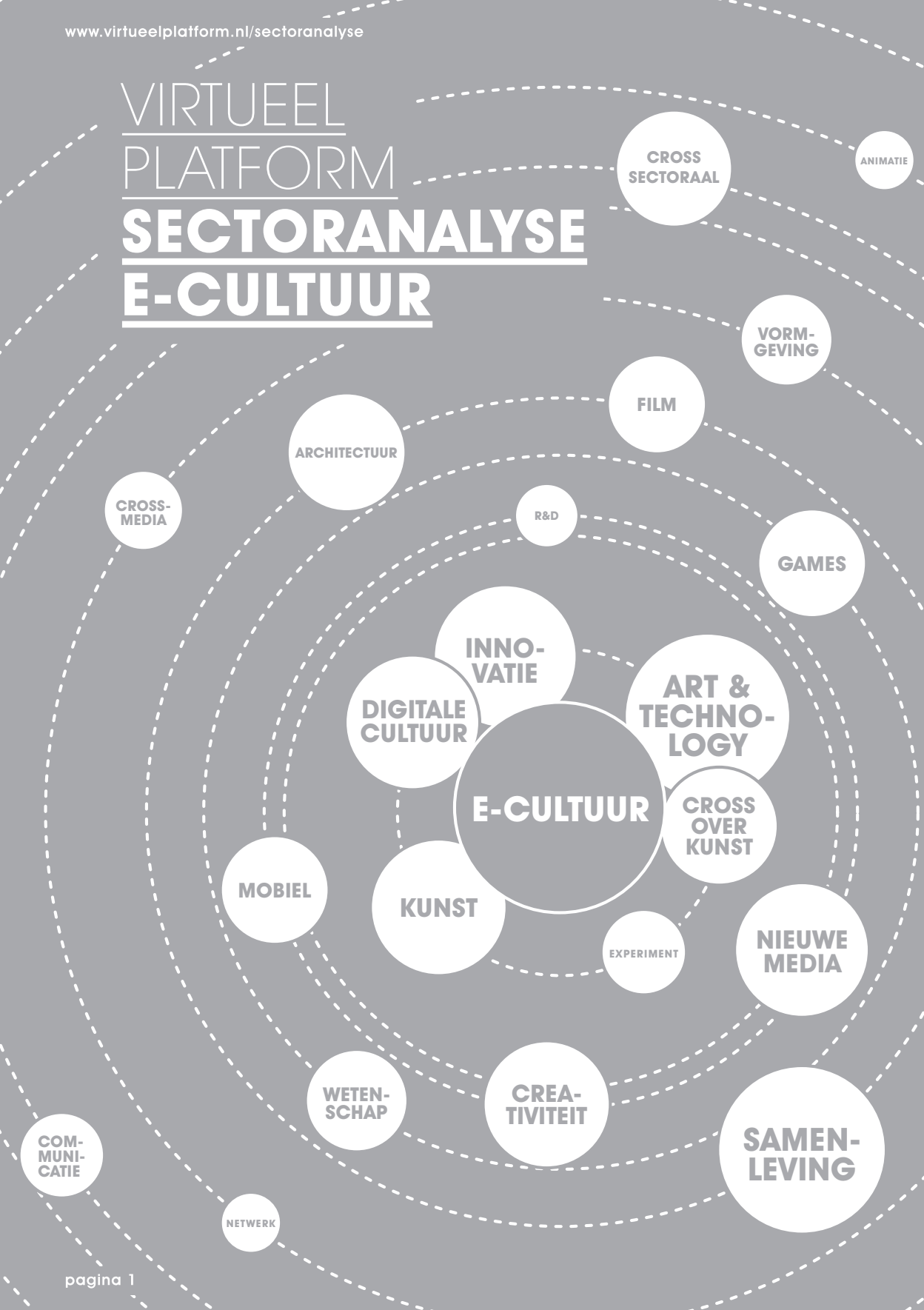
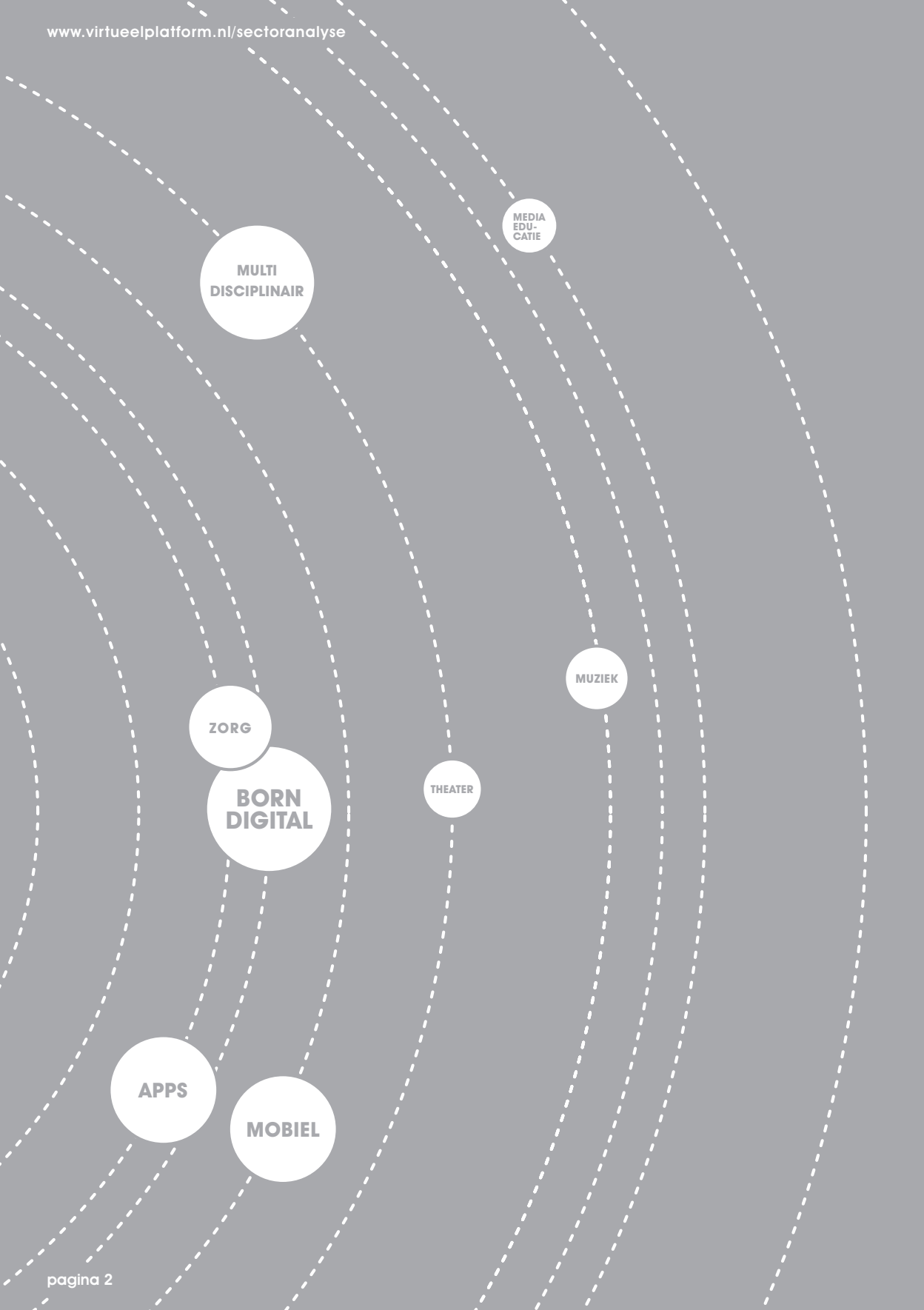
VIRTUEEL PLATFORM
SECTORANALYSE E-CULTUUR




