

panorama

inforegio

29

Voorjaar 2009

Creativiteit en innovatie

De regio's concurrerend maken

HOOFDARTIKEL

Danuta Hübner

3

OVERZICHT

4-7

Een innovatieve en creatieve toekomst voor Europa

8-11

INTERVIEWS

12-13

IEDEREEN DOET MEE

Europese cultuurhoofdstad 2008 : Liverpool

14-17

OP HET TERREIN

Maak gebruik van de persoon als geheel – kunst als middel voor een creatieve werkrimte

18-19

GEMEENSCHAPPELIJK GEBIED

Samen in actie voor creativiteit en innovatie

20

LEES ER MEER OVER

21

ACHTER DE SCHERMEN VAN DG REGIO

Toekomst van Europees cohesiebeleid

22

IN HET MUSIKPARK, MANNHEIM

23

IN HET CENTRUM VOOR NANOGEZONDHEID

24-25

NETWERKEN

Vijfde conferentie Regio's voor Economische Verandering – Netwerken voor resultaten

26

VORIGE NUMMER, VOLGENDE NUMMER

27

AGENDA

28

LAAT UW STEM HOREN

Foto's (bladzijden):

Omslag © EC

Bladzijden 3, 4, 5, 8/9, 18, 19, 21, 24/25, 26 - © EC

Bladzijde 6/7 - © Conseil général de la Savoie

Bladzijden 9, 11, 12/13, 27 - © iStockphoto

Bladzijden 14-17 - © Peter Claesson

Bladzijde 22 - © Ivo Kljuce (Musikpark Mannheim GmbH)

Bladzijde 23 - © Tim Claypole

Uitgever: Raphaël Goulet, Europese Commissie, DG Regionaal Beleid

Dit magazine wordt in het Engels, Frans en Duits gedrukt op gerecycleerd papier.

Het is on-line in 22 talen beschikbaar op http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panora_nl.htm

De standpunten in deze publicatie zijn die van de auteur en geven niet noodzakelijk de zienswijze van de Europese Commissie weer.



We leven in een sterk verschillende EU waar het gonst van de creatieve activiteit en de vernieuwende ideeën. Omdat de regio's "groot genoeg zijn om belangrijk te zijn, en klein genoeg om zich ermee bezig te houden", zoals een spreker op een conferentie het pas formuleerde, zijn ze de ideale plaats om voor deze natuurlijke rijkdom te zorgen en al het mogelijke te doen om die te bevorderen.

Dit nummer van Panorama zet het belang van creativiteit en innovatie voor een gezond en voorspoedig Europa in de schijnwerpers, iets dat door de hele Commissie werd erkend toen zij 2009 aanwees als het Europees Jaar van Creativiteit en Innovatie. De Commissie wil het hele jaar door het debat op gang houden over hoe Europa's creatieve en innoverende potentieel aangewakkerd kan worden en hoe de burgers gewezen kan worden op het belang van creativiteit en innovatie als factoren voor persoonlijke, sociale en economische ontwikkeling.

Het debat werpt vragen op: hoe definiëren we de kernwoorden creativiteit, innovatie en cultuur? Hoe verhouden ze zich tot elkaar? Hoe kunnen cultuur en creatief denken leiden tot innovatie? Kunst en bedrijf – zijn ze als water en vuur, of kan de een de ander aandrijven? Hoe kunnen we mensen helpen hun potentieel aan creativiteit en innovatief denken te ontdekken? Wat is de rol van onderwijs en een leven lang leren om onze bevolking dynamischer en creatiever te maken, haar zelfvertrouwen te geven? Panorama onderzoekt enkele centrale onderwerpen en bekijkt enkele projecten die het best laten zien hoe creativiteit en innovatie verandering kunnen aanwakkeren.

Ik hoop dat het feit dat 2009 is uitgeroepen tot het Jaar van Creativiteit en Innovatie ons er voortdurend aan zal herinneren dat we moeten doorgaan met onze pogingen tot moderniseren en vernieuwen.

Tegen de achtergrond van alsmaar toenemende concurrentie en grote mondiale problemen, zijn vernieuwende praktijken en creatieve oplossingen een springplank naar de groei en het welzijn van onze provincies en regio's. Vaardigheden, ideeën, processen, allemaal samen helpen ze ons om de concurrentie aan te scherpen.

Het is verkeerd als Europa op de huidige economische crisis reageert met snoeien in investeringen in vaardigheden en innovatie. We moeten vertrouwen hebben in de kwaliteit van onze ideeën en onze mogelijkheden tot aanpassing en er tevens voor zorgen dat de beschikbare overheidsfinanciën beter presteren en betere resultaten boeken.

Danuta Hübner

Commissaris voor regionaal beleid

“
Vernieuwende praktijken
en creatieve oplossingen zijn een
springplank naar groei en welzijn
van onze landen
en regio's
”

EEN INNOVATIEVE EN CREATIEVE TOEKOMST

VOOR EUROPA

2009 – Het Europees Jaar van Creativiteit en Innovatie maakt zich op voor een algemene herformulering van wat creativiteit en innovatie betekenen en hoe ze bijdragen aan onze persoonlijke, economische en sociale ontwikkeling. Het concept is ruim, de woorden moeilijk te definiëren en hoewel het gebied steeds meer onderzoekers aantrekt, zijn de resultaten tot nu toe moeilijk meetbaar. Toch lijkt het geen twijfel dat de EU, als zij concurrerend wil blijven en de waarden die zij deelt met de lidstaten koestert, deze onderwerpen verder moet onderzoeken.

Ideeën definiëren, beleid ontwikkelen

Innovatie en de kenniseconomie, de overschakeling naar een creatieve economie, onderwijs in creativiteit en innovatie, creativiteit en innovatie bij de overheid, culturele verscheidenheid als een bron van creativiteit en innovatie, de uitdagingen van duurzame ontwikkeling, het potentieel van creatieve en culturele nijverheid, al deze onderwerpen zullen ter sprake komen in een serie debatten die in de loop van het jaar zal plaatsvinden.

Terwijl deze kerndebatten in Brussel worden gehouden, zal het Jaar van Creativiteit en Innovatie in de Europese regio's werken aan:

- nauwere verbanden tussen de kunsten, het bedrijfsleven, scholen en universiteiten;
- een beter begrip van ondernemerschap bij jongeren door samenwerking met het bedrijfsleven; en
- de ontwikkeling van innoverende vaardigheden in overheids- en privé-organisaties.

Om mensen te helpen zich blijvend bezig te houden met deze thema's zijn prominente persoonlijkheden uit heel Europa geselecteerd als ambassadeurs van dit Jaar. Veel van deze prominenten uit b.v. de muziekwereld, het wetenschappelijk onderzoek en de architectuur hebben op de betreffende website bekend gemaakt wat er volgens hen wordt bedoeld met "creativiteit" en "innovatie".

Europa concurrerend houden

Creatieve ideeën en innovatieve oplossingen zijn cruciaal gebleken om Europa te helpen de economische crisis, die eind 2008 uitbrak, te boven te komen. "Europa's concurrentievermogen en werkgelegenheid stimuleren, vooral in dit moeilijke economische klimaat, vraagt nieuwe ideeën en vooruitstrevend denken," licht Danuta Hübner, Commissaris voor Regionaal Beleid toe.

Het overkoepelend EU-beleid is de Lissabonstrategie voor groei en werkgelegenheid. Het Jaar wil de nadruk te leggen op verbeeldingskracht, cultuur, scheppingsdrang en innovatie om de doelstellingen van de strategie verder uit te voeren.

Het gevaar bestaat echter dat, als overheids- en privé-organisaties de broekriem moeten aanhalen, zij ook hun budget zullen beperken voor activiteiten met moeilijk meetbare resultaten die pas op de duur zullen renderen. "Europa moet niet op de crisis reageren door te snoeien in investeringen voor vaardigheden en innovatie. We moeten vertrouwen op de kwaliteit van onze ideeën en onze menselijke capaciteit tot aanpassing. Tegelijk moeten we natuurlijk zorgen voor beter beschikbare overheidsfinanciën en met betere resultaten komen", waarschuwt commissaris Hübner.

Daar de EU haar strategie voor de volgende tien jaar en meer onder de loep neemt, wordt ons gevraagd wat we verstaan onder creativiteit en innovatie en hoe die kunnen worden bevorderd op politiek, professioneel en persoonlijk gebied.





“ De innovatieve projecten die vandaag in de schijnwerpers staan, laten duidelijk zien dat cohesiebeleid het verschil kan maken. Ook zijn ze een bron van inspiratie voor andere Europese regio's ”
Commissaris voor regionaal beleid, Danuta Hübner

Europa's meest innovatieve projecten erkend met de RegioStars Awards

Op de prijsuitreiking van de RegioStars 2009 in Brussel op 16 februari werden de beste ideeën beloond uit alle hoeken van de EU, van Wallonië tot Réunion.

Projecten die zijn uitgevoerd met steun van het EFRO wedijverden voor erkenning als het meest innoverende op hun gebied, in een van de volgende categorieën: onderzoek, technologische ontwikkeling en innovatie; aanpassing aan of afremmen van klimaatverandering; audiovisuele spots waarin de bijdrage van het cohesiebeleid onder de aandacht wordt gebracht.

Diple Printing Technologies uit Wales, Verenigd Koninkrijk, en Cenaero Research uit Wallonië, België werden samen winnaar in de innovatiecategorie. Diple werd beloond voor zijn succesvolle onderzoek naar speerpunttechnieken voor de grafische industrie met een lage milieu-impact. Deze kennis werd vervolgens overgedragen aan de grafische bedrijven in Wales, een van de sleutelsectoren in die regio.

Cenaero Research is een expertisecentrum dat Waalse luchtvaartbedrijven ondersteunt in hun pogingen tot innovatie door het leveren van toegespitste expertise voor digitale simulatie en modelleermethoden.

Het "Centre de production d'électricité photovoltaïque en milieu tropical" uit Réunion, Frankrijk, won de prijs in de categorie klimaatverandering. Het project slaagde erin elektriciteit afkomstig van zonnepanelen toe te passen in een tropische omgeving met zeer weinig vlak open land. Dankzij oplossingen voor de problemen van zeer hoge windsnelheden - gebruik van vouwpanelen - en een gebrek aan open ruimte - door panelen te plaatsen op afgedekte vuilstortplaatsen - helpt dit project het eiland op energiegebied zelfvoorzienend te worden.

"Kent u ESPA" was het informatiespotje dat won in de audiovisuele categorie. Het werd bedacht door het Griekse Ministerie van Economie en gebracht door een bekende acteur, die uitlegt hoe in Griekenland de prioriteiten van het cohesiebeleid worden bereikt.

"De innovatieve projecten die vandaag voor het voetlicht worden gebracht, laten duidelijk zien dat het cohesiebeleid het verschil kan maken en zijn een duidelijke bron van inspiratie voor andere Europese regio's," verklaarde Danuta Hübner, commissaris voor Regionaal beleid.

STOF TOT NADENKEN

"Creativiteit kan worden beschouwd als de eigenlijke bron van innovatie, dat wil zeggen creatieve ideeën omzetten in producten of diensten. In die zin is er altijd creativiteit nodig om economische resultaten te boeken door innovatie."

Hübner -
Regio's voor Economische Verandering,
2009

"De volledige ontwikkeling van het potentieel aan creativiteit en innovatie van de Europese burgers, gebaseerd op Europese cultuur en expertise in de wetenschap, is de sleutel naar toekomstige groei."
Conclusies van het voorzitterschap,
Europese Raad,
13-14 maart 2008

"Creativiteit en innovatie leiden niet tot een duurzame economie als ze geen rekening houden met culturele diversiteit, die zelf ook een bron van creativiteit en innovatie is."

Ján Figel, Commissaris voor onderwijs, opleiding, cultuur en jeugdzaken - Regio's voor Economische Verandering, 2009

Het onderzoek "The Economy of Culture" (KEA) liet het veelzijdige potentieel van de culturele sector duidelijk zien: in 2004 werkten er 5.8 miljoen mensen van de toenmalige 25 EU-landen in die sector (3.1% van de totale werkende bevolking in de EU-25); de sector was goed voor 2.6% van het BBP met een omzet van 654 miljard euro. In hetzelfde onderzoek werd ook uiteengezet dat de economische functie van cultuur van groot belang is op regionaal en lokaal niveau, aangezien cultuur de drijfveer is voor het ontstaan van creatieve ervaringen en plaatselijke ontwikkeling (denk aan festivals, cultureel toerisme).

Innovatie en Cohesiebeleid – het verhaal tot nu toe

"De regio's zijn van groot belang voor het beleid als creativiteit en innovatie worden ingezet voor economische ontwikkeling. Ze zijn groot genoeg om mee te tellen en klein genoeg om zich in te zetten. De regio's en steden zijn de belangrijkste drijfveren." Rudolf Niessler, Directeur van DG Regio, Regio's voor economische verandering, 2009.

Het Europees innovatiebeleid heeft zich mettertijd ontwikkeld. In de jaren '70 richtte het zich vooral op onderzoek en ontwikkeling, in de jaren '80 op kennisoverdracht. In de jaren '90 werd er ingezien dat innovatie geen lineair proces is (onderzoek – ontwikkeling – toepassing), maar het product van een complexer systeem met een heel netwerk van spelers, waaronder universiteiten, onderzoekers, overheden en bedrijven.

