regio's.

Ook tot de audiovisuele sector rekenen we partijen die niet direct tot de filmsector behoren, maar gerekend kunnen worden tot de aangrenzende bedrijfstakken die raken aan de filmsector en er ook vaak direct of indirect mee verbonden zijn. Zij worden meegeteld in zowel de brede als de smalle definitie van de audiovisuele sector

6. Partijen die actief zijn in de *productie van televisieprogramma's* (SBI 59112). Ondanks dat in de statistische categorieën het onderscheid van deze categorie bedrijven met die van de productie van films strikt gehanteerd wordt, lopen beide activiteiten in de huidige praktijk vaak in elkaar over. Ook binnen het landelijk stimuleringsbeleid wordt het programma ter bevordering van hoogwaardige televisieseries in een adem genoemd met filmstimulering en door een publiek fonds uitgevoerd.
7. Eveneens naburig aan de filmsector, maar wel behorend tot de audiovisuele industrie zijn de *televisieomroepen* (SBI 6020) en *radio-omroepen* (SBI 6010). De eersten zenden audiovisueel

materiaal uit, waaronder allerlei soorten filmproducties en uiteraard televisiedramaproducties. Radio-omroepen vormen vaak een bedrijfsmatige eenheid met televisieomroepen.

8. Ook de muziekindustrie, hier aangeduid door het *maken en uitgeven van geluidsopnames* (SBI 5920), maakt onderdeel uit van het audiovisuele cluster, mede vanwege de verbindingen met de bedrijven die zich toeleggen op de combinatie van audio- en video-opnamen.
9. Tenslotte doet de hier gehanteerde definitie recht aan de verbindingen die binnen de audiovisuele sector ontstaan met nieuwe media en game-bedrijven, onder andere door de integratie van digitale animaties en virtuele toepassingen in audiovisuele productie. Deze bedrijven zijn moeilijk traceerbaar in de statistieken maar komen enigszins aan bod in de categorieën *uitgeverijen van computerspellen* (SBI 5821) en *overige uitgeverijen van software* (SBI 5829).

Bovenstaande is samengevat in onderstaande tabel.

Tabel 1.1 Bedrijfstakken die samen de audiovisuele sector vormen (breed en smal) ^{)}*

SBI Code	Omschrijving	Domein	Deelsector	Onderdeel AV Sector
SBI 59111	Productie van films	Filmindustrie	Media en entertainment	Smal en breed
SBI 5912	Facilitaire activiteiten voor film en televisie	Radio en televisie	Media en entertainment	Smal en breed
SBI 90011	Beoefening van podiumkunsten ^{**)}	Podiumkunsten	Kunst en cultureel erfgoed	Breed
SBI 5913	Distributeurs van film- en televisieproducties	Filmindustrie	Media en entertainment	Smal en breed
SBI 5914	Bioscopen	Filmindustrie	Media en entertainment	Smal en breed
SBI 59112	Productie van televisieprogramma's	Radio en televisie	Media en entertainment	Smal en breed
SBI 6020	Televisieomroepen	Radio en televisie	Media en entertainment	Smal en breed
SBI 6010	Radio-omroepen	Radio en televisie	Media en entertainment	Smal en breed
SBI 5920	Maken en uitgeven van geluidsopnames	Muziekindustrie	Media en entertainment	Smal en breed
SBI 5821	Uitgeverijen van computerspellen	Overige uitgeverijen	Media en entertainment	Smal en breed
SBI 5829	Overige uitgeverijen van software	Overige uitgeverijen	Media en entertainment	Smal en breed

^{*)} Scenarioschrijvers vallen onder de categorie 'schrijven en overige scheppende kunst' (SBI 9003). Omdat andere activiteiten dan die van scenaristen daarin ruim de overhand hebben is deze categorie niet meegenomen in de definitie.

^{**)} Activiteiten in deze categorie omvatten onder meer acteren en regisseren van audiovisuele producties, maar ook acteren en regisseren van podiumkunstvoorstellingen – onder meer toneel en dans - en het uitvoeren van muziek. Vanwege het belang van acteurs en regisseurs in de audiovisuele sector is een aparte categorie onderscheiden waarin *al deze activiteiten* meegerekend worden (brede audiovisuele sector) en een waarbij zij *niet* worden meegeteld (smalle audiovisuele sector).

^{***)} De omschrijving van de activiteiten van elk van de SBI -codes worden is te vinden bij het [CBS](#). Informatie over welke concrete bedrijven per gemeente tot die categorieën behoren biedt het [Bedrijvenregister](#).

Op de beoefening van podiumkunsten (SBI 90011) na zijn alle voornoemde bedrijfstakken onderdeel van de deelsector media- en entertainmentindustrie. Beoefening van podiumkunsten wordt gerekend tot de deelsector kunst en cultureel erfgoed.¹³

¹³ Zie voor nadere toelichting: Zie Rutten, Manshanden & Visser (2013), p. 164-165 [Bijlage 2a]

1.3 Leeswijzer

Dit rapport is als volgt opgebouwd. Het volgende hoofdstuk gaat in op het belang van de audiovisuele sector in de drie provincies gezamenlijk en bespreekt die in relatie tot de situatie in Nederland als geheel. Daarbij richten we ons in het bijzonder op de banen en de bedrijven in de creatieve industrie, de brede en de smalle audiovisuele sector en de bedrijfstakken die daarbinnen kunnen worden onderscheiden.¹⁴

In hoofdstuk drie zoomen we op soortgelijke wijze in op de drie provincies en vergelijken we de regionale ontwikkelingen in Noord-Brabant, Limburg en Zeeland met elkaar. Hoofdstuk vier tot en met zes gaan in op de dynamiek binnen elk van de provincies. We focussen in het bijzonder op de rol en betekenis daarin van de vier steden met het hoogste aantal inwoners per provincie. In Noord-Brabant zijn dat Eindhoven, Tilburg, Breda en Den Bosch. In Limburg gaat het om Maastricht, Venlo, Heerlen en Sittard-Geleen. Voor de Zeeuwse situatie komen Terneuzen, Middelburg, Vlissingen en Goes aan de orde. We sluiten dit rapport af met het hoofdstuk waarin de onderzoeksvragen worden beantwoord en de belangrijkste conclusies worden geformuleerd.

¹⁴ Zie tabel 1.1.

2 De audiovisuele sector in Nederland en Zuid-Nederland

Dit hoofdstuk behandelt het belang van de audiovisuele sector in Zuid-Nederland in verhouding tot de situatie in geheel Nederland. Dat doen we aan de hand van het aantal banen en bedrijven en de bedrijfstakken die samen die sector vormen. Daarbij wordt het eerder beschreven onderscheid gehanteerd tussen de brede en de smalle audiovisuele industrie. In het eerste geval worden alle activiteiten in de categorie 'beoefening van podiumkunsten' meegenomen, waartoe ook het acteren in en regisseren van audiovisuele producties worden gerekend. In het tweede geval blijven die buiten beschouwing. Omdat de audiovisuele sector onderdeel is van de creatieve industrie wordt ook het belang van de creatieve industrie uitgelicht, beiden binnen de context van de totale economie van het land en Zuid-Nederland.

2.1 Banen in de zuidelijke creatieve industrie en audiovisuele sector

De creatieve industrie in de drie zuidelijke provincies gezamenlijk telt in 2023 71,8 duizend banen. Daarvan komt 39 procent voor rekening van de creatieve zakelijke dienstverlening, 35 procent voor kunst en cultureel erfgoed en 19 procent voor de media- en entertainmentindustrie. De verhouding tussen deelsectoren in Zuid-Nederland weerspiegelt in grote lijnen het landelijke beeld, met dat verschil dat op nationaal niveau de deelsector kunst en cultureel erfgoed het aandeel van de creatieve zakelijke dienstverlening licht overstijgt: 37 tegen 36 procent. In Zuid-Nederland is het omgekeerde het geval, daar is de creatieve zakelijke dienstverlening groter.

Het aandeel van de banen in de creatieve industrie in de gehele economie in 2023 blijft in de zuidelijke provincies met 3,3 procent achter bij het landelijke aandeel van 4,2 procent. De groei van het aantal banen in de creatieve industrie in Zuid-Nederland van 2014 tot en met 2023 is echter gelijk aan de jaarlijkse nationale gemiddelde groei: 2,9 procent gemiddeld per jaar. Zowel in de zuidelijke provincies als nationaal is de banengroei in de creatieve industrie hoger dan die in de totale economie. Daarmee neemt het aandeel van de creatieve industrie in de economie van Nederland en Zuid-Nederland toe. In Zuid-Nederland is de creatieve industrie goed voor 6,4 procent van de jaarlijks groei van het aantal banen in 2014 tot en met 2023, in Nederland voor 7,2 procent.

Toelichting tabelopbouw

In dit rapport wordt een specifieke tabelstructuur gebruikt om de belangrijkste bevindingen samen te vatten. We leggen die hier uit aan de hand van tabel 2.1.

De eerste kolom met cijfers (aantal banen Nederland) en de vierde (aantal banen Zuid-Nederland) hebben betrekking op het **totaal aantal banen** in een deelsector van de creatieve industrie (bijvoorbeeld kunst en cultureel erfgoed in Nederland: 151,7 duizend), de totale creatieve industrie (71,8 duizend in Zuid-Nederland) of specifieke uitsneden uit de creatieve industrie (brede en de smalle audiovisuele sector, respectievelijk 12,3 duizend en 5,6 duizend in Zuid-Nederland). Daaronder volgt het totaal aantal banen in de gehele economie (bijvoorbeeld 9.605,7 duizend oftewel ruim 9,6 miljoen in Nederland).

De tweede en de vijfde kolom met cijfers geven in *cursief* de respectievelijke **procentuele aandelen van deelsectoren in de creatieve industrie** (bijvoorbeeld 26 procent van media- en entertainmentindustrie in Zuid-Nederland) en ook de uitsneden (**brede en smalle audiovisuele sector**) **in de totale creatieve industrie** (bijvoorbeeld een aandeel van 8 procent van de smalle audiovisuele industrie in de creatieve industrie in Zuid-Nederland), maar ook **het procentuele aandeel in de totale economie** van de creatieve industrie (bijvoorbeeld 4,2 procent voor heel Nederland) en de brede en smalle audiovisuele sector (respectievelijk 0,6 en 0,3 procent voor Zuid Nederland).

De derde en zesde cijferkolom hebben betrekking op de gemiddelde **groei per jaar** van banen in de periode 2014-2023 in de creatieve industrie en haar deelsectoren (bijvoorbeeld 3,9 procent in de creatieve dienstverlening in Zuid-Nederland) en de smalle en brede audiovisuele sector (bijvoorbeeld respectievelijk 5,5 en 4,4 procent in Zuid-Nederland)) en de totale economie (bijvoorbeeld 1,6 procent per jaar voor heel Nederland).

Daarbij wordt bovendien *in cursief* vermeld voor **welk percentage van de nieuwe banen de creatieve industrie zorgt** in Nederland en Zuid-Nederland: bijvoorbeeld 7,2% in Nederland (één op de 14 nieuwe banen) en 6,4% in Zuid-Nederland (één op de 16 nieuwe banen).

Tabel 2.1 Werkzame personen in de audiovisuele sector, de creaeve industrie en de gehele economie van Zuid-Nederland en Nederland in 2023 en de groei in 2014-2023

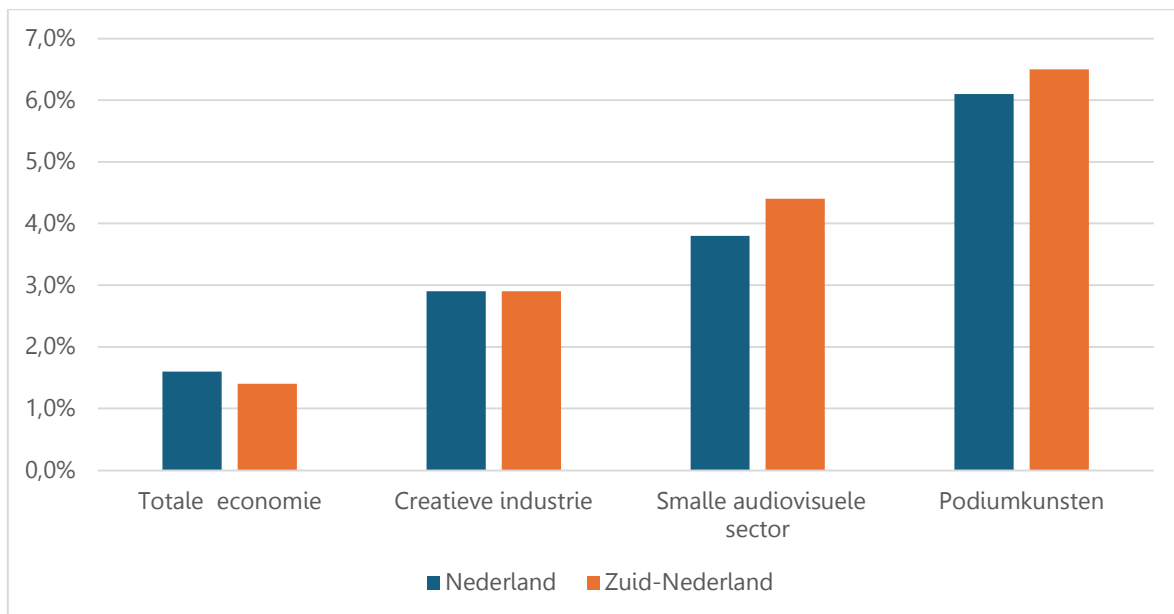
	Nederland		Zuid-Nederland			
	2023	2014-2023	2023	2014-2023		
	Aantal Banen	Aandeel	Groei per jaar	Aantal Banen	Aandeel	Groei per jaar
	X 1000	%	%	X 1000	%	%
Deelsectoren						
	Kunsten en cultureel erfgoed	37 %	3,1 %	25,0	35 %	3,0 %
	Media- en entertainment	27 %	1,7 %	19,0	26 %	1,4 %
	Creatieve zakelijke dienstverlening	36 %	3,6 %	27,8	39 %	3,9 %
Totaal creatieve industrie	407,0	100%	2,9 %	71,8	100 %	2,9 %
<i>Aandeel creatieve industrie van totale economie</i>	-	4,2%	7,2 %	-	3,3 %	6,4 %
Brede audiovisuele sector	86,5	21 %	4,7 %	12,3	17 %	5,5 %
<i>Aandeel brede audiovisuele sector van totale economie</i>	-	0,9 %	-	-	0,6 %	-
Smalle audiovisuele sector *)	47,8	12 %	3,8 %	5,6	8 %	4,4 %
<i>Aandeel smalle audiovisuele sector van totale economie</i>	-	0,5 %	-	-	0,3 %	-
Totale economie	9.605,7	-	1,6 %	2.205,3	-	1,4 %

*) Exclusief podiumkunsten
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Een opvallend feit is dat de gemiddelde jaarlijkse groei van de audiovisuele sector in Zuid-Nederland groter is dan die in Nederland als geheel. Zowel de brede als de smalle audiovisuele sector groeien harder in Zuid-Nederland, dan landelijk. De banen in de brede audiovisuele industrie – dat is inclusief de beoefening van podiumkunsten – zijn in het afgelopen decennium in Zuid-Nederland met 5,5 procent toegenomen. Landelijk is de groei 4,7 procent. Ook de audiovisuele sector zonder beoefening van podiumkunsten – de smalle variant - groeit, met 4,4 procent gemiddeld per jaar harder in Zuid-Nederland dan nationaal met 3,8 procent.

Die procentuele banengroei van de smalle audiovisuele sector in Zuid-Nederland, overtreft ook die van de totale zuidelijke economie. Ook de vergelijking met de groei van de creatieve industrie in Zuid-Nederland valt positief uit voor de Zuidelijke audiovisuele sector. Het aantal creatieve industrie banen in Zuid-Nederland groeit met gemiddeld 2,9 procent jaarlijks in de periode 2014-2023, de smalle audiovisuele sector zet daar de genoemde 4,4 procent tegenover. Ook de procentuele groei in de podiumkunsten is hoger in Zuid-Nederland.

Figuur 2.1 Groei van het aantal banen in de totale economie, creatieve industrie, smalle audiovisuele sector^{)}, brede audiovisuele sector en podiumkunsten in Nederland en Zuid Nederland (2014-2023) ^{**)}.*



^{*)} Exclusief podiumkunsten;

^{**)} De gegevens waarop deze figuur is gebaseerd te vinden in tabellen 2.1 en 2.2.

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Het voorgaande roept de vraag naar het belang van verschillende bedrijfstakken in de audiovisuele sector op, in Zuid-Nederland en Nederland als geheel. Tabel 2.2 en figuur 2.4 laten die zien.

Tabel 2.2 Werkzame personen in de audiovisuele sector naar bedrijfstak in Zuid-Nederland en Nederland en de groei in 2014-2023

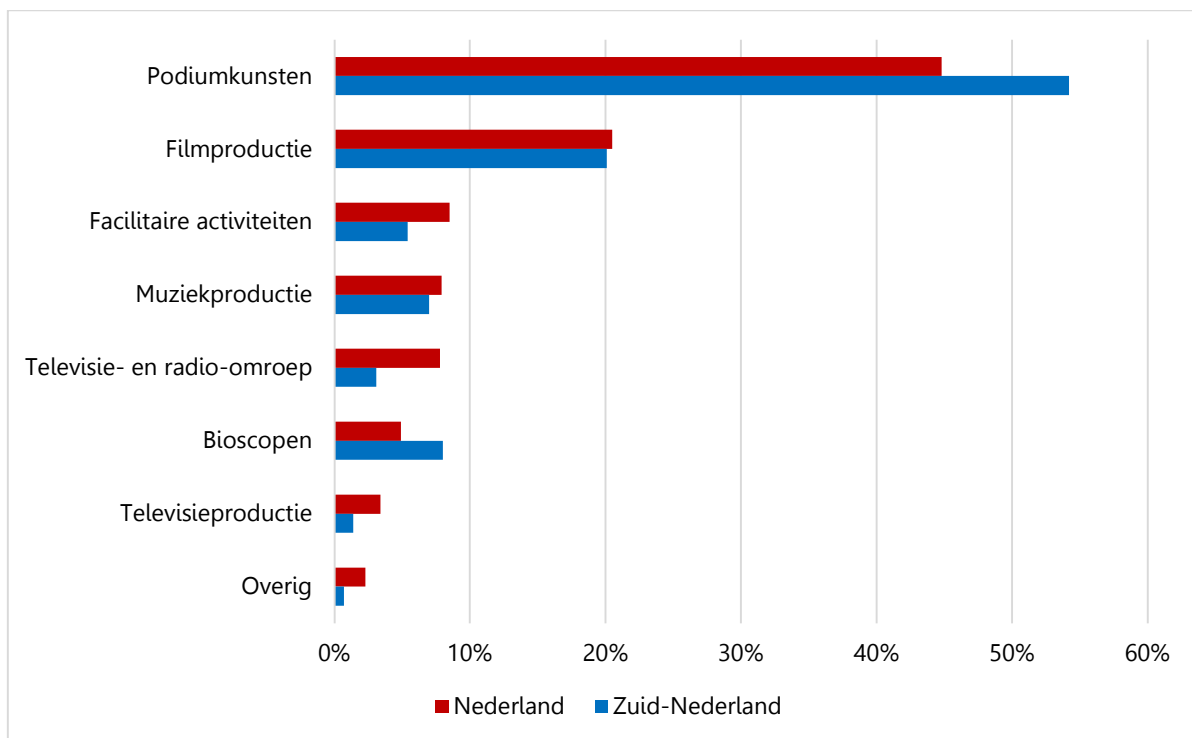
	Nederland			Zuid-Nederland		
	2023	2014-2023	2023	2014-23		
	Aantal banen	Aandeel %	Groei per jaar %	Aantal banen	Aandeel %	Groei per jaar %
Disciplines en bedrijfstakken						
Podiumkunsten	38.717	44,8 %	6,1 %	6.666	54,2 %	6,5 %
Filmproductie	17.698	20,5 %	5,4 %	2.474	20,1 %	6,5 %
Facilitaire activiteiten	7.350	8,5 %	2,8 %	666	5,4 %	3,0 %
Muziekproductie)	6.863	7,9 %	7,9 %	865	7,0 %	7,7 %
Televisie- en radio-omroep	6.721	7,8 %	0,5 %	381	3,1 %	-1,9 %
Bioscopen	4.215	4,9 %	1,1 %	978	8,0 %	2,4 %
Televisieproductie	2.973	3,4 %	0,2 %	178	1,4 %	1,2 %
Overig	1.964	2,3 %	10,8 %	88	0,7 %	10,3 %
Totaal	86.501	100,0 %	4,7 %	12.296	100,0 %	5,5 %
Brede audiovisuele sector	86.501	100,0 %	4,7 %	12.296	100,0 %	5,5 %
Smalle audiovisuele sector¹⁾	47.784	55,2 %	3,8 %	5.630	45,8 %	4,4 %

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

In de brede audiovisuele sector in Nederland is het aandeel van de podiumkunsten met ruim 38,7 banen, bijna 45 procent. In Zuid-Nederland is dat met 54 procent en 6,7 duizend podiumkunst-professionals zelfs hoger. De naar omvang tweede categorie bedrijven in zowel Nederland als Zuid-Nederland is filmproductie, met nationaal en zuidelijk ruim twintig procent van de banen, ruim 17,7 duizend in Nederland en bijna 2,5 duizend in Zuid-Nederland.

Een drietal bedrijfstakken - facilitaire activiteiten, muziekproductie en televisie- en radio-omroep - is op landelijk niveau van vergelijkbare omvang, tussen de 7,8 en 8,5 procent. In Zuid-Nederland lopen ze sterk uiteen. Muziekproductie is met een aandeel van zeven procent (865 banen) het grootste, gevolgd door facilitaire activiteiten met 5,4 procent (666 banen) en televisie- en radio-omroep met 3,1 procent (381 banen). Van de andere categorieën valt het grote gewicht van de bioscopen in Zuid-Nederland op (8 procent en 978 banen). Voor televisieproductie geldt het omgekeerde. Die is minder prominent in Zuid-Nederland met 1,4 procent van de banen (178 banen). Van een drietal bedrijfstakken is de bijdrage aan het aantal banen dermate gering dat ze hier zijn samengevoegd in de categorie overigen: distributeurs van film- en televisieproducties (SBI 5913), uitgeverijen van computerspellen (SBI 5821) en overige uitgeverijen van software (SBI 5829). Landelijk nemen ze ruim twee procent van de banen in de brede audiovisuele sector voor hun rekening, in Zuid-Nederland minder dan een procent.

Figuur 2.2 Aandeel bedrijfstakken (%) in totaal van banen in de brede audiovisuele sector in Zuid-Nederland en Nederland in 2023^{)}*



^{*)} De gegevens waarop deze figuur is gebaseerd komen uit tabel 2.2.
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De groeicijfers van de verschillende bedrijfstakken in de periode 2014 tot en met 2023, zoals die in tabel 2.2 zijn opgenomen, geven inzicht in de belangrijkste trends en verschuivingen.

Afgezien van het sterke groeicijfer in de categorie overigen - wat te wijten is aan twee bedrijfstakken in nieuwe media daarbinnen - springt een drietal bedrijfstakken in het oog: muziekproductie, filmproductie en beoefening podiumkunst. Banen in muziekproductie nemen in

Zuid-Nederland nagenoeg even snel toe als landelijk: 7,7 tegen 7,9 procent. Interessant en opvallend is de jaarlijkse groei van filmproductie van 6,5 procent in Zuid-Nederland, waar die landelijke 5,4 procent bedraagt. Ook de toename van beoefening van podiumkunsten is in Zuid-Nederland sterker dan nationaal, met 6,5 tegen 6,1 procent. Opmerkelijk is verder de gemiddelde jaarlijkse krimp met 1,9 procent van de bedrijfstak radio en televisie in Zuid-Nederland. Daar staat landelijk een bescheiden groei van 0,5 procent tegenover. De ontwikkeling van de traditionele distributiemediën voor audiovisuele content in Nederland stagneert, zo laten deze cijfers zien. Een ander traditioneel distributiekanaal – de bioscoop – laat wel banengroei zien, vooral in Zuid-Nederland: 2,4 procent jaarlijks gemiddeld tegen 1,1 procent landelijk.

2.2 Bedrijven in de zuidelijke creatieve industrie en audiovisuele sector

De creatieve industrie en de bedrijfstakken die daartoe gerekend worden, kenmerken zich door hun relatief kleinschalige karakter. Dat komt onder meer naar voren in het grote aantal eenpersoons bedrijven dat erin actief is. Binnen de Nederlandse creatieve industrie wordt de helft van alle banen door zzp'ers bezet, terwijl dat voor de gehele Nederlandse economie voor veertien procent geldt. Binnen de creatieve industrie noteert de bedrijfstak beoefening van podiumkunsten het op een na hoogste percentage zzp-banen: 76 procent. De bedrijfstak met het hoogste percentage is 'schrijven en overige scheppende kunst' waartoe ook de scenarioschrijvers¹⁵ gerekend worden met 86 procent.¹⁶ Doordat ook zzp'ers als bedrijf geregistreerd staan, maar ook door het grote aantal en aandeel van bedrijven met een relatief klein aantal werknemers, is het percentage van alle Nederlandse bedrijven dat behoort tot de creatieve industrie, aanmerkelijk groter dan het percentage banen dat aan die sector toegerekend kan worden, zoals dat in tabel 2.1 naar voren komt. Immers de banen in creatieve industrie zijn gespreid over een groter aantal, kleine bedrijven dan in de gehele economie.

Zuid-Nederland telt in het totaal 44 duizend creatieve industrie bedrijven. In heel Nederland gaat het om bijna 241 duizend. Het aandeel van bedrijfsvestigingen in de creatieve industrie in de gehele economie van Zuid-Nederland is 9,5 procent, terwijl diezelfde sector verantwoordelijk is voor 3,3 procent van de banen.¹⁷ Van een soortgelijke verhouding is sprake op landelijke schaal: 11,5 procent van de bedrijven en 4,2 procent van de banen.¹⁸ Van de netto toename van bedrijven die in de periode 2014-2023 in Zuid-Nederland zijn geregistreerd is maar liefst ruim 12,1 procent een creatieve industrie bedrijf, landelijk is dat zelfs 13,4 procent. Dat betekent dan het aandeel van de creatieve industrie bedrijven in de economie toeneemt.

¹⁵ In het vorige hoofdstuk hebben we aangegeven dat scenarioschrijvers hier buiten beschouwing blijven omdat ze een kleine minderheid vormen in de brede SBI-categorie schrijven en overige scheppende kunst.

¹⁶ Paul Rutten & Walter Manshanden (202.). *ZZP'ers in de creatieve industrie. Onderzoeksnotitie*. Rotterdam: Kenniscentrum Creating 010, Hogeschool Rotterdam.

¹⁷ Zie tabel 2.1

¹⁸ Zie tabel 2.1

Tabel 2.3. *Bedrijfsvestigingen in de audiovisuele sector, creatieve industrie en de economie in Zuid-Nederland en Nederland in 2023 en groei in 2014-2023*

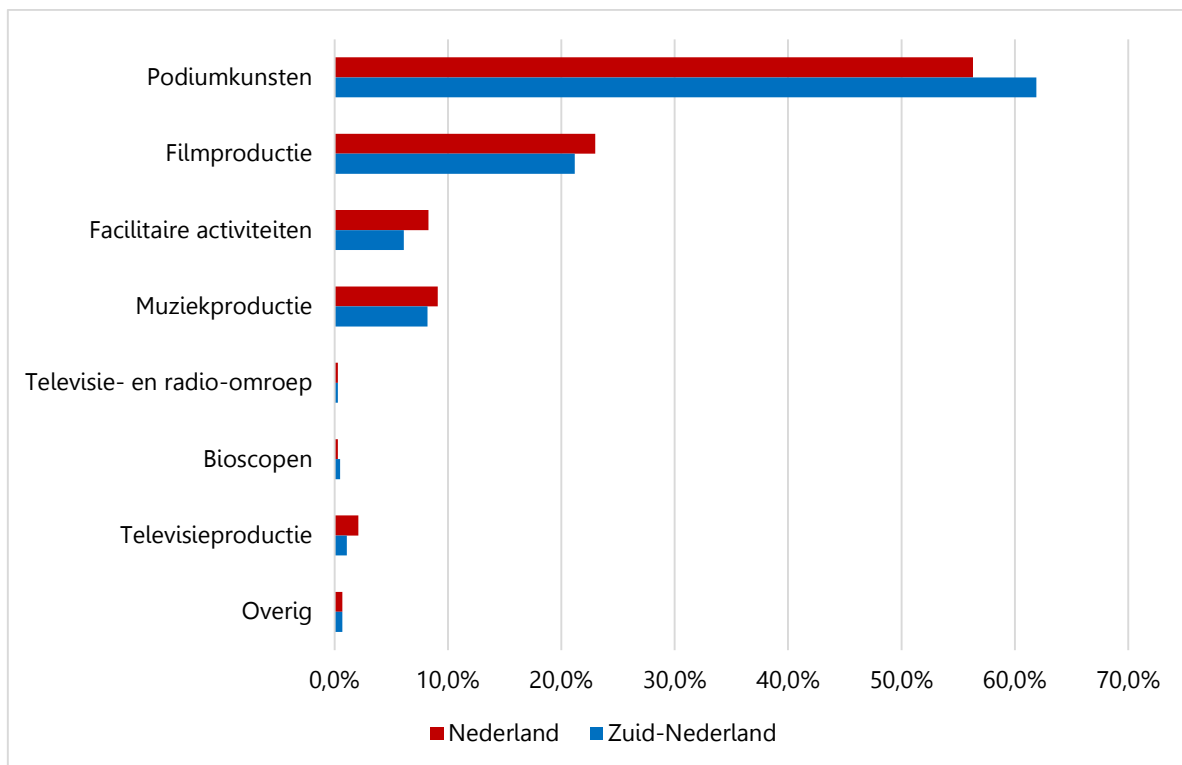
	Nederland				Zuid-Nederland			
	2023		2014-'23		2023		2014-'23	
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar		Aantal	Aandeel	Groei per jaar	
	X 1000	%	%	X 1000	%	%		
Deelsectoren								
Kunsten en cultureel erfgoed	97,3	40 %	4,7 %	16,6	38 %	4,8 %		
Media- en entertainment	54,8	23 %	4,1 %	9,3	21 %	3,4 %		
Creatieve zakelijke dienstverlening	88,4	37 %	5,4 %	18,0	41 %	5,3 %		
Totaal creatieve industrie	240,5	100 %	4,8 %	44,0	100 %	4,7 %		
<i>Aandeel creatieve industrie van totale economie</i>	-	11,5 %	13,4 %	-	9,5 %	12,1 %		
Brede audiovisuele sector	58,4	24 %	7,1 %	9,2	21 %	7,5 %		
<i>Aandeel brede audiovisuele sector van totale economie</i>	-	2,8 %	-	-	2,0 %	-		
Smalle audiovisuele sector^{*)}	25,5	11 %	6,8 %	3,5	8 %	7,2 %		
<i>Aandeel smalle audiovisuele sector van totale economie</i>	-	1,2 %	-	-	0,8 %	-		
Totale economie	2.086,8	-	4,0 %	460,9	-	3,5 %		

*) *) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De procentuele toename van het aantal bedrijfsvestigingen in de audiovisuele sector is in Zuid-Nederland in 2014-2023 groter dan die in Nederland. In de brede audiovisuele sector in Zuid-Nederland groeide het aantal bedrijven met jaarlijks gemiddeld 7,5 procent, in de smalle variant met 7,2 procent. Op landelijk niveau ging het om respectievelijk 7,1 en 6,8 procent. In beide gevallen, in Zuid-Nederland en landelijk, overtreft de bedrijvenaanwas het gemiddelde van de gehele economie ruim. De audiovisuele industrie is een groeisector. Opmerkelijk is bovendien dat deze industrie, in bedrijfsvestigingen gerekend, aanzienlijk harder groeit dan de totale creatieve industrie en de deelsectoren media- en entertainmentindustrie en kunsten en erfgoed, waaruit hij statistisch is afgeleid.¹⁹

Figuur 2.3 Aandeel bedrijfstakken (%) in totaal van bedrijfsvestigingen in brede audiovisuele sector in zuidelijke provincies en Nederland^{)}*



*) De gegevens waarop deze figuur is gebaseerd stelen zijn te vinden in tabel 2.4.
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Het aandeel van de verschillende bedrijfstakken in het totaal van de bedrijven in de brede audiovisuele sector in Zuid-Nederland en nationaal, wijkt maar beperkt af van het beeld van de verdeling van banen, zoals dat hiervoor in figuur 2.2 is gepresenteerd.