MEDIA EDU- CATIE
MULTI DISCIPLINAIR
MUZIEK
ZORG
BORN DIGITAL
THEATER
APPS
MOBIEL

INHOUDSOPGAVE

A VOORWOORD

B BEST PRACTICES

C E-CULTUUR EN DE SAMENLEVING

1 INLEIDING / HOE WERKT E-CULTUUR?

2 PERSONEN, INSTELLINGEN & BEDRIJVEN

3 INNOVATIEVE SECTOR

4 ZELFVOORZIENENDE SECTOR

5 PRODUCTEN & DIENSTEN IN DE E-CULTUUR SECTOR

6 SCHATTING JAAROMZET

7 HOEVEEL MENSEN HOUDEN ZICH BEROEPSMATIG BEZIG MET E-CULTUUR?

8 BELANGRIJKE PRESENTATIEPLEKKEN

9 E-CULTUUR BUITEN HET ZICHT

10 E-CULTUUR EN (MEDIA-)OPLEIDINGEN

11 E-CULTUUR & GAMES

12 ORIËNTATIE OP E-CULTUUR

13 TRENDING TOPICS

14 WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE WENSEN?

15 INFO OVER DE OPZET VAN DIT ONDERZOEK

16 COLOFON

A VOORWOORD

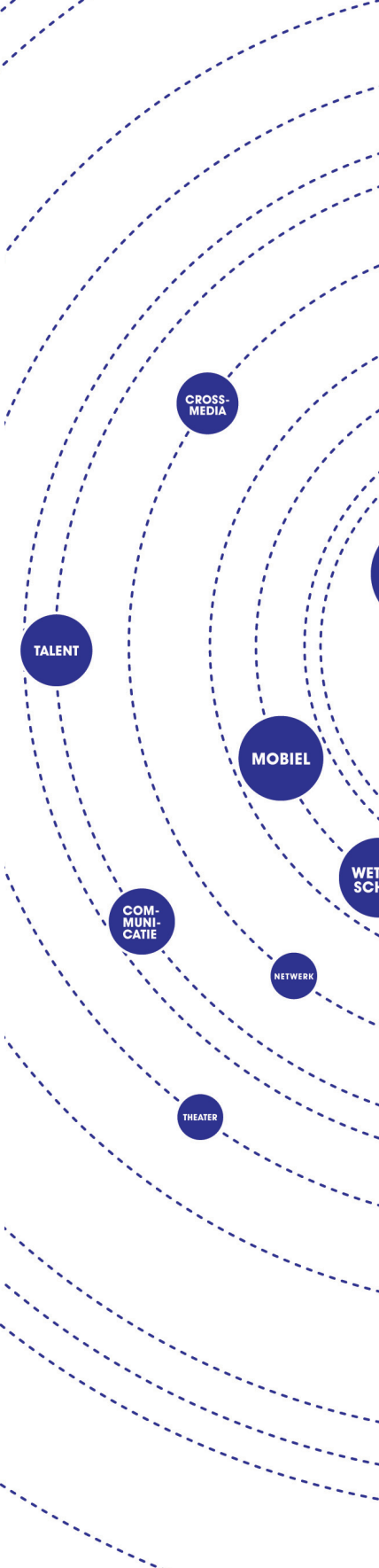
Digitale cultuur zorgt voor grote omwentelingen in de kunstsector en in de maatschappij. Denk aan smartphone toepassingen in musea, mobiele applicaties voor architectuur, toepassingen in de zorg en uitkomsten van interessante experimenten met technologie door kunstenaars. Voor de consumptie en productie van cultuur zijn digitale media in de afgelopen tien jaar onmisbaar geworden, en deze ontwikkelingen staan aan de basis van een nieuwe, innovatieve e-cultuursector.

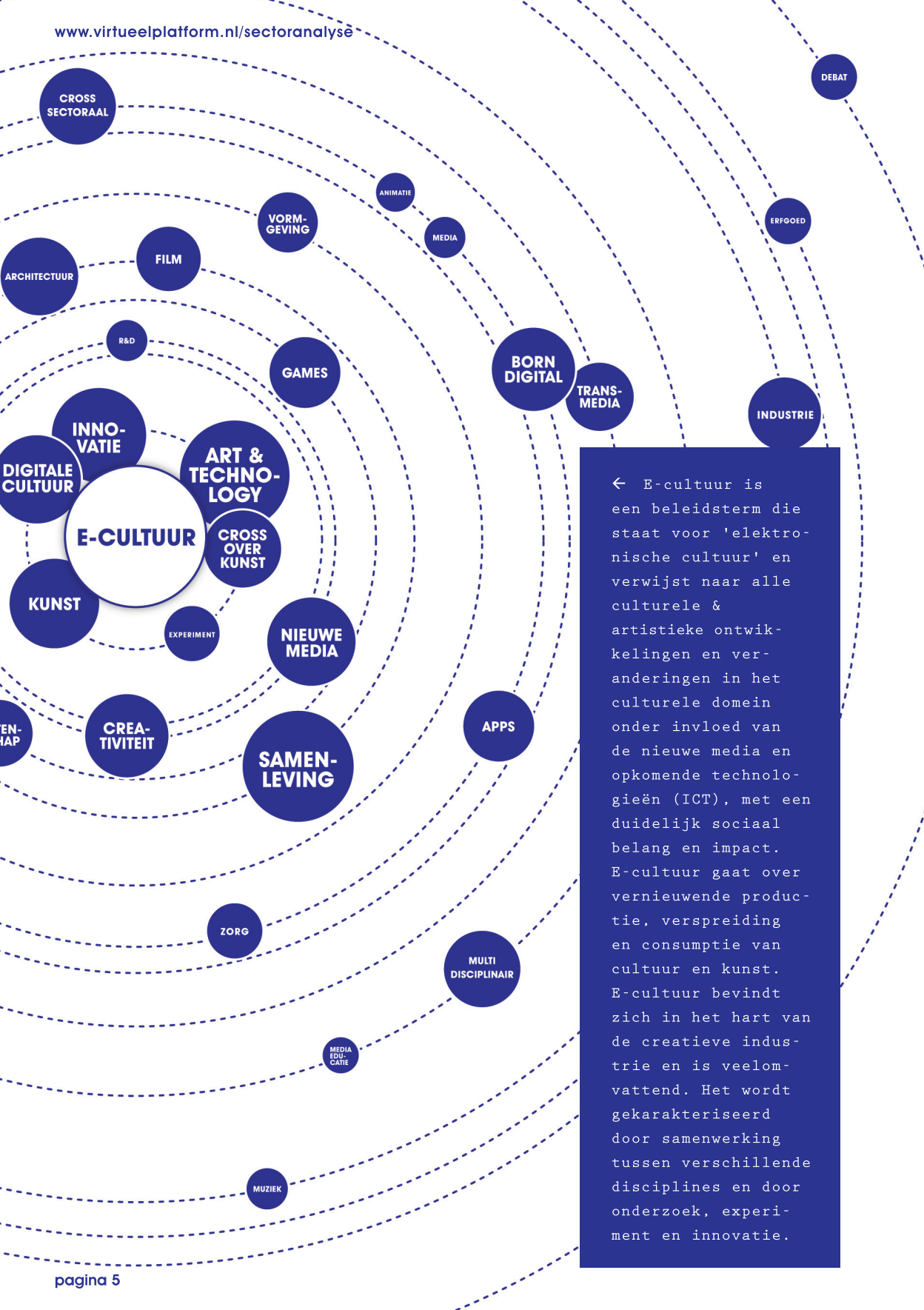
Virtueel Platform meet de grootte van de sector en de effecten van e-cultuur binnen de Nederlandse samenleving. Het eerste onderzoek is gedaan in samenwerking met Bureau Veldkamp en bevestigt de grote rol van digitale media in cultuur: in de Nederlandse e-cultuursector zijn meer dan 1400 organisaties, zelfstandigen en bedrijven actief met samen een bruto jaaromzet van 400 miljoen euro.