In het cohesiebeleid 2007-2013 wordt innovatie gezien als het belangrijkste middel naar duurzame groei. Het wil het idee van activiteitenclusters aanmoedigen om tot een zo groot mogelijk potentieel te komen, eenheid maakt macht.

Hoe innovatie profijt heeft gehad van steun uit het cohesiebeleid

Het cohesiebeleid draagt bij tot innovatie door financiële steun uit de structuurfondsen en de ontwikkeling van een regionaal bestuur, gebaseerd op iets dat op zich al een innoverend beleid is van partnerschap, geprogrammeerde strategische ontwikkeling en evaluatie. De verordeningen die de werkingssfeer van het EFRO bepalen, beschrijven innovatie uitgebreid in vier artikelen.

In 2006 riep de Commissie op tot een beter geïntegreerde benadering van innovatie en legde nieuwe beleidsgebieden vast. Dat werd gevolgd door een oproep van het Europees Parlement om een aanzienlijk deel van het geld uit de structuurfondsen te spenderen aan kennis, innovatie en opleiding.

Niettemin ontwikkelen vernieuwende praktijken zich soms traag en ze brengen niet meteen iets op. Aangezien ze een zeker risico inhouden en resultaten moeilijk meetbaar zijn, is er tijd en zekerheid voor nodig. Door overheden in staat te stellen middellange en langetermijnprogramma's uit te voeren, kan er geïntegreerde steun worden ontwikkeld voor de verschillende aspecten van economische en sociale ontwikkeling. Zo kunnen ondernemers en onderzoekers of onderwijspsychologen en plaatselijke overheden bv. bij elkaar worden gebracht en tijd toegewezen krijgen om samen te werken aan innovatie. Middellange tot langetermijnfondsen maken de nodige strategische planning mogelijk.

Programma's van het cohesiebeleid die zich richten op het regionale niveau zijn bijzonder geschikt voor het bevorderen van innovatie, want regio's bieden de nabijheid die de interactie tussen producenten en gebruikers van kennis en hun tussenpersonen stimuleert.

De bijdrage van cultuur aan cohesie - een vector voor creativiteit en innovatie in Europa

Ook al wordt innovatie vaak toegejuicht als een middel naar een meer samenhangende en duurzamere maatschappij, zij vergt ook veranderingen waar mensen voor kunnen terugschrikken. Cultuur, een instrument voor sociale en territoriale samenhang, helpt om een middenweg te vinden tussen traditie en vernieuwing, om de dialoog tussen culturen en generaties mogelijk te maken en de integratie in multiculturele samenlevingen te verbeteren. Cultuur als een katalysator voor economische ontwikkeling kan ook bijdragen tot stadsontwikkeling en -vernieuwing en tot plaatselijke groei en werkgelegenheid.

Bijna 30% van de kosten voor onderzoek en ontwikkeling in de EU-27 is momenteel geconcentreerd in 12 regio's, waarvan zes in Duitsland, twee in Frankrijk en één in België, Denemarken, Italië en Zweden.

De eerste 15 regio's die minstens 3.5% van hun BBP uitgaven aan onderzoek en ontwikkeling liggen in Duitsland (6), Zweden (4), Finland (3), Frankrijk (1) en het Verenigd Koninkrijk (1).

Meer dan 86 miljard euro of 25% van het totale structuurfonds gaat naar innovatieplannen. Daartoe behoren onderzoek en innovatie, ICT-gebruik, maatregelen voor ondernemerschap en innovatie op de werkplek.

Nog eens 6 miljard euro zal gaan naar culturele infrastructuur, diensten en het behoud van cultureel erfgoed.



De regionale en lokale strategieën die door het cohesiebeleid worden gesteund, zijn erin geslaagd cultuur op te nemen in de bevordering van creativiteit en innovatie op de volgende gebieden:

- cultureel erfgoed;
- ontwikkeling van duurzaam toerisme;
- sociaal-economische ontwikkeling door partnerschappen tussen de creatieve sector, industrie, onderzoek en andere sectoren; en
- heropleving van plaatselijke economieën dankzij culturele infrastructuur en diensten.

Een pad door de Alpen

Het is niet altijd alleen het werk van de natuur dat je de adem beneemt als je wandelt door de hoogoprijzende bergen van de Frans-Italiaanse Alpen. Soms is het ook het werk van de mens. Grote versterkte burchten rijzen op boven kloven en afgronden, gebruikmakend van de troeven van de natuur, als dramatische herinneringen aan de woelige tijden van weleer.

De kosten voor het onderhoud van deze bouwwerken is een punt van serieuze zorg. Cultureel toerisme kan echter bijdragen tot de oplossing.

Met een project dat deel uitmaakte van INTERREG IIIA, 2000-06, werden deze imposante bouwwerken onder de aandacht gebracht en een ruime groep Fransen en Italianen uit de overheids- en de privésector werd bijeengebracht. Zij kregen opleidingen en seminars en er werden grensoverschrijdende netwerken opgebouwd om leidinggevenden op de hoogte te houden van de meest recente opvattingen over de conservering van historische plaatsen en cultureel toerisme. Dankzij het project konden deze plaatsen optimaal gebruikmaken van het toerisme en onderzoek doen naar de architectuur, de geschiedenis en de sociale opvattingen waar deze monumenten uit ontstonden.

Een aantal voorbeelden op het terrein toont een heel scala van regionale strategieën waarin cultuur is gebruikt als middel voor plaatselijke en regionale ontwikkeling en sociale samenhang. Een onafhankelijke studie die de Commissie de komende maanden zal laten uitvoeren, zal helpen om een duidelijker beeld te krijgen van de bijdrage van cultuur aan de economische ontwikkeling van de Europese regio's en steden dankzij het Europese cohesiebeleid.

Uiteraard is ieder verder onderzoek naar de positieve banden tussen cultuur, creativiteit, innovatie en de economie in ruimere zin welkom. Al is het duidelijk dat de culturele en de creatieve sector innovatie kunnen aanmoedigen in andere economische sectoren, toch rijzen er drie vragen:

- Hoe kan cultuur bijdragen aan de ontwikkeling van creatieve vaardigheden in het kader van levenslang leren?
- Hoe kan cultuur bijdragen aan de ontwikkeling van creatieve oplossingen op de werkplek, met name door sociale innovatie?
- Hoe kan cultuur bijdragen aan de ontwikkeling van nieuwe diensten en producten?

Regio's 2020 - De rol van creativiteit en innovatie bij toekomstige moeilijkheden

«De kunst om nieuwe ideeën te bedenken en die om te zetten in innovatieve producten en diensten is van levensbelang voor regionale ontwikkeling.» Katarina Mathernova, Waarnemend Directeur Generaal, DG Regio.

Met het oog op de woelige financiële wereldmarkt en omdat we niet kunnen voorspellen hoe de dynamiek van de EU de volgende tien jaar zal veranderen, is een analyse gemaakt van de uitdagingen waar Europa zich voor gesteld ziet.

Dit verslag, Regio's 2020, signaleert vier grote uitdagingen die slechts benaderd kunnen worden met creatief en innoverend denken.

• Globalisering

Wetenschappelijke en technologische vooruitgang worden aanzet door globalisatie, waardoor innovatie en kennis belangrijker zijn dan ooit. Het openen van nieuwe markten schept nieuwe kansen, maar stelt Europa's capaciteit om zich aan te passen aan structurele veranderingen en om te gaan met de sociale gevolgen daarvan, ook op de proef. De verandering naar een op kennis en diensten gebaseerde economie is net zo ingrijpend als de vorige, van een agrarische naar een industriële economie.

• Demografische tendensen

De leeftijd en de werkgelegenheidsstructuur van onze maatschappij moeten veranderen. Efficiency en gelijke kansen voor alle leeftijden worden alsmaar belangrijker thema's, waar innovatieve oplossingen voor nodig zijn. De manier waarop we de problemen van de EU-ontwikkeling voorheen aanpakten, moet veranderen overeenkomstig de veranderende aard van de problemen zelf. Migratieproblemen vragen ook om een vernieuwende aanpak nu door de klimaatverandering en de schaarse natuurlijke hulpbronnen de druk op de armste regio's in de wereld toeneemt.

• Klimaatverandering

De invloed van klimaatverandering staat hoog op de Europese agenda. Om die terug te dringen door het aanpakken van broeikasgassen en ons aan te passen aan onvermijdelijke veranderingen in de toekomst, zijn alle denkbare creativiteit en innoverende oplossingen nodig.

• Veilige, duurzame en concurrerende energievoorziening

Beperking van de toevoer, een toenemende vraag en de absolute noodzaak om koolstofemissies terug te dringen ten behoeve van het milieu, vraagt om vernieuwende oplossingen.

We moeten op een creatieve en innoverende manier zorgen dat het beleid op het gebied van milieu, energie, sociale zaken, economische ontwikkeling, onderwijs en innovatie en cultuur op elkaar is afgestemd om oplossingen te vinden voor de problemen van de toekomst.

DIRK AHNER

Dirk Ahner, Directeur Generaal, Europese Commissie, Directoraat-Generaal voor Regionaal Beleid

Onlangs bracht een spreker op een conferentie de idee ter sprake dat de EU alleen op grond van zijn productiviteit niet langer kan concurreren in een geglobaliseerde wereld. Innovatie en creativiteit moeten nu het wachtwoord zijn. Bent u het daarmee eens?

Ja, daar ben ik het mee eens. Als we concurrerend willen blijven in een alsmat verder geglobaliseerde wereld, moeten we naar een meer op kennis gebaseerde economie. Helaas ziet het er naar uit dat de kloof tussen de innovatie van Europa en enkele van zijn grootste concurrenten alsmat groter wordt. Een deel van het probleem zou zijn dat de EU er al te vaak niet in slaagt technologische ontwikkelingen om te zetten in commerciële producten en processen. Dat vraagt om actie op een aantal fronten: meer investeren in onderzoek en technologie; innovatie verder bevorderen door middel van nieuwe of verbeterde producten, processen en diensten die de internationale concurrentie kunnen weerstaan; creatieve en innovatieve sectoren van de economie beter ondersteunen. Bovendien is er veel dat erop wijst dat samenwerking en nabijheid belangrijk zijn als het erom gaat creativiteit en innovatie naar voren te schuiven. Daarom kan en moet regionaal ontwikkelingsbeleid een cruciale rol spelen als de drijfveer voor vooruitgang.

Wat kan er op uw gebied gedaan worden, Europees, landelijk en regionaal, dat creativiteit en innovatie kan bevorderen?

Creativiteit en innovatie staan centraal bij onze pogingen om een snellere groei en meer werkgelegenheid te bevorderen. Binnen het Europees cohesiebeleid wordt innovatie meer dan ooit erkend als een beleidsprioriteit en het staat centraal in de programma's van het cohesiebeleid 2007-2013. In die periode zullen de investeringen in innovatie verdrievoudigd worden vergeleken met de vorige periode (2000-2006). **Het cohesiebeleid zal bijdragen aan Onderzoek, Ontwikkeling en Innovatie met ongeveer 86 miljard euro, een kwart van de totale begroting van het cohesiebeleid.** Veel van dit geld wordt uitgegeven aan het bevorderen van netwerken, samenwerken en clusters. Daar innovatie het sleutelwoord is tot het bereiken en handhaven van een concurrentievoordeel in de wereldeconomie, kan deze enorme investering uit het cohesiefonds de economische en sociale transformatie van de Europese regio's en van de EU als geheel stimuleren, versnellen en ondersteunen. Een belangrijke factor in dit kader is dat regio's samenwerken, ook grensoverschrijdend. Industriegebieden of -clusters zouden zich ongehinderd over lands- of regiogrenzen heen moeten kunnen

ontwikkelen. Dat is ook waar Europese integratie om draait. Territoriale samenwerking in de vorm van grensoverschrijdende samenwerking tussen microregio's aan de grens, of internationale samenwerking in een macroregio als het Oostzeegebied kunnen creativiteit en innovatie helpen stimuleren door allerlei contacten, uitwisseling en gezamenlijke ontwikkelingsprojecten.

Zijn er nog andere mogelijkheden voor regio's die nauwer willen samenwerken om creativiteit en innovatie te bevorderen?



Je inzetten voor creativiteit en innovatie is meer dan alleen financieren. Het Europees cohesiebeleid tracht samenwerking te bevorderen door een uitgebreid netwerk tussen alle Europese regio's te steunen om zo ervaring en beste praktijken uit te wisselen en nieuwe kansen te ontwikkelen. Nieuwe initiatieven zijn onder andere de netwerken Regio's voor economische verandering, die zijn bedoeld om aan te zetten tot meer uitwisseling van ervaring ter

ondersteuning van innovatie. Een van de belangrijkste thema's van Regio's voor economische verandering was het verbeteren van kennis en innovatie voor groei. In het kader van dit initiatief is het belangrijk voor ons dat de lessen die worden getrokken en de ideeën die worden ontwikkeld in de netwerken hun weg vinden naar de programma's voor regionale ontwikkeling en dat ze vertaald worden in concrete actie.