Logischerwijs geldt dat in de bedrijfstakken die bekend staan om hun kleine bedrijfsomvang, onder meer door het grote aantal zzp'ers, het aandeel in het totaal aantal bedrijven in de audiovisuele sector in verhouding tot het aantal banen groot is. Het nog grotere aandeel van podiumkunsten in het totaal van de bedrijven dan van banen in audiovisuele sector, illustreert dat. Voor andere bedrijfstakken geldt hetzelfde: filmproductie, facilitaire activiteiten en muziekproductie. Voor andere relatief grootschalige bedrijfstakken binnen de audiovisuele sector – televisie- en radio-omroepen en bioscopen in het bijzonder - geldt het omgekeerde. Hun

¹⁹ Alle bedrijfstakken die tot de brede audiovisuele sector worden gerekend zijn onderdeel van de media- en entertainmentindustrie, met een uitzondering: podiumkunsten. Die discipline wordt in de definitie van de creatieve industrie gerekend tot de deelsector kunsten en erfgoed.

aandeel in het totaal van alle banen is hoger dan in dat van bedrijven. De bedrijfstakken met de sterkste aanwas in bedrijfsvestigingen in 2014-2023 in Zuid-Nederland²⁰ zijn podiumkunsten, filmproductie en muziekproductie. Opvallend daarbij is de sterkere toename in filmproductiebedrijven in de zuidelijk provincies ten opzichte van Nederland als geheel, 8,1 ten opzichte van 6,7 procent.

²⁰ We laten de categorie overigen om eerder aangeduide redenen buiten beschouwing.

Tabel 2.4 Bedrijfsvestigingen in de audiovisuele sector naar bedrijfstak in Zuid-Nederland en Nederland in 2023 en groei in 2014-2023

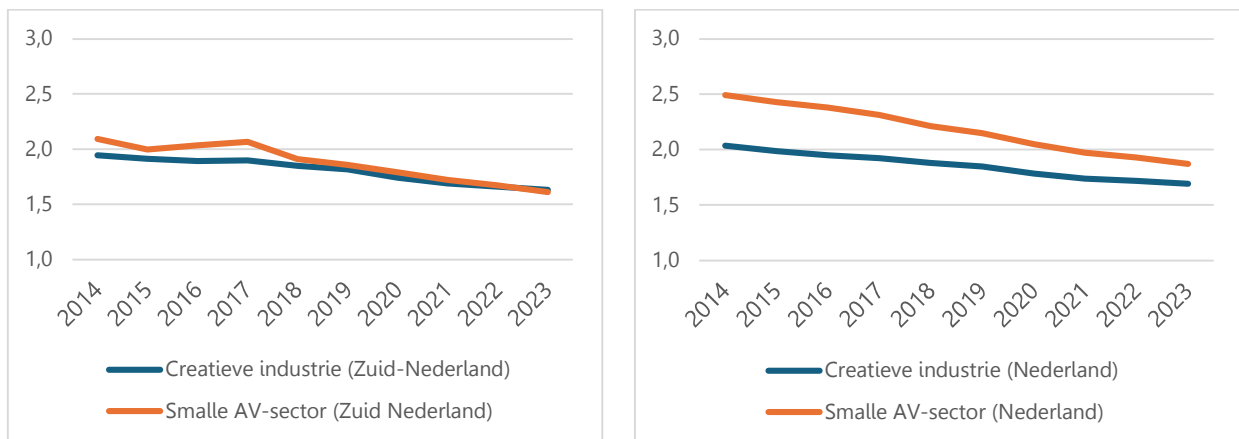
	Nederland			Zuid-Nederland		
	2023	2014-'23	2023	2014-'23	2023	2014-'23
	Aantal	Aandeel %	Groei per jaar %	Aantal	Aandeel %	Groei per jaar %
Disciplines en bedrijfstakken						
Podiumkunsten	32.837	56,3 %	7,4 %	5.678	61,9 %	7,6 %
Filmproductie	13.413	23,0 %	6,7 %	1.947	21,2 %	8,1 %
Facilitaire activiteiten	4.829	8,3 %	5,1 %	561	6,1 %	4,1 %
Muziekproductie	5.302	9,1 %	10,5 %	755	8,2 %	9,5 %
Televisie- en radio-omroep	189	0,3 %	2,6 %	28	0,3 %	-1,0 %
Bioscopen	174	0,3 %	1,2 %	44	0,5 %	1,5 %
Televisieproductie	1.203	2,1 %	2,6 %	97	1,1 %	1,8 %
Overig	428	0,7 %	12,1 %	61	0,7 %	12,4 %
Totaal	58.375	100,0 %	7,1 %	9.171	100,0 %	7,5 %
Brede audiovisuele sector	58.375	100,0%	7,1 %	9.171	100,0 %	7,5 %
Smalle audiovisuele sector**)	25.538	43,7 %	6,8 %	3.493	38,1 %	7,2 %

*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

In figuur 2.4 laten we de ontwikkeling van de gemiddelde bedrijfsomvang zien in de creatieve industrie en de smalle audiovisuele sector in zowel Zuid-Nederland als Nederland. Allereerst wordt duidelijk dat de gemiddelde bedrijfsomvang in beide sectoren in Zuid-Nederland kleiner is dan landelijk. Vervolgens blijkt dat de gemiddelde bedrijfsomvang in beiden in zowel Nederland als Zuid-Nederland in het decennium vanaf 2014 is afgenomen. Opmerkelijk is dat de gemiddelde bedrijfsomvang binnen de creatieve industrie en de smalle audiovisuele sector in Zuid-Nederland elkaar niet zo bijzonder veel ontloopt, zeker niet vanaf 2019. In Nederland is het verschil tussen beiden in 2014 nog aanzienlijk, echter gaandeweg neemt het verschil jaar op jaar af. Dat kan wijzen op de ontwikkeling waarin grote bedrijven in de audiovisuele sector bepaalde functies niet langer in huis uitvoeren, maar inkopen bij doorgaans kleinere gespecialiseerde bedrijven of zzp'ers. Een trend die in die periode in de creatieve industrie mogelijk minder gemeengoed was dan in de audiovisuele sector of wellicht daarvoor al heeft plaatsgevonden.

Figuur 2.4 Ontwikkeling van gemiddelde omvang van bedrijfsvestigingen in creatieve industrie, smalle audiovisuele sector^{)} in Zuid-Nederland (links) en Nederland (rechts) 2014-2023*



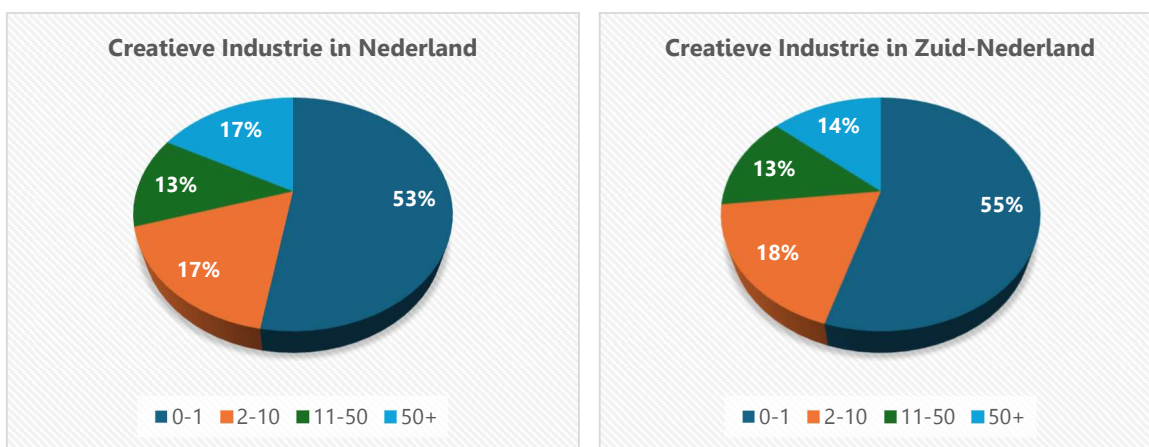
*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Om een nog beter inzicht te krijgen in de structuurkenmerken van de creatieve industrie en de audiovisuele sector in Zuid-Nederland, in vergelijking met die in heel Nederland, worden in figuur 2.5 en 2.6 de opbouw van de creatieve industrie en de smalle audiovisuele sector naar omvang van de bedrijven vergeleken. In beide figuren worden vier categorieën onderscheiden: nul tot een banen (zzp'ers), twee tot en met tien banen, elf tot en met vijftig banen en 51 of meer banen. De figuur heeft betrekking op ruim 240 Nederlandse²¹ en 44 duizend Zuid-Nederlandse bedrijven.

²¹ De 44 duizend Zuid-Nederlandse bedrijven tellen ook mee in het totaal van de 240,5 duizend Nederlandse bedrijven.

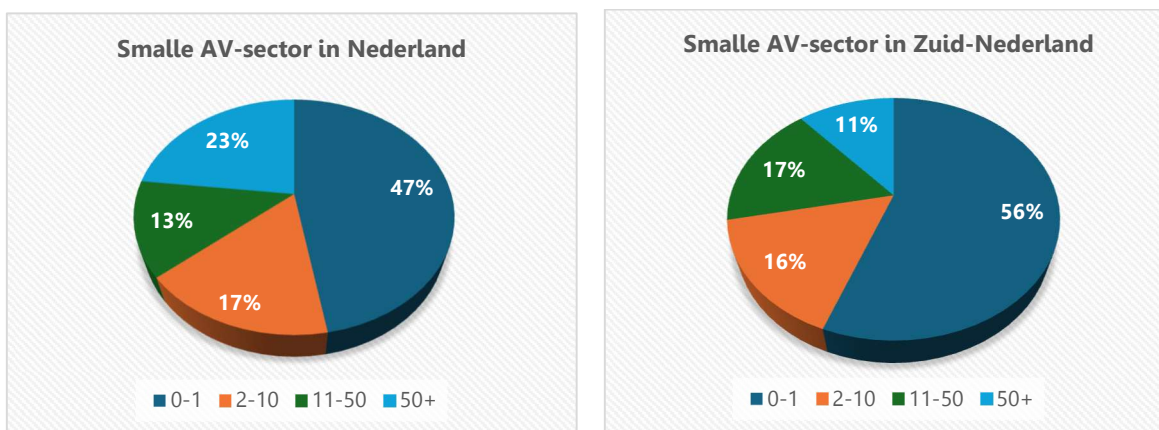
Figuur 2.5 Procentueel aandeel per grootteklasse (1-2, 2-10, 11-50, >50) van werkzame personen in de creatieve industrie, Nederland en Zuid-Nederland 2023



Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De schaal van bedrijvigheid in de Zuid-Nederlandse creatieve industrie is enigszins kleiner dan landelijk. Het aandeel zzp'ers in het totaal aantal banen in Zuid-Nederland is groter dan landelijk. Tegelijkertijd is het aandeel van grootste categorie bedrijven, die met vijftig en meer banen, landelijk groter.

Figuur 2.6 Procentueel aandeel per grootteklasse (1-2, 2-10, 11-50, >50) van werkzame personen in de kleine audiovisuele sector in Nederland en Zuid-Nederland 2023^{)}*



^{*)} Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De structuur van de kleine audiovisuele sector in Nederland en Zuid-Nederland laat meer gearticuleerde verschillen zien dan die van de creatieve industrie.²² Het beeld van de Nederlandse kleine audiovisuele sector is gebaseerd op informatie over 25,5 duizend bedrijven, die over Zuid-Nederland op 3,5 duizend.²³ Wat in het bijzonder opvalt is dat in Zuid-Nederland twee

²² We hebben ons hier gericht op de kleine audiovisuele sector omdat een keuze voor de brede – inclusief podiumkunsten – minder specifieke informatie over het hier onderzochte onderscheid zou opleveren. In de podiumkunsten, die een groot aandeel heeft in de brede audiovisuele sector zowel in Nederland als Zuid-Nederland, zoals tabel 2.2 en 2.4 laten zien, zijn landelijk gezien de zzp-bedrijven – met vier op de vijf banen – veruit dominant. Wanneer die categorie mee zou zijn genomen in de vergelijking zouden de relevante verschillen waar we hier naar op zoek zijn ondersneeuwen.

²³ De 3,5 duizend Zuid-Nederlandse bedrijven tellen ook mee in het totaal van de 25,5 duizend Nederlandse bedrijven.

groottecategorieën van relatief groot belang zijn: zzp-bedrijven (nul tot een banen) met 56 procent van alle banen en de wat grotere kleinbedrijven (11-50 banen) met zeventien procent van de banen. Hun aandeel in het totaal aantal banen in de smalle audiovisuele sector, overtreft het aandeel van diezelfde categorieën in de Nederlandse situatie. Het aandeel van de bedrijven met twee tot en met tien arbeidsplaatsen in de nationale (zeventien procent) en Zuid-Nederlandse smalle audiovisuele sector (zestien procent) is nagenoeg gelijk. Van een relatief grote discrepantie is sprake bij de categorie bedrijven van vijftig of meer banen. Het aandeel in de nationale smalle audiovisuele industrie van die categorie is met ruim 23 procent meer dan tweemaal zo groot als dat in Zuid-Nederland met ruim elf procent. Anders dan voor de creatieve industrie in Zuid-Nederland geldt voor de zuidelijke smalle audiovisuele sector dat die duidelijk kleinschaliger is dan de landelijke.

2.3 Samenvatting en conclusies

Dit hoofdstuk laat zien dat het economisch belang van de creatieve industrie, waar de audiovisuele sector onderdeel van is, in Zuid-Nederland kleiner is dan in Nederland totaal. In de gezamenlijke zuidelijke provincies telt het aantal banen in de creatieve industrie in 2023 op naar bijna 72 duizend, 3,3 procent van het totaal aantal banen. In heel Nederland is dat 4,2 procent, 407 duizend banen. Het groter aandeel in de nationale economie is gezien de historisch gegroeide centrale rol van Amsterdam en Hilversum in de audiovisuele industrie en de creatieve industrie, die doorweegt in het Nederlands gemiddelde, geen verrassing. Echter opmerkelijk is dat de procentuele groei van de creatieve industrie in de periode 2014-2023, gemeten in de groei van banen, in Nederland en in Zuid-Nederland even groot is: 2,9 procent gemiddeld per jaar. Dat is tweemaal de gemiddelde jaarlijkse groei van alle banen in Zuid-Nederland. Daardoor neemt het belang van de creatieve industrie in Zuid-Nederland jaar-op-jaar toe. In voornoemde periode was de creatieve industrie goed voor 6,4 procent van de jaarlijkse banengroei in Zuid-Nederland.

Opvallend is ook dat de ontwikkeling van de audiovisuele sector in Zuid-Nederland in 2014-2023 zich positief onderscheidt van die in Nederland als geheel. Zowel de brede – dat wil zeggen met de podiumkunsten – als de smalle audiovisuele sector – zonder podiumkunsten – groeien harder in Zuid-Nederland, dan landelijk. De brede audiovisuele industrie groeide in Zuid-Nederland met 5,5 procent jaarlijks, landelijk met 4,7 procent. De smalle audiovisuele sector groeide met 4,4 procent gemiddeld per jaar harder in Zuid-Nederland dan de 3,8 procent gemiddeld in heel Nederland. Daarmee overtreft de banengroei in de audiovisuele sector zowel die van de totale Zuid-Nederlandse economie als die van de snel groeiende creatieve industrie in Zuid-Nederland

Beoefening van podiumkunsten is de belangrijkste bedrijfstak binnen de audiovisuele sector in Zuid-Nederland met 45 procent van alle banen, gevolgd door filmproductie met ruim twintig procent. Andere bedrijfstakken en disciplines met een relatief groot deel van de banen in de sector zijn muziekproductie, facilitaire activiteiten en televisie en radio. De sterkste toename van banen in de periode 2014-2023 vindt plaats in muziekproductie, podiumkunsten en filmproductie.

Het aandeel van bedrijven in de creatieve industrie en van de brede en smalle audiovisuele sector in het totaal aantal bedrijven in Nederland en Zuid-Nederland is fors groter dan het aandeel van de banen in die sectoren. Dat is terug te voeren op het kleinschalige karakter van de creatieve industrie en de audiovisuele sector. Met 44 duizend bedrijven heeft de creatieve industrie een aandeel van 9,5 procent in het totaal van de Zuid-Nederlandse bedrijven. Hun aandeel groeit met 4,7 procent jaarlijks bovengemiddeld. De brede audiovisuele sector telt 9,2 duizend bedrijven – twee procent van alle bedrijven – en groeit per jaar ruim boven gemiddeld met 7,5 procent. De smalle variant is verantwoordelijk voor 3,5 duizend bedrijven - 0,8 procent van alle vestigingen in Zuid-Nederland - en groeit jaarlijks met 7,2 procent.

De schaal van de bedrijvigheid in de Zuid-Nederlandse creatieve industrie is enigszins kleiner dan landelijk gemiddeld. Dat geldt voor de smalle audiovisuele industrie in Zuid-Nederland in sterkere mate. Het aandeel van zzp- en kleine mkb-bedrijven op het totaal van audiovisuele ondernemingen is in Zuid-Nederland groter dan landelijk gemiddeld, terwijl landelijk de grotere bedrijven in de sector meer gewicht in de schaal leggen. Dat is met het oog op de concentratie van de grootschalige audiovisuele sector in de Metropoolregio Amsterdam niet verrassend.

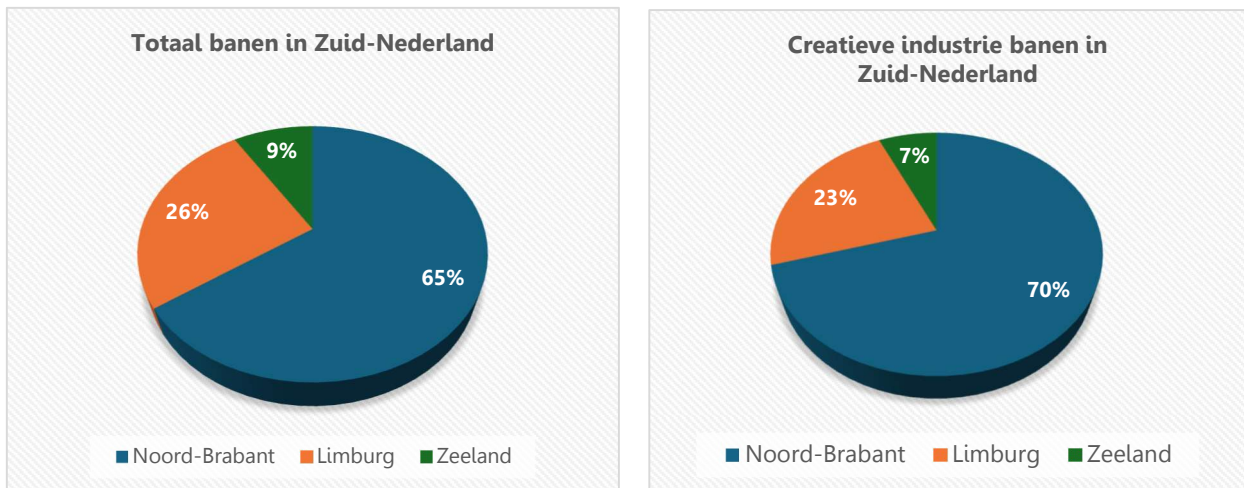
3. De audiovisuele sector in de zuidelijke provincies

In dit hoofdstuk staat de audiovisuele industrie in de context van de creatieve industrie in de drie Zuidelijke provincies centraal: Noord-Brabant, Limburg en Zeeland. We bespreken de situatie in en de ontwikkeling van de drie provincies, in de context van Zuid-Nederland. De opbouw van het hoofdstuk en de analyses die gepresenteerd worden zijn vergelijkbaar met die in het vorige hoofdstuk. Eerst komt het aantal banen of werkzame personen aan bod, daarna de bedrijven.

3.1 Banen in creatieve industrie en audiovisuele sector

Van de bijna 72 duizend creatieve industrie banen in de drie Zuidelijke provincies is bijna 51 duizend (zeventig procent) te vinden in Noord-Brabant, iets minder dan 16,5 duizend (23 procent) in Limburg en bijna vijfduizend (zeven procent) in Zeeland. Die verhouding weerspiegelt voor een belangrijk deel de omvang van de bevolking en de economie van de drie provincies, maar laat ook wat accenten zien. Noord-Brabant speelt verhoudingsgewijs een belangrijkere rol in de creatieve industrie dan de andere twee provincies hebben een kleiner gewicht. Dat blijkt ook uit het procentuele aandeel van de creatieve industrie banen in het totaal van alle banen in de provincies. In Noord-Brabant is dat 3,5 procent, in Limburg 2,9 en in Zeeland 2,5 procent.

Figuur 3.1. Totaal aantal banen en banen in de creatieve industrie in de zuidelijke provincies Noord-Brabant, Limburg en Zeeland als percentage van Zuid-Nederland in 2023^{)}*



^{*)} De gegevens waarop deze figuren stoelen zijn te vinden in tabel 3.1.
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De relatief sterke Brabantse positie in de zuidelijke creatieve sector is onder andere terug te voeren op het grote aandeel van de creatieve zakelijke dienstverlening in die provincie: 41 procent van de banen in die deelsector tegen 34 procent zowel in Zeeland als Limburg. De verhouding van de drie deelsectoren van de creatieve industrie in Zeeland en Limburg is vrijwel gelijk, met het grootste aandeel voor kunsten en erfgoed, gevolgd door creatieve zakelijke dienstverlening en media en entertainment.

Tabel 3.1 Werkzame personen in de audiovisuele sector, de creatieve industrie en de gehele economie van Zuid-Nederland, Zeeland, Noord-Brabant en Limburg in 2023 en de groei in 2014-2023

	Zuid-Nederland			Zeeland			Noord-Brabant			Limburg		
	2023	2014-'23	2023	2023	2014-'23	2023	2023	2014-'23	2023	2014-'23		
Deelsectoren	Aantal X 1000	Aandeel %	Groei per jaar %	Aantal X 1000	Aandeel %	Groei per jaar %	Aantal X 1000	Aandeel %	Groei per jaar %	Aantal X 1000	Aandeel %	Groei per jaar %
Kunsten en cultureel erfgoed	25,0	35 %	3,0 %	1,9	38 %	3,0 %	16,7	33 %	3,1 %	6,4	39 %	2,8 %
Media- en entertainment	19,0	26 %	1,4 %	1,3	27 %	-0,1 %	13,3	26 %	2,0 %	4,4	27 %	0,1 %
Creatieve zakelijke dienstverlening	27,8	39 %	3,9 %	1,7	34 %	5,0 %	20,7	41 %	4,0 %	5,5	34 %	3,2 %
Totaal creatieve industrie	71,8	100 %	2,9 %	4,9	100 %	2,6 %	50,6	100 %	3,2 %	16,3	100 %	2,1 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	3,3 %	6,4 %	-	2,5 %	6,2 %	-	3,5 %	6,4 %	-	2,9 %	6,3 %
Brede audiovisuele sector	12,3	17 %	5,5 %	0,8	16 %	4,3 %	8,4	17 %	5,9 %	3,2	19 %	4,8 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	0,6 %	-	-	0,4 %	-	-	0,6 %	-	-	0,6 %	-
Smalle audiovisuele sector^{*)}	5,6	8 %	4,4 %	0,4	9 %	2,3 %	3,9	8 %	5,2 %	1,3	8 %	3,2 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	0,3 %	-	-	0,2 %	-	-	0,3 %	-	-	0,2 %	-
Totale economie	2.205,3	-	1,4 %	196,0	-	1,0 %	1.439,6	-	1,6 %	569,6	-	0,9 %

^{*)} Exclusief podiumkunsten

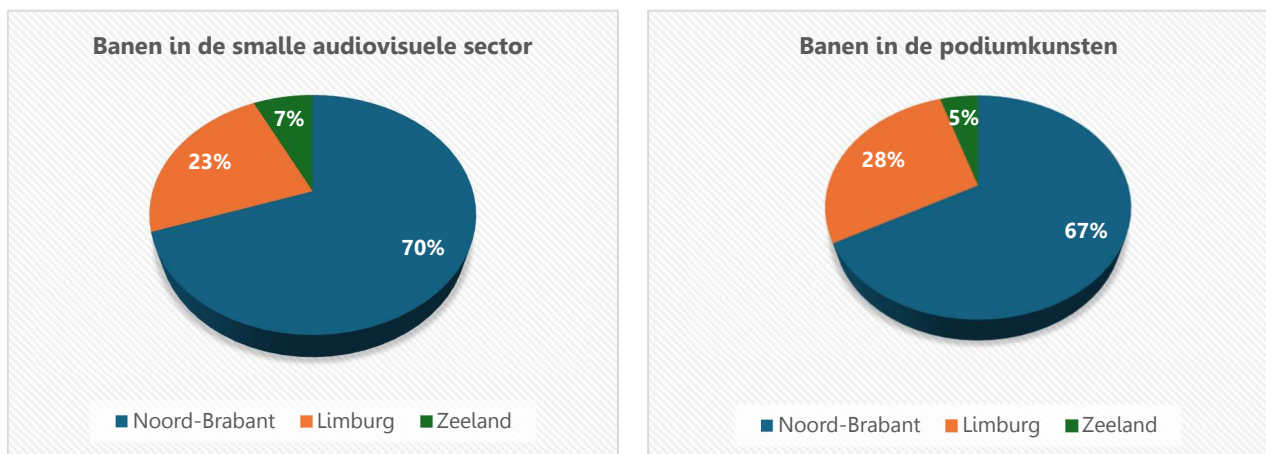
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De procentuele groei van de creatieve industrie in de periode 2014 tot en met 2023 is het sterkst in Brabant, met 3,2 procent jaarlijks. Dat is tweemaal zo sterk als de gemiddelde groei van het totaal aantal banen in die provincie: 1,6 procent. De groei in Limburg en Zeeland is minder dan in Noord-Brabant, maar ligt nog altijd ruim boven de groei van het totaal aantal banen in de economie van die provincies. In Zeeland was de gemiddelde jaarlijkse groei in de creatieve industrie met 2,6 procent, ruim twee en een halve keer zo groot als in de gehele economie. In Limburg groeide de creatieve industrie jaarlijks gemiddeld met 2,1 procent, meer dan tweemaal de groei in het totaal aantal banen.

De creatieve industrie is met tussen de zes en zes en een half procent van de totale aanwas in de economie van Noord-Brabant, Limburg en Zeeland een belangrijke drijvende kracht van de regionale werkgelegenheid. De creatieve zakelijke dienstverlening is de deelsector van de creatieve industrie die in alle drie de provincies het sterkst groeit, in Zeeland met vijf procent, in Noord-Brabant met vier en in Limburg met 3,2 procent. De groei in de media- en entertainment industrie is in alle provincies het minst, twee procent in Noord-Brabant, 0,1 procent in Limburg en zelfs -0,1 procent in Zeeland.

In de smalle audiovisuele, exclusief de podiumkunsten, zijn in Zuid-Nederland 5,6 duizend mensen professioneel werkzaam, 3,9 duizend in Noord-Brabant (70 procent), 1,3 duizend in Limburg (23 procent) en vierhonderd in Zeeland (zeven procent). In de podiumkunsten zijn in Zuid-Nederland bijna 6,7 duizend professionals actief, bijna 4,5 duizend in Brabant (67 procent), bijna 1,9 duizend in Limburg (28 procent) en ruim 320 in Zeeland (vijf procent). Beide categorieën samen tellen op naar het totaal aantal banen in de brede audiovisuele sector.

Figuur 3.2. Banen in de smalle audiovisuele sector^{)} en in de podiumkunsten in de zuidelijke provincies (Noord-Brabant, Limburg en Zeeland) als percentage van Zuid-Nederland in 2023^{**)}*



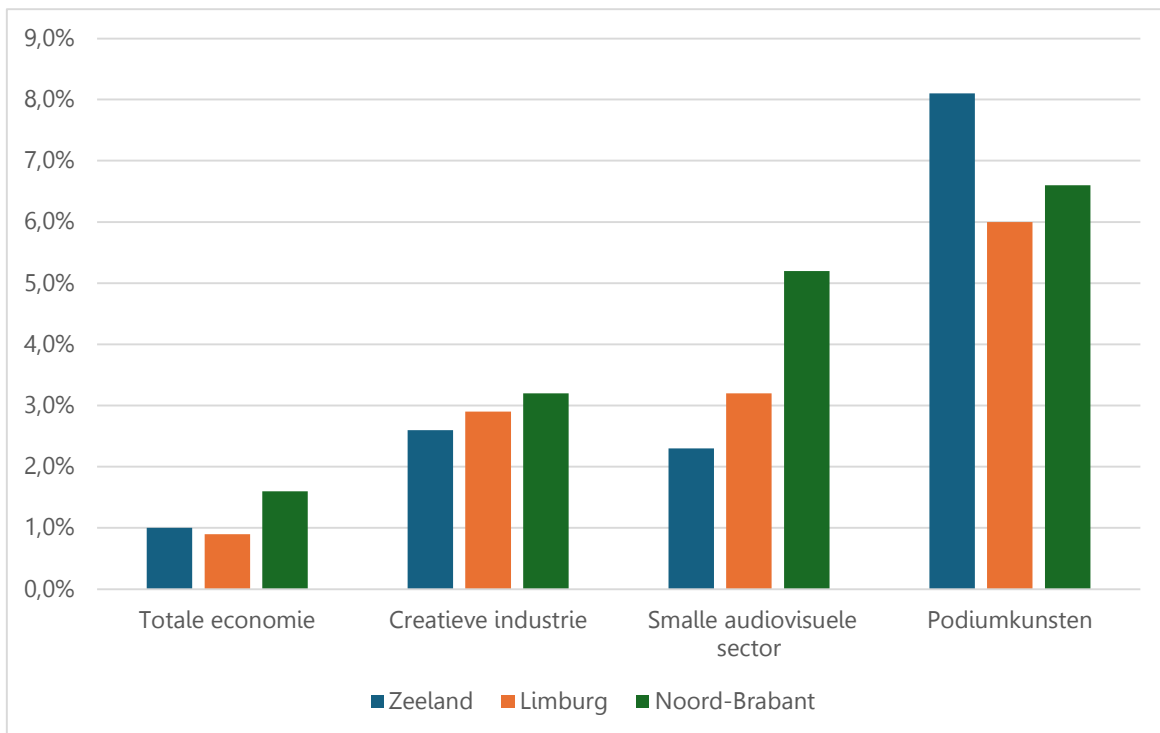
^{*)} Exclusief podiumkunsten

^{**)} De gegevens waarop deze figuren steunen zijn te vinden in tabel 3.1 en 3.2.

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Figuur 3.3 laat zien dat in Noord-Brabant en Limburg het aantal banen in de smalle audiovisuele sector harder groeit dan in de creatieve industrie en daarmee ook dan in de totale economie. In Noord-Brabant gemiddeld jaarlijks met 5,2 procent, tegen 3,2 procent voor de gehele creatieve industrie. In Limburg gaat het om 3,2 procent tegen 2,1 procent. In Zeeland is de gemiddelde groei in de smalle audiovisuele sector met 2,3 procent kleiner dan die van de gehele creatieve industrie met 2,6 procent, maar nog altijd meer dan tweemaal de gemiddelde groei van het totaal aantal Zeeuwse banen. De sterkste groei vindt plaats in de podiumkunsten, het sterkst in Zeeland, met 8,1 procent gemiddeld jaarlijks, het minst in Limburg met nog altijd zes procent gemiddeld ieder jaar.

Figuur 3.3 *Groei van het aantal banen in de totale economie, creatieve industrie, smalle audiovisuele industrie^{*)} en podiumkunsten in Noord-Brabant, Limburg en Zeeland (2014-2023) ^{**)}*



^{*)} Exclusief podiumkunsten

^{**)} De gegevens waarop deze figuren stoelen zijn te vinden in tabel 3.1 en 3.2.

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Een bijzondere ontwikkeling die in tabel 3.1 naar voren komt is die van de media- en entertainmentindustrie, een van de drie deelsectoren van de creatieve industrie, in relatie tot die van de smalle audiovisuele sector. Alle disciplines en bedrijfstakken die tot de smalle audiovisuele sector worden gerekend, zijn onderdeel van de deelsector media- en entertainmentindustrie. De sterk positieve ontwikkeling van de smalle audiovisuele sector contrasteert met de achterblijvende groei in die deelsector als geheel en in Zeeland zelfs krimp laat zien. Dat is mede terug te voeren op de stagnatie in de traditionele mediasectoren, met name de gedrukte media, maar ook in radio en televisie. Daar staat de positieve ontwikkeling van de smalle audiovisuele industrie tegenover. In alle drie de provincies is de smalle audiovisuele sector inmiddels verantwoordelijk voor dertig procent van alle banen in de media- en entertainmentindustrie.