De cijfers die voor u liggen tonen een sector die voorbij de grenzen gaat van cultuur en nauwe samenwerkingen heeft met creatieve industrie, met technologie-gerelateerde bedrijven en organisaties, en met maatschappelijke sectoren als zorg en onderwijs. Deze multidisciplinaire kruisbestuivingen liggen aan de basis van de e-cultuur.

Virtueel Platform brengt makers en afnemers van goede initiatieven op het gebied van digitale cultuur bij elkaar, en stimuleert hiermee het maken van excellente projecten en producten. Het onderzoek van Bureau Veldkamp geeft de schaal aan van de sector waar wij mee te maken hebben en geeft handvatten om deze jonge innovatieve sector te stimuleren en te laten groeien. ←

Floor van Spaendonck, 29 juni 2011





← E-cultuur is een beleidsterm die staat voor 'elektronische cultuur' en verwijst naar alle culturele & artistieke ontwikkelingen en veranderingen in het culturele domein onder invloed van de nieuwe media en opkomende technologieën (ICT), met een duidelijk sociaal belang en impact. E-cultuur gaat over vernieuwende productie, verspreiding en consumptie van cultuur en kunst. E-cultuur bevindt zich in het hart van de creatieve industrie en is veelomvattend. Het wordt gekarakteriseerd door samenwerking tussen verschillende disciplines en door onderzoek, experiment en innovatie.

B

BEST PRACTICES

Best Practices zijn inspirerende praktijkvoorbeelden van e-cultuur uit Nederland. In deze sectoranalyse is een selectie opgenomen, deze en andere inspirerende projecten zijn ook te vinden op **virtueelplatform.nl/bestpractice** en per project op onderstaande URL's.

BEST PRACTICES IN DEZE PUBLICATIE

SonOrb, p.6
www.virtueelplatform.nl/sonorb

FabLab, p.6
www.virtueelplatform.nl/fablab

Lunar, p.7
www.virtueelplatform.nl/lunar

Juggling Sound Balls, p.1
www.virtueelplatform.nl/juggling

Sintel, p.12
www.virtueelplatform.nl/sintel

Dropstuff, p.12
www.virtueelplatform.nl/dropstuff

ikPod, p.13
www.virtueelplatform.nl/ikpod

Web2.0 Suicide Machine, p.15
www.virtueelplatform.nl/suicidemachine

UpLabs QR Park Reader, p.18
www.virtueelplatform.nl/uplabs

Animaatje, p.21
www.virtueelplatform.nl/animaatje

A New Day @ G20, p.21
www.virtueelplatform.nl/anewday

Plantas Parlantes, p.23
www.virtueelplatform.nl/plantasparlantes

Intimacy, p.23
www.virtueelplatform.nl/intimacy

Game: The Blob, p.25
www.virtueelplatform.nl/blob

HOT100, p.25
www.virtueelplatform.nl/hot100

Collapsus, p.27
www.virtueelplatform.nl/collapsus

Wii-Medic, p. 27
www.virtueelplatform.nl/wiimedic

BEST PRACTICE

SONORB
Interactieve geluidsinstallatie van Edo Paulus voor de Klankspeeltuin. Kinderen maken spelenderwijs composities met gekleurde bollen op witte zuilen.

BEST PRACTICE

FABLAB
Vrij toegankelijke genetwerkte werkruimte met digitale machines om zelf prototypen te maken, zoals bij Waag Society en steeds meer plaatsen in Nederland.

c E-CULTUUR EN DE SAMENLEVING

De maatschappij functioneert in steeds complexere netwerken. Grenzen tussen culturele, creatieve en industriële sectoren zijn steeds minder van belang door de mogelijkheden die digitale media bieden tot gezamenlijke innovatie en crossdisciplinaire samenwerkingsverbanden. E-cultuur heeft in deze ontwikkeling twee functies.

BETEKENISLABORATORIUM

Ten eerste is er het e-cultuurveld waarin makers zoals kunstenaars, ontwerpers, uitvinders en onderzoekers een centrale rol vervullen door het maken van kunst, kennis, software, games, nieuwe communicatiemethoden en instrumenten. In deze functie biedt de sector ruimte voor vrije innovatie, experiment en disruptie. Er zijn veel kansen op sociaal-economisch gebied in de doorontwikkeling van producten na de ontwikkelingsfase.

De tweede rol die e-cultuur speelt is van belang voor de innovatie van onze omgangsvormen en onze ideeën over de inrichting van een vernetwerkte wereld. In een maatschappij waarin technologie een grote rol heeft zijn nieuwe concepten en ideologieën nodig die de ontwikkelingen duiden, sturen en uitdagen. De e-cultuursector is een belangrijk veld waar nieuwe perspectieven ontstaan of kritisch worden getoetst. Ook deze functie heeft dus een brede sociale en economische uitstraling.

Het resultaat is dat Nederland op mentaal, cultureel, economisch en sociaal vlak beter kan anticiperen op de uitdagingen van de toekomst. ←

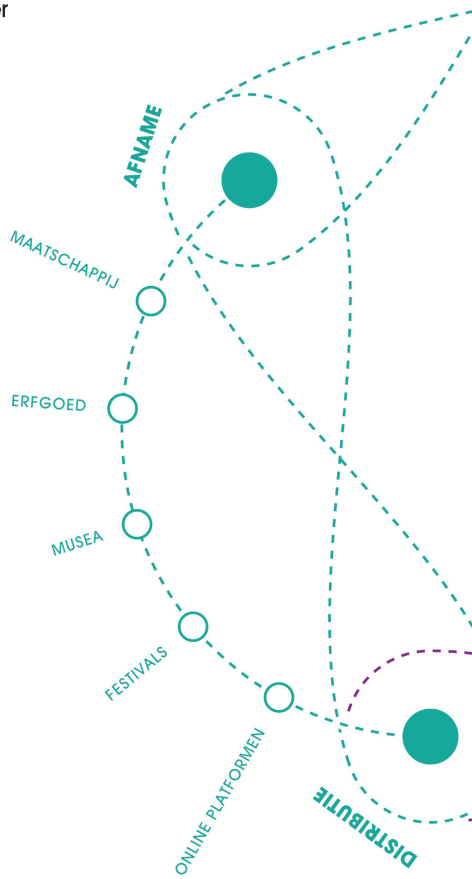
Zie ook:
Raad voor Cultuur, Netwerken van Betekenis, 2010
en:
Raad voor Cultuur, Sectoranalyse E-cultuur, 2011

BEST PRACTICE

LUNAR
Knuffelbare interactieve lichtinstallatie van Studio Daan Roosegaarde voor het nieuwe gebouw van het Centrum Jeugd van GGz Breburg in Breda.