“ Het beleid voor regionale ontwikkeling kan en moet een cruciale rol spelen als de drijfveer voor vooruitgang ”



KARL-HEINZ BRANDENBURG

Professor en uitvinder van MP3

Een van de ambassadeurs van het Jaar van creativiteit en innovatie, Professor Karl-Heinz Brandenburg, is een onderzoeker op het gebied van informatie- en communicatietechnologie. Het werk van Professor Brandenburg, hoofd van het onderzoeksgebied "Electronic Media Techniques", en Directeur van het Fraunhofer Instituut voor Digitale Mediatechnologie (IDMT), leidde tot de ontwikkeling van moderne audio-coding methoden als MPEG Layer-3 (MP3), MPEG-2 Advanced Audio Coding (AAC) en menige andere.

Onlangs bracht een spreker op een conferentie de idee ter sprake dat de EU alleen op grond van zijn productiviteit niet langer kan concurreren in een geglobaliseerde wereld. Innovatie en creativiteit moeten nu het wachtwoord zijn. Bent u het daarmee eens?

Die bewering is allang waar. In de gemondialiseerde economie is Europa niet de regio met de natuurlijke hulpbronnen, en het is ook de workshop van de wereld niet meer. Alleen de laatste snufjes op technologisch gebied en de laatste vernieuwende ideeën kunnen Europa in staat stellen nog te concurreren op de wereldmarkt. Die nieuwe ideeën vormen de kracht van ons tijdperk, voor producten zowel als voor diensten.

Er zijn studies die laten zien dat, zelfs nu nog, voor veel bedrijven een groot deel van hun verkoop bestaat uit producten die pas de laatste vijf jaar zijn ontwikkeld. Op sommige gebieden is er al een splitsing tussen bedrijven die alleen maar ideeën ontwikkelen en verkopen, bedrijven die er producten van maken en bedrijven die deze producten commercialiseren, vaak onder hun eigen merknaam. In die internationale arbeidsverdeling is het van belang om zoveel mogelijk bij te dragen aan ideeën en innovaties.

Wat kan er volgens u gedaan worden om creativiteit en innovatie te bevorderen op regionaal, landelijk en Europees vlak?

We moeten mondiaal denken en creativiteit en innovatie promoveren. Op veel vlakken gebeurt dat al: het schoolsysteem is al zover, net als voortgezet-onderwijsinstellingen en universiteiten. Als we op dat gebied achterop raken, zullen we nooit in staat zijn om creatiever en innovatiever te zijn dan anderen.

Creativiteit en innovatie zijn ook een kwestie van mentaliteit: wie alleen maar geïnteresseerd is in, en vooruit wil gaan op zijn eigen gespecialiseerde weg, zal mislukken. Voor creativiteit moet je buiten de lijnen durven gaan, voorbij het hokjesdenken.

Wetenschap is al lang globaal. Wetenschappelijke publicaties zijn over de hele wereld toegankelijk en wetenschappers zijn eraan gewend om wereldwijd samen te werken. Die manier van werken moet aangemoedigd worden en men moet nationale trots opzij kunnen zetten; dat dient ons eigen belang het best op regionaal, nationaal en Europees gebied. Onderzoek en ontwikkeling en de creatieve industrie moeten ontwikkeld worden voorbij onze eigen regio's en door de maatschappij meer erkenning krijgen dan tot nu toe. Het "Jaar van creativiteit en innovatie" helpt om de mensen beter bewust te maken van deze noodzaak, maar we moeten ook de goede prioriteiten stellen voor onderwijs en onderzoek.

Is creativiteit niet iets voor artiesten, waarom is het een onderwerp voor een ingenieur als u?

Zelfs voor een ingenieur is het belangrijk om "buiten de lijnen" te denken. Toegepaste wetenschap gaat helemaal over de ontwikkeling van technologieën om mensen te helpen en ons leven eenvoudiger en meer de moeite waard te maken. Als ik domweg steeds dezelfde weg bewandel, wordt het saai en dan kan ik niet echt meer de problemen oplossen waar ik mee te maken heb. De kwestie is dat 'het kan niet' een onaanvaardbaar antwoord is zolang de elementaire natuurkundige wetten niet veranderen. Ingenieurs moeten altijd bereid zijn met onverwachte antwoorden op gebruikelijke problemen op de proppen te komen, dat is wat er bedoeld wordt met 'uitvinding'. Toevallig zijn veel ingenieurs ook actief in de kunsten; veel van mijn collega's op het Fraunhofer instituut treden ook op als musici.



“ Alleen de laatste technologische snufjes en de nieuwste ideeën zullen Europa in staat stellen te concurreren op de wereldmarkt ”

ODILE QUINTIN

Directeur Generaal, Europese Commissie, Directoraat-Generaal voor Onderwijs en Cultuur



Onlangs bracht een spreker op een conferentie de idee ter sprake dat de EU alleen op grond van zijn productiviteit niet langer kan concurreren in een geglobaliseerde wereld. Innovatie en creativiteit moeten nu het wachtwoord zijn. Bent u het daarmee eens?

Innovatie en creativiteit zijn de kernbegrippen voor onze toekomstige levensstandaard. Europa moet inventiever worden, meer innoveren en beter reageren op nieuwe trends in de markt. Op het hoogste politieke niveau is dat erkend. Een innovatiestrategie met een brede basis voor de Europese Unie wordt al een paar jaar nagestreefd en er zijn al belangrijke stappen in die richting gezet.

De capaciteit om te innoveren hangt af van veel factoren. Creativiteit is er een van, en die wordt nog niet maximaal benut. De combinatie creativiteit-innovatie vraagt om slimme investeringen die kunnen leiden tot nieuwe, duurzame oplossingen en winst voor onze economie en de maatschappij. Dat is de belangrijkste boodschap van het Europees Jaar van Creativiteit en Innovatie. Dat krijgt nog meer belang tegen de achtergrond van de huidige financiële crisis.

Wat kan er gedaan worden om creativiteit en innovatie op uw vakgebied te bevorderen, Europees, landelijk en regionaal?

Om een omgeving te ontwikkelen die gunstig is voor creativiteit en innovatie, moeten we acties in gang zetten op alle bestuursniveaus. Overheids- en privé-belanghebbenden moeten bij dat proces betrokken zijn.

Creativiteit is meer dan alleen de culturele/creatieve sector, zoals innovatie meer is dan O&O. We moeten partnerschappen aanmoedigen tussen verschillende sectoren zoals cultuur, onderwijs, onderzoek, technologie, industrie en overheid. We moeten de maatschappij innovatie-vriendelijker maken.

Communautaire instrumenten steunen de vorming van bedrijvenclusters als een weg naar creativiteit en innovatie, samen met mobiliteit en kennisoverdracht. Dezelfde steun is nodig op landelijk, regionaal en plaatselijk niveau.

Concrete aanwijzingen zijn nodig om te komen tot een duurzame, doeltreffende strategie voor creativiteit en innovatie.

Toen de politieke leiders van de EU de nieuwe fase van de Lissabonstrategie voor groei en werkgelegenheid 2008-2010 lanceerden, erkenden zij dat "de ontwikkeling van het volle potentieel aan creativiteit en innovatie van de Europese burgers op basis van de Europese cultuur en uitmuntendheid in de wetenschap, een sleutelfactor was voor groei in de toekomst". Hoe ziet u dit in verband met cultuur als drijfveer voor creativiteit en innovatie?

Cultuur houdt niet alleen verband met de kunst, maar ook met wetenschap, onderwijs, industrie en de economie in zijn geheel. De culturele en creatieve industrie dragen eraan bij dat onderzoek, productontwikkeling en nieuwe diensten, marketing en communicatie, 'branding of cities' (steden voorzien van een identiteit) en gemeenschapszin gestimuleerd worden. Met netwerken en partnerschappen, waar sectoroverstijgende vaardigheden nodig zijn, komen zij met een nieuw model voor groei in een geglobaliseerde wereld. Allerlei voorbeelden uit Europese regio's en steden laten zien hoe cultuur gebruikt kan worden binnen een geïntegreerde aanpak naar duurzame ontwikkeling in economische en maatschappelijk verantwoorde zin.

De kunst is om de positieve neveneffecten van cultuur te benutten. We hebben goed gerichte strategieën nodig op alle beleidsniveaus, die maximaal gebruik maken van de banden tussen cultuur, creativiteit, innovatie en sociaal-economische ontwikkeling. Cultuur een plaats geven in ons beleid betekent plaats maken voor creativiteit en innovatie.

“ De kunst is nu om gebruik te maken van de gunstige neveneffecten van cultuur ”



JAMIE OLIVER

Chefkok



Jamie Oliver is een internationaal bekende chefkok en de oprichter van Fifteen Restaurant, een officiële liefdadigheidsinstelling die een stage aanbiedt aan jonge mensen die een tweede kans nodig hebben om een plaats in de maatschappij te veroveren. Oliver, die regionale steun kreeg voor Fifteen in Cornwall, is ook de grootste promotor van de campagne 'gezond eten op school' in het Verenigd Koninkrijk.

Onlangs bracht een spreker op een conferentie de idee ter sprake dat de EU alleen op grond van zijn productiviteit niet langer kan concurreren in een geglobaliseerde wereld. Innovatie en creativiteit moeten nu het wachtwoord zijn. Bent u het daarmee eens?

Ik ben geen politicus, dus ik ben geen deskundige op dat gebied. Wat ik wel weet is dat, in welk bedrijf je ook werkt, je moet blijven aanpassen, verbeteren en ja, ook innoveren. Maar het heeft geen zin te innoveren als je product nog niet goed genoeg is.

Als wij een nieuw bedrijf starten, vragen we ons altijd af hoe we maximaal kunnen presteren.

Hoe kunnen we zorgen dat de mensen steeds opnieuw naar ons toekomen voor de kwaliteit en de betaalbaarheid van ons aanbod en de échte creativiteit die erin schuilt?

Dat is echte creativiteit en als je die combineert met de beste productiviteit dan ben je op weg om een winnaar te worden.

Zo zijn alle succesvolle restaurantkeukens, alle Fifteens zijn zo, ook die in Cornwall die al door de EU is erkend en gesteund om zijn innovatie. Die keuken serveert meer dan 80 000 maaltijden per jaar,

dus een kwart miljoen sinds de opening in mei 2006: creatief, innovatief, productief, succesvol.

Meer dan 200 topklassemaaltijden per dag is een indrukwekkende hoeveelheid, maar daar komen de mensen niet voor. Wat zij verwachten..., wat hen interesseert is wat zij zelf op hun bord krijgen en dat komt van de creativiteit in de keuken.

Bovendien is Fifteen een levend voorbeeld van innovatie in actie omdat het jonge mensen aanneemt die behoefte hebben aan een kans in het leven, vaak een tweede kans, en omdat het koks van hen maakt met vaardigheden en de kans om een goede carrière uit te bouwen. Dat heeft op zijn beurt weer effect op de plaatselijke gemeenschap rond Fifteens en op de horecasector in het algemeen.

Wat kan er in uw vakgebied gedaan worden om creativiteit en innovatie te bevorderen, Europees, landelijk en regionaal?

Je merkt vaak dat sommige bedrijven of organisaties er gewoon niet op uit zijn om te innoveren. Ze vinden het best om door te modderen in de situatie zoals die is, maar als de tijden moeilijker worden, zijn zij degenen bij wie het het hardst aankomt. In veel gevallen moeten bedrijven, en regeringen in sommige gevallen ook natuurlijk, ofwel het personeel dat ze hebben inspireren om creatief te zijn, of nieuw personeel inbrengen dat creatief kan zijn en de boel een beetje wakker kan schudden. Wees moedig en wees niet bang om met nieuwe ideeën te experimenteren.

Europees geld kan helpen om dat te laten gebeuren... "faciliteren" heet dat geloof ik... ..al dat geld en al dat talent... een heel continent vol geweldige mensen om mee te werken! Dat moet je inzien, vasthouden, voeden en ondersteunen! En maak je niet teveel zorgen als er eens een paar tegenvallen... dat gebeurt nou eenmaal.

Hoe ziet u het verband tussen creativiteit, cultuur en de uitdagingen van het leven in een moderne maatschappij?

Ik denk dat de moderne maatschappij eigenlijk juist kansen biedt en geen problemen als het gaat om creativiteit. Sommige Britse zakenlieden die ik bewonder, Paul Smith en Richard Branson bv., gedijen in een maatschappij waar creativiteit wordt gewaardeerd en ik vind dat we meer creatieve mensen moeten aanmoedigen om ideeën naar voren te brengen.

Het publiek is momenteel uit op creativiteit in het dagelijks leven, ze willen goede ontwerpen, ze eisen slim denken, kijk maar naar wat ze tegenwoordig eten en drinken vergeleken met nog geen 20 jaar geleden... ze nemen geen genoegen meer met gisteren. Ze zijn afgestemd op de moderne cultuur.

“ In welk bedrijf je ook werkt, je moet je blijven aanpassen, verbeteren en ja, ook innoveren ”

EUROPESE CULTUURHOOFDSTAD 2008 : LIVERPOOL

De wereld in één stad

Het programma van de cultuurhoofdstad startte al in 1985 in Athene. Sindsdien hebben alle EU-lidstaten een jaar toegewezen gekregen waarin zij de stad van hun keuze naar voren kunnen schuiven. In 2008 werd Liverpool verkozen, met een indrukwekkend programma onder de noemer "De wereld in één stad".

Een EU-investering van 1,5 miljoen euro heeft bijgedragen aan infrastructuurprojecten in de stad. Die waren op hun beurt aantrekkelijk voor andere commerciële investeerders, met de belofte van veel grotere economische opbrengsten op de langere termijn.