Tabel 3.2 laat, op vergelijkbare wijze als in het vorige hoofdstuk²⁴ de samenstelling van de audiovisuele sector naar bedrijfstakken en disciplines zien. Wat allereerst opvalt is dat beoefening van podiumkunsten in Zeeland een aanzienlijk kleiner aandeel heeft in de brede audiovisuele sector dan in andere provincies, al is die discipline met 42 procent (324 banen) nog veruit het meest omvangrijk van alle bedrijfstakken. Het grootste aandeel podiumkunsten telt Limburg met zestig procent (1.881 banen). Noord-Brabant kent een aandeel van 53 procent (4.661 banen).

²⁴ Zie tabel 2.2

Tabel 3.2

Werkzame personen in de audiovisuele sector naar bedrijfstak in Zuid-Nederland, Zeeland, Noord-Brabant en Limburg in 2023 en de groei in 2014-2023

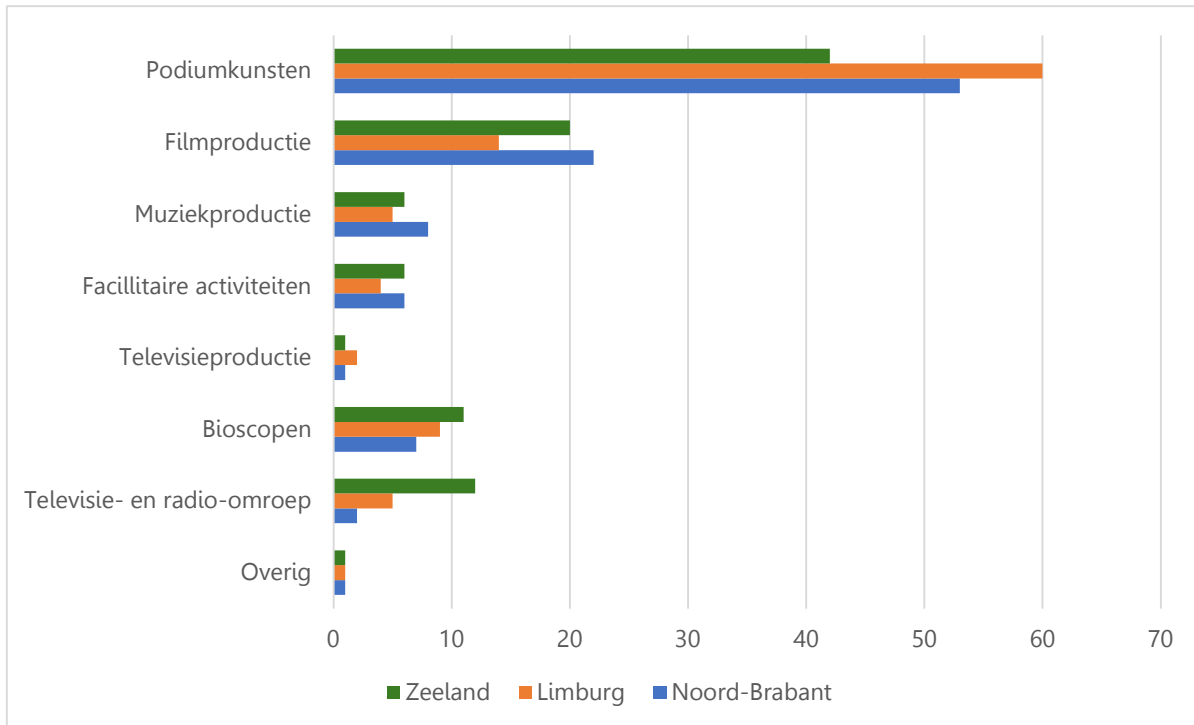
	Zuid-Nederland			Zeeland			Noord-Brabant			Limburg		
	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar %	Aantal	Aandeel	Groei per jaar %	Aantal	Aandeel	Groei per jaar %	Aantal	Aandeel	Groei per jaar %
Disciplines en bedrijfstakken		%	%		%	%		%	%		%	%
Podiumkunsten	6.666	54 %	6,5 %	324	42 %	8,1 %	4.461	53 %	6,6 %	1.881	60 %	6,0 %
Filmproductie	2.474	20 %	6,5 %	157	20 %	7,7 %	1.868	22 %	6,8 %	449	14 %	4,9 %
Facilitaire activiteiten	666	5 %	3,0 %	48	6 %	-2,8 %	476	6 %	3,8 %	142	4 %	3,2 %
Muziekproductie	865	7 %	7,7 %	48	6 %	6,7 %	644	8 %	8,3 %	173	5 %	6,2 %
Televisie- en radio-omroep	381	3 %	-1,9 %	95	12 %	-1,5 %	143	2 %	-1,6 %	143	5 %	-2,3 %
Bioscopen	978	8 %	2,4 %	82	11 %	0,9 %	603	7 %	2,3 %	293	9 %	3,1 %
Televisieproductie	178	1 %	1,2 %	9	1 %	11,6 %	102	1 %	-0,3 %	67	2 %	3,0 %
Overig	88	0,7 %	10,3 %	6	1 %	11,6 %	72	1 %	12,6 %	10	0 %	1,1 %
Totaal	12.296	100 %	5,5 %	769	100 %	4,3 %	8.369	100 %	5,9 %	3.158	100 %	4,8 %
Brede audiovisuele sector	12.296	100 %	5,5 %	769	100 %	4,3 %	8.369	100 %	5,9 %	3.158	100 %	4,8 %
Smalle audiovisuele sector *)	5.630	46 %	4,4 %	445	58 %	2,3 %	3.908	47 %	5,2 %	1.277	40 %	3,2 %

*) *) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De op een na belangrijkste discipline is filmproductie. Daarin werken in Zuid-Nederland bijna twee en een half duizend mensen. In Noord-Brabant gaat het om bijna 1,9 duizend banen (22 procent van de banen in de brede audiovisuele sector), in Limburg om bijna 450 banen (14 procent) en in Zeeland om een kleine 160 (twintig procent). Filmproductie laat opvallende gemiddelde groeicijfers zien: 7,7 procent in Zeeland, 6,8 in Noord-Brabant en 4,9 in Limburg.

Figuur 3.4 Aandeel bedrijfstakken (%) in totaal van banen in de brede audiovisuele sector in Zeeland, Limburg en Noord-Brabant in 2023^{)}*



^{*)} De gegevens waarop deze figuren stoelen zijn te vinden in tabel 3.2
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De derde en vierde bedrijfstak van belang in Zuid-Nederland - na podiumkunsten en filmproductie – zijn bioscopen (met duizend banen, 8 procent van de zuidelijke audiovisuele industrie) en muziekproductie (7 procent van de audiovisuele industrie en negenhonderd banen). Van deze twee groeit muziekproductie sterk, met gemiddeld 6,2 procent (Limburg) en 6,7 procent (Zeeland) tot 8,3 procent (Noord-Brabant).

Negatieve ontwikkelingen die in het oog springen zijn de afname van banen in de Zeeuwse facilitaire sector - 2,8 procent teruggang gemiddeld jaarlijks – en de terugloop in alle provincies bij televisie- en radio-omroep. In die categorie leggen de regionale publieke omroepen een bijzonder gewicht in de schaal. Het zijn grote organisaties met doorgaans voor provinciale verhoudingen veel personeel. De personele achteruitgang in die categorie lijkt het gevolg van het beknotten van publieke financiële ondersteuning en mogelijk achteruitgang in hun advertentie-inkomsten. Opvallend is ook de stagnatie in televisieproductie die alleen in Limburg enigszins groeit.

De cijfers in de categorie overigen nodigen uit tot reflectie. De ontwikkelingen in drie disciplines zijn daarin samengebracht: filmdistributie, uitgeven van computerspellen en uitgeven van software. Het aantal banen in Zeeland en Limburg is dermate klein dat het niet echt mogelijk is om voor de ontwikkeling voor die provincies enige conclusie te trekken. Dat geldt niet voor Noord-Brabant met 72 banen in deze categorie. Het aantal is klein, maar lijkt een indicatie dat er daar belangrijke ontwikkelingen zijn op het terrein van digitale mediatoepassingen, gezien het

jaarlijks groeicijfer van 12,6 procent.²⁵ Echter, zoals in de inleiding opgemerkt blijft de SBI-systematiek ernstig in gebreke bij het blootleggen van nieuwe ontwikkelingen, in het bijzonder op het terrein van digitale media. Om de achtergronden van deze ontwikkelingen - en het fenomeen waar de geconstateerde groei een indicatie van lijkt te zijn - goed te doorgronden is een nadere verkenning noodzakelijk.²⁶

3.2 Bedrijven in creatieve industrie en audiovisuele sector

In het vorige hoofdstuk kwam naar voren dat de creatieve industrie en de audiovisuele sector gemiddeld gezien relatief kleinschalige sectoren zijn. Veel bedrijven zijn eenpersoonsondernemingen of anderszins kleine bedrijven, waar doorgaans een klein aantal wat grotere organisaties en bedrijven naast staan.

Het aandeel van de creatieve industrie bedrijven in de totale economie van Zuid-Nederland overtreft dat van de banen in die sector. Dat hangt direct samen met de kleine omvang van de bedrijven. Grosso modo geldt dat in Noord-Brabant en Limburg een op de tien bedrijven een creatieve industrie bedrijf is. In Zeeland is dat een op de veertien.

Van de 44 duizend bedrijven in de Zuid-Nederlandse creatieve industrie is ruim 69 procent gevestigd in Noord-Brabant, ruim 23 in Limburg en ruim zeven procent in Zeeland. Het aantal bedrijven in de creatieve industrie is in elk van de provincies in de jaren 2014-2023 sterk toegenomen. In Noord-Brabant met vijf, in Zeeland 4,8 en in Limburg 3,8 procent. In het voorbije decennium was in Limburg en Noord-Brabant een van elke acht nieuwe bedrijven een creatieve industrie onderneming, in Zeeland was dat ruim een van elke negen.

Het aantal bedrijfsvestigingen in de brede audiovisuele sector – dat wil zeggen inclusief de podiumkunsten - is in de drie zuidelijke provincies gezamenlijk 9,2 duizend. Daarmee behoort 21 procent van alle creatieve industrie bedrijven in Zuid-Nederland tot de brede audiovisuele industrie. Noord-Brabant telt 6,3 duizend bedrijven in de brede audiovisuele sector, Limburg 2,3 duizend en Zeeland vijfhonderd. Het aantal bedrijven in de smalle audiovisuele industrie is met 3,5 duizend aanzienlijk kleiner en vormt daarmee een kleine acht procent van de creatieve industrie bedrijven in de zuidelijke provincies. Het grote verschil met de brede variant komt door het relatief hoge aantal bedrijven in de podiumkunsten. De verdeling over de provincies van het aantal bedrijven in de smalle audiovisuele sector is 2,5 duizend (ruim zeventig procent) in Noord-Brabant, zevenhonderd (twintig procent) in Limburg en tweehonderd (bijna zes procent) in Zeeland.

Opvallend is dat de groei van bedrijvigheid in de jaren 2014-2023 in zowel de brede als de smalle audiovisuele sector die van de creatieve industrie overtreft, terwijl die al bovengemiddeld is, vergeleken met de gemiddelde groei van het totaal van bedrijven in de drie provincies. In Noord-Brabant groeide het aantal creatieve industriebedrijven in 2014-2023 met jaarlijks met vijf procent gemiddeld, terwijl dat zowel voor de brede en smalle audiovisuele sector 7,7 procent bedroeg. In Limburg was de jaarlijkse groei in de creatieve industrie bedrijven 3,8 procent, in de brede audiovisuele sector 6,6 en in de smalle 5,5 procent. Voor Zeeland bedroegen die gemiddelde jaarlijkse groeicijfers 4,6 procent voor de creatieve industrie bedrijven, 8,6 procent voor de ondernemingen in de brede audiovisuele sector en 7,4 procent voor de smalle audiovisuele sector.

²⁵ Het aantal banen in filmdistributie in Zuid-Nederland is miniem.

²⁶ Dat geldt in het bijzonder voor de ontwikkelingen op het terrein van Immersive Media waar in het bijzonder de regio Eindhoven een belangrijke rol speelt. Momenteel loopt er een grootschalig, door het groeifonds gefinancierd project onder de naam [CIIC](#) – spreekt uit C triple I C - dat beoogt de positie van Nederland in het domein van immersive tech en media te versterken.

Tabel 3.3. Bedrijfsvestigingen in de audiovisuele sector, creatieve industrie en de economie in Zuid-Nederland, Zeeland, Noord-Brabant en Limburg in 2023 en de groei in 2014-2023

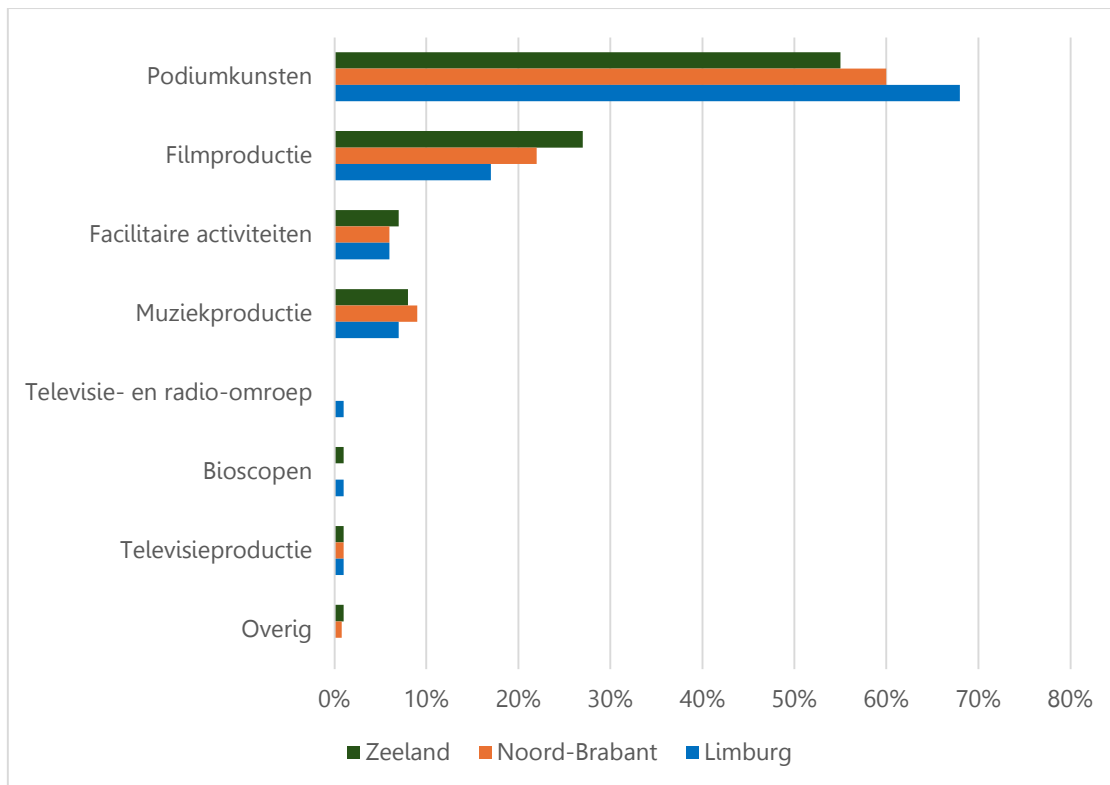
	Zuid-Nederland			Zeeland			Noord-Brabant			Limburg		
	2023	2014-'23	2023	2014-'23	2023	2014-'23	2023	2014-'23	2023	2014-'23		
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar
Deelsectoren	X 1000	%	%	X 1000	%	%	X 1000	%	%	X 1000	%	%
Kunsten en cultureel erfgoed	16,6	38 %	4,8 %	1,3	39 %	5,0 %	11,0	36 %	5,0 %	4,4	43 %	4,1 %
Media- en entertainment	9,3	21 %	3,4 %	0,8	24 %	2,6 %	6,4	21 %	4,0 %	2,1	21 %	2,2 %
Creatieve zakelijke diensten	18,0	41 %	5,3 %	1,2	36 %	5,7 %	13,1	43 %	5,6 %	3,8	37 %	4,5 %
Totaal Creatieve industrie	44,0	100 %	4,7 %	3,2	100 %	4,6 %	30,5	100 %	5,0 %	10,2	100 %	3,8 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	9,5 %	12,1 %	-	7,1 %	10,8 %	-	10,1 %	12,1 %	-	9,0 %	12,5 %
Brede audiovisuele sector	9,2	21 %	7,5 %	0,5	17 %	8,6 %	6,3	21 %	7,7 %	2,3	23 %	6,6 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	2,0 %	-	-	1,2 %	-	-	2,1 %	-	-	2,0 %	-
Smalle audiovisuele sector *)	3,5	8 %	7,2 %	0,2	8 %	7,4 %	2,5	8 %	7,7 %	0,7	7 %	5,5 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	0,8 %	-	-	0,5 %	-	-	0,8 %	-	-	0,6 %	-
Totale economie	460,9	-	3,5 %	45,4	-	2,8 %	302,4	-	4,0 %	113,1	-	2,6 %

*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Net als voor de banen geldt dat het grootste deel van de bedrijfsvestigingen in de brede audiovisuele industrie in Zuid-Nederland binnen de discipline podiumkunsten valt: 62 procent (5,7 duizend vestigingen). In Limburg is het aandeel van podiumkunsten het grootst, met 68 procent (1,6 duizend vestigingen), gevolgd door Noord-Brabant 60 procent (3,8 duizend vestigingen) en Zeeland 55 procent (driehonderd vestigingen).

Figuur 3.5 Aandeel bedrijfstakken (%) in totaal van bedrijfsvestigingen in de brede audiovisuele sector in Zeeland, Limburg en Noord-Brabant in 2023^{)}*



^{*)} De gegevens waarop deze figuren stoelen zijn te vinden in tabel 3.4.
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Productie van films telt 21 procent van alle Zuid-Nederlandse vestigingen in de brede audiovisuele industrie (ruim 1,9 duizend). Voor Zeeland is dat 27 procent (148 vestigingen), Voor Noord-Brabant 22 procent (ruim 1,4 duizend vestigingen) en in Limburg 17 procent (380 vestigingen). De derde en vierde bedrijfstak van belang in Zuid-Nederland, gerekend naar bedrijfsvestigingen zijn muziekproductie (met 755 vestigingen en acht procent van de zuidelijke audiovisuele industrie) en facilitaire activiteiten (zes procent en 561 banen). Beide disciplines kennen vergelijkbare procentuele aandelen in de drie provincies.

Het aantal vestigingen in de overige disciplines binnen de audiovisuele sector is relatief klein. Dat is terug te voeren op een tweetal oorzaken. Allereerst gaat het om bedrijfstakken en disciplines waarin ook relatief grootschalige bedrijven actief zijn. Dat geldt bijvoorbeeld voor bioscopen en televisie- en radio-omroep waar in Zuid-Nederland respectievelijk bijna duizend en ruim 380 mensen werken²⁷, maar die minder dan een procent van de vestigingen tellen. Daarnaast is het ook simpelweg een indicatie zijn van weinig activiteiten op dat terrein. Dat geldt vooral voor de categorie overige en ook voor televisieproductie.

²⁷ Zie tabel 2.2

Tabel 3.4 Bedrijfsvestigingen in de audiovisuele sector naar bedrijfstak in Zuid-Nederland, Zeeland, Noord-Brabant en Limburg in 2023, en de groei 2014-2023

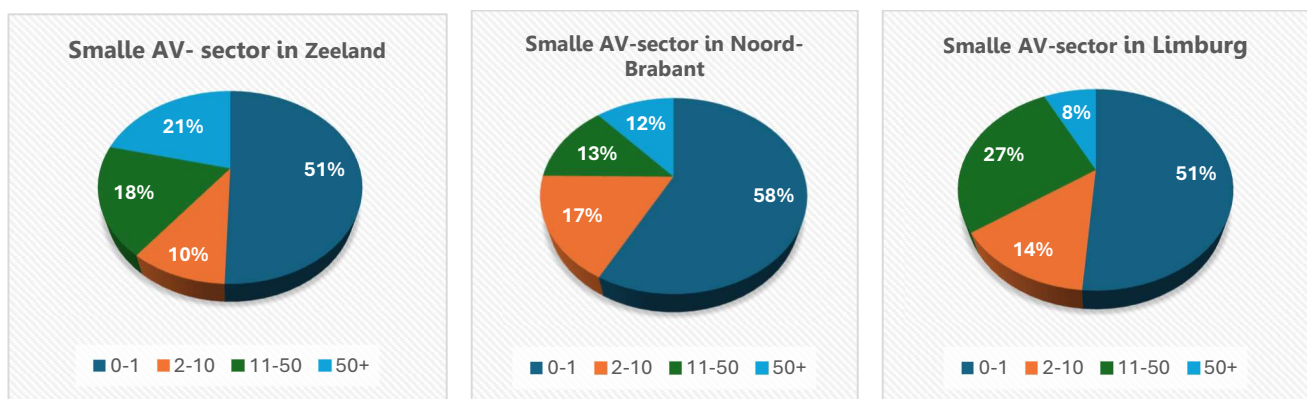
	Zuid-Nederland			Zeeland			Noord-Brabant			Limburg		
	2023	2014-'23	2014-'23	2023	2014-'23	2014-'23	2023	2014-'23	2014-'23	2023	2014-'23	
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar
Disciplines en bedrijfstakken	X 1000	%	%	X 1000	%	%	X 1000	%	%	X 1000	%	%
Podiumkunsten	5.678	62 %	7,6 %	301	55 %	9,7 %	3.804	60 %	7,7 %	1.573	68 %	7,1 %
Filmproductie	1.947	21 %	8,1 %	148	27 %	9,6 %	1.419	22 %	8,4 %	380	17 %	6,7 %
Facilitaire activiteiten	561	6 %	4,1 %	38	7 %	2,4 %	394	6 %	4,4 %	129	6 %	3,4 %
Muziekproductie	755	8 %	9,5 %	45	8 %	7,9 %	553	9 %	10,1 %	157	7 %	7,8 %
Televisie- en radio-omroep	28	0 %	-1,0 %	2	0 %	0,0 %	8	0 %	-1,2 %	18	1 %	-1,0 %
Bioscopen	44	0 %	1,5 %	3	1 %	-2,8 %	22	0 %	3,2 %	19	1 %	0,5 %
Televisieproductie	97	1 %	1,8 %	8	1 %	10,3 %	69	1 %	1,2 %	20	1 %	1,6 %
Overig	61	0,7 %	12,4 %	4	1 %	7,2 %	51	0,8 %	16,6 %	6	0,3 %	0,0 %
Totaal	9.171	100 %	7,5 %	549	100 %	8,6 %	6.320	100 %	7,7 %	2.302	100 %	6,6 %
Brede audiovisuele sector	9.171	100 %	7,5 %	549	100 %	8,6 %	6.320	100 %	7,7 %	2.302	100 %	6,6 %
Smalle audiovisuele sector *)	3.493	38 %	7,2 %	248	45 %	7,4 %	2.516	40 %	7,7 %	729	32 %	5,5 %

*) Exclusief podiumkunsten
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Van de disciplines binnen de brede audiovisuele sector in Zuid-Nederland is de aanwas van bedrijven - gemiddelde jaarlijkse groei in de jaren 2014-2023 - het sterkst binnen muziekproductie, tussen de 7,8 (Limburg) en 10,1 procent (Noord-Brabant), en filmproductie, tussen de 6,7 (Limburg) en 9,6 procent (Zeeland). De groei van vestigingen in podiumkunsten varieert van 7,1 procent in Limburg tot 9,7 procent gemiddeld jaarlijks in Zeeland. Facilitaire activiteiten laten met zeven procent in Zeeland en zes procent in Limburg en Noord-Brabant eveneens een behoorlijke groei zien. Opvallend is verder de krimp of stagnatie van de ontwikkeling van vestigingen in televisie- en radio-omroep. Ook in het oog springt de krimp in het aantal bioscoopvestigingen in Zeeland, terwijl daar juist sprake is van groei in Noord-Brabant. De groei in het aantal bedrijven is procentueel het grootst in de categorie overigen, vooral in Noord-Brabant.

Om een nader inzicht te verwerven in de sectorstructuur van de audiovisuele industrie in de verschillende provincies is het interessant om het aandeel van de bedrijven van verschillende groottes in het totaal aantal banen per provincie nader onder de loep te nemen. Daarbij wordt de beoefening van podiumkunsten buiten beschouwing gelaten, omdat die, wanneer ze in de analyse zou worden betrokken, door haar grote omvang enerzijds en de sterke dominantie van zzp'ers, het totale sectorbeeld zou domineren.

Figuur 3.6 Procentueel aandeel per grootteklasse (0-1, 2-10, 10-50, >50 banen) van aantal werkzame personen in de smalle audiovisuele sector) in Zeeland, Noord-Brabant en Limburg 2023*



*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Allereerst blijkt dat het aandeel van zzp-bedrijven in het totaal aantal banen in de Brabantse smalle audiovisuele sector aanmerkelijk hoger is dan in de andere twee provincies: 58 procent. Dat geldt ook voor het belang van bedrijven van twee tot en met tien banen. De categorie bedrijven met tussen elf en vijftig banen figureert dan weer prominenter in Limburg en is daar verantwoordelijk voor meer dan een kwart van alle banen. Zeeland onderscheidt zich tenslotte door een sterke rol voor organisaties met meer dan vijftig banen, met een banenaandeel van meer dan twintig procent. Dat is vooral het gevolg van het grote gewicht van Omroep Zeeland met bijna honderd banen in de totale smalle audiovisuele sector in Zeeland.

3.3 Samenvatting en conclusies

Banen

Noord-Brabant is verantwoordelijk voor zeventig procent van de creatieve industrie banen in Zuid-Nederland, gevolgd door Limburg en Zeeland met respectievelijk 23 en zeven procent. Het aandeel van creatieve industrie banen in de provinciale werkgelegenheid is in Noord-Brabant 3,5

procent, in Limburg 2,9 en in Zeeland 2,5 procent. De verdeling van de banen in de smalle audiovisuele sector is een exacte afspiegeling van die van de creatieve industrie: 70-23-7. In de verdeling van de podiumkunsten is Noord-Brabant verantwoordelijk voor 67, Limburg voor 28 en Zeeland voor vijf procent van de banen.

In vergelijking met geheel Zuid-Nederland is de banengroei in de creatieve industrie, de smalle audiovisuele sector – exclusief podiumkunsten - en de podiumkunsten, in elk van de provincies aanzienlijk groter dan de banengroei in de gehele provinciale economie. In Brabant en Limburg overtreft de banengroei in 2014-2023 in de smalle audiovisuele sector bovendien die van de creatieve industrie. In Zeeland is het andersom, daar groeit de creatieve industrie harder.

Van alle disciplines in de brede audiovisuele sector telt de beoefening van de podiumkunsten in alle drie de provincies het grootste aantal banen. Productie van films is in alle provincies de op een na belangrijkste discipline binnen de brede audiovisuele sector. De banengroei in filmproductie is in alle provincies twee tot driemaal zo groot als die in de creatieve industrie. Per provincie verschilt wat na productie van films de op twee na belangrijkste discipline is – gerekend naar aantallen banen. In Zeeland is dat radio- en televisie, in Noord-Brabant muziekproductie en in Limburg bioscopen.

In alle drie de provincies is het aandeel van de zzp'ers in het totaal van alle banen in de smalle audiovisuele sector het grootst. Dat geldt het sterkst voor Noord-Brabant met een aandeel van zzp'ers van 58 procent

Bedrijven

Het aandeel van bedrijven in de creatieve industrie en de audiovisuele sector in de economie van de drie provincies, is groter dan het aandeel van de banen. Dat is terug te voeren op hun kleinschalige karakter van de creatieve industrie en de audiovisuele sector. Het aantal bedrijven in de creatieve industrie en de audiovisuele sector neemt in de 2014-2023 harder toe dan gemiddeld in elk van de provincies. Het aantal bedrijven in zowel de brede als de smalle audiovisuele sector groeit dan weer harder dan in de creatieve industrie. De bedrijfstakken met de sterkste groei in bedrijvigheid zijn in alle provincies podiumkunsten, productie van films en muziekproductie.

De samenstelling van de smalle audiovisuele industrie – exclusief de podiumkunsten – in de drie provincies laat enkele verschillen zien, binnen een overigens herkenbaar patroon. Het grote aandeel van zzp'ers, kenmerkend voor de creatieve industrie en de audiovisuele sector, geldt voor elk van de drie. Dat is het grootst in Noord-Brabant. In Limburg is het belang van bedrijven met elf tot en met vijftig banen opvallend en in Zeeland het belang van de categorie met meer dan vijftig banen. Dat laatste is vooral het gevolg van het relatieve belang van de bijna honderd banen bij Omroep Zeeland, dat zich laat gelden in de hoge score voor categorie bedrijven met meer dan vijftig banen.

4. Noord-Brabant: Breda, Eindhoven, Den Bosch en Tilburg

In hoofdstuk 2 kwam het belang van de creatieve industrie en de audiovisuele sector in Zuid-Nederland ten opzichte van Nederland aan de orde. Daarna is in hoofdstuk 3 de situatie in de verschillende provincies binnen het zuidelijk landsdeel uit de doeken gedaan. Nu verschuift de focus naar de afzonderlijke drie provincies en het belang van de vier grootste steden en de regio daarbuiten.

Dit hoofdstuk gaat over Noord-Brabant. Zij is veruit de grootste van de drie provincies in Zuid-Nederland, met het grootste aantal inwoners, de meeste banen en het grootste aantal bedrijven. Dat kwam in het vorige hoofdstuk al naar voren. Noord-Brabant telt bijna 2,7 miljoen inwoners, is met ruim 1,4 miljoen banen verantwoordelijk voor meer dan 65 procent van de werkgelegenheid in Zuid-Nederland en met ruim 50,1 duizend voor een zeventig procent van de banen in de creatieve industrie: 70 procent.

De relatief sterke positie van Noord-Brabant in de creatieve industrie, ook landelijk, blijkt uit de positie van de grootste Brabantse steden in de top-15 creatieve industriesteden in de Monitor Creatieve Industrie 2023²⁸ gerangschikt op het aantal arbeidsplaatsen in die sector binnen de gemeentegrenzen. Eindhoven staat op plaats zeven, Tilburg op tien, 's Hertogenbosch op elf en Breda op veertien. Eindhoven telt volgens de genoemde Monitor verhoudingsgewijs veel banen in de creatieve zakelijke dienstverlening – vooral design en architectuur – maar ook in informatie- en communicatietechnologie.²⁹ Ook 's Hertogenbosch kent in verhouding veel banen in creatieve zakelijke dienstverlening, maar dan vooral in communicatie. Die stad kent ook relatief veel banen in informatie- en communicatietechnologie. Breda telt op haar beurt binnen de creatieve zakelijke dienstverlening veel banen in design en communicatie.³⁰ De sterkste specialisatie in Breda³¹ is in de filmsector.³² Tilburg kent verhoudingsgewijs veel banen in kunsten en cultureel erfgoed, in het bijzonder in de podiumkunsten en het cultureel erfgoed.³³

4.1 Banen in creatieve industrie en audiovisuele sector

Veel beschouwingen over de wijze waarop de creatieve industrie zich manifesteert binnen de economie van steden en regio's, wijzen op de concentratie van deze sector in stedelijke gebieden, vaak zelfs binnensteden. Dat patroon is ook in Nederland duidelijk zichtbaar met concentraties in de grote steden. Het meest uitgesproken geldt dat voor Amsterdam dat het grootste aantal banen in de creatieve industrie telt, maar ook verhoudingsgewijs hoog scoort: het percentage van de creatieve industrie banen in de totale economie is daar het op een na het hoogste van Nederland. Amsterdam wordt alleen voorafgegaan door Hilversum, dat een hyperconcentratie kent in de mediasector. De Monitor Creatieve Industrie 2023 stelt dat weliswaar sprake is van een kentering in de positie van de grote steden in de creatieve industrie – kleinere steden groeien harder en ook de regio laat een sterkere groei zien³⁴ – maar ook dat de grote steden nog steeds dominant zijn.

²⁸ Paul Rutten, Walter Manshanden & Frank Visser (2023), *Monitor Creatieve Industrie 2023 Nederland. Top-15 steden creatieve industrie en ICT. Bedrijven, beroepen en zzp'ers*. Hilversum: Media Perspectives. P. 76-97.

²⁹ Zie: Paul Rutten, Walter Manshanden & Frank Visser (2023), t.a.p. p. 130-131.