1 INLEIDING / HOE WERKT E-CULTUUR?

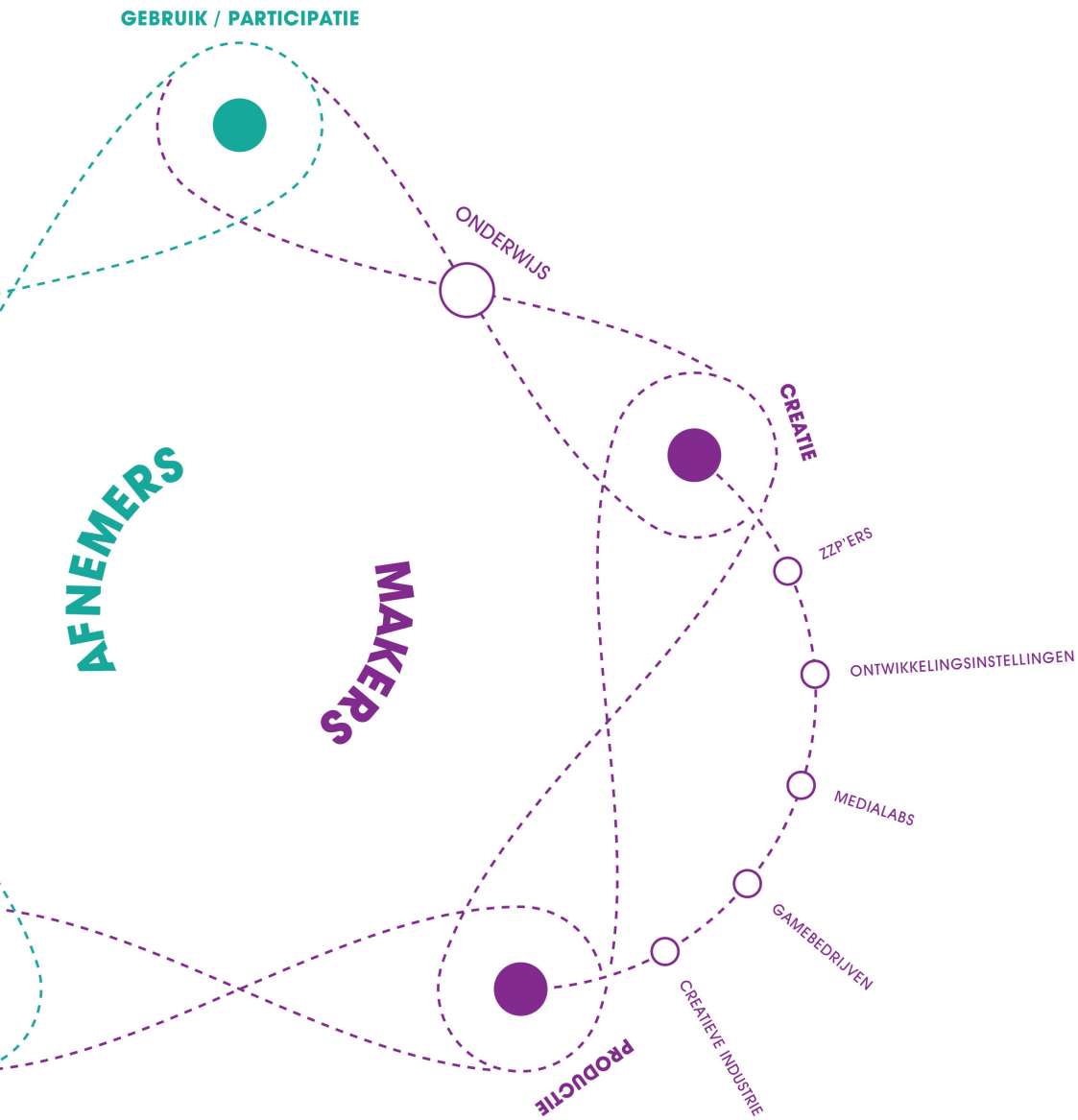
E-cultuur is een jonge sector waarvan de contouren en dynamiek steeds meer zichtbaar worden. Waar andere kunstdisciplines zich al honderden jaren hebben kunnen ontwikkelen, zijn de eerste e-culturele experimenten amper twee decennia geleden van start gegaan. Inmiddels is e-cultuur een volwaardige sector geworden die past in de UNESCO culturele waardenketen. In de grafiek hiernaast wordt de keten verder uitgelegd. ←



Makers & Afnemers → ↗

De makers in de e-cultuurketen zijn kunstenaars, uitvinders en onderzoekers werkzaam als zelfstandig ondernemer (ZZP'er), of in dienst bij e-cultuurinstellingen, medialabs, gamemakers of creatieve bedrijven.

Musea, podia, bedrijven en maatschappelijke instellingen voor onder andere zorg en onderwijs, zijn belangrijke afnemers die websites, apps,



diensten, kunstwerken, games of andere producten uit de e-cultuur-sector inzetten voor gebruik door de eindgebruiker (het publiek).

Meer dan 25 media- en kunstopleidingen leveren nieuw talent. (Media) festivals, online platformen en andere distributievormen dragen bij aan de verspreiding van producten en diensten.

2 PERSONEN, INSTELLINGEN & BEDRIJVEN

Binnen de BIS, de basisinfrastructuur (2009 - 2012) van het Ministerie van OC&W, zijn Mediamatic, STEIM, Submarine, V2_, Waag Society, WORM en Digitaal Erfgoed Nederland gedefinieerd als ontwikkelingstellingen binnen de e-cultuur. Zij worden gesubsidieerd om vanuit hun eigen invalshoek met multidisciplinaire activiteiten bij te dragen aan de vernieuwing en de verdieping van de e-cultuur. Virtueel Platform is aangemerkt als sectorinstituut.

BEROEPSVELD

De hele e-cultuursector is natuurlijk veel groter. Uit onderzoek[1] blijkt dat in Nederland minimaal 1480 organisaties, zelfstandigen en bedrijven actief zijn in e-cultuur.

Wat blijkt is dat de e-cultuursector zeer rijk en divers is in verschillende disciplines met makers, technici, curatoren, ondernemers, managers en distributeurs die werken bij grote bedrijven, kunstenaarspraktijken, labs, opleidingen, culturele organisaties, of werkzaam zijn als zelfstandige.

De sector is sterk individueel genetwerkt en gericht op uitvinding en verandering. Het beroepsveld bestaat voor een uitzonderlijk groot deel uit mensen die er meer dan één beroep op na houden en in constante wisselingen met anderen samenwerken, waardoor verschillende sectoren elkaar overlappen.

Opvallend is verder dat een relatief groot gedeelte van de personen binnen het e-cultuurberoepsveld zelfstandig ondernemer (ZZP'er) is, en dat er in vergelijking met andere sectoren veel ontwikkelaars en instellingen zonder winstoogmerk actief zijn. ←

Mediamatic

STEIM

submarine channel

V2_ institute for the unstable media

waag society

WORM

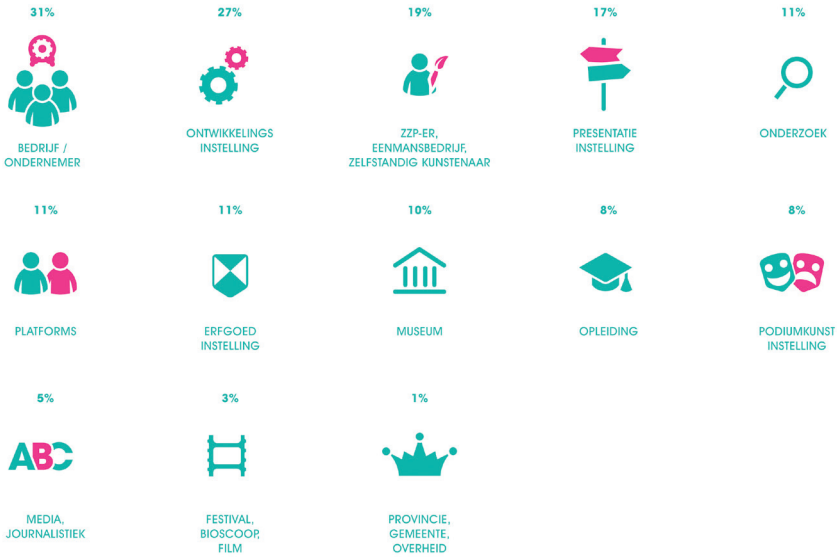
den Kenniscentrum Digitaal Erfgoed

virtueel_platform

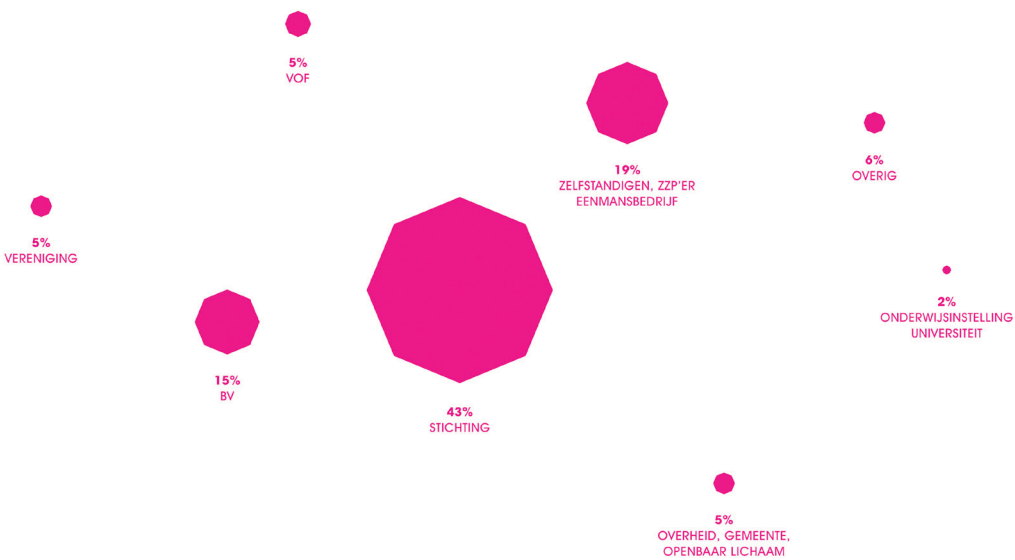
1] Zie onderzoeksmethoden op pagina 34.