Liverpool heeft ook aanzienlijk geprofiteerd van de 1 405 miljard euro die het EFRO tussen 1994 en 2006 heeft geïnvesteerd in het graafschap Merseyside, waar de stad deel van uitmaakt. Dankzij dat geld, waarmee het van een stad in economische afbraak tot een bruisend centrum van zakelijke en culturele activiteiten kon worden, werd Liverpool een succesvolle kandidaat voor de titel Europese Cultuurhoofdstad.

Veel van de culturele partners die in 2008 evenementen hebben georganiseerd, blijven via lokale netwerken met elkaar in contact. Er worden ook grootschaliger netwerken gevormd tussen de Europese cultuurhoofdsteden.

Openingsevenement

40 000 bezoekers waren er bij de start van dit unieke jaar in Liverpool. Ex-Beatle Ringo Starr voerde de lijst aan met een overdonderende avond door meer dan 800 artiesten.

Theaterkunsten

Er waren inspirerende muziek-evenementen het hele jaar door, alle klassieke en moderne stijlen waren vertegenwoordigd. Sir Paul McCartney keerde terug naar zijn roots met een langverwacht optreden in het Anfield Stadium, samen met andere belangrijke bands uit Liverpool.

Visuele kunsten

Het allernieuwste in de kunst was te zien in alle mogelijke straten van de stad, veelal in samenwerking met het Liverpool's tweejarig kunstenfestival. Nieuwe tentoonstellingen dreven niet eerder geziene massa's bezoekers naar galerieën en musea. Een tentoonstelling gewijd aan Klimt in het Tate Liverpool was een hoogtepunt voor velen, maar ook kleurige straatkunst was populair. Een mechanische reuzenspin veranderde de straten, levende beelden waren er in de meest uiteenlopende artistieke versies en vreemde doorkijkjes trokken de blik naar binnen en naar buiten.

Overgang

Aan het eind van het jaar had Liverpool zijn verleden gevierd met een verrassend scala aan culturele evenementen en het liep over van de nieuwe ideeën om de toekomst te bezien. In 2009 zullen Vilnius en Linz de Europese cultuurhoofdsteden zijn.

Met Culture Liverpool zal de toekomst van Liverpool als één van Europa's mooiste culturele bestemmingen op langere termijn gepromoot kunnen worden.

Het nieuwe Liverpool

Een veelheid van zakelijke activiteiten en initiatieven brengt kleine bedrijven uit het hele noordwesten van Engeland nog steeds bijeen, voortbouwend op het positieve imago dat de regio heeft verkregen.

Een enquête liet zien dat 79% van de mensen dacht dat Liverpool "een stad in opkomst" was.

Winst in ruimere zin

Ieder schoolkind in Liverpool was erbij betrokken; 67 000 kinderen namen deel aan activiteiten en optredens.

Onmiddellijke winst voor iedereen

Investerings hebben mooie nieuwe faciliteiten naar Liverpool gebracht. De Echo Arena en het BT Convention Centre brachten in 2008 216 miljoen euro in het laatje en zijn al geboekt tot 2014. Een groot nieuw winkelcentrum, Liverpool One, dat het stadscentrum verbindt met het Albert Dock, bracht dat jaar 2.16 miljard op.

Vier jaar voorbereiding tot 2008 zorgde voor 11.89 miljoen aan investeringen in openbaar kunstbezit en sociaal-artistieke projecten (community arts). Het Creative Communities Programme stelde thema's vast voor elk jaar tussen 2004 en 2007 om vorm te geven aan het beeld van de stad in 2008.

In 2008 woonden 15 miljoen mensen een of ander cultureel evenement bij. De meeste daarvan gingen direct samen met de culturele hoofdstad. 70% van de mensen in Liverpool bezocht een museum of een galerie.

3.5 miljoen bezoekers kwamen naar de stad en zij gaven daar 864 miljoen euro uit; er werden 1 miljoen hotelbedden geboekt. Nog nooit waren hotels zo vol geboekt, tot 81% in een maand.

Velen van hen bezochten het toeristische informatiecentrum, The 08 Place, dat zelf ook een prijs won wegens zijn uitstekende service. Bezoeken aan toeristische informatiecentra stegen met 150%. Het Welcome Programme nam meer dan 5000 lokale bewoners in dienst om in de toeristische sector te werken en een betere service te verlenen.

Er werden in de hele wereld 12 000 artikelen geschreven over Liverpool, waarin de stad werd gepromoot en aantrekkelijk werd voorgesteld voor bezoekers.

Het vrijwilligersprogramma zette 1000 mensen ertoe aan om evenementen te helpen bemannen en bekend te maken wat er te zien, te doen en te maken zou zijn. Taxichauffeurs bestudeerden Klimt in the Tate Gallery en sommigen volgden zelfs cursussen moderne kunst. Mensen daagden zichzelf uit om nieuwe vormen van kunst te leren kennen uit het wijde scala van media.

Alle lagen van de bevolking werden aangetrokken door de sfeer en namen ergens aan deel. Opgedragen werk en evenementen werden gebruikt om met de plaatselijke bevolking in contact te komen en zelfs om te discussiëren over heikele onderwerpen als misdaad en sociale uitsluiting.

MAAK GEBRUIK VAN DE PERSOON ALS GEHEEL –

KUNST ALS MIDDEL VOOR EEN CREATIEVE WERKRUIJME

Panorama bezoekt Zweden waar een project bestaat uit het vormen van een creatief verband tussen artiesten en de werkvloer. TILLT zet artiesten in organisaties aan de slag om werknemers te helpen bij het vinden van creatieve oplossingen voor de huidige problemen.

Als je door de gangen wandelt van een ziekenhuis net buiten Göteborg in Zweden, ziet alles eruit zoals je zou verwachten. De vloeren reflecteren de verlichte streep boven je hoofd en mensen in witte jassen lopen bezorgd voorbij. Maar had u hier een paar maanden geleden gelopen, dan had u samen met patiënten en personeel in vervoering gekeken naar de optredens op de afdelingen van danser en choreograaf Mattias Olaison.

“Door naar onszelf te kijken door zijn ogen, zagen we dingen die goed waren en andere waar we ons niet van bewust waren,” aldus Marianne Olsson, projectleider in het Angereds Närsjukhus-ziekenhuis. “Hij liet zien waar we mee bezig waren en vergrootte dat uit.” Dit project, waar de artiest twee maanden onderzoek in het ziekenhuis voor deed, is een voorbeeld van TILLT in actie.

TILLT, een Zweeds bedrijf met zetel in Göteborg, beheert een reeks programma’s waarbij artiesten op de werkvloer van bedrijven worden ingezet. De lange, middellange of kortetermijnprogramma’s hebben allemaal één ding gemeen: ze gebruiken de manier van denken van een bepaalde artiest en laten die los op de werkplek, als een katalysator voor verandering. De artiest, de behoeften van de werkgever, het doel, de problemen, de lengte van het programma – alle elementen worden zorgvuldig op elkaar afgestemd en dat leidt tot een unieke ervaring – even uniek als de mensen die erbij betrokken zijn.

En dat leidt inderdaad tot verandering. Verandering in wederzijdse erkenning, communicatie en afgaan op het onbekende. Verandering ook in de productiviteit: onderzoek door het Institute of Management Innovation and Technology (IMIT) in Göteborg laat zien dat die stijgt, terwijl het ziekteverzuim afneemt.

Terug in het ziekenhuis laat Olsson er geen twijfel over bestaan: “Er is veel minder weerstand voor onzekerheid dan voorheen,” zegt zij over haar personeel. Ze waren weinig op hun gemak en op hun hoede toen Mattias hier pas was, ze wisten niet wat ze konden verwachten en velen vonden dat vervelend. “We zijn het ziekenhuis nog aan het opbouwen, dus de onuitgesproken vraag

was: ‘waarom doen jullie ons dit aan?’”, lacht Olsson. Maar toen het achter de rug was, waren de mensen erg positief – iets dat leidinggevend nu kunnen gebruiken bij hun aanpak van nieuwe ideeën. “We kunnen hun eraan herinneren dat ze tot hun verbazing iets durfden dat vreemd lijkt of iets konden bekijken vanuit een andere hoek. Voor mij als manager is dat een belangrijk instrument. Mijn medewerkers zijn opener en ontvankelijker.”

Over AIRIS

AIRIS – een programma van TILLT dat één jaar loopt, waarin een artiest eerst twee maanden besteedt aan onderzoek, waarbij hij met werknemers meewerkt, de werkruijme onder de loep neemt en vragen stelt en later opdrachten bedenkt die de doelstellingen van de organisatie moeten helpen verwezenlijken.

Artiesten en organisatie worden bij elkaar gebracht door Roger Sarjanen, projectleider van TILLT, die van zichzelf zegt dat hij te allen tijden klaar staat voor de artiest en de cliënt om vroegtijdig aan de alarmbel te trekken als zij het gevoel hebben dat er iets mis dreigt te gaan.

Naarmate de tijd verstrijkt, doen hij en de artiest een stapje terug, zodat de ideeën en de motivatie van de werknemers komen. Dus als TILLT zich terugtrekt aan het eind van het jaar, na een laatste vergadering met de organisatie om het programma af te ronden, laten ze een blijvende verandering achter zich.



Alle managers die we hebben geïnterviewd, hebben deze veranderingen opgemerkt. “Je kunt je niet voorstellen hoe prettig het is om leiding te geven aan gemotiveerde mensen die niet bang zijn om initiatief te nemen,” zegt Berit Hallersbo, hoofd human resources bij de overheidsinstelling Vara Commune.

De Commune, die 19 jaarlijkse AIRIS programma’s voor artists-in-residence (artiesten over de vloer) in de wacht heeft gesleept, weet waar ze over praat. De helft van hun 1300 personeelsleden was betrokken bij een TILLT project, en ze zijn van plan er nog 21 te organiseren. “We willen ons personeel aanmoedigen een bijdrage te leveren aan de manier waarop het werk georganiseerd wordt,” zegt Hallersbo nog en het is duidelijk dat dat nu precies is wat ze gedaan heeft met de inbreng van de TILLT artiesten.

Hoe het allemaal begon

De Zweedse maatschappij uit het begin van de 20e eeuw hing het idee aan dat de kunst en de behoefte aan cultuur van



wezenlijk belang waren in het leven van de burgers. Uit de wens om te erkennen dat iedereen het recht had om kunst en cultuur te leren kennen, groeide de idee om kunst een plaats te geven in het dagelijks arbeidsleven. Tegen 1970 had dat vorm gekregen in een hele keten van organisaties die tickets verkochten voor het theater, tentoonstellingen en de opera aan werknemers uit de privé-sector en de overheid tegen lagere prijzen.

Het was 2001 toen Pia Areblad betrokken raakte bij de afdeling Göteborg: internet was een feit en de wereld was dichterbij – het verkopen van tickets leek niet meer de oplossing te zijn. “We kregen een opdracht uit de kunst- en cultuursector, het Comité voor Business en Culturele Zaken en het Comité voor Regionale Zaken – beide regionale organisaties – om te onderzoeken hoe kunst en cultuur het arbeidsleven kunnen ontwikkelen en omgekeerd” vertelt Areblad, algemeen directeur van TILLT.

Hoewel hun opdracht was om in de hele regio te werken, was er geen geld meer voor de 48 gebieden die er behalve Göteborg nog zijn. “Dat was een uitdaging en daar houd ik van, want uitdagingen dwingen je anders te denken, je geest om te schakelen.”

Die omschakeling werkte: ze begon met slechts één collega toegangkaartjes voor evenementen met korting te verkopen en vertrouwde helemaal op subsidies. Nu telt TILLT (zelfs de naam is nieuw) maar liefst tien mensen en 65% van hun inkomen wordt door henzelf verdiend. Ze hebben onlangs twee EU-subsidies ontvangen en de Confederatie van Zweedse Ondernemingen, de vakbonden en de culturele sector zijn vertegenwoordigd in hun bestuur.

De TILLT-ervaring herhalen – hoe pak je dat aan

Areblad begon ermee de culturele organisaties in het doelgebied bij elkaar te brengen met de vraag hoe professionele culturele activiteiten in hun gemeenschap het arbeidsleven konden beïnvloeden. Toen verzocht zij deze organisaties lid te worden van TILLT. De volgende stap was om klanten te vinden. De plaatselijke overheden vormden de eerste halte teneinde de directeur van de overheidsinstelling bij het project te betrekken. “De beslissing om kunst en cultuur in een gemeenschap te gebruiken om het arbeidsleven te ontwikkelen, wordt door de directeur genomen”, legt Areblad uit. Nadat ze de goedkeuring van de leiding had, benaderde ze de ambtenaren voor bedrijfsontwikkeling en personeelszaken van de instelling. Overheidsinstellingen zijn grote werkgevers in Zweden, alleen al in Göteborg werken 50.000 ambtenaren. Een creatief plan werd opgesteld waarin werd uitgelegd hoe de plaatselijke overheid kunst kon inzetten in haar organisatie.

Als dat eenmaal op poten was gezet, was het voor de afdeling bedrijfsontwikkeling een logische stap om ook de privé-sector erbij te betrekken door plaatselijke bedrijven te benaderen.

“Als zij inzien dat artistieke vaardigheden de sector echt kunnen helpen, zullen zij die boodschap overbrengen,” zegt Areblad.