³⁰ Zie: Paul Rutten, Walter Manshanden & Frank Visser (2023), t.a.p. p. 138-139

³¹ Zie: Paul Rutten, Walter Manshanden & Frank Visser (2023), t.a.p. p. 150-151

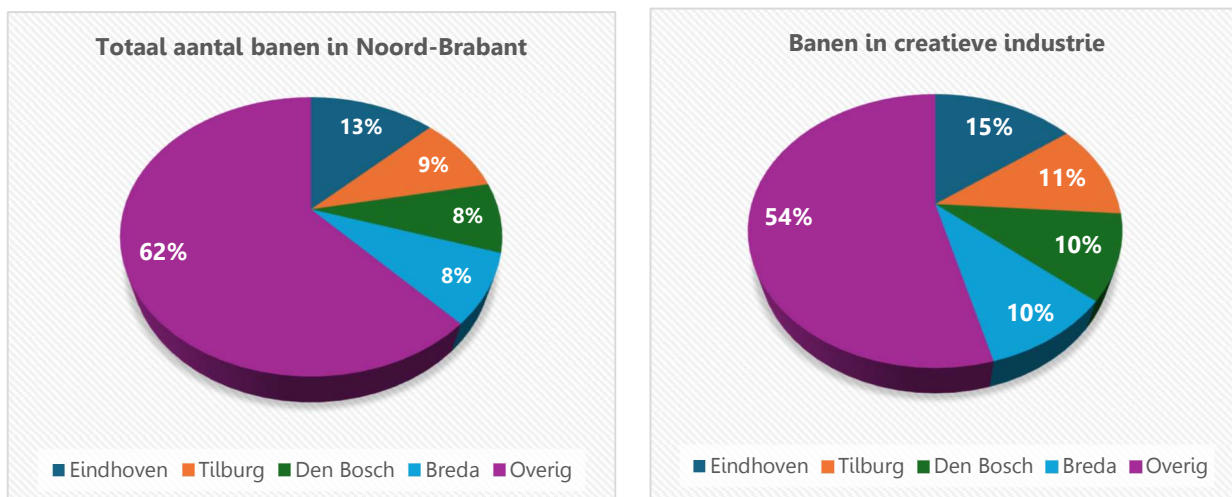
³² Die is in de Monitor Creatieve Industrie samengesteld uit drie bedrijfstakken: productie van films (SBI 59111), Distributie van films en televisieproducties (SBI 5913) en bioscopen ((SBI 5914), Zie: Paul Rutten, Walter Manshanden & Frank Visser (2023), t.a.p. p. 165.

³³ Zie: Paul Rutten, Walter Manshanden & Frank Visser (2023), t.a.p. p. 152-153

³⁴ Zie: Paul Rutten, Walter Manshanden & Frank Visser (2023), t.a.p. p. 91-95 en ook: Paul Rutten, Walter Manshanden & Frank Visser (2024), [Een opvallende acceleratie, de creatieve industrie doet het goed in de regio](#). Omgevingsvisie.nu.26 april 2024.

In dat licht is het hoge aandeel van creatieve industrie banen in de provincie Noord-Brabant buiten de vier grote steden interessant. Figuur 4.1 laat zien dat meer dan de helft van de in totaal ruim vijftigduizend creatieve industrie banen in Noord-Brabant - om precies te zijn 54 procent - buiten de grote vier steden te vinden is. Daarmee nemen Eindhoven, Den Bosch, Tilburg en Breda 46 procent van de Brabantse creatieve industrie banen voor hun rekening. Dat is fors hoger dan het aandeel van 38 procent van de vier grootste Brabantse steden in het totaal van alle 1,4 miljoen Brabantse banen. Daarmee is er in Noord-Brabant sprake van een concentratie van de creatieve industrie in de vier grote steden.

Figuur 4.1 Verdeling van totaal aantal banen (links) en creatieve industrie banen (rechts) over de steden Eindhoven, Tilburg, Den Bosch en Breda en overig in Noord-Brabant)*



*) De gegevens waarop deze figuren stoelen zijn te vinden in tabel 4.1.

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

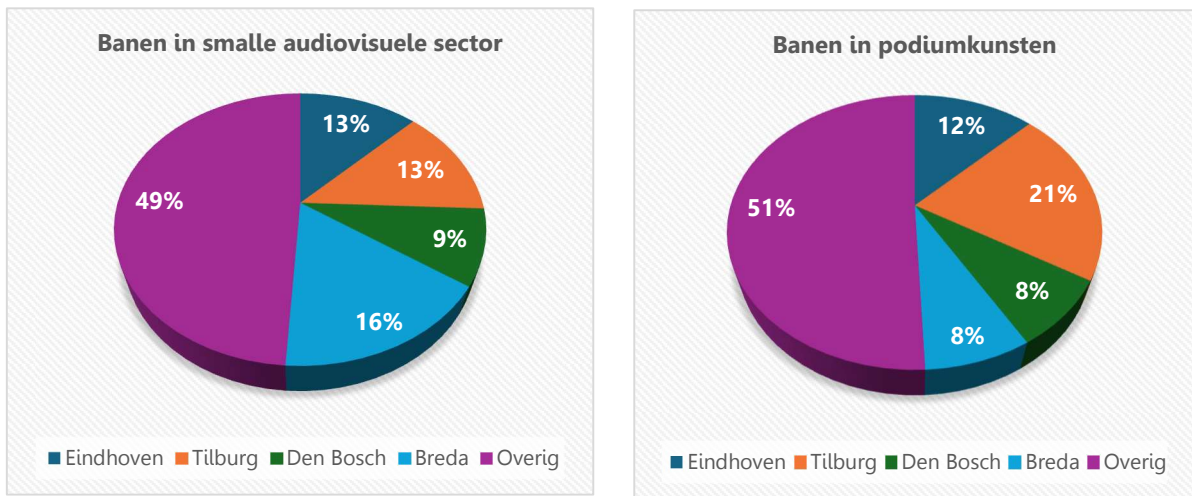
De verdeling van de in totaal 3,9 duizend Brabantse banen in de kleine audiovisuele industrie³⁵ - dat wil zeggen zonder de podiumkunsten - laat een ander patroon zien dan de verdeling van creatieve industrie banen over de provincie. Het aandeel van de provincie buiten de grote steden is met 49 procent een stuk kleiner dan het aandeel in de creatieve industrie banen. De kleine audiovisuele sector is daarmee sterker geconcentreerd in de steden dan de creatieve industrie. Breda neemt een fors groter deel van de kleine audiovisuele sector dan van de creatieve industrie voor haar rekening: zestien tegen tien procent. Dit strookt met de eerdere vaststelling dat het aantal Bredase banen in de filmindustrie in verhouding groot is. De proportie banen waar Eindhoven in de kleine audiovisuele industrie verantwoordelijk voor is, is iets kleiner dan binnen de creatieve industrie, dertien tegen vijftien procent. Dit geldt ook voor 's Hertogenbosch met negen tegen tien procent. Voor Tilburg geldt het omgekeerde. Die stad heeft een aandeel van elf procent in de Brabantse creatieve industrie banen en een aandeel van dertien in de kleine audiovisuele sector.

Het aantal banen van 4,5 duizend in de podiumkunsten overtreft de 3,9 duizend van de Brabantse banen in de kleine audiovisuele sector.³⁶ Het aandeel van Noord-Brabant buiten de vier steden is voor podiumkunsten twee procent groter dan voor de kleine audiovisuele sector. De verdeling over de steden wijkt ook af. Het meest in het oog springt het grote aandeel van de stad Tilburg. Waar de stad een aandeel heeft van elf procent van alle Brabantse banen in de creatieve industrie, is dat bijna het dubbele voor de podiumkunsten. Dit hangt mogelijk samen met de positie van Tilburg als thuisplaats van Het Zuidelijke Toneel.

³⁵ Zie tabel 3.2

³⁶ Zie tabel 3.2

Figuur 4.2 Verdeling van banen in kleine audiovisuele sector^{)} (links) en banen in de podiumkunsten (rechts) over de steden Eindhoven, Tilburg, Den Bosch en Breda en overig in Noord-Brabant^{**)}*



^{*)} Exclusief podiumkunsten

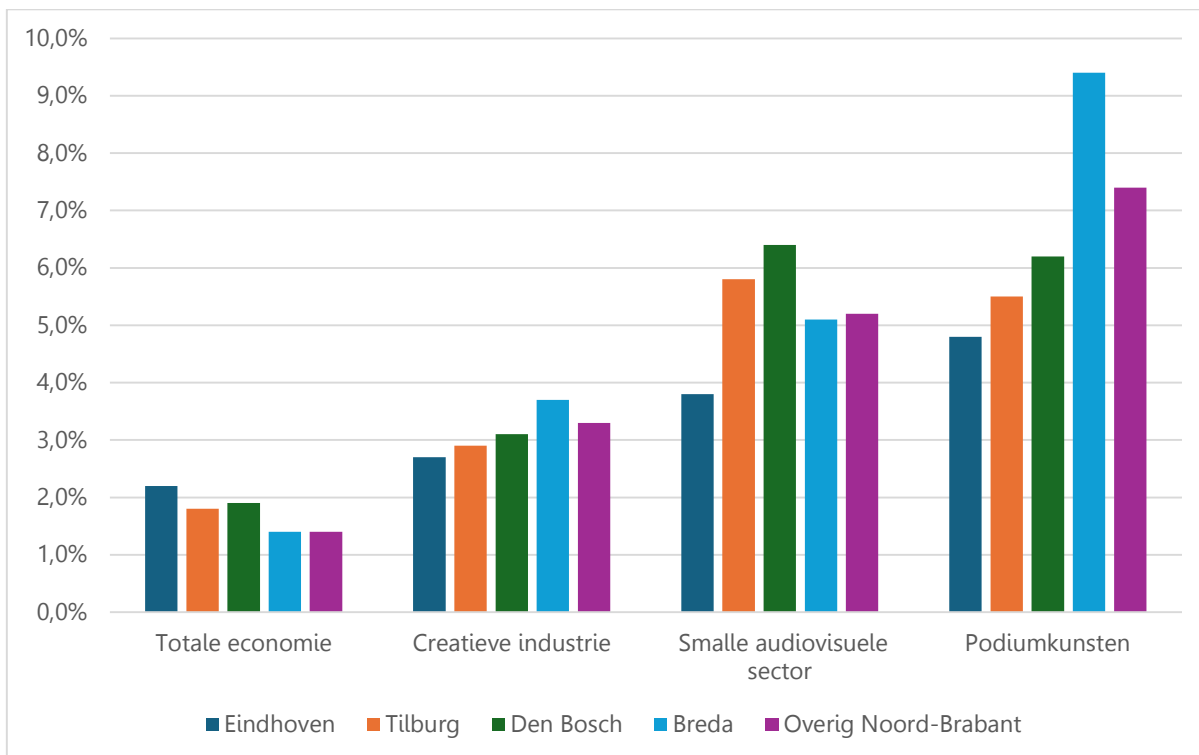
^{*)} De gegevens waarop deze figuren stelen zijn te vinden in tabel 4.1 en 4.2.

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

In het vorige hoofdstuk kwam al naar voren dat in Zuid-Nederland de banen in de creatieve industrie, de kleine audiovisuele sector en de podiumkunsten harder groeien dan in de gehele economie. Dat is gebaseerd op het gemiddelde jaarlijkse groeicijfer in de periode 2014-2023.

Figuur 4.3 laat zien hoe dat uitpakt voor de verschillende Noord-Brabantse steden en de Brabantse regio daarbuiten. De algehele ontwikkeling voor alle steden is grosso modo gelijk. De toename van het aantal banen in de creatieve industrie overtreft die in de gehele economie. De aanwas van banen in de kleine audiovisuele sector overtreft op haar beurt weer die van de creatieve industrie. De toename van het aantal banen in de podiumkunsten is in twee gevallen, Den Bosch en Tilburg, ongeveer gelijk aan die in de kleine audiovisuele sector en in drie gevallen, Breda, Eindhoven en de regio buiten de vier grote steden, is de jaarlijkse banengroei in podiumkunsten substantieel hoger. Met andere woorden de kleine audiovisuele sector groeit exceptioneel in de Brabantse steden, wat ook geldt voor de beoefening van podiumkunsten.

*Figuur 4.3 Gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal banen in de totale economie, creatieve industrie, kleine audiovisuele industrie *) en podiumkunsten in Eindhoven, Tilburg, Den Bosch, Breda en overig Noord-Brabant in 2014-2023 **)*



*) Exclusief podiumkunsten

***) De gegevens waarop deze figuren steunen zijn te vinden in tabel 4.1 en 4.2.

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Behalve de groei is ook het aandeel van de creatieve industrie en de audiovisuele sector in de lokale economie en de samenstelling ervan belangrijk. In alle vier de Brabantse steden ligt het aandeel van de banen in de creatieve industrie, boven de vier procent, zoals tabel 4.1 laat zien. Ze variëren van 4,4 in Den Bosch en Tilburg tot 4,1 procent in Eindhoven. Die percentages liggen rond het gemiddelde aandeel van de creatieve industrie in het totale aantal Nederlandse banen van 4,2 procent. Ze zijn fors hoger dan het gemiddelde aandeel van de creatieve industrie in Zuid-Nederland: 3,3 procent.³⁷ Dat maakt opnieuw duidelijk dat de vier grote Brabantse steden concentraties van creatieve industrie zijn.

Figuur 4.4 laat zien hoe de onderdelen van de kleine audiovisuele sector en de discipline podiumkunsten - die al eerder aan de orde kwamen - zich tot elkaar verhouden. Hun gezamenlijke aantal banen, wat in deze studie ook wel aangeduid is met de brede audiovisuele sector, is gehanteerd als uitgangspunt om het procentuele aandeel in de steden en de Brabantse regio vast te stellen.³⁸

³⁷ Zie tabel 2.1

³⁸ Zoals in tabel 4.1 is te lezen gaat in Tilburg om 1450 banen, in Eindhoven 1045, in Breda 981 en in Den Bosch 703. Voor de provincie buiten de vier steden zijn dat 4.190 banen.

Tabel 4.1

Werkzame personen in de audiovisuele sector, creatieve industrie en de gehele economie in Breda, Eindhoven, Den Bosch, Tilburg en Overig Noord-Brabant in 2023 en de groei in 2014-2023

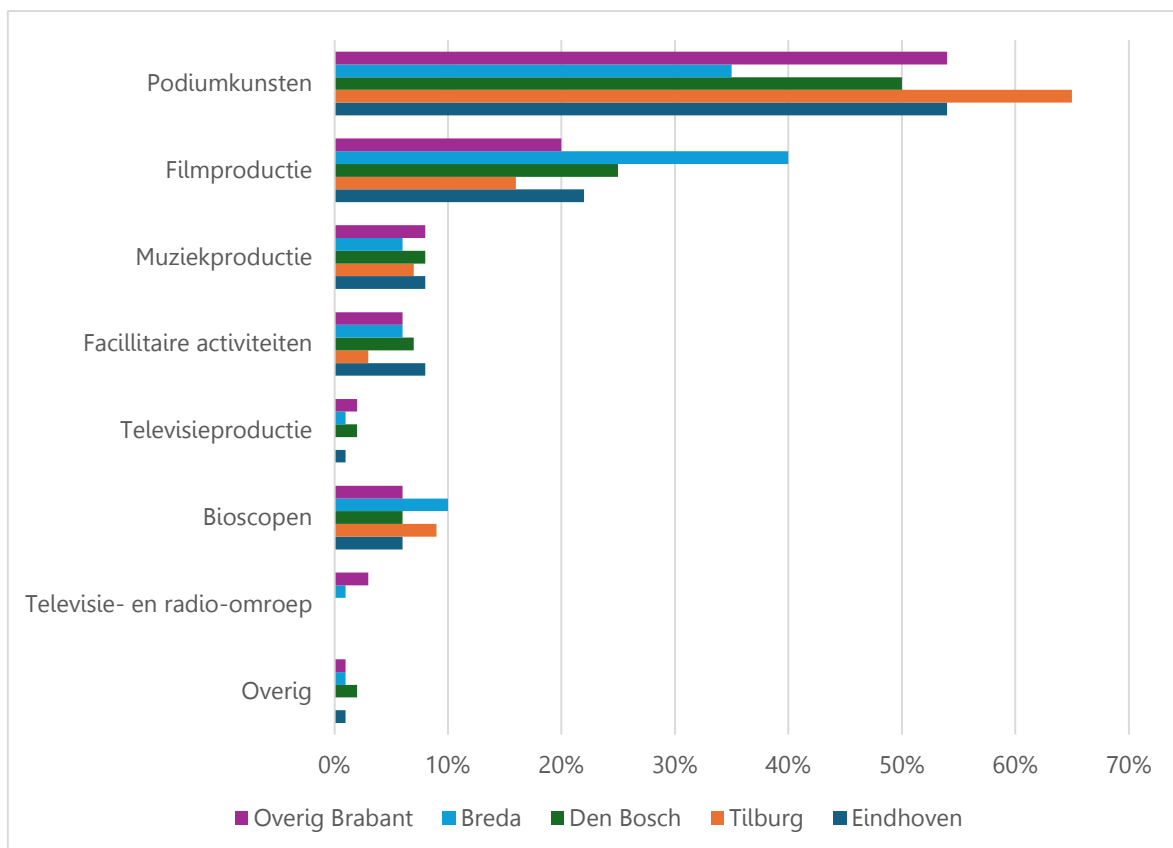
	Breda			Eindhoven			Den Bosch			Tilburg			Overig Noord-Brabant		
	2023			2023			2023			2023			2023		
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar
Deelsectoren		%	%		%	%		%	%		%	%		%	%
Kunsten en cultureel erfgoed	1.483	30 %	4,1 %	2.560	34 %	2,9 %	1.604	32 %	2,3 %	2.785	49 %	2,2 %	8,3	30 %	3,5 %
Media- en entertainment	1.270	26 %	2,8 %	1.145	15 %	1,4 %	1.206	24 %	2,0 %	1.109	19 %	2,6 %	8,5	31 %	2,0 %
Creatieve zakelijke diensten	2.153	44 %	4,0 %	3.777	50 %	2,9 %	2.272	45 %	4,4 %	1.845	32 %	4,3 %	10,6	39 %	4,2 %
Totaal creatieve industrie	4.906	100 %	3,7 %	7.482	100 %	2,7 %	5.082	100 %	3,1 %	5.739	100 %	2,9 %	27,4	100 %	3,3 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	4,2 %	10,0 %	-	4,1 %	4,7 %	-	4,4 %	6,7 %	-	4,4 %	6,8 %	-	3,1 %	6,3 %
Brede audiovisuele sector	981	20,0 %	6,4 %	1.045	14,0 %	4,3 %	703	13,9 %	6,3 %	1.450	25,3 %	5,6 %	4,2	15,3 %	6,3 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	0,8 %	-	-	0,6 %	-	-	0,6 %	-	-	1,1 %	-	-	0,5 %	-
Smalle audiovisuele sector *)	636	13,0 %	5,1 %	484	6,5 %	3,8 %	348	6,8 %	6,4 %	513	8,9 %	5,8 %	1,9	7,0 %	5,2 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	0,5 %	-	-	0,3 %	-	-	0,3 %	-	-	0,4 %	-	-	0,2 %	-
Totale economie	116.113	-	1,4 %	184.629	-	2,2 %	116.199	-	1,9 %	130.463	-	1,8 %	892,2	-	1,4 %

*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Overduidelijk komt naar voren dat podiumkunsten als discipline is oververtegenwoordigd, in het bijzonder in Tilburg, en met uitzondering van Breda. In die laatste stad overtreft het percentage banen in filmproductie de podiumkunsten. Filmproductie is de op een na meest presente bedrijfstak – met uitzondering van Breda waar filmproductie de grootste is - op respectabele afstand gevolgd door muziekproductie, facilitaire activiteiten en bioscopen. De bedrijfstak televisieproductie is overal klein of zelfs niet aanwezig. Televisie- en radio-omroep is niet van bijzonder grote betekenis. De met afstand meest belangrijkste werkgever in dit domein is Omroep Brabant die grotendeels buiten de vier grote steden gevestigd is.

Figuur 4.4 Aandeel bedrijfstakken (%) in totaal van banen in brede audiovisuele sector in Eindhoven, Tilburg, 's Hertogenbosch, Breda en overig Noord Brabant in 2023^{)}*



^{*)} De gegevens waarop deze figuren stoelen zijn te vinden in tabel 4.2.

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Interessant is voorts om de groeicijfers van de verschillende bedrijfstakken kort te beschouwen op basis van de gegevens in tabel 4.2. Wanneer we dat beperken tot de disciplines met een substantiële omvang en de podiumkunsten buiten beschouwing laten - omdat die al hiervoor ter sprake kwamen - is overal een positieve ontwikkeling van filmproductie te zien met jaarlijkse groeipercentages van tussen de 7,8 procent (Eindhoven) en 5,1 procent (Breda). Daarnaast zit muziekproductie in alle gevallen in de lift met toenames tussen de 7,1 procent (Eindhoven) tot 11,1 procent (Tilburg).

Tabel 4.2

Werkzame personen in de audiovisuele sector naar bedrijfstak in Noord-Brabant, Breda, Eindhoven, Den Bosch, Tilburg en Overig Noord-Brabant, 2023 en de groei in 2014-2023

	Breda			Eindhoven			Den Bosch			Tilburg			Overig Noord-Brabant					
	2023			2014-23			2023			2014-23			2023			2014-'23		
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar
Disciplines en bedrijfstakken		%	%		%	%		%	%		%	%		%	%		%	%
Podiumkunsten	345	35 %	9,4 %	561	54 %	4,8 %	355	50 %	6,2 %	937	65 %	5,5 %	2.263	54 %	7,4 %			
Filmproductie	394	40 %	5,1 %	233	22 %	7,8 %	176	25 %	9,5 %	234	16 %	7,2 %	831	20 %	6,9 %			
Facilitaire activiteiten	54	6 %	2,1 %	82	8 %	3,9 %	48	7 %	6,7 %	36	2,5 %	1,2 %	256	6 %	4,1 %			
Muziekproductie	60	6 %	7,2 %	85	8 %	7,1 %	54	8 %	11,0 %	97	7 %	11,1 %	348	8 %	7,7 %			
Televisie- en radio-omroep	8	0,8 %	-2,2 %	0	0,0 %	0,0 %	0	0,0 %	0,0 %	0	0,0 %	0,0 %	135	3,2 %	-0,6 %			
Bioscopen	101	10 %	9,2 %	63	6 %	-5,1 %	43	6 %	1,5 %	136	9 %	2,7 %	260	6 %	3,1 %			
Televisieproductie	10	1,0 %	-5,2 %	12	1,1 %	-2,8 %	14	2,0 %	-4,4 %	5	0,3 %	5,2 %	61	1,5 %	2,6 %			
Overig	9	0,9 %	4,1 %	9	0,9 %	24,6 %	13	1,8 %	0,0 %	5	0,3 %	17,5 %	36	0,9 %	9,9 %			
Totaal	981	100,0 %	6,4 %	1045	100,0 %	4,3 %	703	100,0 %	6,3 %	1450	100,0 %	5,6 %	4.190	100,0 %	6,3 %			
Brede audiovisuele sector	981	100 %	6,4 %	1045	100 %	4,3 %	703	100 %	6,3 %	1450	100 %	5,6 %	4.190	100 %	6,3 %			
Smalle audiovisuele sector^{*)}	636	65 %	5,1 %	484	46 %	3,8 %	348	50 %	6,4 %	513	35 %	5,8 %	1.927	46 %	5,2 %			

*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

4.2 Bedrijfsvestigingen in creatieve industrie en audiovisuele sector

Waar in de vorige paragraaf de nadruk lag op de banen in de creatieve industrie en de audiovisuele sector ligt die hier op de bedrijfsvestigingen. Het is bekend dat de gemiddelde bedrijfsomvang in de creatieve industrie, gerekend in het aantal banen, kleiner is dan gemiddeld in de totale economie.³⁹ De creatieve sector telt een groot aantal zzp'ers en kleine bedrijven.

Ook in Noord-Brabant is die kleine schaal terug te zien. De provincie telt in 2023 ruim driehonderdduizend bedrijven, waarvan er ruim tien procent, 30,5 duizend in getal, in de creatieve industrie te vinden zijn. Dat is bijna driemaal zo veel als het aandeel van 3,5 procent van banen in de Brabantse creatieve industrie.⁴⁰ Die kleinschaligheid geldt nog sterker voor de vier Brabantse steden. Het aandeel van creatieve bedrijven in het totaal van alle bedrijven in die steden ligt hoger dan het Brabantse gemiddelde. In Eindhoven (ruim 4,3 duizend bedrijven) en Tilburg (bijna 3,8 duizend) is het percentage creatieve bedrijven van alle bedrijven in die stad rond de vijftien procent. Meer dan een op de zeven bedrijven is daar een creatieve industrie bedrijf. In 's Hertogenbosch (ruim 2,8 duizend bedrijven) en Breda (ruim 3,2 duizend) is dat percentage ruim dertien procent. In de Brabantse regio buiten de vier grote steden is het aandeel van de creatieve industrie bedrijven - met ruim acht procent - substantieel lager.

De brede audiovisuele sector telt aanzienlijk meer banen dan de smalle. Daarin worden immers de podiumkunsten meegenomen, waarin het aantal eenpersoonsbedrijven extreem hoog is. Het verschil is groot in Tilburg, een stad met veel podiumkunstenaars. Daar telt de brede audiovisuele sector ruim elfhonderd bedrijven en de smalle variant minder dan een derde: 323. We concentreren ons nu vooral op de smalle audiovisuele sector. In termen van het aandeel van de bedrijven in die sector in het totaal van creatieve industrie bedrijven in elke stad en de regio ontloopt het belang elkaar niet bijzonder veel. Dat aandeel is in Breda het hoogst met tien procent, gevolgd door Den Bosch en Tilburg met negen en Eindhoven en overig Noord-Brabant met acht procent.

De gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal bedrijven in de smalle audiovisuele sector ligt in alle vier de steden en de regio daarbuiten, hoger dan de gemiddelde groei van het totale aantal bedrijven daar en ook dan de aanwas van bedrijven in de creatieve industrie. Dat geldt trouwens ook voor de regio buiten die steden. In 's Hertogenbosch was die groei het sterkst met 8,7 procent gemiddeld jaarlijks, gevolgd door Eindhoven en de Brabantse regio buiten de vier grote steden met 7,8, Tilburg met 7,2 en Breda met 7,1 procent. De audiovisuele sector is als sector niet bijzonder omvangrijk, maar ontpopt zich wel als groeisector binnen de totale economie, en ook binnen de toch al bovengemiddeld groeiende creatieve industrie

³⁹ Zie: Paul Rutten, Walter Manshanden & Frank Visser (2023), t.a.p. p. 34-41

⁴⁰ Zie tabel 3.3

Tabel 4.3. Bedrijfsvestigingen in de audiovisuele sector, creatieve industrie in Breda, Eindhoven, Den Bosch, Tilburg en Overig Noord-Brabant, 2023 en de groei in 2014-2023

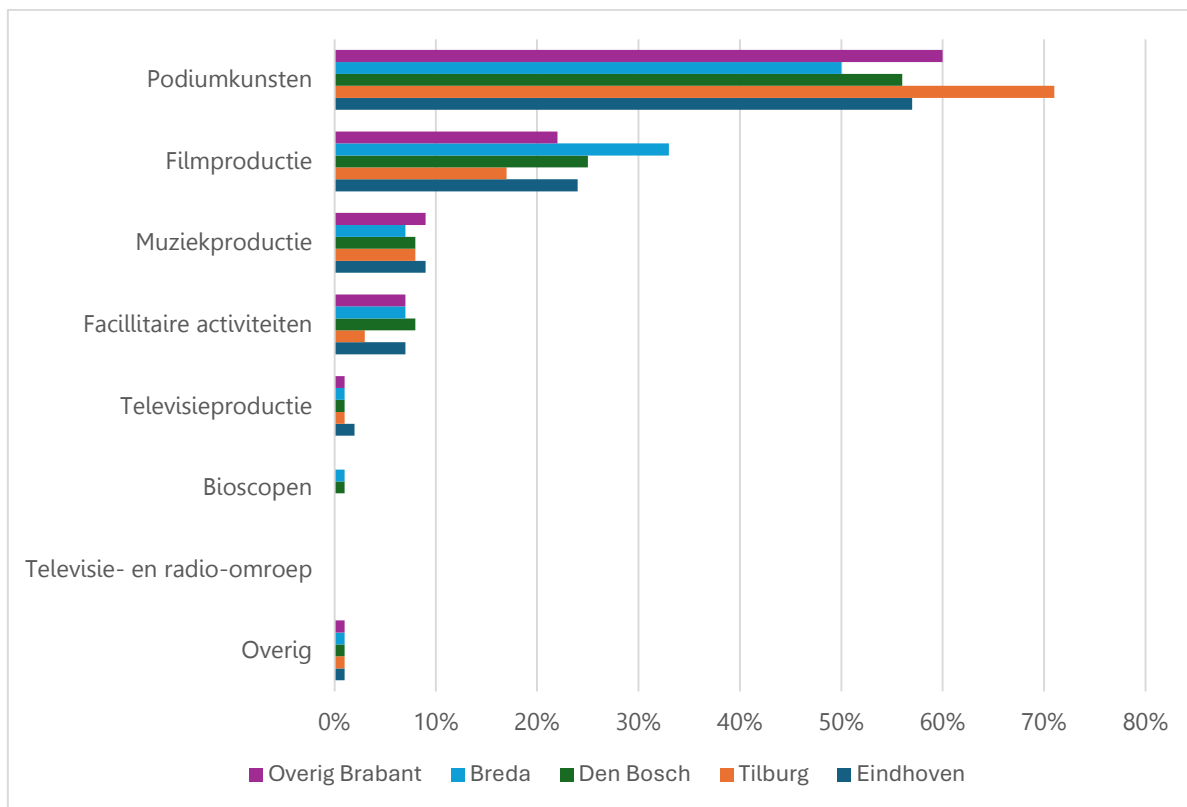
	Breda			Eindhoven			Den Bosch			Tilburg			Overig Noord-Brabant		
	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar
<i>Deelsectoren</i>	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Kunsten en cultureel erfgoed	1.118	35 %	5,2 %	1.486	34 %	4,9 %	1.008	36 %	4,2 %	1.748	47 %	4,1 %	5.637	34 %	5,5 %
Media- en entertainment	728	23 %	3,5 %	774	18 %	3,7 %	564	20 %	5,2 %	712	19 %	3,9 %	3.669	22 %	4,0 %
Creatieve zakelijke diensten	1.368	43 %	5,2 %	2.085	48 %	3,8 %	1.236	44 %	6,8 %	1.296	35 %	5,1 %	7.100	43 %	6,1 %
Totaal creatieve industrie	3.214	100 %	4,8 %	4.345	100 %	4,1 %	2.808	100 %	5,5 %	3.756	100 %	4,4 %	16.406	100 %	5,4 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	13,2 %	14,0 %	-	15,2 %	15,3 %	-	13,4 %	13,5 %	-	14,9 %	14,9 %	-	8,1 %	10,8 %
Brede audiovisuele sector	642	20 %	8,0 %	807	19 %	7,4 %	555	20 %	8,7 %	1.110	30 %	6,4 %	3.206	20 %	8,0 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	2,6 %	-	-	2,8 %	-	-	2,6 %	-	-	4,4 %	-	-	1,6 %	-
Smalle audiovisuele sector *)	319	10 %	7,1 %	344	8 %	7,8 %	246	9 %	8,7 %	323	9 %	7,2 %	1.284	8 %	7,8 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	1,3 %	-	-	1,2 %	-	-	1,2 %	-	-	1,3 %	-	-	0,6 %	-
Totale economie	24.307	-	4,5 %	28.597	-	4,1 %	21.021	-	5,4 %	25.208	-	4,4 %	203.255	-	3,7 %

*) Exclusief podiumkunsten)

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Op dezelfde manier als in figuur 4.4 voor banen laat figuur 4.5 voor bedrijven het aandeel van verschillende bedrijfstakken in de brede audiovisuele sector in elk van de Brabantse steden en in de regio daarbuiten zien. Daarbij gaat het in Noord-Brabant om in het totaal bijna 6,3 duizend bedrijven waarvan bijna 3,8 duizend in de podiumkunsten.⁴¹

Figuur 4.5 Aandeel bedrijfstakken (%) in totaal van bedrijfstakken in brede audiovisuele sector in Eindhoven, Tilburg, 's Hertogenbosch, Breda en overig Noord-Brabant in 2023^{)}*



^{*)} De gegevens waarop deze figuren stoelen zijn te vinden in tabel 4.4.