BEST PRACTICE

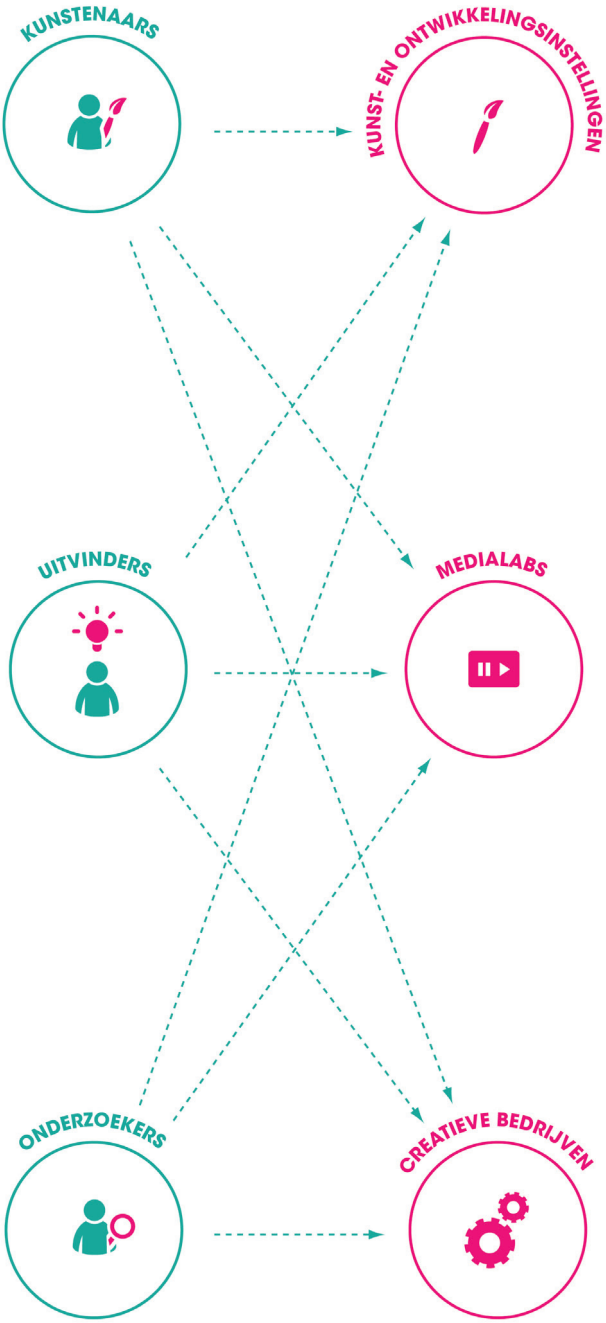
JUGGLING SOUND BALLS
Maak muziek met de geavanceerde, met elektronica gevulde jongleerballen die STEIM maakte voor componist Thom Johnson.



↑ Typering e-cultuur markt.
Bijna 20% van de respondenten in de steekproef is werkzaam als ZZP'er. Aan de hand van typeringen (er konden meerdere antwoorden worden gegeven) geven organisaties aan wat voor soort naam of beschrijving het beste bij hen past.

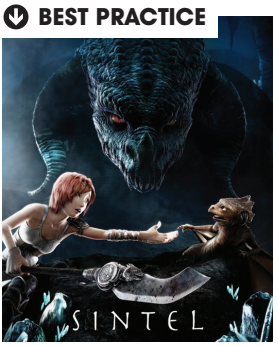


↑ Verschillende rechtsvormen binnen de sector.
In de e-cultuurmarkt zijn veel stichtingen actief (43%), daarnaast gaat het om eenmansbedrijven (19%) en BV's (15%).



↑ De kunstenaars, uitvinders en onderzoekers werken vaak als zelfstandig ondernemer (ZZP'er), bijvoorbeeld voor kunst- en ontwikkelinstellingen, medialabs en de vele creatieve bedrijven, soms zijn zij daar in dienst.

BEST PRACTICE



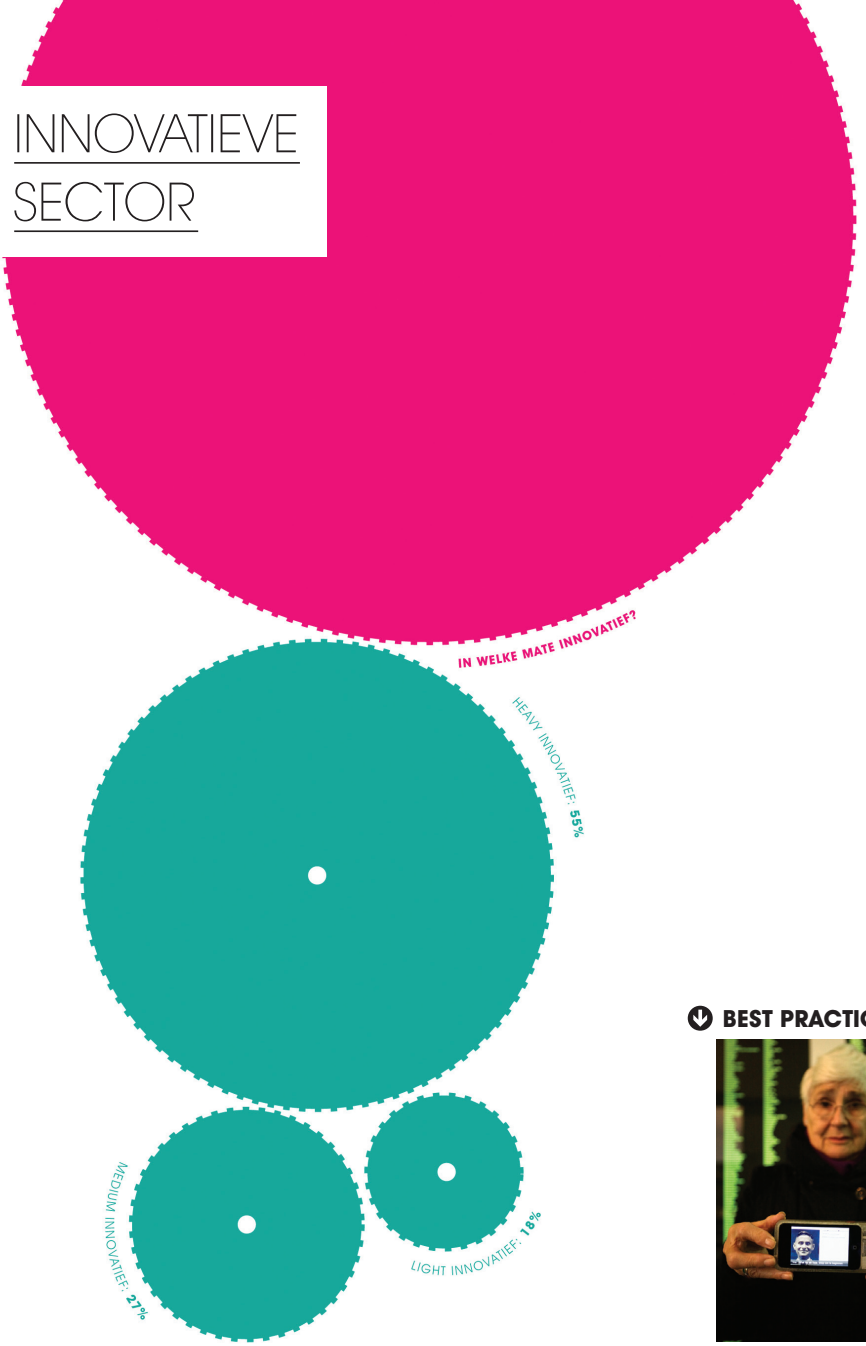
SINTEL
Epische 3D animatiefilm van Blender. Mogelijk gemaakt door crowd funding en gratis wereldwijde input van gebruikers van de open source software.