“Het enige wat je nodig hebt zijn professionele artiesten, overheden en een privé-sector om dit voorbeeld overal na te volgen”, voegt ze eraan toe. En verder iemand met een visie en de inzet om iedereen bij elkaar te brengen.

Kunst en creativiteit als drijfveer voor groei en innovatie

Bertil Törsäter is algemeen directeur voor regionale ontwikkeling in West Götaland. Hij is ervan overtuigd dat organisaties die nu nieuwe wegen van denken inslaan, sterker zullen staan bij het benutten van kansen die zich zullen aandienen als de economie weer aantrekt. “Een creatieve geest staat open voor verandering, en verandering is ons heden,” zo zegt hij. West Götaland is in verhouding een van de grootste investeerders ter wereld in onderzoek en ontwikkeling, en volgens Törsäter is creativiteit daar onlosmakelijk mee verbonden.

AstraZeneca, een farmaceutisch bedrijf en een multinational met 60 000 werknemers over de hele wereld, heeft 2000 werknemers, de meesten onderzoekers, in haar vestiging in Göteborg. Peter Nyström, de directeur hier, is het helemaal met Törsäter eens. “Cultuur, gezondheid, innovatie en concurrentie, daar zit iets in. Er is een groeiend besef in ons bedrijf dat de magie ontstaat op de interface tussen orde en chaos, zoals Nyström het formuleert.

Zoals in alle bedrijven, hangt ook het succes van AstraZeneca af van hun vaardigheid om nieuwe ideeën op te hoesten. Nyström denkt dat die verkregen is door verschillende invalshoeken te vermengen. De creatieve invalshoek waar zij naar op zoek waren, werd gevonden door deel te nemen aan twee AIRIS-programma's. Mikael Werner, een manager van het bedrijf legt uit: “Er is moed voor nodig om je bedrijf te laten deelnemen aan een TILLT-project, want niemand weet waarin je terecht zult komen.” Zij kwamen terecht in een organisatie die beter was voorbereid op verandering, “wij zien elke maand veranderingen en er is geen twijfel over dat de mensen daar na het project meer voor open stonden, er minder bang voor waren.”

Voor Nyström is de grootste uitdaging om mensen blijvend te motiveren, “wat wij doen is niet ver van het Nobelprijsniveau, en het is moeilijk om je eigen verwachtingen te overschrijden als je maar 80% van je capaciteiten gebruikt. Je moet je voor 120% inzetten! De manier van denken die we kunnen gebruiken dankzij het AIRIS-project, helpt ons daarbij.”

Törsäter stelt dat steun aan kunst en cultuur voor de regio nog andere belangrijke voordelen heeft: het maakt het gebied aantrekkelijk voor buitenlandse bedrijven. "Wij moeten er echt voor zorgen dat mensen hier graag willen werken", zo zegt hij. Volvo, AstraZeneca en andere multinationals hebben zetels in Göteborg waar mensen werken die gewend zijn om te kiezen tussen grote hoofdsteden. "Wij moeten hen duidelijk maken waarom ze hier zouden moeten komen", legt Törsäter uit. Nieuwe systemen en podia creëren om de samenwerking tussen bedrijven en de kunstzinnige sector aan te moedigen, is een oplossing. "TILLT is een voorbeeld van een nieuwe manier om twee krachten te bundelen en dankzij de synergie tot een nog beter resultaat te komen."

Wie gaat dat betalen?

Culturele organisaties betalen een kleine bijdrage om lid te worden en van de promotie te profiteren. Overheden dragen, net als de privé-sector, bij om deel te nemen aan een TILLT-programma, of dat nu een één-jaar-lopend AIRIS-project is, een op maat gemaakte "Creative Kick" of vorming en ondersteuning van TILLT voor leden van hun personeel om op te treden als "cultureel ambassadeur" in de organisatie. "Zo hoeven we niet bij politici aan te kloppen om grote hoeveelheden geld. De kosten worden gespreid: iedereen draagt bij, iedereen wordt er beter van," aldus Areblad.

Cultuur en business meer dan een deal voor sponsoring

In West Götaland gaat de betrokkenheid van bedrijven bij cultuur verder dan sponsoring en het gaat dus niet meer alleen om het logo op een operaprogramma.

Als we een artiest gebruiken in een AIRIS-project, kunnen we dat zien aan de cijfers, de winst is kwantificeerbaar", zegt Hans Löwlund, directeur voor ontwikkeling van de Zweedse handelsfederatie.

Volgens hem zijn artiesten de mensen die het meest beschikken over een open geest, scheppingsdrang en flexibiliteit, maar ze willen niet door een contract worden gebonden. "Zij willen vrij zijn," legt hij uit, "dus zelfs als een hoofd personeelszaken zou iemand zou willen vinden, zou hem dat niet lukken." Löwlund heeft het gevoel dat de enige manier om iemand met die kwaliteiten in een bedrijf te krijgen, is om hem of haar voor drie, zes of twaalf maanden via projecten als die van AIRIS binnen te halen. "Plotseling zie je hoe het personeel meer open staat, innovatiever wordt en meer zelfvertrouwen krijgt."

De kunstenaar als gids naar nieuwe oplossingen

Klas Ålander, hoofd Corporate Communications, en Eva Degerman, hoofd Global Human Resources, werken voor FlexLink. Beiden zijn het eens met Löwlund. Hun bedrijf houdt zich bezig met productielogistiek en in 2007 hadden ze een moeilijk jaar. De beslissing om van een leverancier te veranderen, had nare gevolgen aan het begin van het jaar en naarmate de maanden verstreken vielen er enkele ontslagen. Hun collega's werkten hard om de vraag bij te houden, maar het was moeilijk en ze

stonden onder druk. Ik ben er zeker van dat het hielp dat de artiesten hier waren, want het ging over het openen van nieuwe perspectieven", zegt Ålander.

Hoewel ze de interne moeilijkheden dus overwonnen hebben, blijft het financieel klimaat in de wereld een probleem. Ålander is ervan overtuigd dat dit het moment is om vernieuwend te denken, "bedrijven hebben dat nodig, kunst en cultuur zijn een middel om vernieuwing in een organisatie te garanderen."

Om een AIRIS project te leiden is betrokkenheid van de leiding nodig, zegt Degerman, "het is belangrijk dat dit niet gezien wordt als iets van personeelszaken, maar als een project van het bedrijf. Je moet heel duidelijk zijn over wat je ermee wilt bereiken en je moet een niet te grote projectbeheergroep samenstellen." Het project organiseren en andere hoofden erbij betrekken is nog maar een deel van de opdracht. Ook de werknemers moeten worden aangespoord.

In het begin was er veel onrust. Het personeel wilde er helemaal niet aan meedoen, "maar toen het eenmaal aan het rollen ging, waren ze er maximaal bij betrokken en was het fantastisch" zegt Degerman. Er werd hen gevraagd een of ander kunstwerk te maken en daar werd een tentoonstelling mee gemaakt. "Er bleven maar bijdragen binnenkomen, zelfs toen het evenement alweer voorbij was. Toen ze de slag eenmaal te pakken hadden, wilden ze er niet meer mee ophouden", herinnert Ålander zich.

Bij PAROC, een bedrijf dat steenwol-isolatie produceert, zagen ze dat enthousiasme ook bij hun werknemers tijdens en na de inbreng van TILLT. Lars Lindström, hoofd personeelszaken, heeft TILLT tot nu toe



Hoe werkt een AIRIS-project in de praktijk

"De directie moet voor ogen houden dat het personeel in het begin niet zal staan te juichen, maar je moet vertrouwen hebben en moed putten uit je eigen overtuiging, zodat je kunt bijsturen. Je moet de onrust van het personeel in bedwang kunnen houden zolang het project loopt. Maar het is net zo goed leuk. De patiënten vonden het enig, ze zaten in de wachtkamer en plotseling verschenen daar een aantal dansers; dat gaf een hoop gelach en plezier op momenten die meestal voor ons allemaal vooral worden beheerst door spanning." Marianne Olsson, Projectdirecteur in het Angereds-ziekenhuis

gevraagd om twee AIRIS-projecten uit te voeren; een derde is op komst. "Het is nooit het goede moment en mensen zullen zeggen dat, ook als een project elders goed gewerkt heeft, hun werksituatie toch niet dezelfde is. Ze zoeken naar uitvluchten. Maar je moet er gewoon inspringen. Daar is lef voor nodig," zegt hij.

PAROC leed aan stasis: een generatie lang zware industrie op het terrein, een vijf-ploegendienst wat betekende dat er nooit meer dan 20% van het personeel tegelijk in het bedrijf was en hoewel de twee fabrieken met hun achterkanten tegen elkaar aanstonden, had de scheidingsmuur een berg kunnen zijn. Ze zaten in een sleur. "Ik wou dat mensen het gevoel hadden dat hier werken iets was om trots op te zijn."

En er zijn redenen om trots te zijn: de steenwolisolatie van het bedrijf is erg energiebesparend. Het product heeft duidelijke milieuvordelen, het isoleert beter dan andere producten, en Lindström wou dat zijn personeel daar trots op was.

"In plaats van het gevoel van 'hier ben ik nu terechtgekomen en ik kan er mijn hypotheek mee aflossen', wilde ik dat ze dachten: ik heb de kans gekregen om bij PAROC te werken en ik doe iets goeds voor het milieu," vertelt hij. En dus wendde hij zich tot TILLT.

De acteur/leider, die zorgvuldig was gekozen door de projectmanager van TILLT, Roger Sarjanen, kwam in het bedrijf en bracht de gebruikelijke twee maanden door met luisteren en observeren.

Het resultaat: hetzelfde personeel, andere mensen

Toen kwamen de opdrachten. Na wat aanwijzingen over wat de lens 'ziet', moesten de werknemers elkaar zó fotograferen dat je zo duidelijk mogelijk kon zien wat ze deden. Samen de foto's nemen en ze later tentoonstellen, bracht de werknemers tot elkaar. Gesprekken kwamen gemakkelijk op gang door het delen van een taak, de foto's zelf gaven hun een andere kijk op hun collega's en de kwaliteit van de beelden was een reden voor trots.

Er waren gekke wedstrijden als "ribbetje-kneuzen", onder mannen, velen van hen in de vijftig, die al 20 of 30 jaar naast elkaar werkten en die elkaar nog nooit de hand hadden geschud. Een spuwgedstrijd ging er ook goed in! Geschater, samenwerking en wederzijdse erkenning.

Een arbeider, een vorkheftruckchauffeur, nam de taak op zich om allerlei geluiden in de fabriek op te nemen, die hij "het lied van de machines" noemde. Hij was in maart op de Zweedse

televisie waar hij sprak over zijn taak in het project en zei dat hij cultuur nu ziet als de definitie van mens-zijn. Lindström licht toe: "Door zijn taak ging hij zijn werksituatie heel anders bekijken en wat hij produceert beziet hij nu, met die andere kijk, terecht met trots."



Maar kan blootstelling aan deze media dan niet schadelijk zijn? In zijn antwoord onthult Lindström een ander wezenlijk ingrediënt van het succes van een AIRIS-project: de kwaliteit van de leiding. "De publiciteit is leuk, maar wat ik het mooiste vind is dat het de mannen iets geeft om over te praten op een barbecue met vrienden, familie of bureu. Dan zeggen ze: 'Hé, wij stonden vorige week in de krant.' Ik vind het leuk als ze iets hebben om over op te scheppen."

Michael Gustavsson, het hoofd van de fabriek, vertelt dat in het jaar na het project de productie met 20 % was toegenomen, een enorme stijging die ze nooit eerder hadden gezien. Omgekeerd neemt het ziekteverzuim af. Een enquête onder de werknemers was ook een ondankbare taak, slechts 5 % antwoordde op een vragenlijst over de leefkwaliteit op het werk. Na het project antwoordde 95 %. Het lijkt erop dat de werknemers van PAROC erbij willen horen. "Ze zien elkaar nu ook buiten het werk, brengen samen tijd door," zegt Lindström. Dankzij zijn visie, hebben de mannen nu ook iets om trots op te zijn.

Waar nu naar toe?

De volgende stap voor TILLT is om hun werk Europees te maken, om hun kennis te delen en te leren van anderen bij het werken aan eenzelfde doel. Twee EU-subsidies zijn net toegekend, die van groot belang zullen zijn bij het delen van de goede praktijk van TILLT. Ze zullen 1,5 miljoen euro per jaar ontvangen voor de volgende drie jaar. 780 000 euro per jaar uit het INTERREG IVA fonds van de EU en de rest van deelnemende regio's in Scandinavië. Dit geld zal worden gebruikt om het project Creative Interaction in Working Life voort te zetten in vier regio's: Zuid-Noorwegen, Oost-Noorwegen, Noord-Denemarken en West-Zweden. Op basis van TILLT's ervaring, zal de nadruk liggen op het bedenken van nieuwe methoden, het leiden van onderzoek naar de invloed van het werk tot nu toe en de garantie dat de kwaliteit van het werk hoog blijft. Het einddoel is om het wezen van de kunst in Europa te handhaven als een motor voor ontwikkeling.

TILLT heeft ook een subsidie van 150 000 euro ontvangen om een partner te worden bij de ontwikkeling van het eerste Europese Groenboek over cultuur, teneinde hun kennis te delen over de bevordering van creativiteit en innovatie in het bedrijfsleven door kunst en cultuur op te nemen in het dagelijks leven.