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Het beeld is grotendeels vergelijkbaar met dat in figuur 4.4 en verschilt op een aantal typische punten. Het aandeel van bedrijven in de podiumkunsten op het totaal van het aantal bedrijven is in alle steden en ook in de regio hoger, vanwege het grote aantal zzp'ers in die discipline. Daarmee weegt podiumkunsten zwaarder door in het aantal bedrijven dan bijvoorbeeld bioscopen en helemaal dan televisie- en radio-omroepen. Bioscoopbedrijven tellen bijvoorbeeld gemiddeld meer banen dan onder andere podiumkunstbedrijven of filmproducenten, waardoor hun aandeel in het totaal aantal banen hoger ligt dan hun aandeel in het totaal van alle bedrijven. Dat geldt in extreme mate voor televisie- en radio-omroepen dat in geen van de steden en ook niet daarbuiten boven de 0,5 procent van het totaal aantal bedrijven uitkomt.

Tabel 4.4 laat zien dat een aantal bedrijfstakken zich onderscheidt door een opmerkelijke groei in het aantal bedrijven in meerdere steden en ook in de regio. Dat geldt voor podiumkunsten, maar ook voor muziekproductie - van 8,1 tot 12,6 procent jaarlijks in respectievelijk Eindhoven en Breda - en filmproductie - van 6,6 procent in Tilburg tot 9,5 procent in Den Bosch. Opvallend is daarnaast de forse groei in facilitaire activiteiten in Den Bosch: 7,2 procent jaarlijks in 2014-2023.

⁴¹ Zie tabel 3.4

Tabel 4.4 *Bedrijfsvestingen in de brede audiovisuele sector naar bedrijfstak in Breda, Eindhoven, Den Bosch, Tilburg en overig Noord-Brabant in 2023, en de groei in 2014-2023*

	Breda			Eindhoven			Den Bosch			Tilburg			Overig Noord-Brabant		
	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23
	Aantal	Aandeel %	Groei per jaar %	Aantal	Aandeel %	Groei per jaar %	Aantal	Aandeel %	Groei per jaar %	Aantal	Aandeel %	Groei per jaar %	Aantal	Aandeel %	Groei per jaar %
Disciplines en bedrijfstakken															
Podiumkunsten	323	50 %	9,0 %	463	57 %	7,1 %	309	56 %	8,8 %	787	71 %	6,1 %	1.922	60 %	8,2 %
Filmproductie	210	33 %	7,7 %	192	24 %	9,1 %	136	25 %	9,5 %	184	17 %	6,6 %	697	22 %	8,7 %
Facilitaire activiteiten	44	7 %	2,9 %	55	7 %	4,9 %	46	8 %	7,2 %	36	3,2 %	2,2 %	213	7 %	4,6 %
Muziekproductie	46	7 %	12,6 %	76	9 %	8,1 %	45	8 %	11,6 %	90	8 %	12,0 %	296	9 %	9,6 %
Televisie- en radio-omroep	2	0,3 %	0,0 %	0	0,0 %	0,0 %	0	0,0 %	0,0 %	0	0,0 %	0,0 %	6	0,2 %	1,8 %
Bioscopen	3	0,5 %	11,6 %	2	0,2 %	0,0 %	2	0,4 %	7,2 %	3	0,3 %	4,1 %	12	0,4 %	1,8 %
Televisieproductie	9	1,4 %	2,5 %	12	1,5 %	2,9 %	12	2,2 %	0,0 %	5	0,5 %	5,2 %	31	1,0 %	0,3 %
Overig	5	0,8 %	2,3 %	7	0,9 %	21,5 %	5	0,9 %	0,0 %	5	0,5 %	17,5 %	29	0,9 %	19,2 %
Totaal	642	100 %	8,0 %	807	100 %	7,4 %	555	100 %	8,7 %	1.110	100 %	6,4 %	3.206	100 %	8,0 %
Brede audiovisuele sector	642	100 %	8,0 %	807	100 %	7,4 %	555	100 %	8,7 %	1.110	100 %	6,4 %	3.206	100 %	8,0 %
Smalle audiovisuele sector ^{*)}	319	50 %	7,1 %	344	43 %	7,8 %	246	44 %	8,7 %	323	29 %	7,2 %	1.284	40 %	7,8 %

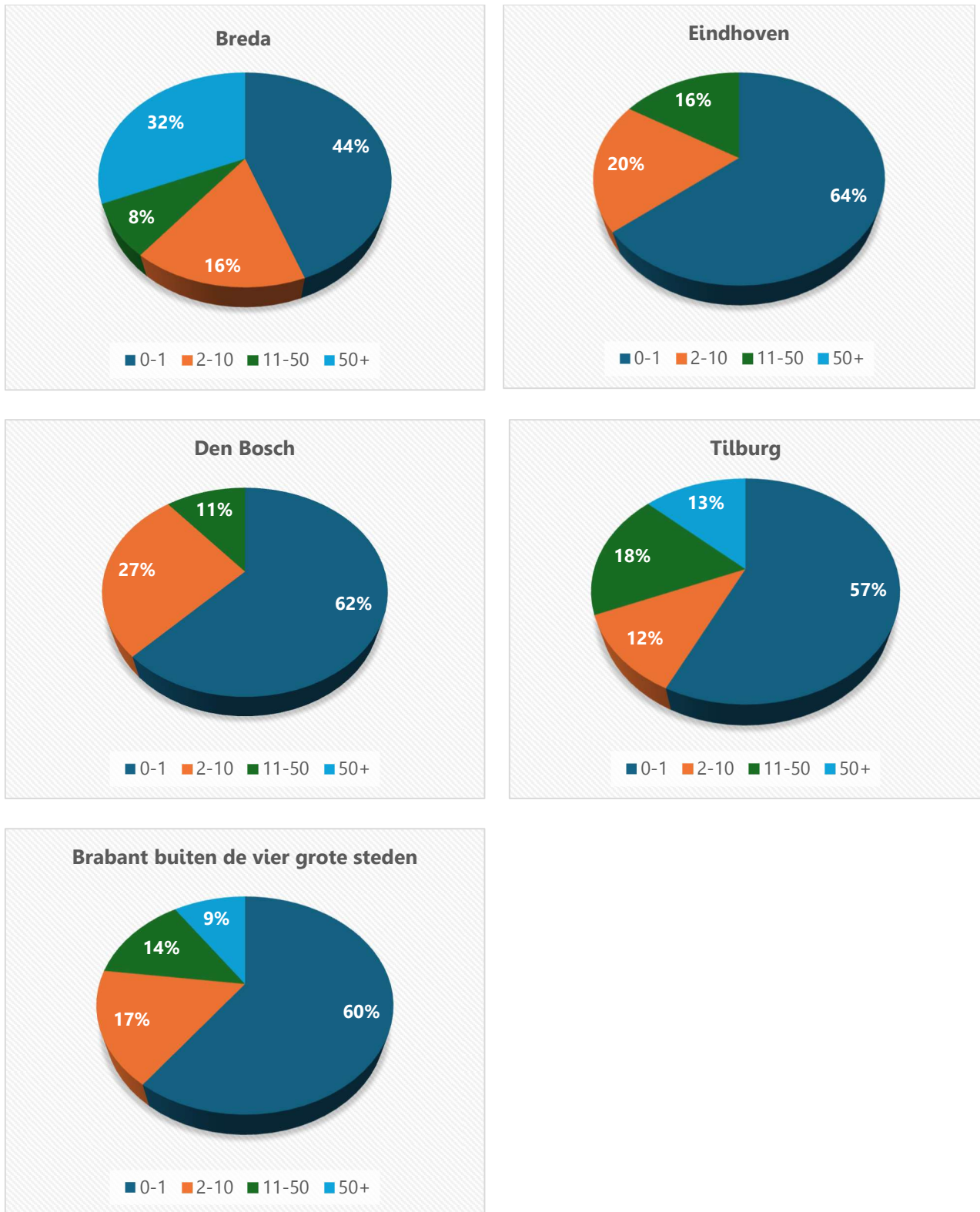
*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Om het beeld van de audiovisuele sector in de verschillende Brabantse steden verder aan te scherpen laat figuur 4.6 zien hoe belangrijk bedrijven van verschillende omvang zijn, binnen de smalle audiovisuele sector in elk van de steden en in de Brabantse regio daarbuiten. Ze laat zien welk percentage van alle banen per stad of regio de verschillende groottecategorieën van bedrijven voor hun rekening nemen. De podiumkunsten zijn buiten deze analyse gelaten omdat ze door hun omvang het geschetste beeld zouden bepalen en omdat het aandeel zzp'ers daarin dermate hoog is dat de zeggingskracht van de verschillende figuren minimaal zou zijn.

Wat hier onmiddellijk en bijna onvermijdelijk in alle steden en de regio in het oog springt is het grote belang van eenpersoonsbedrijven, ook als we de podiumkunsten buiten beschouwing laten, zoals in figuur 4.6 gebeurt. Breda wijkt enigszins af door een kleiner belang van de zzp'ers, 44 procent, mede door het grote belang van bedrijven met meer dan vijftig banen: om en nabij een derde (32 procent). De enige andere stad waarin de grootste categorie van vijftig of meer banen ook voor werkgelegenheid zorgt is Tilburg met dertien procent van alle banen. Ook de regio buiten de vier Brabantse steden kent banen bij die grotere bedrijven: negen procent. Die zijn waarschijnlijk toe te rekenen aan de regionale zendgemachtigde Omroep Brabant verantwoordelijk voor meer dan honderd banen. Kleinschalige mkb'ers met tussen de twee en tien werknemers zijn relatief sterk vertegenwoordigd in Den Bosch met een op de vier banen (27 procent) en in mindere mate in Eindhoven met een op de vijf banen (twintig procent). De grotere mkb'ers (elf tot en met vijftig banen) zijn het belangrijkste in Tilburg, met achttien procent van de banen in die stad en in Eindhoven met 16 procent.

Figuur 4.6 Procentueel aandeel per bedrijfsgrootteklasse (0-1, 2-10, 11-50, >50 banen) van aantal werkzame personen in de smalle audiovisuele sector*) in Breda, Eindhoven, Den Bosch, Tilburg en Overig Noord-Brabant 2023.



*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten

4.3 Samenvatting en conclusies

Banen

De creatieve industrie en de audiovisuele sector zijn in Noord-Brabant geconcentreerd in de vier grote steden: Breda, Eindhoven, Den Bosch en Tilburg. Van de, in totaal bijna 51 duizend banen in de creatieve industrie is 46 procent te vinden in die vier steden. Die concentratie geldt nog in sterkere mate voor de smalle audiovisuele sector – exclusief de podiumkunsten goed voor 3,9 duizend banen. Daarvan is 51 procent in de grootste vier steden te vinden. Van de banen in de smalle audiovisuele sector neemt Breda een fors groter deel voor haar rekening dan van de Brabantse banen in de creatieve industrie: zestien tegen tien procent, door de sterke positie van de stad in filmproductie. De verdeling van de 4,5 duizend banen in beoefening van podiumkunsten over de vier grote steden is bijna fiftyfifty: 49 procent in de grote steden en 51 procent in de regio. Het meest in het oog springt het grote aandeel van Tilburg, meer dan een op de vijf podiumkunstbanen in de provincie.

De voorspoedige ontwikkeling van banengroei in de creatieve industrie, de smalle audiovisuele sector en de podiumkunsten zien we ook terug in de vier Brabantse steden en de regio. In de periode 2014-2023 is de groei in alle drie de genoemde domeinen in de vier steden en de regio fors groter dan de totale banengroei in elk van de stedelijke economieën. Bovendien overtreft de groei in de smalle audiovisuele sector die in de creatieve industrie in alle steden en de regio. De audiovisuele sector is een groeisector in de economieën van de steden en de regio in Noord-Brabant.

In de brede audiovisuele sector – dus inclusief de podiumkunsten – blijkt beoefening van podiumkunsten de belangrijkste bedrijfstak in drie van de vier steden en de regio. Breda is daarop een uitzondering. Daar telt filmproductie de meeste banen. De derde discipline varieert per stad. In Breda is dat bioscopen, in Eindhoven facilitaire activiteiten en muziekproductie, en in Den Bosch, Tilburg en de regio muziekproductie. De meeste bedrijfstakken en disciplines in de brede audiovisuele sector groeien voortvarend. De meeste groei vindt plaats in muziekproductie met tussen de zeven en ruim elf procent. Ook filmproductie groeit sterk in de Brabantse steden en de regio, met tussen de vijf en tien procent jaarlijks. Beoefening van podiumkunsten groeit gemiddeld met tussen de bijna vijf en negen procent.

Bedrijven

In lijn met de bevindingen in de vorige hoofdstukken geldt ook voor de Brabantse steden en de regio dat het aandeel van creatieve industrie ondernemingen en bedrijven in de audiovisuele sector in de totale economie met ruim tien procent, dat van de banen met 3,5 procent, ver overtreft. Dat is het gevolg van de kleine schaal van de bedrijvigheid in die sector. Die kleinschaligheid geldt sterker voor de vier Brabantse steden dan voor de regio.

Het aantal bedrijven in podiumkunstbeoefening en filmproductie groeit in alle steden en de regio met tussen de zes en ruim negen procent per jaar in de periode 2014-2023. Het aantal bedrijven in muziekproductie is kleiner maar groeit harder dan de twee voornoemde bedrijfstakken, met tussen de acht en dertien procent jaarlijks. De verdeling van de banen in de smalle audiovisuele industrie over bedrijven van verschillende omvang laat zien dat ook in de Brabantse steden de zzp'ers dominant zijn. Alleen in Breda nemen ze minder dan vijftig procent van de banen in die sector voor hun rekening, in de andere steden en de regio is het meer dan de helft. Dat is het gevolg van het relatief grote belang van de grotere bedrijven – met meer dan vijftig banen – in Breda. Die ontbreken in Eindhoven en Den Bosch en zijn van minder belang in Tilburg en de regio buiten de grote steden.

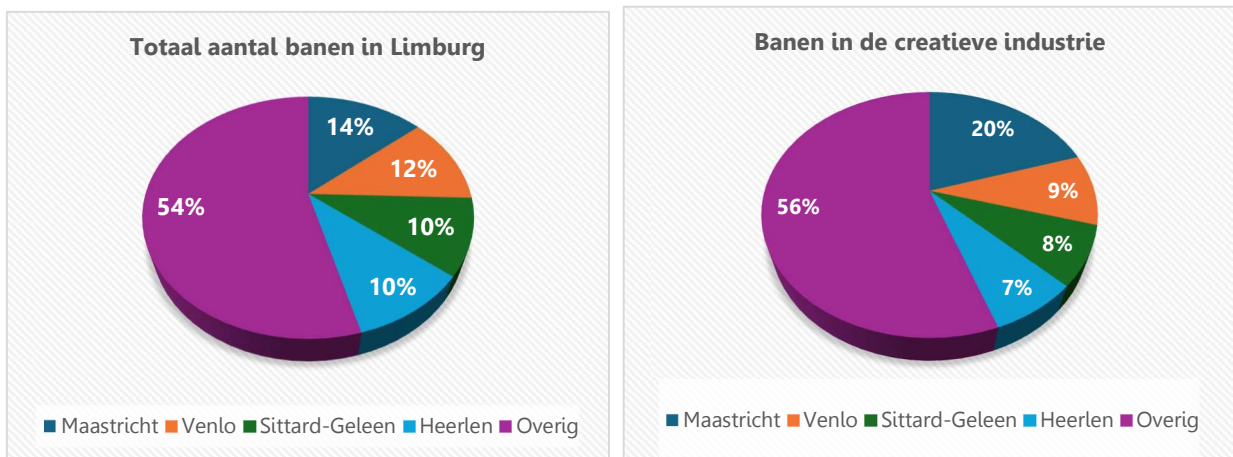
5. Limburg: Heerlen, Maastricht, Venlo en Sittard-Geleen

Dit hoofdstuk gaat over de creatieve industrie en de audiovisuele sector in Limburg. De meest zuidelijke provincie telt ruim 1,1 miljoen inwoners en is met bijna 597 duizend banen verantwoordelijk voor 26 procent van alle banen in Zuid-Nederland. De Limburgse creatieve industrie telt 16,3 duizend banen, wat gelijk staat aan 23 procent van het zuidelijk landsdeel. Net als in het vorige hoofdstuk worden de vier grootste steden nader beschouwd: Maastricht, Venlo, Sittard-Geleen en Heerlen. Ook de stand van zaken in de regio buiten de vier steden komt aan de orde.

5.1 Werkzame personen in creatieve industrie en audiovisuele sector

In Limburg zijn de vier grootste steden - Maastricht, Venlo, Sittard-Geleen en Heerlen – verantwoordelijk voor 46 procent van alle banen in de provincie. Dat is groter dan hun aandeel in de creatieve industrie van 44 procent. Dat is in eerste instantie opmerkelijk omdat de notie bestaat dat de creatieve industrie doorgaans sterker clusterd in urbane omgevingen dan in minder stedelijke gebieden. Echter vergelijking met Noord-Brabant leert dat de Limburgse situatie vooral het gevolg is van de sterke, algemene werkgelegenheidspositie van de Limburgse grote steden met 46 procent van alle banen in de vier grote steden, in vergelijking met de Brabantse met 39 procent van de Brabantse banen in de vier steden. De vier Limburgse steden zijn sterkere concentraties van banen binnen de provincie, dan de Brabantse. De clustering van de creatieve industrie in de Limburgse steden is daarbij niet sterker dan de rest van de economie. In Brabant is dat wel het geval.

Figuur 5.1 Verdeling van totaal aantal banen (links) en creatieve industrie banen (rechts) over de steden Maastricht, Venlo, Sittard-Geleen, Heerlen en overig-Limburg in 2023



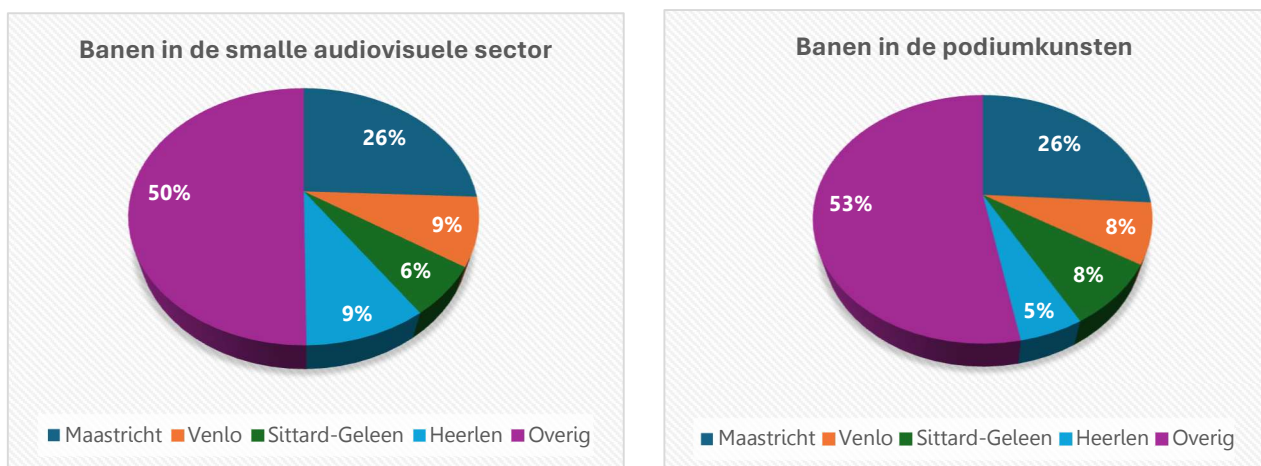
*) De gegevens waarop deze figuren stoelen zijn te vinden in tabel 5.1.
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Het aandeel van creatieve industrie banen in de stedelijke economie is niet voor alle vier Limburgse steden gelijk. Maastricht is de sterkste concentratie in de zuidelijke provincie. Met 16,3 duizend eist ze twintig procent van alle creatieve industrie banen voor zich op. Haar aandeel is daarmee fors hoger dan haar belang van veertien procent in de totale economie. Een op de vijf banen in de Limburgse creatieve industrie is in Maastricht te vinden. In de andere Limburgse steden blijft het aandeel in Limburgse creatieve industrie banen juist achter bij dat in het totaal van alle provinciale banen, met aandelen van negen (Venlo), acht (Sittard-Geleen) en zeven procent (Heerlen).

De bijna dertienhonderd banen in de smalle audiovisuele industrie - zonder de podiumkunsten – zijn meer geconcentreerd in de vier steden dan de creatieve industrie. De helft van de banen daarvan valt binnen de vier grote Limburgse steden. Dat is het gevolg van de sterke positie van Maastricht, ook in de smalle audiovisuele sector. Die is zelfs sterker dan de concentratie van de creatieve industrie in de provinciehoofdstad. Ruim een op de vier banen in de smalle audiovisuele sector vinden we terug in Maastricht. Heerlen en Venlo zijn allebei verantwoordelijk voor negen procent. Heerlen neemt twee procent meer van de banen in de smalle audiovisuele sector voor haar rekening dan in de creatieve industrie. Voor Venlo is het percentage gelijk aan dat in de creatieve industrie. In Sittard-Geleen blijft het belang van de smalle audiovisuele achter bij dat van de creatieve industrie.

Podiumkunsten is met bijna negentienhonderd banen in Limburg ruim groter dan de smalle audiovisuele sector, met bijna dertienhonderd banen. Het merendeel van de Limburgse banen in de podiumkunsten – 53 procent - bevindt zich buiten de vier grote steden, in de regio. Opvallend is daarnaast hier opnieuw de grote rol van Maastricht, met afstand de belangrijkste stad voor de podiumkunsten met 26 procent. De vestiging van een van 's Neerlands meest belangrijke acteeropleiding in de Limburgse hoofdstad is hier mogelijk debat aan.

Figuur 5.2 Verdeling van banen in smalle audiovisuele sector^{)} (links) en banen in de podiumkunsten (rechts) over de steden Maastricht, Venlo, Sittard-Geleen, Heerlen en overig-Limburg in 2023^{**)}*



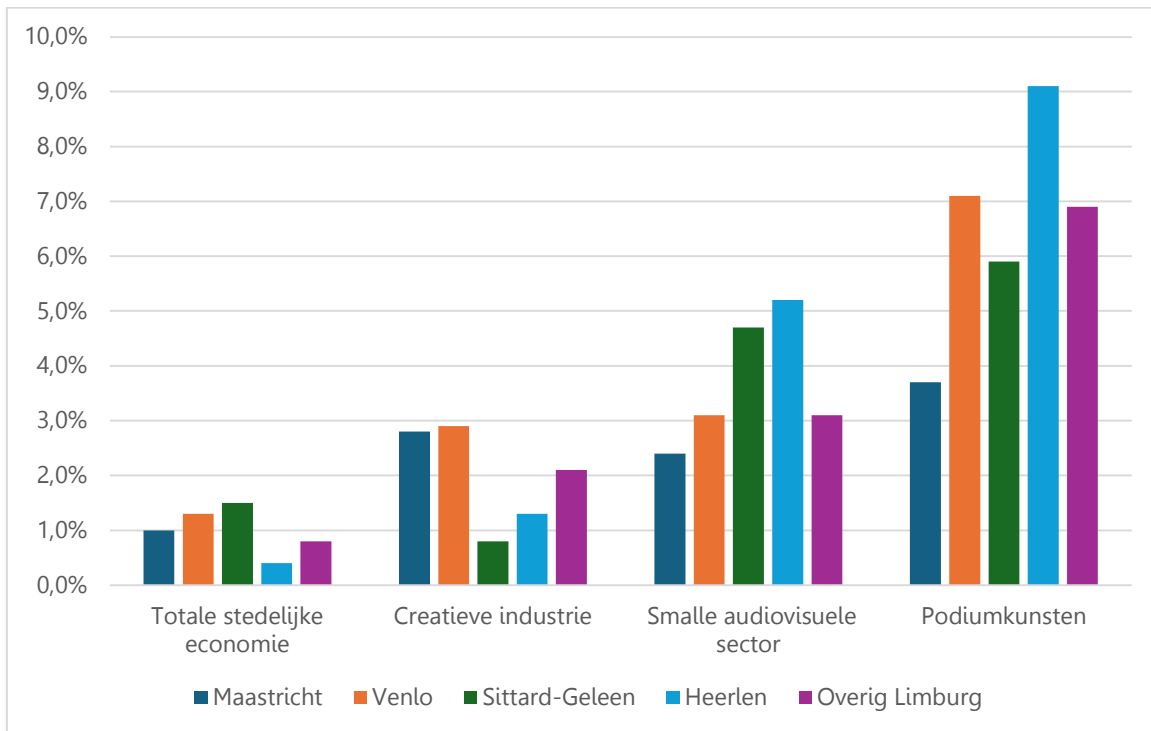
^{*)} Exclusief podiumkunsten

^{**)} De gegevens waarop deze figuren stoelen zijn te vinden in tabel 5.1 en 5.2

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

In hoofdstuk 3 kwam naar voren dat het aantal banen in de creatieve industrie, de smalle audiovisuele sector en de podiumkunsten in Zuid-Nederland, harder groeit dan in de gehele economie. In figuur 5.3 is te zien of dat ook voor Limburg geldt. Limburgse steden laten verschillende banengroeipercentages binnen de totale economie zien; in Heerlen is de groei bescheiden en in Sittard-Geleen het sterkst. Sittard-Geleen is de enige stad waarin de groei van de creatieve industrie achterblijft bij de overall banengroei. Vooral in Maastricht en Venlo groeit het percentage banen in de creatieve industrie fors harder dan in de gehele stedelijke economie. Voor Heerlen geldt dat in mindere mate. Ook buiten de vier grote steden is de groei in de creatieve industrie sterker dan in de totale economie.

Figuur 5.3 Groei van het aantal banen in de totale economie, creatieve industrie, smalle audiovisuele industrie^{)} en podiumkunsten in Maastricht, Venlo, Sittard-Geleen, Heerlen en overig-Limburg (2014-2023)*



^{*)} Exclusief podiumkunsten;

^{**)} De gegevens waarop deze figuren stoelen zijn te vinden in tabel 5.1 en 5.2.

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De jaarlijkse procentuele groei in het aantal banen in de smalle audiovisuele sector is in het afgelopen decennium in Heerlen en Sittard-Geleen bijzonder sterk. In Heerlen zelfs meer dan vijf procent jaarlijks, in Sittard-Geleen 4,7 procent. Ook de andere steden en de regio buiten de vier steden noteren een groei hoger dan die in de creatieve industrie. In Venlo en de regio groeit de smalle audiovisuele sector met meer dan drie procent jaarlijks, in Maastricht met bijna 2,5 procent. Vooral de sterke groei van de smalle audiovisuele sector in Sittard-Geleen is opmerkelijk, vooral in de context van de bescheiden groei van de creatieve industrie waar die sector onderdeel van is.

Harder nog dan de smalle audiovisuele industrie groeien de podiumkunsten in Limburg. Die discipline telt in Limburg in 2023 bijna 1,9 duizend banen. De sterkste procentuele groei is in Heerlen te zien - ruim negen procent jaarlijks - gevolgd door Venlo met ruim zeven procent en de regio buiten de grote steden met bijna zeven procent. Ook de groei in Sittard-Geleen is stevig met bijna zes procent, op enige afstand gevolgd door Maastricht met ruim 3,7 procent jaarlijks, de stad die de meeste podiumkunstenaren herbergt.

Tabel 5.1 Werkzame personen in de audiovisuele sector, creatieve industrie en de gehele economie Heerlen, Maastricht, Venlo en Sittard-Geleen en Overig Limburg, 2023 en de groei in 2014-2023

	Heerlen			Maastricht			Venlo			Sittard-Geleen			Overig Limburg		
	2023	2014-'23	2023	2023	2014-'23	2023	2014-'23	2023	2014-'23	2023	2014-'23	2023	2014-'23		
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar
Deelsectoren		%	%		%	%		%	%		%	%	X 1000	%	%
Kunsten en cultureel erfgoed	496	42 %	3,0 %	1597	49 %	2,1 %	611	40 %	3,7 %	457	36 %	2,8 %	3,2	36 %	2,9 %
Media- en entertainment	322	27 %	-1,5 %	772	24 %	4,4 %	383	25 %	1,5 %	251	20 %	-5,2 %	2,7	30 %	-0,1 %
Creatieve zakelijke diensten	356	30 %	2,0 %	893	27 %	2,9 %	518	34 %	3,1 %	564	44 %	3,5 %	3,1	35 %	3,5 %
Totaal creatieve industrie	1.174	100 %	1,3 %	3.262	100 %	2,8 %	1.512	100 %	2,9 %	1.272	100 %	0,8 %	9,0	100 %	2,1 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	2,1 %	6,7 %	-	4,2 %	10,9 %	-	2,3 %	4,7 %	-	2,2 %	1,3 %	-	2,9 %	7,1 %
Brede audiovisuele sector	216	18 %	6,8 %	817	25 %	3,2 %	256	17 %	5,2 %	232	18 %	5,5 %	1,6	18 %	5,2 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	0,4 %	-	-	1,0 %	-	-	0,4 %	-	-	0,4 %	-	-	0,5 %	-
Smalle audiovisuele sector *)	120	10 %	5,2 %	328	10 %	2,4 %	109	7 %	3,1 %	79	6 %	4,7 %	0,6	7 %	3,1 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	0,2 %	-	-	0,4 %	-	-	0,2 %	-	-	0,1 %	-	-	0,2 %	-
Totale economie	57.058	-	0,4 %	78.507	-	1,0 %	66.917	-	1,3 %	58.042	-	1,5 %	309,1	-	0,8

*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Aan de hand van tabel 5.1 verleggen we de aandacht van de groei naar de structuurkenmerken van de creatieve industrie en vooral de audiovisuele sector in de Limburgse steden en de regio. Maastricht kent bijna 3,3 duizend banen in de creatieve industrie, wat neerkomt op 4,2 procent van alle banen in de provinciehoofdstad. Dat komt overeen met het landelijk gemiddelde aandeel van de creatieve industrie⁴² en ligt ver boven dat van dat van de drie zuidelijke provincies gezamenlijk 3,3 procent en dat van heel Limburg is 2,9 procent.⁴³ De andere steden volgen op respectabele afstand, Venlo met ruim 1,5 duizend banen en een aandeel van 2,3 procent, Sittard-Geleen met bijna 1,3 duizend banen en 2,2 procent en Heerlen met bijna 1,2 duizend banen en 2,1 procent. Het aantal banen in de creatieve industrie in de regio buiten de grote steden is negenduizend, 2,9 procent van alle banen daar.

Het belang van de verschillende deelsectoren in de creatieve industrie in de Limburgse steden en de regio daarbuiten verschilt. Maastricht kent een uitzonderlijk hoog aandeel van kunsten en erfgoed, wat in mindere mate opgaat voor Heerlen en Venlo. Sittard-Geleen is de enige waar creatieve zakelijke dienstverlening de belangrijkste deelsector is. In de regio buiten de vier grote steden is de verdeling tussen de drie deelsectoren van de creatieve industrie het meest evenwichtig. Het aandeel van de media- en entertainmentindustrie is daar, met dertig procent, groter dan in elk van de andere steden.

Ook het belang van de audiovisuele sector in de steden en de regio daarbuiten verschilt. Kijken we naar de brede variant – inclusief podiumkunsten – dan steekt Maastricht er met kop en schouders bovenuit, met 25 procent van de brede audiovisuele sector van de creatieve industrie. Voor de smalle variant – zonder podiumkunsten – is het aandeel in de plaatselijke creatieve industrie in Maastricht en Heerlen allebei tien procent. Voor Venlo en de regio buiten de steden is dat zeven en in Sittard-Geleen zes procent.

Figuur 5.4 maakt duidelijk hoe belangrijk verschillende bedrijfstakken en disciplines in de audiovisuele sector in de steden en regio van Limburg zijn. Het totaal aantal banen binnen de brede audiovisuele sector – dus inclusief de podiumkunsten – is daarbij het vertrekpunt. In Maastricht gaat het om 817, in Venlo om 256, in Sittard-Geleen om 232 banen en in Heerlen om 216 banen. In de regio buiten de vier grote steden telt dit op naar negenduizend banen.