BEST PRACTICE

DROPSTUFF
Dropstuff.nl is een online mediakunst netwerk met schermen op NS stations, festivals en in 2011 ook op de Biënnale van Venetië.

3

INNOVATIEVE SECTOR



↗ Uit het onderzoek blijkt dat 55% van de ondervraagden zich 'heavy' innovatief noemt en de rest 'medium' (27%) en slechts 18% 'light' innovatief.

BEST PRACTICE

IKPOD

In de Hollandsche Schouwburg koppelt een door Mediamatic ontwikkelde iPod met gemodificeerde RFID-reader de namenwand aan het digitaal Joods monument.

4 ZELFVOORZIENENDE SECTOR

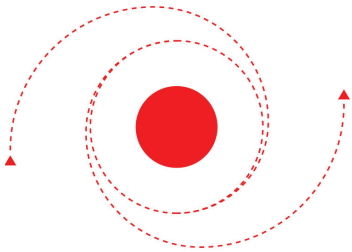
De productieketen van e-cultuur maakt het mogelijk producten, diensten, kennis en informatie te ontwikkelen, te produceren en te verspreiden. Qua producten is er binnen e-cultuur sprake van kunst, kennis, software, games en nieuwe communicatiemethoden en -instrumenten.

SAMENWERKING

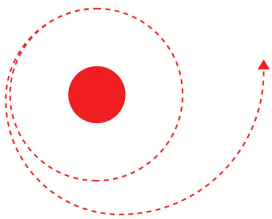
Kenmerkend voor de sector is dat men gezamenlijk maakt (productie) en gezamenlijk gebruikt (distributie en afname). Hierdoor vindt een vermenging van producenten en afnemers plaats. Het resultaat is een zelfvoorzienende sector, waarbij spelers meerdere rollen op zich kunnen nemen. Er kunnen onverwachte nieuwe samenwerkingen ontstaan die gebruik maken van nieuwe organisatievormen, gebaseerd op eigen rituelen en afspraken die in dienst staan van de samenwerking.

ZELFREFLECTIE

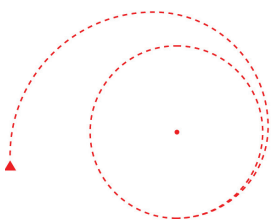
E-cultuur haalt haar vernieuwende karakter mede uit het feit dat ze zichzelf reflecteert, onderzoekt, analyseert en opnieuw kan uitvinden. Het nieuwe vervangt het oude als het aantoont beter te zijn. Er zijn bijdragen uit een heel brede voorhoede met veel massa, er is veel nieuwe techniek beschikbaar, er zijn codes en er is een functionele ethiek.←



53%
MAAKT EN NEEMT AF



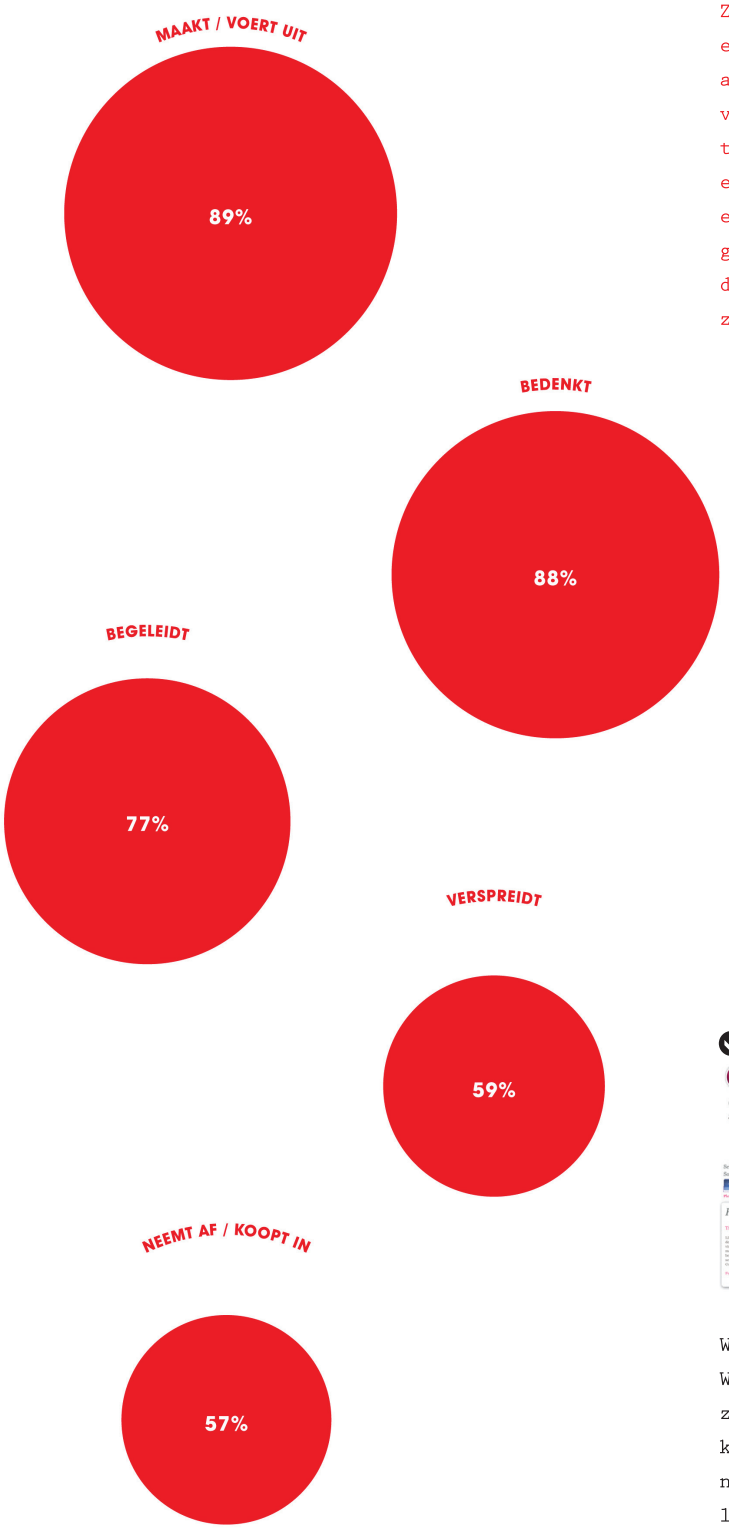
37%
MAAKT IETS,
MAAR NEEMT NIETS AF



3%
MAAKT NIETS,
NEEMT WEL IETS AF

Makers én Afnemers →

Opvallend is dat ruim de helft van de organisaties en bedrijven (53%) maakt én afneemt. Zo zijn een kwart van de presentatie-instellingen en 1 op de zes musea zowel maker als afnemer, doordat ze bijvoorbeeld ook zelf mensen in dienst hebben die bij het creatieproces betrokken zijn. Uit de steekproef blijkt dat slechts 7% van de organisaties zelf geen dingen te produceren.