"Ik weet zeker dat we de uitdaging moeten aangaan om creativiteit en innovatie in Europa te ontwikkelen om de meest dynamische, op kennis gebaseerde economie ter wereld te worden. Het gaat alsmar over nieuwe perspectieven en kunst is een middel om te blijven groeien. Het is een reis, met alles wat dat inhoudt," besluit Areblad.



SAMEN IN ACTIE VOOR

CREATIVITEIT EN INNOVATIE

Mensen en bedrijven floreren als ze nieuwe manieren van werken en leven vinden. Ons speerpuntdenken leidt tot innovatieve wetenschap, betere bedrijfsoplossingen en altijd verschillende culturele uitingen. Of het nu gaat om de verkoop van een handgemaakt product of het leren van een nieuwe manier om kunst te waarderen, mensen zijn meesters in het vinden van nieuwe wegen.

De Lissabonstrategie voor groei en werkgelegenheid, die helemaal gaat over het combineren van economische groei met betere resultaten voor mens en milieu, is een uitstekend kader om bedrijfsoplossingen te steunen die daarop gericht zijn. In het zakenleven zijn het de slimme oplossingen die leiden tot producten die beter werken en meer winst opleveren.

In het culturele leven betekenen nieuwe manieren om kunstwerken, muziek, theater of film te presenteren, dat het publiek geïnspireerd en aangetrokken blijft. Klassiekers wordt een nieuw leven ingeblazen en er verschijnen altijd nieuwe vormen van kunst.

Binnen de Europese Commissie hebben creatieve en innovatieve producten en oplossingen nu al topprioriteit voor subsidies. Het Jaar van creativiteit en innovatie is een aanleiding om te zoeken naar gezamenlijke prioriteiten onder de verschillende belangen. Het geeft de impuls voor discussies over een scala van onderwerpen, van medisch onderzoek tot schone kunsten en opera, van astronomie en ruimtevaart tot een leven lang leren en computerspelletjes in het onderwijs. Hieronder volgen enkele hoogtepunten van de verschillende directoraten van de Commissie.

Nieuwe aanpak voor research

Bij DG Onderzoek wordt altijd gewerkt met het allerlaatste op het gebied van wetenschap en technologie. De projecten van nu gaan allemaal over volledig geïntegreerd onderzoek, dat tegemoetkomt aan de markt en aan sociale behoeften op allerlei verschillende niveaus. De grootste prioriteit van deze projecten is om de welvaart en het concurrentievermogen in de EU te versterken, de rol van de wetenschap in de moderne samenleving te vergroten en nationaal onderzoek te verbinden met Europese projecten.

Dit jaar was **Research Connection '09** de grote happening. Wetenschappers en onderzoekers kwamen er met ondernemers en industriëlen bijeen. De dagen werden gehouden in mei in Praag als onderdeel van het Tsjechisch presidentschap van de EU en er werden veel van de allernieuwste onderzoeksprojecten getoond, die nu al steun van de EU ontvangen. De deelnemers werden geïnspireerd door bestaand werk, maar ze kregen – heel belangrijk – ook aanwijzingen voor het verkrijgen van Europese steun voor hun eigen onderzoeksprojecten en ze kwamen in contact met geïnteresseerde investeerders en medewerkers die partners zouden kunnen worden.

Het **Europees Instituut voor Innovatie en Technologie (EIT)** is een nieuw instituut, opgericht door de Commissie om samenwerking tussen universiteiten, onderzoekscentra en bedrijven te bevorderen. Het EIT zal zich vooral richten op het overbrengen van kennis en aantonen dat onderzoek werkelijk kan leiden tot innovatieve, verkoopbare producten. Hun eerste prioriteiten liggen op het gebied van klimaatverandering, hernieuwbare energie en communicatietechnologie.

Het Europees Jaar van creativiteit en innovatie – een businessinstrument

Het gemak waarmee in Europa met innovatie wordt omgegaan, maakt de EU de thuishaven van bedrijven met de meest technologisch geavanceerde, hoogwaardige producten, terwijl ook een duurzaam milieu en sociale voordelen worden bevorderd. Om nog meer bedrijven te helpen groeien en zich te ontwikkelen, gebruikt DG Ondernemingen en industrie verschillende nieuwe manieren om daarbij te helpen.

De eerste Europese **MKB-week** vond plaats in mei. Nieuwe bedrijven kregen er steun en bestaande MKB's werden aangemoedigd om hun horizon verder te verwijden. Kleine en middelgrote bedrijven, vaak de bakermat van de grote ideeën om ons heen, zijn vruchtbare grond voor innovatieve en creatieve vondsten. De MKB-week bood ook een unieke, interactieve tentoonstelling, de **MKB-ervaring**, waar bezoekers in een reeks stands en displays werden aangemoedigd om te "zien, ruiken, voelen en horen" hoe het is om een ondernemer te zijn.

Cultuur als drijfveer voor creativiteit en innovatie

In zijn rol van coördinator van het Jaar, gebruikt DG Onderwijs en cultuur de grote verscheidenheid die werd aangetroffen in culturele projecten om tot een nieuwe benadering te komen voor bedrijven en Europese integratie. Met cultuur in het centrum van het Jaar, kan iedereen uit heel Europa meedoen, want economische, sociale en etnische verschillen spelen geen rol.





Het individu ervaart grote voldoening als hij erin slaagt te creëren en te vernieuwen, zichzelf beter uit te drukken. Muziek, kunst, theater, film en literatuur zijn middelen om onze creatieve expressie op allerlei manieren vorm te geven. Een dergelijke ervaring leidt tot grote persoonlijke en sociale winst.

Tegelijk kan cultuur ook economisch lonend zijn en een drijvende kracht voor de heropleving van anders achtergestelde gebieden. Er is een duidelijk zakelijk belang in de bevordering van culturele programma's en ondersteuning van de ontwikkeling van de plaatselijke economie door middel van cultuur. Niet alleen voedt zij de creativiteit en het innoverend denken van de deelnemers, maar zij leidt ook tot grotere mobiliteit en productieve uitwisselingen tussen bedrijven.

Cultuur in het centrum van de economie en de maatschappij

Aantonen dat er een verband is tussen cultuur, creativiteit en innovatie is fundamenteel voor de **Europese Agenda voor cultuur**, het eerste beleidskader om cultuur op te nemen in Europese zaken. Het **Europees Cultuurforum**, dat plaatsvindt in september 2009 in Brussel, zal de gelegenheid bieden om de balans op te maken van wat er al is bereikt en om nieuwe stappen voor te bereiden. Tegelijk worden er andere beleidsprioriteiten bevorderd, zoals het aanwenden van nieuwe vaardigheden en banen, levenslang leren, innovatie in de industrie en versterking van de culturele eigenheid op de wereldmarkt. Het gaat er steeds weer om creatieve en innovatieve ideeën te gebruiken om de economie te versterken en het individueel en sociaal welbevinden te verbeteren.

De culturele ervaring in elke sector opnemen

Het Jaar is voor veel verschillende sectoren een kans om gemeenschappelijke voordelen te delen en voort te bouwen op synergieën en gunstige neveneffecten, zoals duidelijk wordt in het programma van evenementen op landelijk en Europees niveau. Kunstzinnige evenementen als de interactieve **Orbis Pictus tentoonstelling** waren doorspekt met wetenschappelijke vernieuwingen op het gebied van

astronomie en ruimtevaart, terwijl concerten samengaan met nieuwe ecologische ontwikkelingen. **Imaginate 09**, een nieuwe ontwerpwedstrijd voor scholen in Ierland, vroeg de leerlingen om voor het klaslokaal een object voor de toekomst te ontwerpen en aan te geven hoe dit het leerproces kon bevorderen. De echte uitdaging is om die ideeën uit te voeren met behulp van andere, door cultuur verrijkte creatieve vaardigheden die verbeterd zijn door cultuur in het bedrijfsleven, en het bevorderen van nieuwe partnerschappen tussen cultuur, onderwijs, onderzoek en technologie, bedrijfsleven, overheidsdiensten en de maatschappij als geheel.

Nieuwe bewijzen dat cultuur en creativiteit lonend zijn

De onlangs verschenen studie **Economy of Culture in Europe** heeft voor het eerst de rechtstreekse economische invloed van de culturele en creatieve sector en de indirecte winst voor de EU-regio's en bedrijven gemeten. Een andere nieuwe studie over de invloed van cultuur op creativiteit onderzoekt de nog altijd zwaar onderschatte banden tussen cultuur, creativiteit, innovatie en de economie in ruimere zin.

In economische termen uitgedrukt, is de culturele sector koploper in zijn bijdrage tot werkgelegenheid en groei. Maar heel belangrijk is dat hij ook tot creatieve vaardigheden leidt in andere delen van de economie, met name op ICT-gebied, wat leidt tot betere prestaties en interessantere banen.

Bedrijven beginnen zich beter uit te rusten om innovatieve vormen van arbeid te ontwikkelen en duurzamere soorten producten. Deze groei wordt waargenomen in regio's in de hele EU. Het integrerend karakter van culturele vernieuwing is een sterke factor om gemeenschappen dichter bij elkaar te brengen en ze een duidelijk beeld te geven van hoe Europese integratie economische welvaart kan brengen.





Europees Jaar van creativiteit en innovatie

De officiële website van het Europees Jaar van creativiteit en innovatie

<http://create2009.europa.eu/>

Beschikking nr. 1350/2008/eg van het Europees Parlement en de Raad van 16 december 2008 betreffende het Europees Jaar van de creativiteit en innovatie (2009), Publicatieblad van de Europese Unie L 348, 24.12.2008, p. 115. – <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:348:0115:0117:NL:PDF>

Links naar de Europese Commissie

(veel van onderstaande links hebben ook een Nederlandse versie)
Directorate-General for Education and Culture of the European Commission

http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/index_en.html

Directorate-General for Enterprise and Industry of the European Commission

http://ec.europa.eu/enterprise/index_en.htm

Andere nuttige links:

eTwinning – the community for schools in Europe

<http://www.etwinning.net/en>

Euro Creator – een digitaal medianetwerk voor scholen

<http://www.eurocreator.com/>

European Business & Innovation Centre Network

<http://www.ebn.be/>

European Entrepreneurship Video Award 2009

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/entrepreneurship/video-award/index_en.htm

European Institute of Innovation and Technology

<http://ec.europa.eu/eit/>

Programma en presentaties van de conferentie Regions for Economic Change (16–17 februari 2009) 'Networking for Results'

http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/networking/programme_en.cfm?nmenu=4

Innovatie voor levenslang leren stimuleren

<http://www.elearningeuropa.info/>

Aanbeveling Nr 2006/962/EC van het Europees Parlement en de Raad van 18 december 2006 inzake sleutelcompetenties voor een leven lang leren, Publicatieblad van de Europese Unie, L 394, 30.12.2006, p. 10.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:394:0010:0018:NL:PDF>

Lente in Europa 2009 – Ideeën brengen Europa in beweging

<http://www.springday2009.net/ww/nl/pub/spring2009/homepage.htm>

Links naar projecten uit dit nummer:

De Economische clusters van culturele ondernemingen – financieel advies, informatie en opleiding voor kleine bedrijven, ondernemers en individuen in de culturele en creatieve sector.

<http://www.connectedcreatives.eu/default.aspx>

Jamie Oliver's Fifteen restaurants, officiële stichting waar jonge mensen worden opgeleid tot kok

<http://www.jamieoliver.com/fifteen>

Liverpool – Europese cultuurhoofdstad

<http://www.liverpool08.com/>

Centrum voor nanogeneeskunde, Swansea Universiteit

<http://www.swan.ac.uk/nanohealth/>

Het MusikPark – Mannheim

<http://www.musikpark-mannheim.de/web09/>

TILLT

<http://www.tillt.se/eng/airis.asp?m1=engAiris&m2=The%20concept>

Link naar de belangrijkste website voor het volgende nummer

EU-strategie voor het Oostzeegebied (EN)

http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/index_en.htm

TOEKOMST VAN EUROPEES COHESIEBELEID

Beleid in de maak – Panorama neemt regelmatig een kijkje achter de schermen van het zenuwcentrum van DG Regionaal beleid, het hoofdkwartier in Brussel.

Toekomst van Europees cohesiebeleid – Verslag van onafhankelijke deskundige

Om een bijdrage te leveren aan het debat over de toekomst van het Europees cohesiebeleid na 2013, verzocht de Commissie Fabrizio Barca, een prominente econoom van het Italiaanse ministerie van Economie en Financiën, om een onafhankelijk verslag voor te bereiden naar de werkelijke effectiviteit van het regionaal beleid en om aanbevelingen te doen voor de toekomst. Het onderwerp is van groot belang – ruimere thema's als de EU-begroting en toekomstige prioriteiten van de Unie komen eraan te pas.

Het startschot voor het debat over de toekomst van het cohesiebeleid werd gegeven in 2007 bij de publicatie van het vierde Verslag over economische en sociale cohesie. Die werd gevolgd door Regio's 2020, het verslag dat uitkwam in november 2008. Daarin werd voor het eerst een analyse gemaakt van de vermoedelijke effecten die vier problemen op lange termijn op ons leven zullen hebben: globalisatie, vergrijzing, klimaatverandering en energieverbruik en –voorziening.