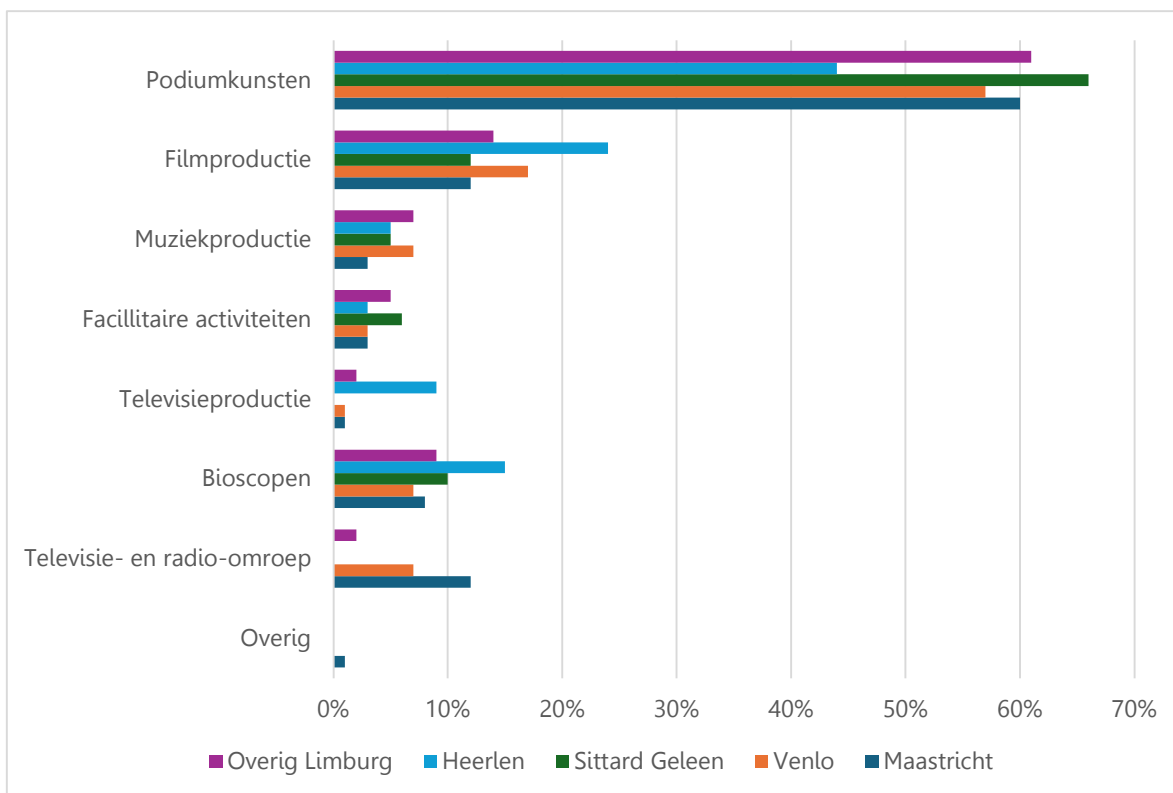
In drie van de vier steden is het aandeel van de podiumkunsten meer dan of tegen de zestig procent, net als in de regio buiten de vier steden. In Heerlen is dat aanzienlijk minder. Filmproductie piekt in Heerlen (24 procent) en in mindere mate in Venlo (17 procent). In beide steden is die bedrijfstak fors gegroeid.⁴⁴ In Heerlen met 12,3 procent en in Venlo met acht procent. Muziekproductie en facilitaire activiteiten zijn gezien hun aandelen in de steden niet onbelangrijk, in een aantal steden laten ze sterke groeicijfers zien. De jaarlijkse teruggang in facilitaire bedrijven in Maastricht is opmerkelijk: - 3,5 procent. Bioscopen zijn overal verantwoordelijk voor doorgaans meerdere tientallen banen. In het bijzonder in Heerlen is het aandeel van bioscopen aanzienlijk. Heerlen is ook de enige Limburgse stad waar sprake is van een significant aandeel van televisieproductie: negen procent (19 banen).

⁴² Zie tabel 2.1

⁴³ Zie tabel 3.1

⁴⁴ Zie tabel 5.2

*Figuur 5.4 Aandeel bedrijfstakken (%) in totaal van banen in brede audiovisuele sector in Maastricht, Venlo, Sittard-Geleen, Heerlen en overig Limburg in 2023 *)*



*) De gegevens waarop deze figuren stelen zijn te vinden in tabel 5.2

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Daarnaast is televisieproductie ook een factor in de regio, met een aandeel van 2,3 procent. De positie van Maastricht in de bedrijfstak televisie- en radio-omroep is terug te voeren op de presentie van regionale omroep L1 in de provinciehoofdstad. Opvallend is dat in alle steden waar banen in televisie- en radio-omroep voorkomen, de voorbije jaren sprake is van teruggang in banen in die bedrijfstak, wat zich vertaalt in een negatief groeicijfer over de jaren 2014-2023: Maastricht -0,2, Venlo -4,7 en de regio buiten de grote steden -6,7 procent. Sittard-Geleen en Heerlen hebben geen banen in die bedrijfstak.⁴⁵

⁴⁵ Zie tabel 5.2.

Tabel 5.2 Werkzame personen in de audiovisuele sector naar bedrijfstak Heerlen, Maastricht, Venlo en Sittard-Geleen en Overig Limburg, 2023 en de groei in 2014-2023

	Heerlen			Maastricht			Venlo			Sittard-Geleen			Overig Limburg					
	2023			2014-'23			2023			2014-'23			2023			2014-'23		
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar
Disciplines en bedrijfstakken		%	%		%	%		%	%		%	%		%	%		%	%
Podiumkunsten	96	44 %	9,1 %	489	60 %	3,7 %	147	57 %	7,1 %	153	66 %	5,9 %	996	61 %	6,9 %			
Filmproductie	51	24 %	12,3 %	98	12 %	5,8 %	43	17 %	8,0 %	28	12 %	4,0 %	229	14 %	3,3 %			
Facilitaire activiteiten	7	3,2 %	3,4 %	26	3,2 %	-3,5 %	8	3,1 %	0,0 %	14	6 %	21,5 %	87	5,3 %	5,3 %			
Muziekproductie	11	5,1 %	4,6 %	22	2,7 %	10,6 %	19	7 %	3,9 %	12	5,2 %	11,6 %	109	7 %	5,6 %			
Televisie- en radio-omroep	0	0,0 %	0,0 %	101	12 %	-0,2 %	18	7 %	-4,7 %	0	0,0 %	0,0 %	24	1,5 %	-6,7 %			
Bioscopen	32	15 %	1 %	68	8 %	3,5 %	18	7 %	11,6 %	24	10 %	1 %	151	9 %	3 %			
Televisieproductie	19	9 %	1,7 %	7	0,9 %	13,3 %	3	1,2 %	0,0 %	1	0,4 %	0,0 %	37	2,3 %	2,8 %			
Overig	0	0,0 %	0,0 %	6	0,7 %	4,1 %	0	0,0 %	0,0 %	0	0,0 %	0,0 %	4	0,2 %	2,9 %			
Totaal	216	100 %	6,8 %	817	100 %	3,2 %	256	100 %	5,2 %	232	100 %	5,5 %	1.637	100 %	5,2 %			
Brede audiovisuele sector	216	100 %	6,8 %	817	100 %	3,2 %	256	100 %	5,2 %	232	100 %	5,5 %	1.637	100 %	5,2 %			
Smalle audiovisuele sector ^{*)}	120	56 %	5,2 %	328	40 %	2,0 %	109	43 %	3,1 %	79	34 %	4,7 %	641	39 %	3,1 %			

*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

5.2 Bedrijfsvestigingen in creatieve industrie en audiovisuele sector

In 2023 telt Limburg in het totaal ruim 113 duizend bedrijven, waarvan er 10,2 duizend tot de creatieve industrie behoren: negen procent.⁴⁶ Dat is ruim driemaal zo veel als het aandeel van de creatieve industrie in het aantal banen in Limburg.⁴⁷ Dat geeft aan, wat ook hiervoor al bleek, dat de creatieve industrie een relatief kleinschalige sector is. Maastricht onderscheidt zich met meer dan achttienhonderd creatieve ondernemingen. In die stad is meer dan een op de zeven – bijna 15 procent - een onderneming in de creatieve industrie. In Venlo is het aandeel met ruim negenhonderd bedrijfsvestigingen, gelijk aan het provinciaal gemiddelde van negen procent. In Heerlen met bijna zevenhonderd creatieve bedrijven gaat het om 8,6 procent. In Sittard tenslotte zorgen de bijna achthonderd creatieve bedrijven voor een aandeel van 8,7 procent van alle bedrijven in de stad. In de regio buiten de vier grote steden zijn de bijna zesduizend creatieve ondernemingen goed voor een aandeel van 8,2 procent.

In alle vier de steden en ook in de regio daarbuiten groeit het aantal creatieve bedrijven sneller dan het totaal aantal bedrijven in de economie. In Venlo met 4,3 procent gemiddeld per jaar in de periode 2014-2023, in Heerlen met 3,9, in Sittard-Geleen met 3,8 en in Maastricht met 3,3. Voor de regio ligt het jaarlijks groeipercentage van creatieve ondernemingen op 3,9 procent. Daar staat een lagere groei van het totaal aan bedrijven in de vier steden en de regio tegenover. Het aandeel van de creatieve bedrijven in het totaal van de lokale ondernemingen in de vier grootste steden van Limburg en in de regio daarbuiten groeit. Limburg telt in 2023 bijna 730 bedrijven in de smalle audiovisuele industrie. Dat aantal is het resultaat van een gemiddelde provinciale groei in 2014-2023 van 5,5 procent per jaar.⁴⁸ De ondernemingen in dit deel van de creatieve sector zijn verdeeld over Maastricht met 132, Venlo met 76, Heerlen met 61 en Sittard-Geleen met 53 ondernemingen. De gemiddelde jaarlijkse aanwas van bedrijven in de smalle audiovisuele sector ligt in alle vier de steden en de regio zowel hoger dan de gemiddelde groei van het totale aantal bedrijven als de groei van de bedrijven in de creatieve industrie. De sterkste groei noteert Sittard-Geleen, met 8,7 procent jaarlijks, gevolgd door Heerlen met zes. Venlo met 5,9 en Maastricht met 5,5 procent. In de regio buiten de vier grootste steden groeit de smalle audiovisuele sector met 5,1 procent per jaar.

Net als in Noord-Brabant geldt voor Limburg dat de smalle audiovisuele sector niet bijzonder omvangrijk is, maar zich wel ontpopt als groeisector binnen de totale economie, maar ook binnen de toch al bovengemiddeld groeiende creatieve industrie.

⁴⁶ Zie tabel 3.3

⁴⁷ Zie tabel 3.1

⁴⁸ Zie tabel 3.3

Tabel 5.3. *Bedrijfsinvesteringen in de audiovisuele sector, creatieve industrie en de gehele economie in Heerlen, Maastricht, Venlo en Sittard-Geleen en Overig Limburg in 2023 en de groei in 2014-2023*

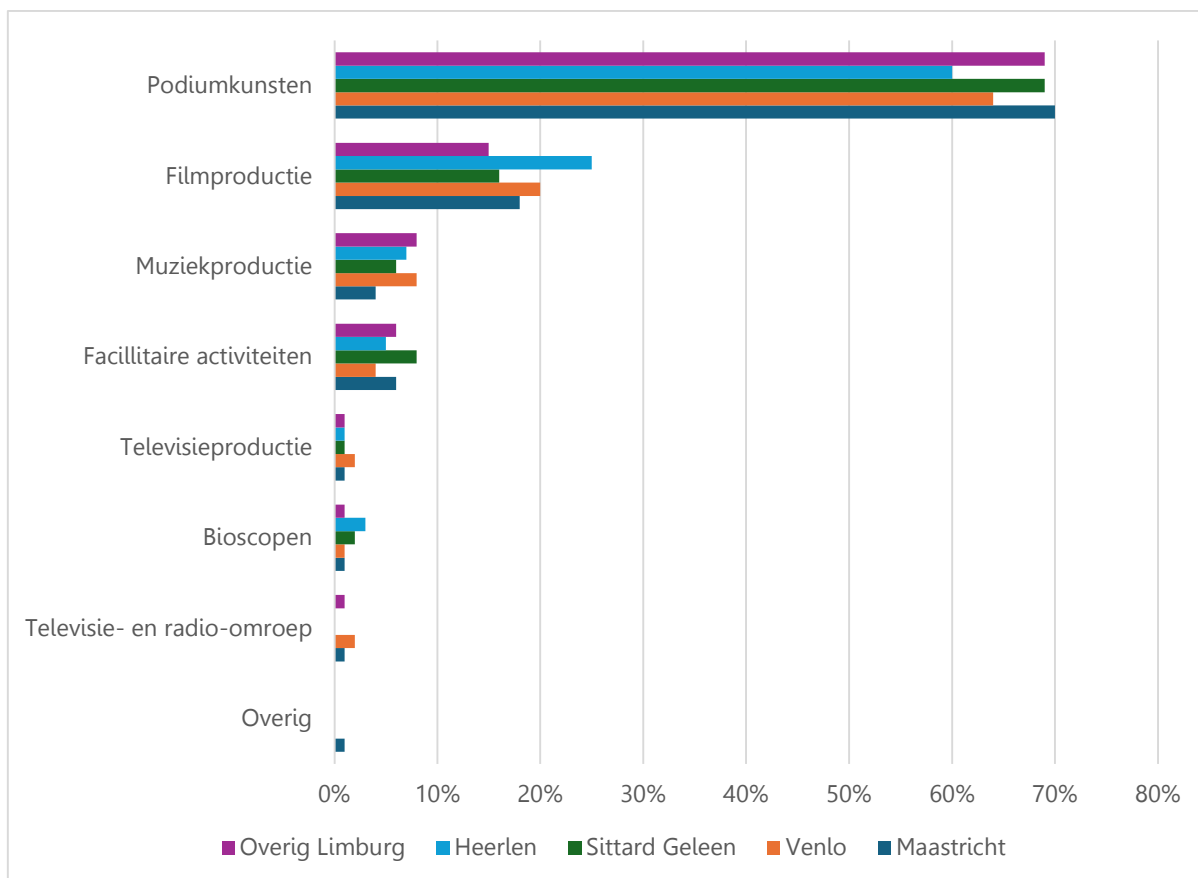
Deelsectoren	Heerlen			Maastricht			Venlo			Sittard-Geleen			Overig Limburg		
	2023			2023			2023			2023			2023		
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar %	Aantal	Aandeel	Groei per jaar %	Aantal	Aandeel	Groei per jaar %	Aantal	Aandeel	Groei per jaar %	Aantal	Aandeel	Groei per jaar %
Kunsten en cultureel erfgoed	267	40 %	5,0 %	892	49 %	3,2 %	407	43 %	5,4 %	313	39 %	4,3 %	2.485	42 %	4,1 %
Media- en entertainment	146	22 %	1,1 %	311	17 %	2,5 %	181	19 %	1,8 %	175	22 %	2,7 %	1.298	22 %	2,3 %
Creatieve zakelijke diensten	259	39 %	4,6 %	633	34 %	3,7 %	349	37 %	4,6 %	310	39 %	4,0 %	2.202	37 %	4,7 %
Totaal creatieve industrie	672	100 %	3,9 %	1.836	100 %	3,3 %	937	100 %	4,3 %	798	100 %	3,8 %	5.985	100 %	3,9 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	8,6 %	10,6 %	-	14,7 %	18,0 %	-	9,0 %	12,2 %	-	8,7 %	13,1 %	-	8,2 %	11,8 %
Brede audiovisuele sector	151	22 %	8,1 %	439	24 %	6,2 %	214	23 %	7,3 %	173	22 %	7,8 %	1.325	22 %	6,3 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	1,9 %	-	-	3,5 %	-	-	2,1 %	-	-	1,9 %	-	-	1,8 %	-
Smalle audiovisuele sector *)	61	9 %	6,0 %	132	7 %	5,5 %	76	8 %	5,9 %	53	7 %	8,7 %	407	7 %	5,1 %
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	0,8 %	-	-	1,1 %	-	-	0,7 %	-	-	0,6 %	-	-	0,6 %	-
Totale economie	7.784	-	3,0 %	12.525	-	2,6 %	10.359	-	3,0 %	9.133	-	2,4 %	73.305	-	2,5 %

*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Figuur 5.5 geeft een overzicht van de verschillende bedrijfstakken in de brede audiovisuele sector in de Limburgse steden en in de regio daarbuiten. Het gaat daarbij in het totaal ruim 2,3 duizend bedrijven waarvan bijna zestienhonderd in de podiumkunsten.⁴⁹

Figuur 5.5 Aandeel bedrijfstakken (%) in het totaal van bedrijven in brede audiovisuele sector in Maastricht, Venlo, Sittard-Geleen, Heerlen en overig Limburg in 2023^{)}*



^{*)} De gegevens waarop deze figuren stelen zijn te vinden in tabel 5.4

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Het beeld van de verdeling van bedrijven over de brede audiovisuele is vergelijkbaar met dat van de van banen, inmiddels een herkenbaar patroon. Het belangrijkste verschil is ook hier dat de disciplines waar veel eenpersoonsbedrijven of zeer kleine bedrijven gangbaar zijn een groter aandeel van het totaal aantal bedrijven in de steden pakken, dan in het totaal aantal banen.⁵⁰ Dat geldt andersom voor de bedrijven met een groter gemiddeld aantal werknemers. Datzelfde patroon zagen we ook in Noord-Brabant.⁵¹

Een aantal bedrijfstakken onderscheidt zich door een opmerkelijke groei in het aantal bedrijven in meerdere steden en ook in de regio. Dat geldt voor podiumkunsten, met jaarlijkse groeipercentages variërend - van 6,5 in Maastricht tot 9,9 procent in Heerlen - maar ook voor filmproductie - van 5,2 in de regio tot 9,7 procent in Heerlen. Opvallend is ook de sterke groei van muziekproductie, in het bijzonder in Sittard-Geleen met 9,6 procent jaarlijks, Maastricht met 9,3 en de regio buiten de steden met 8,4 procent. De ontwikkeling in deze discipline is duidelijk,

⁴⁹ Zie tabel 3.4

⁵⁰ Zie tabel 5.4

⁵¹ Zie figuur 4.5

maar het aantal bedrijven in zowel Sittard-Geleen en Maastricht is relatief bescheiden. Dat geldt niet voor de regio waar 103 bedrijven in muziekproductie worden genoteerd.

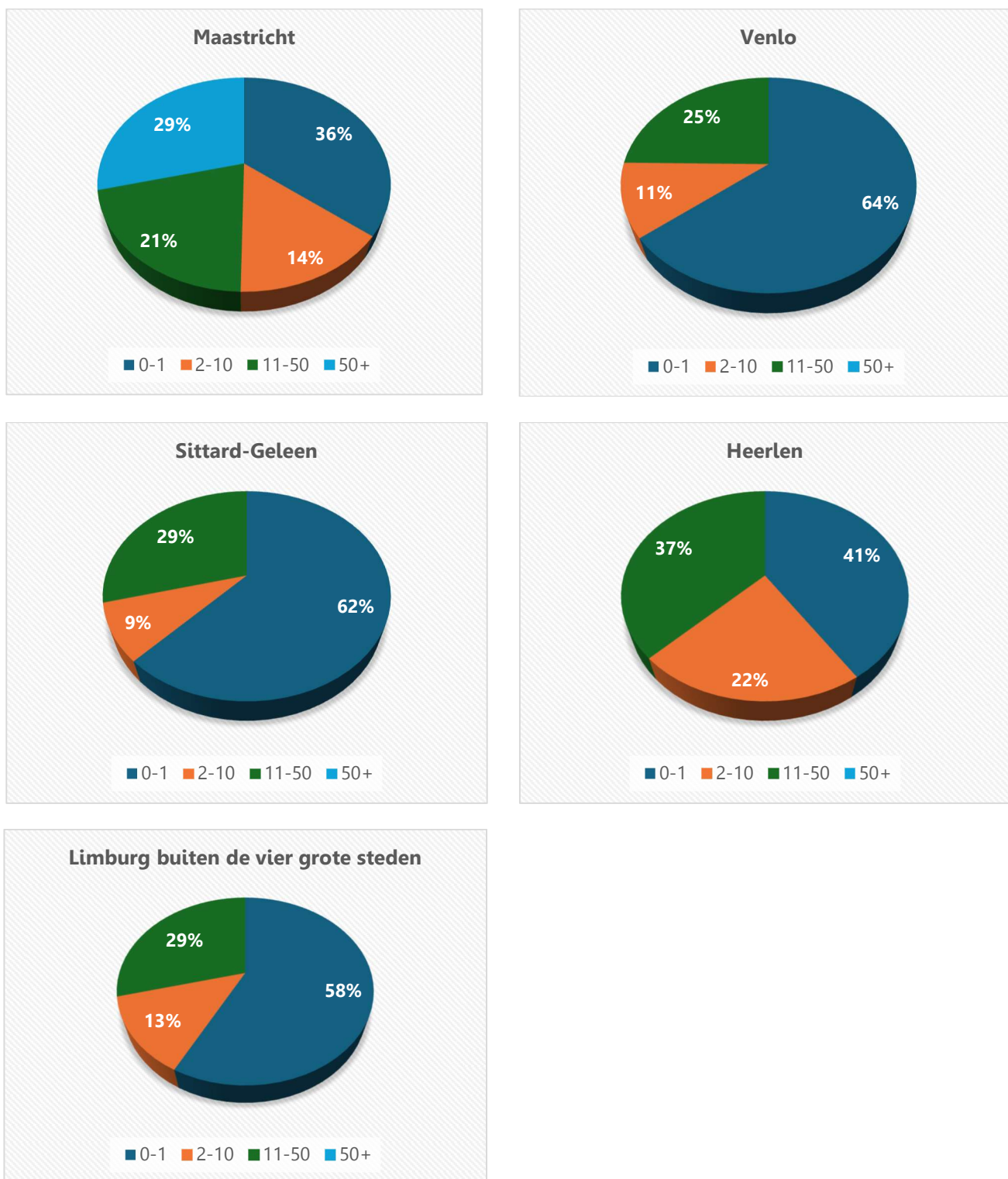
Tabel 5.4 Bedrijfsvestigingen in de audiovisuele sector naar bedrijfstak Heerlen, Maastricht, Venlo en Sittard-Geleen en Overig Limburg in 2023, en de groei 2014-2023

	Heerlen			Maastricht			Venlo			Sittard-Geleen			Overig Limburg		
	2023	2014-'23	Groei per jaar	2023	2014-'23	Groei per jaar	2023	2014-'23	Groei per jaar	2023	2014-'23	Groei per jaar	2023	2014-'23	Groei per jaar
Disciplines en bedrijfstakken	Aantal	Aandeel	%	Aantal	Aandeel	%	Aantal	Aandeel	%	Aantal	Aandeel	%	Aantal	Aandeel	%
Podiumkunsten	90	60 %	9,9 %	307	70 %	6,5 %	138	64 %	8,2 %	120	69 %	7,4 %	918	69 %	6,9 %
Filmproductie	38	25 %	9,7 %	79	18 %	8,2 %	43	20 %	9,1 %	27	16 %	7,6 %	193	15 %	5,2 %
Facilitaire activiteiten	7	4,6 %	3,4 %	26	6 %	0,0 %	8	3,7 %	0,0 %	13	8 %	20,6 %	75	6 %	3,9 %
Muziekproductie	10	7 %	3,6 %	17	3,9 %	9,3 %	17	8 %	5,4 %	10	6 %	9,6 %	103	8 %	8,4 %
Televisie- en radio-omroep	0	0,0 %	0,0 %	2	0,5 %	-4,0 %	3	1,4 %	0,0 %	0	0,0 %	0,0 %	13	1,0 %	0,0 %
Bioscopen	4	2,6 %	0,0 %	2	0,5 %	0,0 %	2	0,9 %	0,0 %	2	1,2 %	7,2 %	9	0,7 %	0,0 %
Televisieproductie	2	1,3 %	-4,0 %	4	0,9 %	7,2 %	3	1,4 %	11,6 %	1	0,6 %	0,0 %	10	0,8 %	0,0 %
Overig	0	0,0 %	0,0 %	2	0,5 %	7,2 %	0	0,0 %	0,0 %	0	0,0 %	0,0 %	4	0,3 %	2,9 %
Totaal	151	100 %	8,1 %	439	100 %	6,2 %	214	100 %	7,3 %	173	100 %	7,8 %	1.325	100 %	6,3 %
Brede audiovisuele sector	151	100 %	8,1 %	439	100 %	6,2 %	214	100 %	7,3 %	173	100 %	7,8 %	1.325	100 %	6,3 %
Smalle audiovisuele sector *)	61	40 %	6,0 %	132	30 %	5,5 %	76	36 %	5,9 %	53	31 %	8,7 %	407	31 %	5,1 %

*) Exclusief Podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Figuur 5.6 Procentueel aandeel per bedrijfsgrootteklasse (0-1, 2-10, 11-50, >50 banen) van aantal werkzame personen in de smalle audiovisuele sector*) in Maastricht, Venlo, Sittard-Geleen, Heerlen en Overig Limburg 2023



*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

In figuur 5.6 wordt de smalle audiovisuele sector in Limburg bekeken door de bril van het belang van ondernemingen van verschillende omvang. Allereerst valt op dat Maastricht de enige stad is waar een belangrijk deel van de banen in de smalle audiovisuele sector afkomstig is van een of meerdere organisaties die meer dan vijftig banen tellen. Daarvoor is zonder twijfel de Limburgse regionale omroep L1 medeverantwoordelijk. Dat heeft tot gevolg dat het aandeel van de organisaties en bedrijven met minder mensen in dienst, navenant kleiner is. De profielen van Venlo en Sittard-Geleen vertonen veel gelijkenis. In beide domineren de eenpersoonsbedrijven, wordt om en nabij de tien procent van de banen door kleine mkb-bedrijven van twee tot tien banen ingevuld en valt de rest - om en nabij een kwart - binnen de categorie elf tot en met vijftig banen. Heerlen verschilt, met een kleiner belang van zzp'ers en een grotere rol voor kleine mkb'ers (twee tot en met tien banen) en de wat grotere bedrijven met elf tot en met vijftig banen. In de regio hebben de zzp'ers zwaar de overhand en zijn verantwoordelijk voor zeven op de tien bedrijven in de smalle audiovisuele sector. Het resterende deel is gelijk verdeeld over de kleine en de iets grotere Mkb-bedrijven met respectievelijk twee tot en met tien en elf tot en met vijftig banen.

5.3 Samenvatting en conclusies

Banen

De verdeling van de 16,1 duizend Limburgse banen in de creatieve industrie over de vier grootste steden en de regio daarbuiten, verschilt maar mondjesmaat van die in Brabant. In Limburg is 44 procent van de creatieve industrie banen in de steden te vinden, in Noord-Brabant 46 procent. De stad die zich in Limburg duidelijk onderscheidt door een sterke concentratie van creatieve industrie banen is Maastricht. Daar is een op de vijf banen in de Limburgse creatieve industrie te vinden.

De smalle audiovisuele sector - zonder de podiumkunsten - goed voor 1,3 duizend banen - is met vijftig procent van de banen in die sector even present in de grote steden als in de regio daarbuiten. Van de steden onderscheidt Maastricht zich wederom. Meer dan een op de vier banen in de smalle audiovisuele sector is daar gevestigd. Ook in de beoefening van podiumkunsten - in Limburg goed voor 1,9 duizend banen - is Maastricht de belangrijkste stad, met 26 procent van de banen. Louter vanuit het perspectief van de banenverdeling in Limburg zijn de podiumkunsten in de vier grote steden met 47 procent van de banen in die discipline, niet oververtegenwoordigd.

De groei in de provinciale werkgelegenheid in de creatieve industrie en de smalle audiovisuele sector steekt positief af tegen de groei in de totale economie. In drie van de vier steden en de Limburgse regio daarbuiten, groeit het aantal banen in de creatieve industrie harder dan in de gehele economie. Sittard-Geleen vormt hierop de uitzondering. Echter het aantal banen in de smalle audiovisuele sector in Sittard-Geleen groeit juist harder dan in de totale economie. Die sector groeit het hardst in Heerlen, daarna volgen Sittard-Geleen en Venlo en de regio ex aequo. Maastricht sluit de rij. In vrijwel alle gevallen overtreft de groei in de smalle audiovisuele sector die van de creatieve industrie. Dat geldt niet voor Maastricht, waar de creatieve industrie harder groeit.

In de Limburgse steden en de regio daarbuiten is podiumkunsten de discipline binnen de brede audiovisuele sector met de meeste banen. Heerlen onderscheidt zich van de andere steden en de regio door een relatief groot aandeel in filmproductie. Dat laatste geldt in mindere mate voor Venlo. Beoefening van podiumkunsten en filmproductie zijn in alle steden en de regio - in die volgorde - de belangrijkste bedrijfstakken. De groei van de verschillende bedrijfstakken binnen de brede audiovisuele sector is verschillend. In de onderzochte 2014-2023 groeit podiumkunsten met tussen de bijna zes en ruim negen procent in drie van de vier steden en de regio. Alleen in

Maastricht is de jaarlijkse groei in die discipline met 3,7 procent substantieel minder. Het aantal banen in productie van films groeit jaarlijks ruim bovengemiddeld in vooral Heerlen (ruim twaalf procent per jaar), Venlo (acht procent) en Maastricht (bijna zes procent). In Sittard-Geleen is de banengroei vier procent en in de regio ruim drie. Muziekproductie groeit met meer dan tien procent jaarlijks sterk in Sittard-Geleen en Maastricht.

Bedrijven

Net als in Noord-Brabant is het aandeel van creatieve industrie bedrijven in de economie van de Limburgse steden en de regio groter dan het aandeel van banen in de economie. Dat komt door de kleine schaal van de bedrijvigheid in die sector. Het aandeel van de Limburgse creatieve industrie bedrijven in de totale economie is met negen procent driemaal zo groot als het aandeel van creatieve banen in de economie. Maastricht kent zelfs een aandeel van vijftien procent; meer dan een op de zeven bedrijven is daar een creatieve industrie bedrijf. In de andere steden en de regio is het aandeel van de creatieve industrie ondernemingen tussen de acht en negen procent.

De groei van het aantal creatieve industrie bedrijven in elk van de Limburgse steden en de regio overtreft de gemiddelde jaarlijkse groei van het bedrijven in de totale economie. De groei van het aantal bedrijven in de smalle audiovisuele sector overtreft op haar beurt die in de creatieve industrie. De aanwas van bedrijven in de smalle audiovisuele sector varieert van ruim vijf procent in de regio tot zes procent in Heerlen en bijna negen in Sittard-Geleen.

Net als bij de banen is de groei in bedrijven in beoefening van podiumkunsten en ook filmproductie fors. In de laatste categorie zijn de uitschieters Heerlen – met bijna tien procent – en Venlo – met ruim negen. In 2014-2023 is de bedrijfstak facilitaire activiteiten in Sittard-Geleen van de grond gekomen. Op basis van een jaarlijkse gemiddelde groei van meer dan twintig procent zijn daarin in 2023 dertien bedrijven actief. Niet verrassend is dat ook in Limburgs grootste steden de zzp'ers domineren. In Sittard-Geleen, Venlo en de regio buiten de steden ligt hun aandeel om en nabij de twee derde. Het restant van de banen in die steden valt binnen de ondernemingen met twee tot tien en elf tot vijftig banen. Heerlen wijkt af van dit patroon door een substantieel groter aandeel van bedrijven met elf tot vijftig banen. Maastricht heeft als enige banen in de categorie bedrijven met meer dan vijftig banen, mede het gevolg van de aanwezigheid van de regionale omroep L1 in die stad.

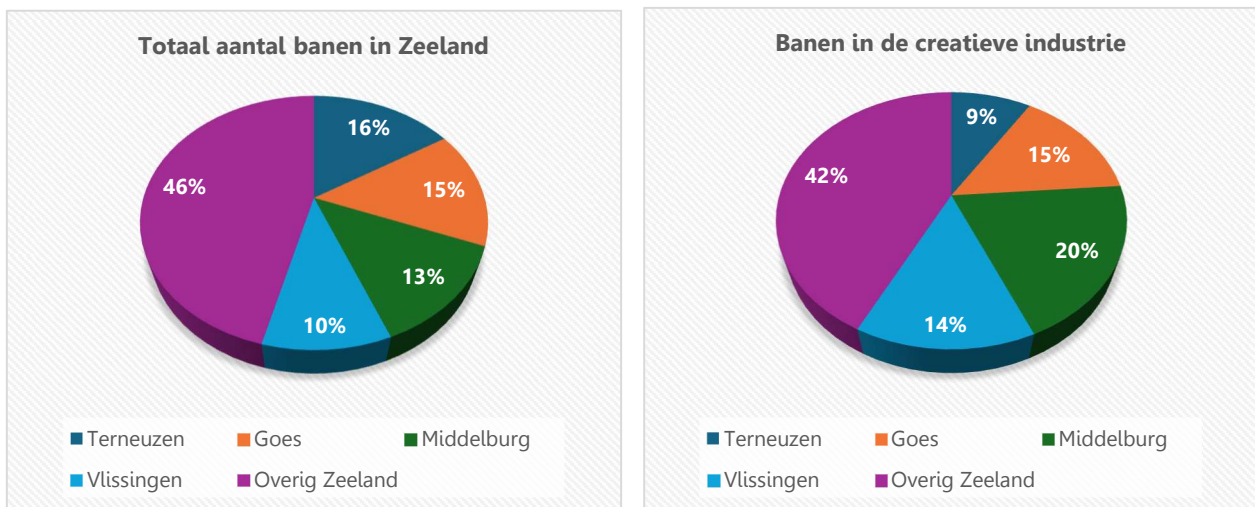
6. Zeeland: Terneuzen, Goes, Middelburg en Vlissingen

In dit hoofdstuk komt de derde provincie van Zuid-Nederland aan bod: Zeeland. De provincie kent bijna 383,5 duizend inwoners en is met bijna 196 duizend banen verantwoordelijk voor een kleine negen procent van alle banen in Zuid-Nederland. Zeeland heeft 4,9 duizend banen in de creatieve industrie, bijna zeven procent van de banen in die sector in de drie zuidelijke provincies. De vier grootste steden die we voor Zeeland nader onder de loep nemen zijn Terneuzen, Middelburg, Vlissingen en Goes. Ook de stand van zaken in de regio buiten de vier steden komt aan de orde.