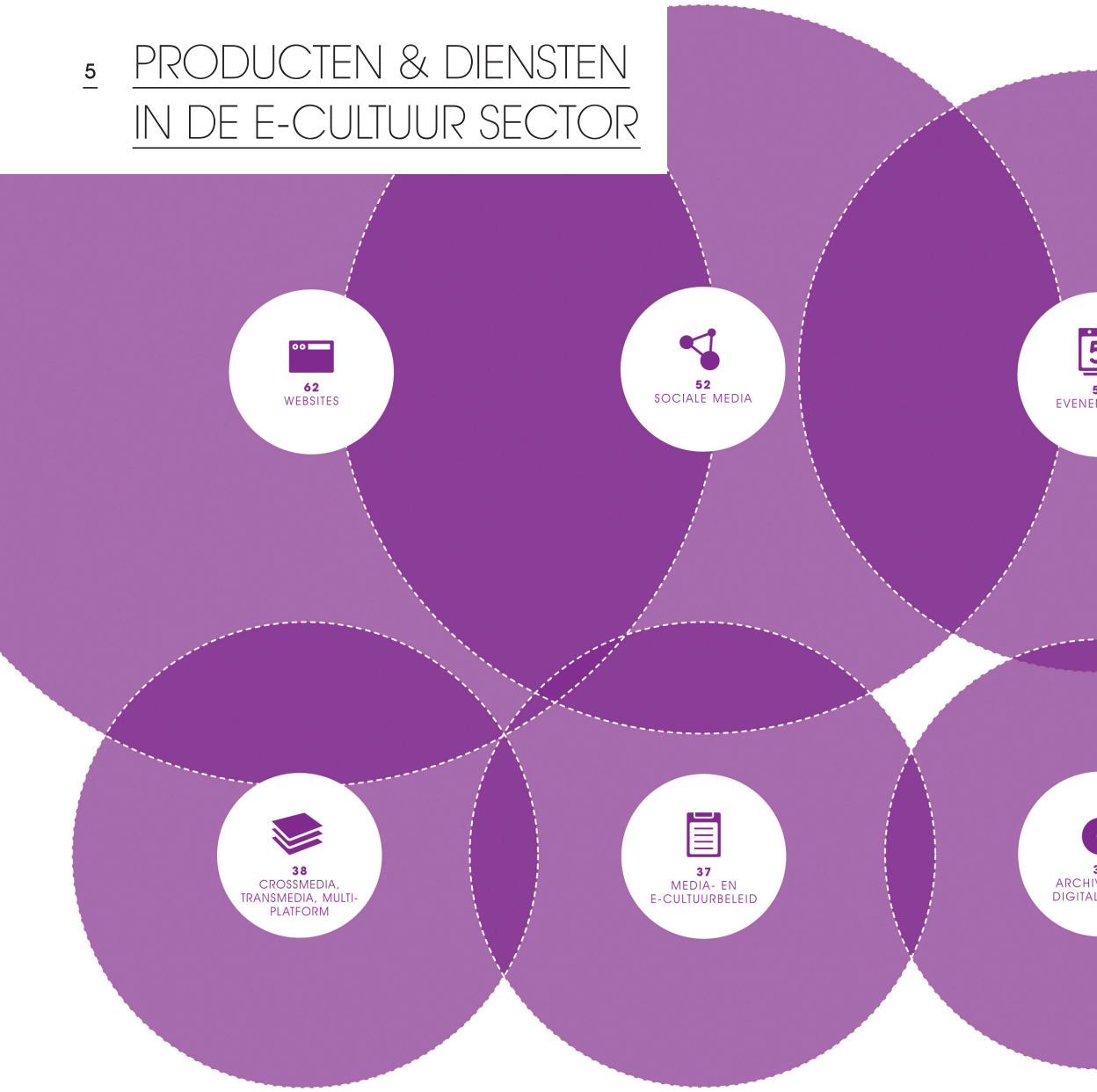


← De kunstenaars, ZZP'ers, bedrijven en organisaties zijn actief in alle fases van de productieketen. Het bedenken en maken staat op de eerste plaats, negen van de tien ondervraagden houdt zich hier mee bezig.

BEST PRACTICE

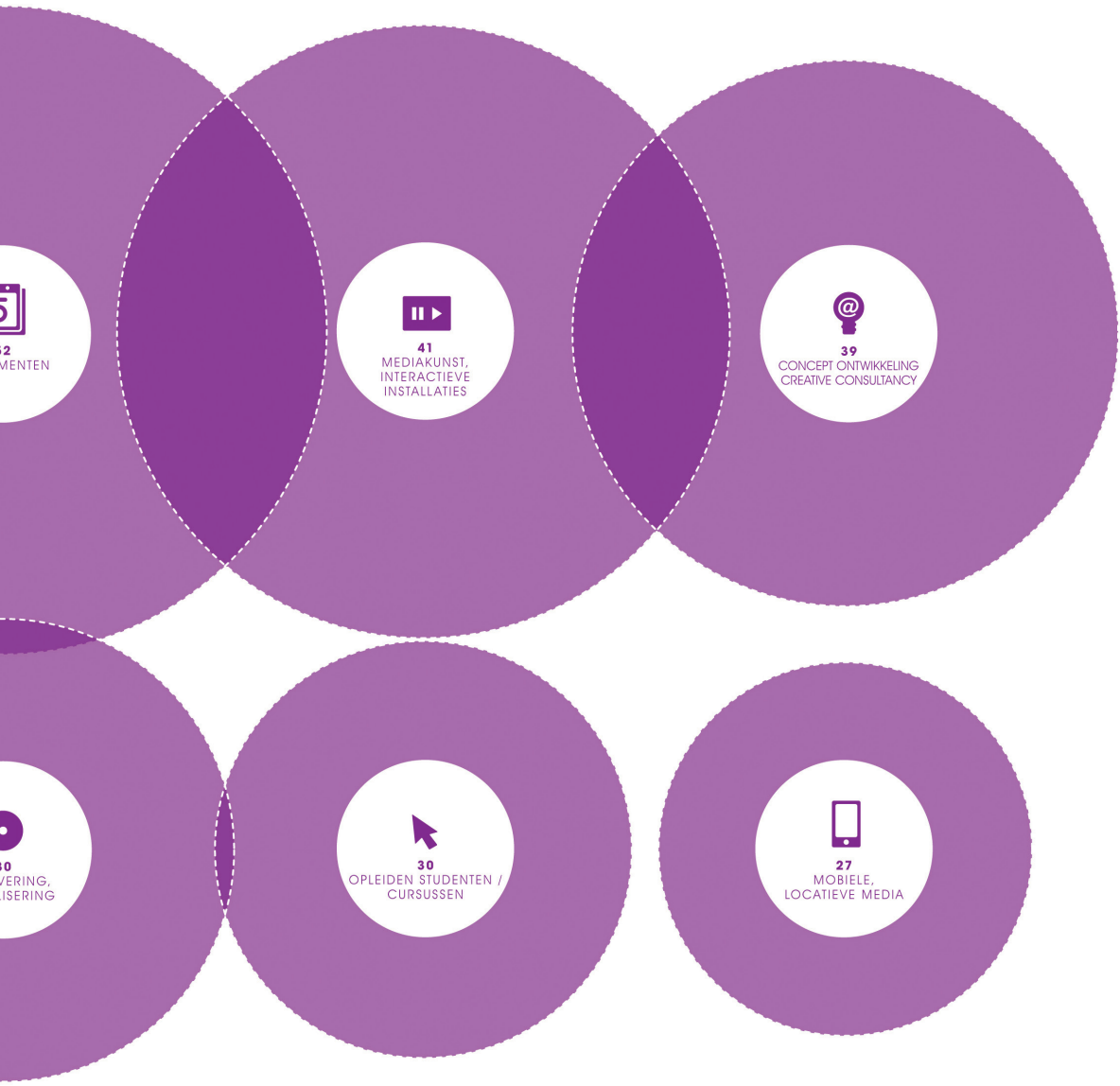
WEB2.0 SUICIDE MACHINE
Wie genoeg heeft van zijn online alter ego's kan de Suicide Machine van WORM inschakelen om er digitaal een einde aan te maken.