Gedurende meer dan een jaar organiseerde de heer Barca discussies en seminars met academici en beleidsmakers uit heel Europa, de Verenigde Staten en Nieuw-Zeeland. In het verslag lezen we het resultaat van deze discussies. Nadenkend over wat er bereikt is en

over het bestuur achter het Europees cohesiebeleid, gingen de discussies over de economische rechtvaardiging van een ontwikkelingsbeleid dat zich richt op het belang van plaatselijkheid: een beleid dat rekening houdt met de kenmerken van de plaats waar het wordt uitgevoerd en dat beseft dat wáár een beleid wordt uitgevoerd ook bepaalt hóe het wordt uitgevoerd.

Naast het belang van plaatsgericht beleid, bespreekt het verslag ook de successen en mislukkingen van het cohesiebeleid tot nu toe en het komt met aanbevelingen voor de belangrijkste beleidsthema's.

Het geeft enkele suggesties voor de manier waarop het beginsel van gedeeld management, vooral de relatie tussen de lidstaten en de Commissie, gestroomlijnd en versterkt zou moeten worden. Er wordt ook gezegd dat evaluatie van de gevolgen de basis van het cohesiebeleid zou moeten zijn en dat er een officieel raadgevend comité voor het cohesiebeleid moet komen om met alle lidstaten te discussiëren over de jaarlijkse strategische verslagen.

Het verslag is geheel onafhankelijk en geeft niet noodzakelijk de zienswijze van de Commissie weer. De conclusies zullen in aanmerking worden genomen als de toekomst van het cohesiebeleid na 2013 wordt besproken.

De heer Barca en commissaris Danuta Hübner presenteerden de voornaamste bevindingen van dit verslag aan het publiek op 27 april in Brussel. Een reeks discussies met lidstaten en belanghebbenden zal de komende maanden plaats vinden tijdens enkele evenementen van het Tsjechische en het Zweedse voorzitterschap van de Europese Unie.



Het Barcaverslag: in het kort

Het verslag constateert de noodzaak van een vergaande verandering van het cohesiebeleid. Een meer plaatsgebonden aanpak is nodig, evenals een duidelijker onderscheid tussen economische en sociale doelstellingen en het besef van bestaande problemen bij het gebruik van indicatoren en impactevaluaties.

Het cohesiebeleid gebruiken als een bron van geld om verschillen weg te werken is niet de aangewezen weg, benadrukt het verslag. De vraag is dus wat de Unie doet om te bereiken dat alle regio's en alle Europese burgers de kansen die de Unie zelf hen biedt, maximaal te benutten en tevens met de risico's en bedreigingen om te gaan.

Volgens het verslag moet er aan drie voorwaarden worden voldaan om dat doel te bereiken:

- duidelijk gedefinieerde doelstellingen gebaseerd op een meetbare economische parameter, die beoordeeld kunnen worden;
- een uitgesproken en krachtige politieke rechtvaardiging op basis van de huidige Europese situatie, die beantwoordt aan de verwachtingen van de burgers ter plaatse; en
- een systeem van bestuur dat van zichzelf kan leren, dat democratische participatie actief aanmoedigt en geloofwaardig kan optreden om echt iets te bereiken.

Voor het hele verslag in het Engels, zie http://ec.europa.eu/regional_policy/policy/future/barca_en.htm.

In ieder nummer zoekt Panorama van twee projecten uit hoe ze zich ontwikkelen door de bril van de mensen die ze leiden. We bekijken de positieve en de minpunten van het besturen van projecten met EFRO-geld, we sporen de problemen op en wisselen oplossingen uit.

PROJECT

1

IN MUSIKPARK, MANNHEIM

Feiten en cijfers

Er is iets meer dan 5 miljoen euro geïnvesteerd in Musikpark en de daarmee samenhangende Popakademie-projecten, onder Objective II. De subsidie ving aan in 2004 en loopt 15 jaar.

In Musikpark, Mannheim

Er is iets vreemds met de creatieve industrie: de sector brengt veel op, maar liefst 654 miljard euro in 2003, 2,6% van het BBP van de EU dat jaar. Maar als het gaat om investeren in een groep jongeren met gescheurde spijkerbroeken zijn de banken niet zo happig. Na 20 jaar in de muziekindustrie weet Christian Sommer daarvan mee te praten.

Zijn ervaring en zijn uitgebreide netwerk van contacten hebben hem gemaakt tot de drijvende kracht achter Musikpark in Mannheim – een project dat beginnende MKB's in de muziekindustrie de eerste tree van de ladder op helpt.

Ontmoeting met projectdirecteur Christian Sommer



Hij raakte helemaal in de ban van de muziek aan het eind van de jaren '80 toen hij optrad als zanger/gitarist. Pas in 1990 werd hij full time muzikant. In 1992 veranderde hij van beroep en ging achter de schermen werken, als manager van de groep Master Boy, die heel wat meer kreeg dan 15 minuten roem. "Ze wonnen goud en platina over de hele wereld. Dat was een razendsnelle leerschool», herinnert Somers zich.

De goede lessen, de stress en bovenal de contacten die hij legde, waren goud waard, maar in 1997 was hij het beu. Met zijn volgende zet belandde hij in het centrum van een multinationale platenmaatschappij, waar hij een jaar lang de kneepjes leerde kennen van de productie- en de marketingkant. In 2000 werkte hij vanuit München als directeur marketing, artiesten en repertoire.

Maar hij is geboren en getogen in Mannheim en toen die stad een manager nodig had voor hun cutting-edge project om muziekservices bijeen te brengen en nieuwe start-ups uit te werken, sprong hij daarop.

Artiesten helpen in de muziekwereld door te breken

De 4 300 vierkante meter van Musikpark worden bezet door zo'n 40 bedrijven met 140 werknemers. Met zoveel ruimte is er ook plaats voor een zaal voor choreografie en optredens, een workshop, verschillende geluidsstudio's, een TV-studio en een stijlvolle vergaderzaal om over die zo belangrijke eerste opdracht te onderhandelen.

"Het is een van onze voornaamste taken om de cliënten aan te brengen die onze groepen zullen boeken", zegt Sommer. Waar bedrijfsdeuren potdicht blijven voor een onbekende band of een danser, gaan ze gemakkelijker open voor Musikpark. "We zijn een brug die de ene kant met de andere verbindt".

Wat de financiering betreft, zijn projecten die beginnende MKB's ondersteunen vaak gericht op het maken van een ondernemingsplan. "Maar zo'n plan leent zich niet voor de creatieve industrie", aldus Sommer. Dan krijgen ze geen lening van de bank en ze beschikken over heel weinig geld 'van buitenaf'. Starters in de muziekindustrie hebben dus een optreden nodig, een gelegenheid om te werken, een kans om te laten zien wat ze waard zijn en die kan leiden tot meer boekingen. Daar komt Musikpark tussenbeide.

Een ruime service

Voor wie bedrijfsentertainment plant, is Musikpark een one stop shop die dansers, musici en audiovisueel personeel levert, zonder nog te spreken van licht- en geluidstechnici. Het biedt ook plaats aan evenementen en in een ruimte van 150 m² kunnen jonge muziekfotografen hun werk laten zien.

De diversiteit van de diensten onder één dak helpt de artiesten ook. Ze stimuleren elkaar, bedenken nieuwe dingen, vinden oplossingen; elke discipline werkt eraan mee om de volgende nog innovatiever te maken. "Het is moeilijk om goed, creatief werk te maken in een steriele omgeving," volgens Sommer. Hier hebben de artistieke kern van de industrie, artiesten en producers, en de commerciële kant, marketing, sales, layout, evenementen, juridische en financiële medewerkers, websites, internetportals en promotie, allemaal een plaats onder het dak van het park.

Sommer staat aan het eind van de lijn in de positie van mentor, die er met respect op toeziet hoe zijn starters zich ontwikkelen. "De jonge ondernemers werken proactief en onafhankelijk. Wij helpen ze alleen zichzelf te helpen," zegt hij.



PROJECT 2

IN HET CENTRUM VOOR NANOGENEESKUNDE (CNH) AAN DE SWANSEA UNIVERSITEIT

Feiten en cijfers

Onder de convergentiedoelstelling, die startte in 2009 en vijf jaar loopt, wordt iets meer dan 21 miljoen euro geïnvesteerd in het Centrum voor Nanogeneeskunde.

In het Centrum voor Nanogeneeskunde (CNH) aan de Swansea Universiteit

Nu gezondheidssystemen onder druk staan door dure behandelingen en er gegooid moet worden met ethische normen voor het subsidiëren van kostbare palliatieve zorg, wordt de ontwikkeling van instrumenten voor vroege diagnoses steeds belangrijker.

Door de academische wereld, de privé-sector en het nationale gezondheidssysteem bij elkaar te brengen, tracht het CNH nanotechnologie toe te passen om ziekten op te sporen en een adequate behandeling te vinden.

Ontmoeting met Dr Tim Claypole, lid van het uitvoerend comité van CNH



Het lijkt een grote sprong van onderzoek inzake de vervuiling in rook naar het drukken van biomateriaal en toch nam Claypole's carrière in 1990 een nieuwe wending na een toevallige ontdekking.

Nadat hij midden jaren zeventig zijn studie werktuigkunde had afgerond, werkte Claypole als projectingenieur aan de bouw van nieuwe staalconstructies in Cardiff.

Van de staalproductie duurde het niet zo lang voor hij terugging naar de universiteit om een doctoraat te behalen in vervuilende formaties van vuur.

Verbranding en het scheiden van stof hielden hem bezig van het midden van de jaren '80 tot 1990. Toen ging hij full-time aan de universiteit werken. Met een Youngblood-leerstoel van de Engineering and Physical Sciences Research Council ging Claypole onderzoek doen aan de Swansea Universiteit om gasturbinelagers te bestuderen. Lasermeting voor stromingen in kernreactoren werd ook een van zijn onderzoeksgebieden.

Het verband leggen

Hoewel hij onderzoek had gedaan naar stromingen, lagers en het statistisch ontwerp van experimenten, realiseerde hij zich pas dat alle kennis uit zijn onderzoek nuttig kon zijn in de drukindustrie, toen een drukker hem benaderde over een probleem met de doorstroming van inkt. Dat gebeurde in 1990, en sindsdien heeft het concept een sneeuwbaaleffect gehad. Zozeer zelfs dat het bedrijf dat was opgezet om de synergie te exploiteren, Diple, behoorde tot de prijswinnaars van de RegioStars van 2009.

Waar hij zich voorheen bezighield met inkt, zijn het nu printbare vloeistoffen die hem bezighouden. En de eigenschappen van die vloeistoffen: zijn ze geleidend, Ph-gevoelig, magnetisch, biologisch en dergelijke, betekenen dat de mogelijkheden van drukmateriaal eindeloos zijn.

Wie zijn erbij betrokken?

Vier belangrijke beurzen voor nanogeneeskunde van de UK Research Council werden tegelijk toegekend aan het Institute of Life Sciences (ILS) en het Multidisciplinary Nanotechnology Centre (MNC) van de Swansea Universiteit. Met zo'n succesvolle samenwerking lag het voor de hand om de instellingen samen te voegen. Zo werd het Centrum voor Nanogeneeskunde gevormd. Dat werd eind 2008 operatief.

Zowel het Instituut als het multidisciplinaire centrum hebben heel wat in te brengen: Blue C, een van de snelste supercomputers ter wereld gewijd aan medisch onderzoek, 25 gespecialiseerde onderzoeksteams aan het ILS, meer dan 100 aan MNC en de steun van het nationale gezondheidssysteem en IBM. "Dat is een echte kans voor ons," zegt Claypole.

Voorkomen is beter dan genezen

Nano-devices en nano-biosensoren zullen worden gebruikt om biomarkers in vloeistoffen of monsters van stoffen op te sporen en te meten, met een precisie die veel groter is dan de huidige methoden, tot in delen van miljarden. Een dergelijke verfijnde opsporing maakt een vroegtijdige diagnose en een snellere behandeling mogelijk van ziekten als kanker, suikerziekte, zwaarlijvigheid en andere.

Claypole zal aan het hoofd staan van de printafdeling van het centrum, waar ook een onderdeel is waar proeven worden gedaan met het maken van inkt. Daar zullen bio-inkten worden ontwikkeld, nanodeeltjes en -draden, enzymen, biomarkers en DNA. "Ik vind het prettig om te bedenken dat wij een langetermijneffect hebben op de manier waarop ziekten worden behandeld en opgevolgd", legt hij uit.

VIJFDE CONFERENTIE REGIO'S VOOR NETWERKEN VOOR RESULTATEN

De conferentie Regio's voor economische verandering op 16 en 17 februari in Brussel, die was aangekondigd als Netwerken voor resultaten, was alles behalve een gelegenheid om anekdotes uit te wisselen bij een boterhammetje en ontspannen te luisteren naar experts die over hun werk vertelden. De conferentie was een uitdaging met zeer uiteenlopende onderwerpen: er waren workshops over thema's van migratie tot satelietinformatie.

Know-how bijeenbrengen voor de beste resultaten

Om de mensen die betrokken zijn bij projecten met subsidies uit URBACT II and INTERREG IVC te helpen bijeen te komen en goede praktijken uit te wisselen onder de noemer "Regio's voor economische verandering", organiseert de Commissie jaarlijks een belangrijke conferentie. Die van dit jaar, de vijfde, richtte zich op drie onderwerpen: creativiteit en innovatie, klimaatverandering en duurzame ontwikkeling. Job Cohen, burgemeester van Amsterdam, vatte het aldus samen: "Zoek naar een oplossing voor een gezamenlijk probleem en verspreid die oplossing over heel Europa."