6.1 Werkzame personen in creatieve industrie en audiovisuele sector

Van de Zeeuwse banen in de creatieve industrie bevindt 58 procent zich in Terneuzen, Middelburg, Vlissingen en Goes samen. Dat is meer dan de 54 procent van alle Zeeuwse banen. Er is sprake van een zekere concentratie van de creatieve industrie in de gezamenlijke grote steden. Terneuzen heeft met zestien procent het hoogste percentage van de totale Zeeuwse banen, maar heeft slechts negen procent van de banen in de Zeeuwse creatieve industrie. Voor Middelburg geldt het omgekeerde. De stad telt een vijfde van alle creatieve industrie banen tegenover dertien procent van alle banen in Zeeland. Ook Vlissingen kent met veertien procent een hoger percentage creatieve industrie banen dan dat van alle banen: tien procent. Voor Goes zijn beide gelijk.

Figuur 6.1 Verdeling van totaal aantal banen (links) en creatieve industrie banen (rechts) over de steden Middelburg, Vlissingen, Terneuzen, Goes en Overig Zeeland in 2023^{*)}



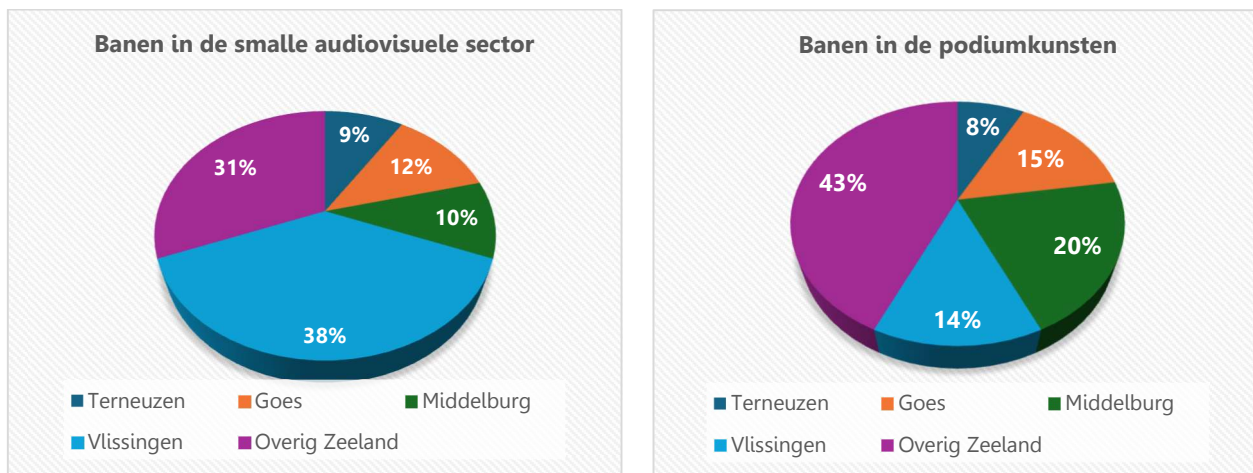
*) De gegevens waarop deze figuren stoelen zijn te vinden in tabel 6.1
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

De smalle audiovisuele sector - zonder de podiumkunsten – is in Zeeland goed voor 445 banen⁵² en is sterker geconcentreerd in de vier Zeeuwse steden dan de creatieve industrie: 69 procent bevindt zich in de vier grote steden, van de creatieve industrie. Dat komt vooral door het grote aandeel van Vlissingen in de smalle audiovisuele sector dat gebaseerd is op het grote aantal banen in televisie en radio. De aanwezigheid van Omroep Zeeland in die stad zorgt daarvoor. De organisatie telt een kleine honderd banen. Het aandeel van de andere drie steden in de smalle audiovisuele sector is gelijk aan dat van de creatieve industrie – in het geval van Terneuzen -, of lager – voor Goes, Middelburg en de regio buiten de vier grote steden. De verdeling van de 324

⁵² Zie tabel 3.2

banen in de podiumkunsten⁵³ over de vier grootste steden en de regio lijkt dan weer sterk op de verdeling van de creatieve industrie banen, met Middelburg als belangrijkste stad

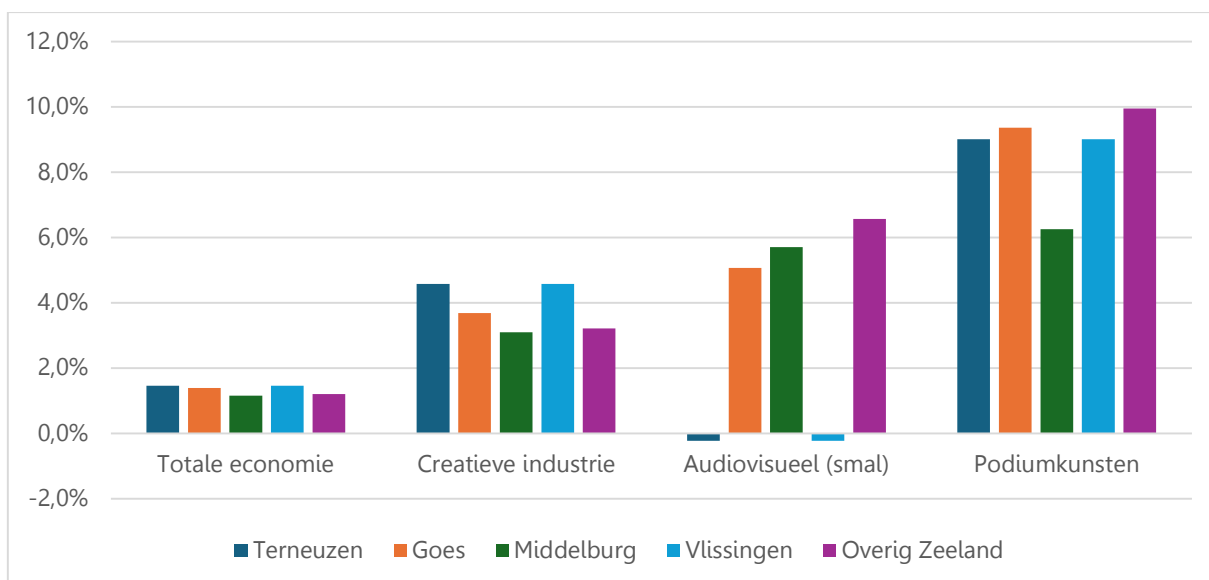
Figuur 6.2 Verdeling van banen in kleine audiovisuele sector^{)} (links) en banen in de podiumkunsten (rechts) over de steden Middelburg, Vlissingen, Terneuzen, Goes en Overig Zeeland in 2023^{*)}*



^{*)} Exclusief podiumkunsten
^{**)} De gegevens waarop deze figuren stelen zijn te vinden in tabel 6.1 en 6.2
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Figuur 6.3 laat zien hoe de banengroei in de totale economie, de creatieve industrie, de kleine audiovisuele sector en de podiumkunsten in de steden en de regio, zich tot elkaar verhouden.

Figuur 6.3 Groei van het aantal banen in de totale economie, creatieve industrie, kleine audiovisuele industrie^{)}, brede audiovisuele industrie en podiumkunsten in Middelburg, Vlissingen, Terneuzen, Goes en Overig Zeeland. (2014-2023) ^{**)}*



^{*)} Exclusief podiumkunsten
^{*)} De gegevens waarop deze figuren stelen zijn te vinden in tabel 6.1 en 6.2
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

⁵³ Zie tabel 3.2.

De banengroei in de totale economie is het sterkst in Terneuzen en Vlissingen gevolgd door Goes en Middelburg en rest van de provincie.⁵⁴ Het aantal banen in de gehele Zeeuwse creatieve industrie - in 2023 4,9 duizend – groeide in het decennium eindigend in 2023 met 6,2 procent gemiddeld per jaar, aanzienlijk harder dan die in de totale economie.⁵⁵ Dat geldt ook voor alle steden en de regio daarbuiten zoals in figuur 6.3 naar voren komt. In de ontwikkeling van de Zeeuwse smalle audiovisuele industrie – 445 banen in 2023⁵⁶ - vallen Terneuzen en Vlissingen op door een weliswaar bescheiden gemiddelde jaarlijkse krimp van het aantal banen. Het meest opmerkelijk is de teruggang van banen in Vlissingen, omdat die stad het grootste aandeel banen in de smalle audiovisuele sector kent. Die teruggang hangt samen met het grote aandeel van Omroep Zeeland in Vlissingen en de vermoedelijke stagnatie in de regionale publieke omroep. Dat kan ook een verklaring zijn voor de teruglopende banen in televisieproductie en facilitaire activiteiten in de stad, doorgaans leveranciers van die omroep.⁵⁷ Tegenover die afname staat onvoldoende groei in andere segmenten van de smalle audiovisuele sector om de gesignaleerde krimp te voorkomen. In Goes en Middelburg is de groei van de smalle audiovisuele sector daarentegen fors met tussen de vijf en zes procent, flink groter dan zowel de gemiddelde totale banengroei als de groei van de creatieve industrie in beide steden. Echter de sterkste groei noteert de regio buiten de vier steden: 6,6 procent.

De ontwikkeling van de podiumkunsten, die in 2023 verantwoordelijk zijn voor 324 banen in Zeeland is in alle vier de steden en de regio uiterst positief: voor Goes, 9,4 procent, voor Vlissingen en Terneuzen negen procent en voor Vlissingen 6,2 procent. Ook hier onderscheidt de regio zich door de sterkste groei: 9,9 procent gemiddeld per jaar.⁵⁸

Tabel 6.1 geeft het volledige cijfermatige overzicht van banen in de steden en de regio daarbuiten van creatieve industrie en haar deelsectoren, de brede en de smalle audiovisuele sector. Daaruit kan een deel van de contouren van de sectoren in elk van de Zeeuwse steden en in de regio daarbuiten, worden afgeleid. Het aandeel van de creatieve industrie in de economie van de vier steden verschilt. Het is het hoogst in Middelburg met 3,8 procent, gevolgd door Vlissingen met 3,5, Goes met 2,6 en Terneuzen met 1,3 procent. In de regio buiten de steden is dat 2,3 procent. Dat resulteert in 2,5 procent voor de hele provincie. In Noord-Brabant ligt het een procent hoger en in Limburg 0,4 procent.⁵⁹

De profielen van de creatieve industrie in de Zeeuwse steden verschilt nogal. In Middelburg is kunsten en erfgoed dominant, in Vlissingen is dat media en entertainment, in Terneuzen is de creatieve dienstverlening de belangrijkste deelsector, wat in mindere mate ook voor Goes geldt. In de rest van Zeeland zijn kunsten en erfgoed en creatieve zakelijke dienstverlening grosso modo even belangrijk.

⁵⁴ Zie tabel 6.1.

⁵⁵ Zie tabel 3.1.

⁵⁶ Zie tabel 3.2

⁵⁷ Zie tabel 6.2

⁵⁸ Zie tabel 6.2

⁵⁹ Zie tabel 3.1.

Tabel 6.1

Werkzame personen in de creatieve industrie, brede en smalle audiovisuele sector^{*)} in Middelburg, Vlissingen, Terneuzen, Goes en Overig Zeeland in 2023 en de groei in 2014-2023

	Middelburg			Vlissingen			Terneuzen			Goes			Overig Zeeland		
	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar
Kunsten en cultureel erfgoed	564	58%	2,1%	167	25%	5,2%	130	31%	5,2%	208	27%	4,1%	807	39%	5,5%
Media- en entertainment	136	14%	2,3%	349	52%	2,9%	104	25%	2,9%	250	33%	2,8%	510	24%	-1,1%
Creatieve zakelijke diensten	266	28%	4,6%	161	24%	8,7%	185	44%	8,7%	303	40%	4,0%	773	37%	4,9%
Creatieve industrie	966	100%	3,1%	677	100%	4,6%	419	100%	4,6%	761	100%	3,7%	2090	100%	3,2%
<i>Aandeel van totale economie</i>															
Audiovisueel (breed)	112	12%	5,9%	216	32%	1,1%	65	16%	1,1%	98	13%	6,4%	278	13%	4,3%
<i>Aandeel van totale economie</i>		<i>0,45%</i>			<i>1,10%</i>			<i>0,21%</i>			<i>0,34%</i>			<i>0,31%</i>	
Audiovisueel (smal) *)	45	5%	5,7%	171	25%	-0,2%	39	9%	-0,2%	54	7%	5,1%	136	7%	2,3%
<i>Aandeel van totale economie</i>		<i>0,18%</i>			<i>0,87%</i>			<i>0,12%</i>			<i>0,19%</i>			<i>0,15%</i>	
Totale economie	25153		1,2%	19561			31271			29173			90870		8,1%

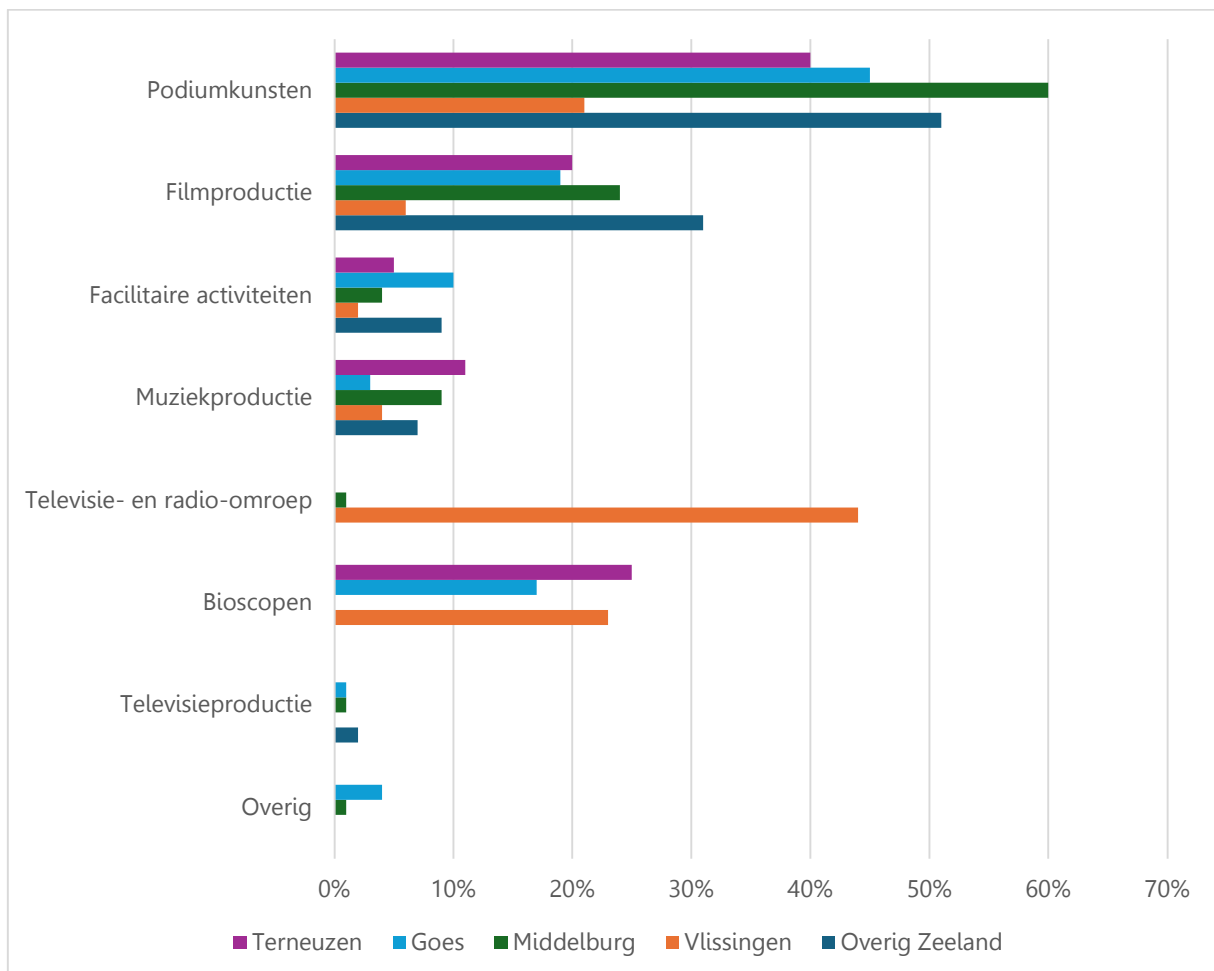
*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

In Zeeland is de totale banengroei in de creatieve industrie het grootste in de creatieve zakelijke dienstverlening, gevolgd door kunsten en cultureel erfgoed. De media- en entertainmentindustrie stagneert.⁶⁰ Die dynamiek zien we grotendeels ook terug in de vier steden en de regio. De meest duidelijke nuanciering betreft de ontwikkeling van de media- en entertainmentsector. Die groeit in alle steden. Daar staat een krimp van 1,1 procent per jaar gemiddeld in de regio buiten de steden tegenover. In Goes groeit kunst en cultureel erfgoed net iets harder dan de creatieve zakelijke dienstverlening. In de regio buiten de vier grote steden groeit kunst en cultureel erfgoed met afstand het hardst in 2014-2023.

Het belang van zowel de brede als de smalle audiovisuele sector is een ander aspect dat tabel 6.1 laat zien. Vlissingen kent veruit het grootste aandeel van zowel de brede als de smalle audiovisuele sector in de totale creatieve industrie, respectievelijk 32 en 25 procent, gevolgd door Terneuzen met respectievelijk zestien en negen procent van de creatieve industrie, gevolgd door Goes, de regio buiten de vier grote steden en Middelburg

Figuur 6.4 Aandeel bedrijfstakken (%) in totaal van banen in brede audiovisuele sector in Middelburg, Vlissingen, Terneuzen, Goes en Overig Zeeland in 2023



*) De gegevens waarop deze figuren stoelen zijn te vinden in tabel 6.2
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

⁶⁰ Zie tabel 3.1.

Door in te zoomen op het belang van de verschillende bedrijfstakken en disciplines in de Zeeuwse audiovisuele sector naar stad en regio kunnen we nog meer grip krijgen op de structuur en dynamiek van de audiovisuele sector in de Zeeuwse steden en de regio. Figuur 6.4 en tabel 6.2 laten onder meer zien dat de bijzondere rol van kunst en cultuur in Middelburg gestoeld is op de belangrijke positie van de podiumkunsten in die stad. Opvallend is ook de hoge score van Zeeland buiten de grote steden op podiumkunsten. Het aantal banen in de podiumkunsten is in het voorbij decennium fors gegroeid; in Vlissingen, Terneuzen, Goes en de regio met tussen de negen en tien procent jaarlijks gemiddeld, in Middelburg met ruim zes procent.

In de regio buiten de vier grote steden is het aandeel van filmproductie van de banen in de brede audiovisuele sector het grootst met 31 procent. Ook Middelburg scoort relatief hoog met 24 procent en 27 banen gevolgd door Goes. Van belang zijn de groeicijfers voor filmproductie. In Middelburg, Vlissingen en Terneuzen liggen die ruim boven de tien procent gemiddeld per jaar. In Goes is dat ruim vijf procent en in de regio bijna zeven procent. De facilitaire bedrijfstak heeft in Goes een aandeel in de brede audiovisuele sector van tien procent. In de regio buiten de vier steden is dat negen procent. In de andere steden is het aandeel en daarmee het aantal banen klein. In Vlissingen en Terneuzen is het aantal banen in facilitaire activiteiten in het voorbije decennium afgenomen.

In muziekproductie onderscheiden Terneuzen en Middelburg zich enigszins met aandelen van elf en negen procent. De bijzondere positie van Vlissingen in radio en televisie die eerder al aan de orde kwam, blijkt uit het aandeel van 44 procent. Overigens is het aantal banen in deze bedrijfstak, zoals aangeduid, in Vlissingen jaarlijks met 1,6 procent afgekomen. Andere steden spelen geen rol in deze bedrijfstak. In de bioscoopsector komen slechts drie steden met banen tevoorschijn: Terneuzen met een aandeel van 25 procent in de smalle audiovisuele sector, Vlissingen met 23 procent en Goes met 17. Middelburg en de regio laten geen werkgelegenheid in deze bedrijfstak zien.

Tabel 6.2 Werkzame personen in de audiovisuele sector naar bedrijfstak in Middelburg, Vlissingen, Terneuzen, Goes en Overig Zeeland in 2023 en de groei in 2014-2023

	Middelburg			Vlissingen			Terneuzen			Goes			Overig Zeeland		
	2023	2014-'23	2023	2023	2014-'23	2023	2023	2014-'23	2023	2014-'23	2023	2023	2014-'23		
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar
Disciplines en bedrijfstakken															
Podiumkunsten	67	60%	6,2%	45	21%	9,0%	26	40%	9,0%	44	45%	9,4%	142	51%	9,9%
Filmproductie	27	24%	14,3%	13	6%	12,5%	13	20%	12,5%	19	19%	5,1%	85	31%	6,8%
Facilitaire activiteiten	5	4%	1,1%	5	2%	-10,4%	3	5%	-10,4%	10	10%	2,1%	25	9%	3,9%
Muziekproductie	10	9%	0,0%	9	4%	11,6%	7	11%	11,6%	3	3%	7,2%	19	7%	9,0%
Televisie- en radio-omroep	1	1%	0,0%	94	44%	-1,6%	0	0%	-1,6%	0	0%	-2,2%	0	0%	0,0%
Bioscopen	0	0%	0,0%	49	23%	1,3%	16	25%	1,3%	17	17%	9,2%	0	0%	0,0%
Televisieproductie	1	1%	0,0%	1	0%	-1,6%	0	0%	0,0%	1	1%	-5,2%	6	2%	11,6%
Overig	1	1%	0,0%	0	0%	9,0%	0	0%	0,0%	4	4%	4,1%	1	0%	0,0%
Totaal	112	100%	5,9%	216	100%	1,1%	65	100%	1,1%	98	100%	6,4%	278	100%	8,1%
Brede audiovisuele sector	112	100%	5,9%	216	100%	1,1%	65	100%	1,1%	98	100%	6,4%	278	100%	8,1%
Smalle audiovisuele sector *)	45	40%	5,7%	171	79%	-0,2%	39	60%	-0,2%	54	55%	5,1%	136	49%	6,6%

*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

6.2 Bedrijfsvestigingen in creatieve industrie en audiovisuele sector

Zeeland heeft in 2023 3,2 duizend bedrijven in de creatieve industrie. In Zeeland is 7,1 procent van alle bedrijven een creatieve industrie bedrijf: een op elke veertien.⁶¹ Ter vergelijking, het aandeel van de creatieve industrie in het totaal aantal banen in Zeeland is 2,5 procent.⁶² Het verschil is het gevolg van de kleine schaal van de creatieve industrie, ook in Zeeland. De gemiddelde jaarlijkse toename van het aantal bedrijven in de Zeeuwse creatieve industrie in 2014-2023 is 4,6 procent, ruim boven de gemiddelde provinciale groei van het aantal bedrijven in de totale economie van 2,8 procent.⁶³ Daarmee groeit het aandeel van de creatieve industrie bedrijven in de Zeeuwse economie. Van de vier grote steden herbergt Middelburg 555 bedrijfsvestigingen in de creatieve industrie. Meer dan een op de tien bedrijven in Middelburg behoort tot de creatieve industrie. Van die bedrijven behoort 45 procent tot kunsten en erfgoed. Goes heeft vierhonderd bedrijven in de creatieve industrie en het hoogste percentage in de creatieve zakelijk dienstverlening: 39 procent. In Goes is een op de twaalf een creatieve industrie bedrijf. De creatieve industrie in Vlissingen telt 359 bedrijven met veertig procent in kunsten en erfgoed. Ook in Vlissingen behoort van elke twaalf bedrijven er een tot de creatieve industrie. Terneuzen heeft 305 bedrijven met 38 procent in kunsten en erfgoed op de voet gevolgd door creatieve zakelijke dienstverlening met 36 procent. Daar behoort een op de zestien bedrijven tot de creatieve industrie. De rest van Zeeland tenslotte telt 1,6 duizend creatieve industrie bedrijven, ook hier behoort van elke zestien een bedrijf tot de creatieve industrie.

De aanwas van creatieve industrie bedrijven in de periode 2014-2023 is het hoogst in Vlissingen en Terneuzen met 5,5 procent gemiddeld jaarlijks. Daarna volgen de regio buiten de vier steden, Goes en Middelburg. In alle vier de steden en de regio erbuiten groeit het aantal bedrijven in de creatieve industrie harder dan in de totale economie.

De smalle audiovisuele sector, dus zonder de podiumkunsten, neemt tussen de zeven – Goes - en acht procent – de andere steden en de regio - van de bedrijven in de creatieve industrie voor de rekening. De jaarlijkse groei aan bedrijven in de smalle audiovisuele sector is zonder meer spectaculair. In Middelburg is het net geen tien procent jaarlijks, in Vlissingen en Terneuzen acht procent, in Goes ruim zeven en in de regio buiten de vier steden bijna 7,5 procent. Daarmee groeit het aantal bedrijven in de smalle variant van de audiovisuele sector jaarlijks gemiddeld fors meer dan de creatieve industrie en daarmee ook dan het aantal bedrijven in de totale economie van de steden en de regio. Nog meer dan in de andere twee zuidelijke provincies geldt voor Zeeland dat smalle audiovisuele sector niet bijzonder omvangrijk is, maar zich wel laat zien als groeisector binnen de totale economie en binnen de toch al bovengemiddeld groeiende creatieve industrie.

⁶¹ Zie tabel 3.3

⁶² Zie tabel 3.1

⁶³ Zie tabel 3.3

Tabel 6.3. *Bedrijfsvestigingen in de creatieve industrie en brede en smalle audiovisuele sector in Middelburg, Vlissingen, Terneuzen, Goes en Overig Zeeland in 2023 en de groei in 2014-2023*

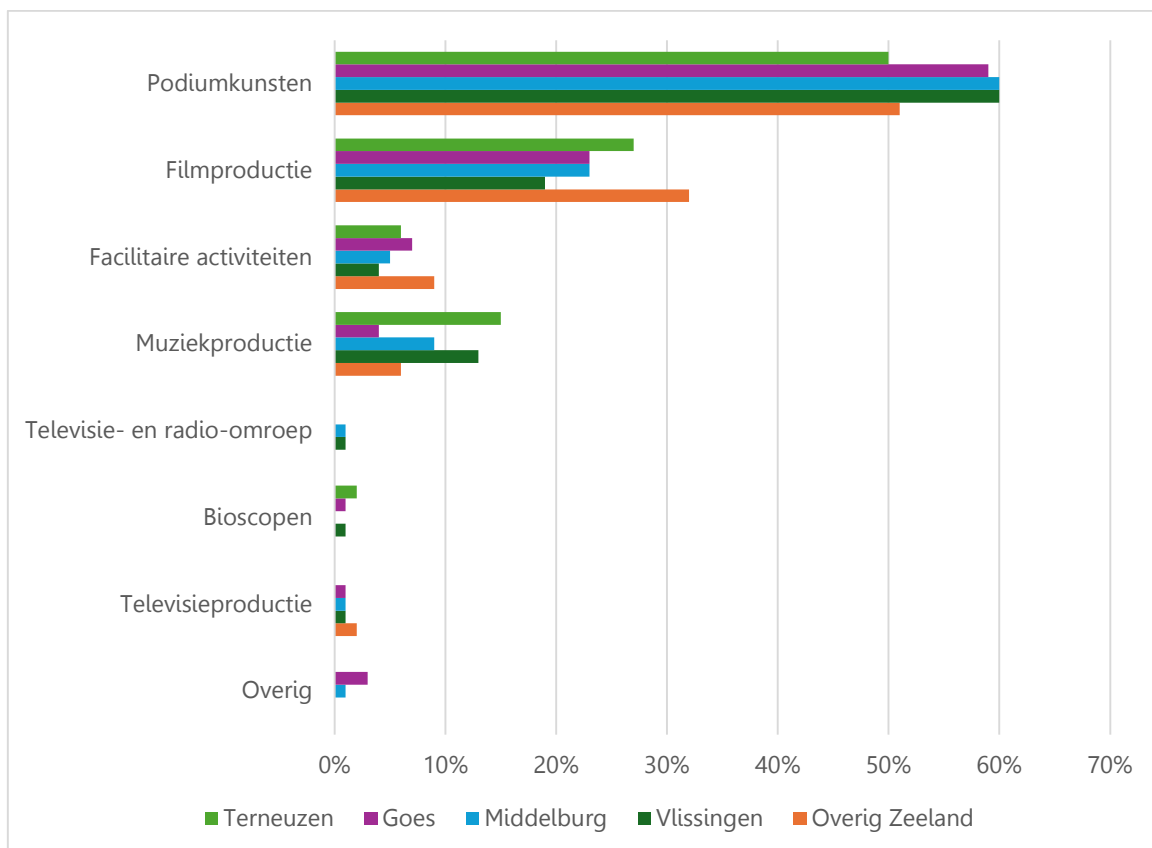
Deelsectoren	Middelburg			Vlissingen			Terneuzen			Goes			Overig Zeeland		
	2023	2014-'23	2023	2014-'23	2023	2014-'23	2023	2014-'23	2023	2014-'23	2023	2014-'23	2023	2014-'23	
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar
Kunsten en cultureel erfgoed	247	45%	4,1%	144	40%	5,7%	115	38%	5,7%	145	36%	5,2%	619	39%	5,8%
Media- en entertainment	121	22%	2,3%	91	25%	2,7%	80	26%	2,7%	100	25%	3,5%	397	25%	3,3%
Creatieve zakelijke diensten	187	34%	5,5%	124	35%	7,9%	110	36%	7,9%	155	39%	5,2%	586	37%	6,3%
Totaal creatieve industrie	555	100%	4,1%	359	100%	5,5%	305	100%	5,5%	400	100%	4,8%	1602	100%	5,3%
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	10,4%	9,8	-	8,4%	10,2	-	6,0%	10,2	-	8,1%	14,0	-	6,2%	11,6
Brede audiovisuele sector	106	19%	8,3%	70	19%	9,2%	48	16%	9,2%	69	17%	8,0%	256	16%	9,7
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	2,0%	-	-	1,6%	-	-	0,9%	-	-	1,4%	-	-	1,0%	1
Smalle audiovisuele sector *)	42	8%	9,8%	28	8%	8,0%	24	8%	8,0%	28	7%	7,1%	126	8%	8,6
<i>Aandeel van totale economie</i>	-	0,8%	-	-	0,7%	-	-	0,5%	-	-	0,6%	-	-	0,5%	-
Totale economie	5.328	-	3,2%	4.265	-	4,2%	5.061	-	4,2%	4.939	-	4,5%	25.826	-	2,4%

*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NFO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Op dezelfde wijze als figuur 6.4 voor het aandeel van banen in disciplines en bedrijfstakken binnen de vier steden en de regio, doet 6.5 dat voor bedrijven. Hier is de brede audiovisuele sector het vertrekpunt, dat is de smalle audiovisuele sector aangevuld met de podiumkunsten. Daarbij gaat het in Zeeland om in het totaal 549 bedrijven waarvan ruim driehonderd in de podiumkunsten.⁶⁴

Figuur 6.5 Aandeel bedrijfstakken (%) in het totaal van bedrijven in brede audiovisuele sector in Middelburg, Vlissingen, Terneuzen, Goes en Overig Zeeland in 2023)*



*) De gegevens waarop deze figuren stoelen zijn te vinden in tabel 6.4
Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Net als in de bespreking van hetzelfde thema voor de provincies hiervoor bleek, is het grootste verschil van het aandeel van verschillende bedrijfstakken in stad en regio met dat van banen, dat het aandeel van die bedrijfstakken waar het gemiddeld aantal banen per bedrijf relatief klein is, het aandeel in bedrijven juist relatief groot is. Andersom is het aandeel van bedrijfstakken met een gemiddelde omvangrijke bedrijfsgrootte kleiner in het lokale banenaandeel dan in dat van banen. Dat verklaart het zeer kleine aandeel van bedrijven in televisie en radio in Vlissingen – een procent - in vergelijking met het aandeel in de banen van maar liefst 44 procent. Het gaat hier als eerder vermeld om de vestiging van Omroep Zeeland met meer dan negentig banen in 2023. Voor alle steden waar bioscopen geregistreerd zijn, geldt dat hun aandeel in het aantal bedrijven lager is dan het aandeel in het totaal aantal banen, vergelijkbaar met radio en televisie. Bioscopen hebben doorgaans meer mensen in dienst dan doorsnee bedrijven in de brede audiovisuele sector. De situatie is andersom voor de podiumkunsten. Het aandeel van bedrijven in podiumkunsten in opnieuw Vlissingen is zestig procent, terwijl het aandeel in banen maar 21

⁶⁴ Zie tabel 3.4

procent bedraagt. Ook het aandeel in filmproductiebedrijven in Vlissingen is aanmerkelijk hoger dan het aandeel in banen. Opmerkelijk is dat in de Zeeuwse regio buiten vier grootste steden zowel het aandeel van filmproductiebedrijven als facilitaire bedrijven het grootst is. Die aandelen vertalen zich in relatief grote aantallen bedrijven – de regio als geheel herbergt immers aanzienlijk meer banen in de creatieve industrie en de audiovisuele sector dan drie van de vier afzonderlijke steden. Dat resulteert in 82 filmproductiebedrijven in de regio en 22 facilitaire bedrijven, zoals tabel 6.4 laat zien

Behalve het aantal en aandeel van bedrijven in verschillende bedrijfstakken in 2023, is het ook relevant stil te staan bij de ontwikkeling in de periode 2013-2024. Is er sprake van groei of juist stagnatie? In hoofdstuk 3 stelden we vast dat het aantal bedrijven in de smalle audiovisuele sector in Zeeland in de periode 2014-2023 met jaarlijks gemiddeld 7,4 procent is gegroeid, aanzienlijk meer dan het aantal bedrijven in de creatieve industrie dat met 4,6 procent groeide en in de totale Zeeuwse economie: 2,8 procent.⁶⁵ Binnen de audiovisuele industrie koppelt een tweetal bedrijfstakken uit de Zeeuwse audiovisuele sector sterke groei in 2014-2023 aan een redelijk aantal bedrijven in 2023. Dat zijn podiumkunsten (301 bedrijven) en filmproductie (148 bedrijven) met groeipercentages van respectievelijk 9,7 en 9,6 procent jaarlijks gemiddeld.⁶⁶ Tabel 6.4 laat zien hoe dat in de vier steden in Zeeland en de regio daarbuiten uitpakt. Opvallend is de sterke groei in filmproductie, variërend van dertien procent in Terneuzen en Vlissingen en acht procent in Goes. Het aantal bedrijfsvestigingen in podiumkunsten groeide tussen de elf, in de regio buiten de vier steden, en zeven procent in Middelburg.