Negen workshops over thema's als watermanagement, toegang tot breedband, effect van de klimaatverandering, effect van industrie op de economie van steden, risicomanagement van satelietinformatiediensten werden bijgewoond door 603 mensen uit heel Europa.

Naar een door innovatie voortgestuwde economie

Panorama ging naar de workshop over creativiteit en innovatie als de drijfveren voor ontwikkeling van stad en regio. Er werd gesproken over overbrugging van de kloof tussen cultuur en business, hoe een stad een succesvolle cultuurhoofdstad kan worden en over de fundamentele vergelijking "creativiteit + ondernemerschap = innovatie".

In zijn opening van de workshop legde voorzitter Rudolph Niessler, directeur voor beleidscoördinatie van DG Regionaal beleid uit, dat de bedoeling van het Jaar van creativiteit en innovatie is om creativiteit een concrete factor te maken die effect heeft op hoe we leven en onze economie leiden. Doel van de workshop was om een betere kennis te verschaffen over de rol die cultuur, de creatieve sector en creativiteit in die context kunnen spelen.

Grote ambitie, hapklare brokken – praktische dingen die je kunt doen om je doel te bereiken

Neil Peterson – Liverpool, Europese cultuurhoofdstad 2008

Pascal Cools, die sprak namens het netwerk Flanders District of Creativity, noemde als doelstelling van de organisatie om ondernemend Vlaanderen creatiever te maken en creatief Vlaanderen ondernemender. "De grootste kracht van een economie ligt nu in zijn vermogen om creatief te zijn, niet meer in zijn efficiëntie", zei hij en voegde daaraan toe: "Regio's zijn de beste plaatsen om te innoveren. Wij zijn groot genoeg om belangrijk, en klein genoeg om zorgzaam te zijn."

Het netwerk Flanders District of Creativity is actief in een internationaal web van regio's die werken naar grotere innovatie, van Oklahoma tot Osaka. Cools beschreef hoe ingewikkeld het is om in te haken in een internationaal netwerk van partners met leden in zes verschillende tijdzones. "Wat is het goede tijdstip voor een teleconferentie als iedereen in een andere zone woont?". Andere moeilijkheden die hij noemde waren verschillende culturele contexten of de toegang tot financiering, die ook afhangt van de plaats waar je bent. "We zijn niet even groot, we hebben te maken met verschillende problemen maar we wisselen onze verschillende oplossingen uit en op die manier hoeven we het wiel niet steeds opnieuw uit te vinden." Mensen vragen zich af waarom ze deel uitmaken van zo'n groot netwerk, "soms vragen ze mij of ik gek ben dat ik onze instrumenten aan andere regio's geef," zegt Cools, "maar daar krijgen we ook iets voor terug. Je moet openstaan."

De rode draad van de presentaties was de opvatting dat netwerken meer zijn dan alleen gepraat. Ze moeten zich richten op concrete projecten met ambitieuze doelstellingen en theorieën in de praktijk brengen. Zoals Neil Peterson, coördinator van Liverpool, Europese cultuurhoofdstad 2008 toegaf: hij en zijn team konden zich niet voorstellen dat het jaar zo'n groot succes zou worden als het werd. "We bepaalden al vroeg wat we bereiken wilden en we gingen ervoor", vertelde hij.



ECONOMISCHE VERANDERING



Een duidelijk doel kan verschillende organisaties ertoe brengen samen te werken. Vijf jaar geleden bestreden culturele instellingen in Liverpool elkaar om subsidie te krijgen. Een belangrijk nevenproduct van ons jaar als cultuurhoofdstad is dat we nu meer een collectieve aanpak hebben. We werken samen om cultuur hoog op de agenda te houden", aldus Peterson.

2008 was voor Liverpool een aanleiding om de bewoners via cultuur bij de stad te betrekken. Kunstprojecten brachten mensen met een verschillende achtergrond en uit verschillende buurten van de stad bij elkaar. Een debat werd aangemoedigd over hoe Liverpool in de loop der jaren heeft geprofiteerd van emigratie en immigratie en over de schade door geweld en homofobie.

De winst komt op gang, maar, waarschuwt Peterson, "je moet wel weten hoe dit succes eruit ziet". Dat komt overeen met wat Cools eerder zei, namelijk dat de economische winst van cultuur en creativiteit op een gemeenschap maar langzaam doordringt en moeilijk meetbaar is. Het gaat over een investering in de mogelijkheden van een regio om op lange termijn innovatief te zijn.

Cultuur als een vector voor creativiteit en innovatie

Het regionaal niveau is zeer belangrijk voor activiteiten die creativiteit de plaats geven van drijfveer voor economische ontwikkeling. Het unieke verband tussen plaats en cultuur

stimuleert die creativiteit. Pia Areblad en Rudolph Niessler zijn duidelijk over de samenwerking tussen de kunstzinnige en de handelssector: ze hebben allebei bestaansrecht. Het gaat er niet om van artiesten zakenmensen te maken of omgekeerd. Er is een overlappend gebied waarop we de bereikte synergie het best kunnen gebruiken. "Laten we de proef eens echt nemen en goede praktijken uitwisselen zonder vrees of afgunst, in een situatie waar alle betrokkenen veel bij te winnen hebben," zei Niessler.

Clustering voor groei

Economic Clusters of Cultural Enterprises (ECCE) is een netwerk dat mee wordt gefinancierd door het Europees Regionaal Ontwikkelingsfonds (EFRO) en dat advies en vorming geeft aan ondernemers in de culturele en de creatieve sector.

Deze diensten worden aangeboden via de plaatselijke centra in steden waar het ECCE-netwerk zetelt: Nantes, Rennes en Angers in Frankrijk, Aken in Duitsland, Eindhoven en Utrecht in Nederland en Huddersfield in het Verenigd Koninkrijk.

Groei in de culture sector en de creatieve industrie is niet een kwestie van grote maatschappijen die uitgroeien tot megamaatschappijen; integendeel, het gaat erom hoe kleine bedrijven veel profijt kunnen trekken van bv. clusters, netwerken en internetpromotie. De grootste uitdaging voor het netwerk was om een internationale, uit gebruikers ontstane on-linegroep te vormen van mensen die zich bezighouden met creativiteit en cultuur.

Het platform mag door iedereen gebruikt worden en bezoekers kunnen hun persoonlijke of bedrijfsprofiel uploaden, een gebied van belangstelling zoeken en een weblog starten. Het kan ook nog worden gebruikt om mensen in dezelfde plaats of met dezelfde interesse bijeen te brengen. Benieuwd? Ga eens kijken op: www.connectedcreatives.eu

Regio's voor economische verandering – Goede praktijken bepalen, het beleid verfijnen

De diversiteit van de Europese regio's heeft geleid tot verschillende oplossingen voor de talrijke moeilijkheden die zich voordoen. De ene is nooit helemaal dezelfde als de andere. Het hele scala aan deskundigheid is net zo divers als de oplossingen die eruit voortvloeien.

Aangezien gebieden van kennis elkaar kunnen aanvullen, werd het initiatief Regio's voor economische verandering gelanceerd. Het komt na een koersverandering binnen het cohesiebeleid om meer aandacht te besteden aan de hoofddoelen van de Lissabonstrategie voor groei en werkgelegenheid, vooral de ontwikkeling van human resources, grotere investeringen in innovatie en de kenniseconomie, bedrijfssteun en de ontwikkeling van een kritische EU-infrastructuur

De bedoeling is om de uitwisseling van goede praktijken te versterken en van netwerken een instrument te maken om ideeën die werken, uit te wisselen. Dat wordt met name gedaan door de twee pan-Europese netwerkprogramma's INTERREG IVC and URBACT II.



VORIGE NUMMER

Territoriale cohesie en de weg vooruit was het thema van het vorige nummer van Panorama. De Europese Commissie ontving meer dan 380 reacties op het groenboek over territoriale cohesie. EU-lidstaten, regionale overheden, regionale en plaatselijke verenigingen, steden, economische en sociale partners, maatschappelijke organisaties, universitaire en onderzoeksinstituten die bijdroegen aan de gedachtewisseling over de toekomst van het beleid, toonden zich in het algemeen verheugd over het groenboek. Velen deelden de mening dat economische en sociale cohesie worden versterkt door territoriale cohesie. Een samenvatting van de bijdragen aan het debat zal door de Commissie worden gepubliceerd. Een op feiten gebaseerde presentatie van de bijdragen zal deel uitmaken van het 6e voortgangverslag over economische en sociale cohesie. Vervolgens zal de Europese Commissie uitzoeken hoe territoriale cohesie kan worden opgenomen in het cohesiebeleid na 2013.

VOLGENDE NUMMER

De eerste EU-strategie voor het Oostzeegebied zal het thema zijn van het volgende nummer van Panorama. De strategie streeft ernaar het milieu van de regio duurzaam te maken en de welvaart te bevorderen. Ook beter vervoer en meer veiligheid op zee horen tot de prioriteiten. Er zijn een veelheid van actoren bij betrokken: lidstaten, regio's, steden, de privé-sector, belangengroepen en het grote publiek, en de strategie zal dan ook een van de eerste prioriteiten van het Zweeds voorzitterschap zijn in de tweede helft van 2009. Panorama gaat kijken naar de onderwerpen die de regio bezighouden en er wordt gesproken met de deskundigen die het beleid mede bepalen.

DATA	EVENEMENT	PLAATS
10 juni 2009	Aanname van de Oostzeestrategie door de Europese Commissie http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/index_en.htm	Brussel, België
11-12 juni 2009	De Oostzeestrategie - Regio's en cohesiebeleid in actie http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/visby_11062009_en.htm	Visby, Zweden
15-16 juni 2009	Derde ontmoeting van de communicatie-verantwoordelijken voor INFORM Network, het informatie- en communicatieplatform van het regionaal beleid http://ec.europa.eu/regional_policy/country/commu/index_en.cfm	Brussel, België
17 juni 2009	JESSICA networking platform http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/2007/jjj/jessica_network_en.htm	Brussel, België
18-20 juni 2009	Innovatiedagen 2009 http://www.innovationdays.eu/	Lissabon, Portugal
17 juli 2009	Deadline voor aanvragen RegioStars 2010 http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/regiostars_en.cfm?nmenu=4#2010	
Deadline: 15 augustus 2009	Europees Economisch en Sociaal Comité Design ZeroNine – Europese prijs voor een duurzaam heden www.design-competition.eesc.europa.eu Studenten en professionele designers wordt gevraagd om aan deze wedstrijd mee te doen en hun ideeën in te dienen vóór 15 augustus 2009.	
5-6 oktober 2009	Van het Europees Handvest voor kleine bedrijven tot de Small Business Act http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/index_en.htm	Stockholm, Zweden
5-8 oktober 2009	Open Dagen – Europese week van regio's en steden: Global challenges, European responses http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/od2009/	Brussel, België
14-16 oktober 2009	Conferentie over creativiteit en innovatie 2009 http://www.creativityandinnovation.nl/	Maastricht, Nederland

Programma van belangrijke gebeurtenissen inzake regionaal beleid op:
http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/agenda/index_en.cfm

LAAT UW STEM HOREN

KN-LR-09-029-NL-C

Dit is het eerste nummer van Panorama in de nieuwe vormgeving en met de nieuwe redactionele opzet. Panorama zal nog steeds een bepaald onderwerp in elk nummer behandelen, maar we hebben nieuwe rubrieken toegevoegd om het regionaal beleid vanuit de verschillende zienswijzen van alle betrokkenen te belichten. Het artikel "Het project van binnenuit" gaat over projecten die Panorama wat langer wil opvolgen om de ups en downs te laten zien van het beheer en de uitvoering van projecten die bv. mede door het EFRO worden gefinancierd. "Gemeenschappelijk gebied" laat zien wat andere organisaties doen op hetzelfde gebied.

Vanaf het volgende nummer kunt u vragen stellen over zaken die te maken hebben met praktische projecten, het beleid of het thema van dat nummer. We hopen de interessantste vragen, antwoorden en commentaren voor onze lezers te publiceren. Het volgende nummer van Panorama zal gaan over de eerste **EU-strategie voor het Oostzegebied**. Het doel van die strategie is om de inspanningen van de verschillende actoren in de regio (lidstaten, regio's, financiële instellingen, de EU, pan-baltische en niet-gouvernementele organisaties enz.) te coördineren, om door samenwerking een beter uitgebalanceerde ontwikkeling van de regio te bevorderen.

Stel uw vraag of geef uw mening over dit of een ander thema van het regionaal beleid op regio-panorama@ec.europa.eu

ISSN 1725-8146

© Europese Gemeenschappen, 2009
Reproductie is, met bronvermelding toegestaan

Gedrukt in België

Bureau voor officiële publicaties
der Europese Gemeenschappen
L-2985 Luxemburg

Europese Commissie, Directoraat Generaal voor Regionaal beleid
Eenheid B1 - Informatie en Communicatie
Raphaël Goulet
Tervurenlaan 41, B-1040 Brussel
Fax: (32-2) 29-66003
E-mail: regio-info@ec.europa.eu
Internet: http://ec.europa.eu/regional_policy/index_nl.htm