⁶⁵ Zie tabel 3.3

⁶⁶ Zie tabel 3.4

Tabel 6.4 Bedrijfsvestigingen in de audiovisuele sector naar bedrijfstak in Middelburg, Vlissingen, Terneuzen, Goes en Overig Zeeland in 2023, en de groei 2014-2023

Disciplines en bedrijfstakken	Middelburg			Vlissingen			Terneuzen			Goes			Overig Zeeland		
	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23	2023		2014-'23
	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar	Aantal	Aandeel	Groei per jaar
Podiumkunsten	64	60%	7%	42	60%	10%	24	50%	10%	41	59%	9%	130	51%	11%
Filmproductie	24	23%	12%	13	19%	13%	13	27%	13%	16	23%	8%	82	32%	10%
Facilitaire activiteiten	5	5%	0%	3	4%	-3%	3	6%	-3%	5	7%	3%	22	9%	5%
Muziekproductie	10	9%	0%	9	13%	12%	7	15%	12%	3	4%	13%	16	6%	9%
Televisie- en radio-omroep	1	1%	0%	1	1%	0%	0	0%	0%	0	0%	0%	0	0%	0%
Bioscopen	0	0%	0%	1	1%	0%	1	2%	0%	1	1%	12%	0	0%	0%
Televisieproductie	1	1%	0%	1	1%	0%	0	0%	0%	1	1%	3%	5	2%	10%
Overig	1	1%	0%	0	0%	10%	0	0%	0%	2	3%	2%	1	0%	0%
Totaal	106	100%	8%	70	100%	9%	48	100%	9%	69	100%	8%	256	100%	10%
Brede audiovisuele sector	106	100	8%	70	100	1%	48	100	1%	69	100	6%	256	100	8%
Smalle audiovisuele sector *)	42	40%	10%	28	40%	0%	24	50%	0%	28	41%	5%	126	49%	7%

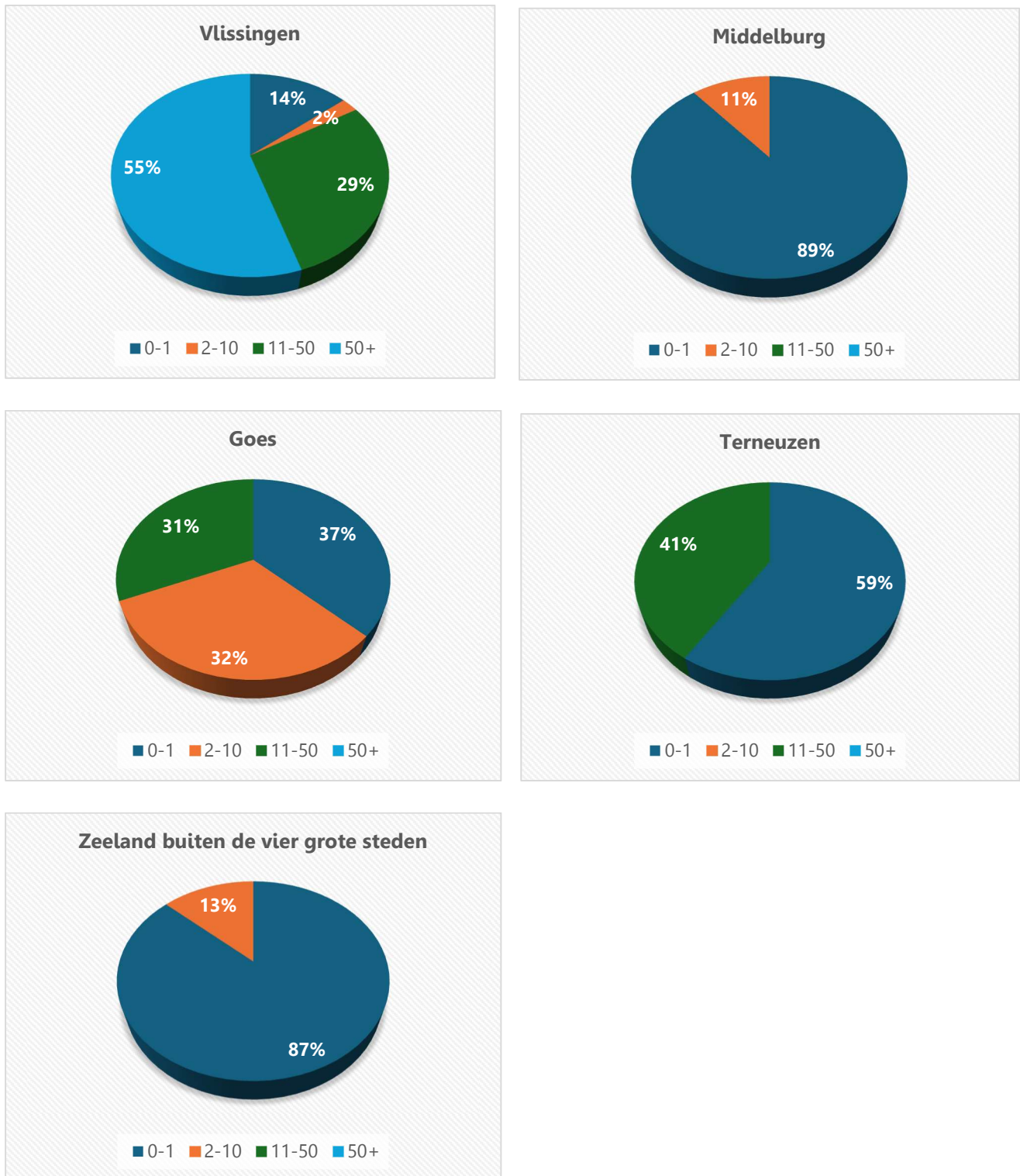
*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

Aan de hand van figuur 6.6. kunnen we nog op een andere manier naar het audiovisuele ecosysteem van Zeeland kijken. Zij laat zien hoe belangrijk bedrijven van verschillende omvang binnen de smalle audiovisuele sector zijn in elk van de steden en in de Zeeuwse regio daarbuiten.

Wat hier onmiddellijk opvalt is het verschil in compositie van de arbeidsmarkt in de smalle audiovisuele sector naar steden en de regio. Sterke gelijkenis vertonen Middelburg en de regio buiten de vier steden. Daar valt tussen de 85 en 90 procent van de bedrijven in de categorie van nul tot een banen: zzp'ers. Het resterende deel van ruim tien procent van de bedrijven wordt ingevuld door kleine mkb'ers met twee tot met tien banen. In Vlissingen komt het grootste deel van banen voor rekening van de grootste hier onderscheiden categorie: meer dan vijftig banen, waarin Omroep Zeeland valt. Bijna 29 procent valt in de categorie elf tot en met vijftig banen, gevolgd door zzp met veertien procent. Opvallend is het geringe deel van bedrijven van twee tot en met tien banen. Die categorie is geheel afwezig in de banen in de smalle audiovisuele sector in Terneuzen. Bijna zestig procent van alle banen komt voor rekening van zzp'ers; de resterende veertig van bedrijven met 11 tot en met vijftig banen. In Goes is het aandeel van de banen in meer of minder mate gelijkelijk verdeeld over de eerste drie categorieën: 37 procent zzp, 31,5 procent twee tot en met tien banen en eveneens 31,5 procent in de categorie elf tot en met vijftig banen.

Figuur 6.6 Procentueel aandeel per bedrijfsgrootteklasse (0-1, 2-10, 11-50, >50 banen) van aantal werkzame personen in de smalle audiovisuele sector*) in Vlissingen, Middelburg, Goes, Terneuzen en Zeeland buiten de vier grote steden in 2023



*) Exclusief podiumkunsten

Bron: Lisa, bewerking NEO Observatory/Paul Rutten Onderzoek

6.3 Samenvatting en conclusies

Banen

Zeeland telt 4.9 duizend banen in de creatieve industrie waarvan 58 procent in de vier grootste steden: Terneuzen, Middelburg, Vlissingen en Goes. Dat is meer dan de 54 procent van alle banen in de Zeeuwse economie die zich in deze vier steden bevinden. Middelburg is de sterkste concentratie, met twintig procent van alle banen in de creatieve industrie, tegen dertien van alle Zeeuwse banen. Ook Vlissingen kent een zekere concentratie. De smalle audiovisuele sector – zonder de podiumkunsten – met in Zeeland om en nabij de vierhonderd banen – is sterker geconcentreerd in de vier grote steden, met 69 procent van de banen. Vlissingen neemt daarvan 38 procent voor haar rekening, grotendeels door de aanwezigheid van Omroep Zeeland. Ook de podiumkunsten zijn oververtegenwoordigd in de vier grootste steden, met 57 procent van alle banen. Daarin voert Middelburg de boventoon met een op de vijf Zeeuwse banen in die discipline.

Het aantal banen in de creatieve industrie in alle Zeeuwse steden en ook in de regio, groeit harder dan in de totale economie. Voor wat betreft de banenontwikkeling in de smalle audiovisuele sector – dus zonder podiumkunsten – laten de Zeeuwse steden een afwijkend beeld zien van Noord-Brabant en Limburg. In Middelburg, Goes en de regio buiten de steden groeien de banen in de smalle variant van de audiovisuele sector harder dan in de creatieve industrie. Voor Terneuzen en Vlissingen is echter sprake van lichte krimp. Dat is in geen van de steden in Noord-Brabant en Limburg het geval.

In het aandeel van de verschillende bedrijfstakken in de brede audiovisuele sector in de steden en de regio valt het grote belang van de podiumkunsten in Middelburg op. Dat is minder in de overige steden en de regio. Daarnaast is in drie van de vier steden en de regio filmproductie goed vertegenwoordigd, met een kleine twintig procent of meer van de gehele brede audiovisuele sector. In de regio is dat zelfs meer dan dertig procent. Vlissingen vormt ook hier een uitzondering met een opvallend laag percentage van zes procent. Uitzonderlijk is ook het grote aandeel van televisie- en radio omroep in die stad. Dat is terug te voeren op de kleine honderd banen waar Omroep Zeeland voor zorgt. Daarmee legt deze organisatie groot gewicht in de schaal, wat verklaart waarom het percentages voor podiumkunsten en filmproductie laag uitvallen. Overigens leveren de data voor Middelburg en overig Zeeland geen banen voor bioscopen op. In Vlissingen, Goes en Terneuzen is het aandeel van die bedrijfstak tussen de vijftien en 25 procent van de brede audiovisuele sector.

De belangrijkste groei binnen de brede audiovisuele sector in de steden en de regio vindt plaats in filmproductie en podiumkunsten. In drie steden groeit filmproductie procentueel sterker dan podiumkunsten: Middelburg, Vlissingen en Terneuzen. Opvallend is dat het aantal banen in Vlissingen in drie bedrijfstakken – facilitaire activiteiten, televisie- en radio-omroep en televisieproductie – in de jaren 2014-2023 jaarlijks gemiddeld krimp laat zien. Dat zijn alle drie bedrijfstakken die actief zijn binnen de omroepsector. Ook in Terneuzen levert facilitaire activiteiten banen in. Dat verklaart de hiervoor geconstateerde stagnatie in de audiovisuele sector in die steden.

Bedrijven

Net als in de andere provincies zijn bedrijven in de creatieve industrie en de audiovisuele sector in Zeeland kleinschaliger, maar groeien ze harder in aantal. De provincie telt 3,2 duizend bedrijven in de creatieve industrie, dat is ruim zeven procent van alle Zeeuwse bedrijven, terwijl het aandeel van de banen in die sector 2,5 procent van de Zeeuwse economie uitmaakt. Middelburg heeft het grootste aantal bedrijven in de creatieve industrie en ook het grootste

aandeel - meer dan een op de tien bedrijven is er onderdeel van. Het aantal bedrijven in de creatieve industrie groeit in Zeeland met ruim 4,5 procent jaarlijks in 2014-2023 harder dan het aantal in de gehele Zeeuwse economie, van bijna drie procent. De sterkste groei in bedrijvigheid vindt plaats in Vlissingen en Terneuzen met gemiddeld 5,5 procent jaarlijks. Zeeland tel bijna 250 bedrijven in de smalle audiovisuele sector, dat wil zeggen exclusief de podiumkunsten. In de steden betekent dat een aantal van tussen 24 (Terneuzen) en 42 (Middelburg). In de regio ruim 125. Hun aantal is niet bijzonder groot, maar de groei is opvallend, tussen de zeven en acht procent jaarlijks in alle steden en de regio. Dat is in alle gevallen ruim meer dan de groei van bedrijven in hun totale economie.

Binnen de bedrijven in de brede audiovisuele sector in de steden en de regio in Zeeland domineert beoefening van podiumkunsten in de steden en de regio, het sterkst in Middelburg, Vlissingen en Goes, met (bijna) zestig procent van alle bedrijven. In Terneuzen en de regio buiten de steden het minst, maar nog altijd de helft van alle bedrijven. Net als in de andere provincies is filmproductie de tweede discipline van belang, met het grootste aandeel in de regio – meer dan dertig procent van de bedrijven – en het kleinst in Vlissingen – bijna een op de vijf ofwel bijna twintig procent van alle bedrijven binnen de brede audiovisuele sector.

De sterkste groei in bedrijvigheid in de jaren 2014-2023 is in filmproductie – variërend van dertien procent in Terneuzen en Vlissingen tot acht procent in Goes. Daarnaast is er ook sterke groei in podiumkunsten variërend van elf procent (de regio) tot zeven procent in Middelburg. Het aantal bedrijven in muziekproductie groeit jaarlijks met meer dan tien procent in Goes, Vlissingen en Terneuzen, in de regio en Middelburg met negen. Daar gaat het echter om erg kleine aantallen, die bedrijfstak telt in 2023 45 bedrijfsvestigingen in heel Zeeland. Ook in Zeeland zijn de zzp'ers dominant in de smalle audiovisuele sector. In Middelburg en de regio nadert hun aandeel in de bedrijven de negentig procent. Daartegenover staat Vlissingen, met een meerderheid van de banen in de grootste categorie van meer dan vijftig banen. Het betreft hier Omroep Zeeland. In Terneuzen valt bijna zestig procent van de banen in de smalle audiovisuele sector in de zzp-categorie, de rest in de grootteklasse elf tot vijftig banen. Goes kent een bijna gelijke verdeling tussen zzp'ers, twee tot tien banen en elf tot vijftig.

7. Conclusies

Als startpunt voor dit onderzoek is een drietal vragen geformuleerd:

1. Wat is het huidige economische belang van de audiovisuele sector en de verschillende bedrijfstakken daarbinnen in Nederland, Zuid-Nederland, de provincies in dat landsdeel en de belangrijkste steden in die provincies?
2. Hoe heeft dat belang zich in het afgelopen decennium ontwikkeld (2014-2023)? Welke samenhangende ontwikkelingen vallen op?
3. Wat zijn de belangrijkste aanknopingspunten voor de ontwikkeling van strategie en beleid voor de audiovisuele sector in Zuid-Nederland op basis van de uitkomsten van de analyse?

De eerste twee vragen worden hieronder in samenhang beantwoord; de derde afzonderlijk.

Economisch belang en ontwikkeling

De audiovisuele sector in Zuid-Nederland is een kleine tot middelgrote sector. Inclusief de podiumkunsten, die slechts ten dele aan de audiovisuele sector kunnen worden toegerekend, gaat het om 0,6 procent (12,3 duizend) van de banen in Zuid-Nederland en om twee procent (9,2 duizend) van alle bedrijven. Dit betreft de brede audiovisuele sector. Zonder de podiumkunsten gaat het om 0,3 procent (5,6 duizend banen) en 0,8 procent (3,5 duizend bedrijven); dat is de smalle audiovisuele sector. Het economisch belang van zowel de brede als de smalle audiovisuele sector in Zuid-Nederland is daarmee kleiner dan het landelijke gemiddelde. De brede audiovisuele sector telt 0,9 procent van alle banen in Nederland; de smalle 0,5 procent. Dit verschil tussen het gewicht in de zuidelijke en de landelijke economie hangt samen met de historische ontwikkeling die ertoe heeft geleid dat het zwaartepunt van de Nederlandse audiovisuele sector in de Metropoolregio Amsterdam ligt.

De audiovisuele sector in Zuid-Nederland groeide tussen 2014 en 2023 harder dan gemiddeld in Nederland. Dat geldt zowel voor het aantal banen als voor het aantal bedrijven, in zowel de brede sector (inclusief podiumkunsten) als de smalle variant (exclusief podiumkunsten). Dit patroon is zichtbaar in Noord-Brabant, Limburg en Zeeland afzonderlijk. Hoewel de aandelen van deze provincies in de Zuid-Nederlandse sector verschillen – Noord-Brabant is verantwoordelijk voor 70 procent van de banen in de smalle audiovisuele sector, Limburg voor 23 procent en Zeeland voor zeven procent – vertoont de ontwikkeling overal een vergelijkbaar patroon. De huidige audiovisuele activiteiten in Zuid-Nederland dragen daarmee bij aan een meer evenwichtige spreiding van de audiovisuele sector over Nederland.

De ontwikkeling van de Zuid-Nederlandse audiovisuele sector onderscheidt zich niet alleen positief van de landelijke sectorale trends, maar ook van de algemene economische ontwikkeling in het landsdeel, de provincies en de steden, en zelfs van de ontwikkeling van de creatieve industrie daarbinnen. Ter illustratie: het aantal banen in de economie van Zuid-Nederland groeide in de periode 2014–2023 jaarlijks gemiddeld met 1,4 procent. Voor de creatieve industrie in Zuid-Nederland – en ook landelijk – was dat 2,9 procent. De brede audiovisuele sector noteerde een fors hoger groeicijfer van 5,5 procent, de smalle sector 4,4 procent. Ook het aantal bedrijven in beide varianten groeide sneller dan in de totale economie en de creatieve industrie in Zuid-Nederland, maar ook sneller dan de landelijke groei van de economie en de creatieve industrie.

De samenstelling van de audiovisuele sector in de provincies, inclusief de podiumkunsten, vertoont veel gelijkenis. Podiumkunsten nemen tussen de veertig en zestig procent van de banen voor hun rekening, gevolgd door filmproductie met een aandeel tussen de veertien en 22 procent. Daarna volgen bioscopen en muziekproductie met elk vijf tot tien procent van de banen.

Opvallend is dat in filmproductie – een cruciaal onderdeel van de sector – overal sterke procentuele groei in banen plaatsvindt, net als in de podiumkunsten. Ook muziekproductie en bioscopen laten een sterke banengroei zien.

Een vergelijkbare verdeling zien we bij het aantal bedrijven: podiumkunsten en filmproductie nemen ook daar het grootste aandeel in. Omdat bedrijven in televisie- en radio-omroep en in bioscopen relatief veel personeel hebben, is hun aandeel in het totale aantal bedrijven kleiner dan hun aandeel in het aantal banen. Bij podiumkunsten, filmproductie en muziekproductie – waar bedrijven gemiddeld kleiner zijn – geldt het omgekeerde. Verder heeft de audiovisuele sector een kleinschalig karakter, met veel zzp'ers. Dat geldt nog sterker voor Zuid-Nederland dan landelijk: het gebied kent minder grootschalige audiovisuele ondernemingen, die zich vooral in de Metropoolregio Amsterdam bevinden.

In alle drie provincies is sprake van concentratie van banen in de smalle audiovisuele sector en de podiumkunsten in de vier grootste steden gezamenlijk, maar ook de regio's buiten die steden hebben aanzienlijk gewicht. In Noord-Brabant en Limburg is ongeveer de helft van alle banen in de smalle audiovisuele sector te vinden in de vier grote steden; in Zeeland is dat zeventig procent. Er is dus concentratie in stedelijke omgevingen, maar de sector speelt ook regionaal een belangrijke rol. In Limburg en Zeeland is het aandeel zzp'ers buiten de steden relatief groot, wat minder geldt voor Noord-Brabant. In Noord-Brabant verschillen de vier steden onderling minder als het gaat om hun aandeel in het totaal aantal banen in creatieve industrie en audiovisuele sector, al hebben ze wel hun specialismen – bijvoorbeeld Breda in de smalle audiovisuele sector, Tilburg in podiumkunsten en Eindhoven in de creatieve industrie in het algemeen. In Limburg is Maastricht veruit het belangrijkste creatieve centrum. Heerlen onderscheidt zich door sterke groei in filmproductie. In Zeeland vervult Middelburg een centrumfunctie voor de creatieve industrie en podiumkunsten, terwijl Vlissingen door de aanwezigheid van Omroep Zeeland zwaar weegt in de smalle audiovisuele sector.

Aanknopingspunten voor beleid en strategie

De resultaten van de analyse bieden diverse aanknopingspunten voor beleid en strategie om de sector en zijn culturele betekenis en regionaal-economisch belang te versterken. Die gelden voor organisaties en bedrijven in de audiovisuele sector, maar ook voor lokale, regionale en landelijke overheden. De audiovisuele sector in Zuid-Nederland is, zeker in de minder omvangrijke provincies Limburg en vooral Zeeland, voorsnog niet groot, maar groeit sterk in alle drie de provincies en biedt daarom genoeg aanknopingspunten voor verdere ontwikkeling. De positieve dynamiek die de motivatie vormt voor regionale organisaties in de audiovisuele sector en hun netwerk om zijn ontwikkeling te bevorderen, wordt in de resultaten van dit onderzoek bevestigd. Er is sprake van een nieuwe dynamiek in een sector die als zodanig niet nieuw is, maar in zijn huidige constellatie en rol binnen cultuur, samenleving en economie tal van mogelijkheden biedt voor innovatie en doorontwikkeling biedt.

Allereerst laat de positieve economische dynamiek van de audiovisuele sector in Zuid-Nederland zien dat de sector een bron kan zijn voor regionale economische ontwikkeling door het uitbreiden van bedrijvigheid en de verdere ontwikkeling van banen en in principe hoogwaardige werkgelegenheid. Daarbij kan een regelmatige audiovisuele productiepraktijk de ontwikkeling van een regionaal netwerk van toeleverende bedrijven bevorderen, waarmee de economische spin-off vergroot wordt, voor nieuwe bedrijven en bestaande ondernemingen die hun dienstenaanbod kunnen uitbreiden, in de facilitaire sector en andere vormen van dienstverlening. Het bevorderen van deze dynamiek kan goed aansluiten bij de activiteiten van een regionale film commissioner.

Een ander aspect is dat een vitale regionale audiovisuele sector kan bijdragen aan een meer evenwichtige ontwikkeling van de Nederlandse film- en audiovisuele sector, die momenteel op meerdere fronten onder druk staat – wat onder meer blijkt uit de sectorale en beleidsmatige aandacht voor haar veerkracht, zoals in de inleiding van dit rapport is gememoreerd. Dat kan niet alleen door het tot stand brengen en onderhouden van een productiecultuur en -structuur in de regio's, maar ook door het ontwikkelen van nieuw audiovisueel talent dat kan bijdragen aan het articuleren en zichtbaar maken van regionale cultuur en identiteit via filmtaal die juist het lokale en regionale zichtbaar en toegankelijk maakt voor een bovenregionaal en zelfs internationaal publiek.

Een belangrijke drijfveer van verandering in de audiovisuele sector is de brede trend van digitalisering. Die leidt tot herdefiniëring van bestaande en de opkomst van nieuwe vertoningsplekken, kanalen en platforms, maar ook tot nieuwe vormen van productie. Dat vraagt om onderzoek en experiment, vooral door makers. Voor de regio's biedt dit kansen om verbindingen te leggen tussen de audiovisuele sector en andere innovatieve ontwikkelingen in samenleving en economie. Het door het Nationaal Groeifonds gesteunde programma voor de ontwikkeling van immersieve technologie – CiiiC⁶⁷ – biedt hiervoor concrete aanknopingspunten. De actuele audiovisuele sector kan daarin, als onderdeel van de creatieve industrie, functioneren als een gespecialiseerde, sterk creatieve en kennisintensieve branche die zich kan verbinden met andere domeinen van creatieve productie. De vaak kleine en innovatieve Zuid-Nederlandse bedrijven die actief zijn in de creatieve fase van de keten kunnen hierin een sleutelrol spelen, in samenwerking met technologie- en innovatiegerichte partners. Zulke synergiën zijn bijvoorbeeld al zichtbaar in het cluster Eindhoven, waar digitale technologie, design en audiovisuele cultuur samenkomen en aan de basis staan van innovatieve producties.

Ook kan de ontwikkeling van regionale audiovisuele activiteiten en bedrijvigheid een impuls geven aan de doorontwikkeling van niet-landelijke omroep – het vooralsnog minst dynamische onderdeel van de regionale audiovisuele sector – die op veel plaatsen eerder stagneert dan voortvarend ontwikkelt. Interessant in dit verband is de voorgenomen stelselwijziging op lokaal niveau, waarbij lokale omroepen samengaan in grotere organisaties en extra rijksmiddelen beschikbaar komen.⁶⁸ Deze omroeporganisaties maken deel uit van de regionale audiovisuele sector en de sociale en culturele infrastructuur van dorpen, steden en regio's en staan voor de uitdaging zich te positioneren binnen de voortdurend en snel veranderende audiovisuele omgeving.

Een sterke, zichtbare en productieve regionale audiovisuele sector kan bovendien een aantrekkelijk perspectief bieden voor jong talent, vooral in regio's die zich bijzonder moeten inspannen om nieuwe generaties te behouden, zoals Zeeland en Limburg. Daarin kunnen bestaande talentontwikkelingsprogramma's van regionale organisaties binnen de audiovisuele sector een belangrijke rol spelen. De samenwerking tussen bedrijven en regionale onderwijsinstellingen verdient hierbij extra aandacht. Regionale audiovisuele producties die een bovenregionaal bereik weten te realiseren, dragen daarnaast bij aan de zichtbaarheid van de regio's, wat hun aantrekkingskracht vergroot – zowel voor de vestiging of groei van bedrijven als voor toeristen en bezoekers.

De analyse in dit rapport toont aan dat er geen sprake is van enkele dominante hotspots waar de positieve dynamiek zich concentreert. Er is eerder sprake van een gedistribueerde ontwikkeling over steden en regio's zonder een centraal epicentrum. Voor een productieve verdere ontwikkeling zijn samenwerking en kennisuitwisseling essentieel – in eerste instantie regionaal,

⁶⁷ CiiiC staat voor Creative Industries Immersive Impact Coalition. Zie: www.ciiic.nl

⁶⁸ Zie onder meer <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/media-en-publieke-omroep/lokale-publieke-omroep-en-https://open.overheid.nl/documenten/dpc-fc98724b27ef30be9829c9570f0a9eb58d6a0e80/pdf>

maar ook nationaal en internationaal. Daarbij moet worden ingespeeld op het feit dat de sector in de regio bestaat uit vele kleine ondernemingen en zzp'ers, met slechts een beperkt aantal grote spelers. De ontwikkeling van de sector zal, gezien de vele kansen, mede gedragen moeten worden door organisaties die opereren in de zogenoemde tussenruimte,⁶⁹ waar verbindingen tussen individuele spelers en bedrijven ontstaan op basis van gedeelde doelen en waarden. Naast het ontwikkelen van inhoudelijk vakmanschap, audiovisueel ondernemerschap en duurzame economische modellen zou ook het cultiveren en vernieuwen van regionale cultuur en identiteit een belangrijk gedeeld doel moeten zijn. De provinciale organisaties die samenwerken binnen de koepel Screen Talent NL kunnen daarin hun missie vinden. Om deze ontwikkeling verder vorm te geven – en een positieve economische en culturele dynamiek in de regio's te realiseren – is ook in deze fase bijzondere publieke steun en financiering noodzakelijk.

Methodische reflectie

Tot slot, aan het eind van dit rapport, een korte reflectie op de gehanteerde onderzoeksmethode. Het gebruik van bestaande data over economische bedrijvigheid heeft veel voordelen, zoals eerder genoemd, maar kent ook beperkingen. Een daarvan is dat de bestaande indeling in SBI-codes het soms lastig maakt om een sector – zoals de audiovisuele – op juiste wijze te construeren. Sommige bedrijfstakken moeten deels wel en deels niet tot de audiovisuele sector worden gerekend. Dat geldt bijvoorbeeld voor de beoefening van podiumkunsten: alle acteurs en regisseurs die in de audiovisuele sector werken horen erbij, maar niet die in het theater.

Een tweede nadeel is dat bij analyses op kleine schaal – met weinig bedrijven of banen – foutieve registraties zwaarder wegen. Ook kan één groot bedrijf in een stad het beeld vertekenen: een enkele vestiging met veel werknemers kan dan lijken op een brede sectorale aanwezigheid. Dat zien we bijvoorbeeld bij Omroep Zeeland in Vlissingen, met 94 banen in 2023, goed voor 44 procent van de gehele brede audiovisuele sector in die stad.

Bij de interpretatie van de data en resultaten is met deze methodische beperkingen rekening gehouden, zodat betrouwbare en geldige conclusies zijn getrokken. Om meer specifieke inzichten te verkrijgen in de dynamiek van de audiovisuele sector, met name in kleinere steden waar de sectoromvang beperkt is, zoals in de Zeeuwse steden, is aanvullend kwalitatief onderzoek zeker aanbevolen. De analyses in dit rapport vormen daarvoor een stevige basis.

⁶⁹ Frank Berkens (2025). *Economie van de tussenruimte. Collectief ondernemen voor een economie die werkt*. Rotterdam: Hogeschool Rotterdam Uitgeverij.