5 PRODUCTEN & DIENSTEN IN DE E-CULTUUR SECTOR



↑ Dit zijn de tien belangrijkste producten en diensten in de e-cultuur. Deze ranking is gebaseerd op de top 3 van de meest genoemde producten en diensten zoals aangegeven door alle respondenten. Websites (30%), evenementen (tentoonstellingen, festivals, presentaties) (28%) en conceptontwikkeling (22%) werden het meest genoemd.

ZZP'ers vinden conceptontwikkeling (32%), mediakunst & interactieve installaties (27%) en het opleiden van studenten (27%) het meest belangrijk. Bedrijven



kennen het meeste belang toe aan websites (33%) en evenementen (30%). In een uitsplitsing tussen organisaties en ZZP'ers blijkt dat deze laatste groep een groter belang toekent aan conceptontwikkeling (32%), mediakunst en interactieve installaties (27%) en opleiden van studenten (27%).

Naast deze tien producten en diensten in de e-cultuursector werden verder genoemd software ontwikkeling, mobiele media, 3d-visualisaties, datavisualisatie en academisch onderzoek naar mediacultuur.

6 SCHATTING JAAROMZET

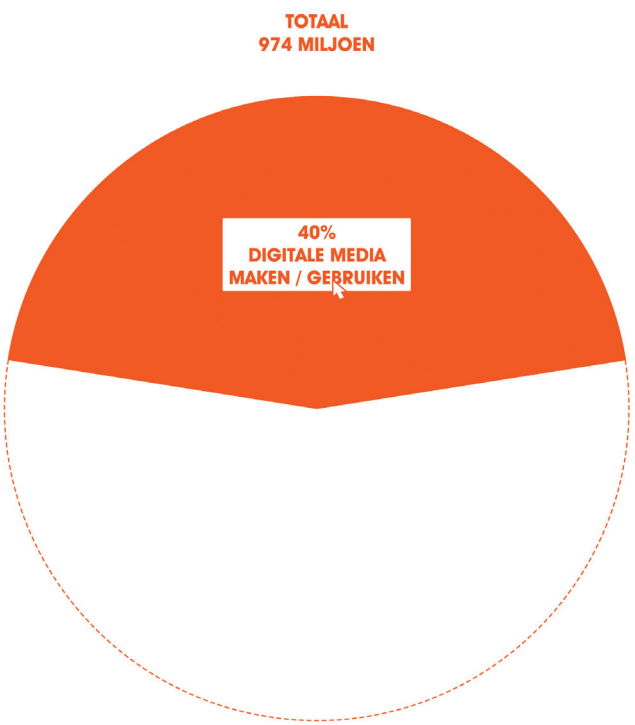
De verzamelde bruto jaaromzet van partijen die werkzaamheden doen in de e-cultuursector is 974 miljoen euro. Niet alle werkzaamheden relateren zich aan e-cultuur, omdat partijen in de sector vaak divers (bedrijven, stichtingen, ZZP-ers) en hybride van opzet zijn (bijvoorbeeld combinaties van bedrijven en stichtingen)[1]. Daarom is in het onderzoek gevraagd om de omzet in te delen binnen een bandbreedte.

Uit de antwoorden blijkt dat gemiddeld 40% van de tijd, middelen en inspanning wordt besteed aan e-cultuur. Zowel bij het vermenigvuldigen van het aantal FTE's met een gemiddeld omzetbedrag van 30.000 (een gangbaar bedrag binnen de cultuursector), als bij het optellen van de omzetgegevens komt men uit op een totale bruto jaaromzet van 400 miljoen. ←

1] Deze schatting is gebaseerd op de antwoorden van alle respondenten uit de steekproef die zijn geëxtrapoleerd naar de totale onderzoeksgroep van 1.480.

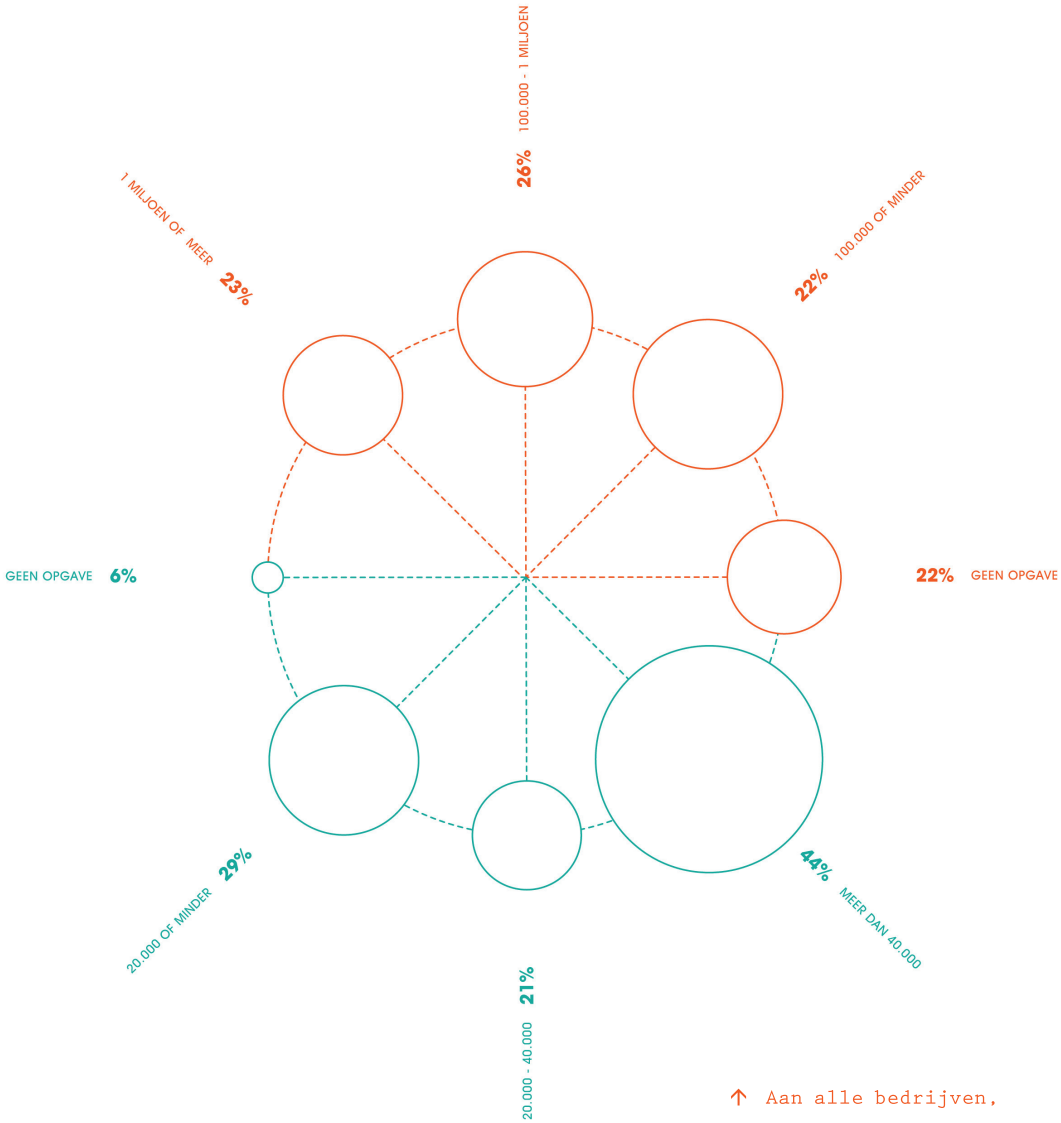
BEST PRACTICE

UPLABS QR PARK READER
Loop met je smartphone over het terrein van de Westergasfabriek en ontdek met QR-codes van UpLabs de geschiedenis van gebouwen en het terrein.



↖ Schatting totale omzet binnen de sector E-cultuur.

BEDRIJVEN & ORGANISATIES



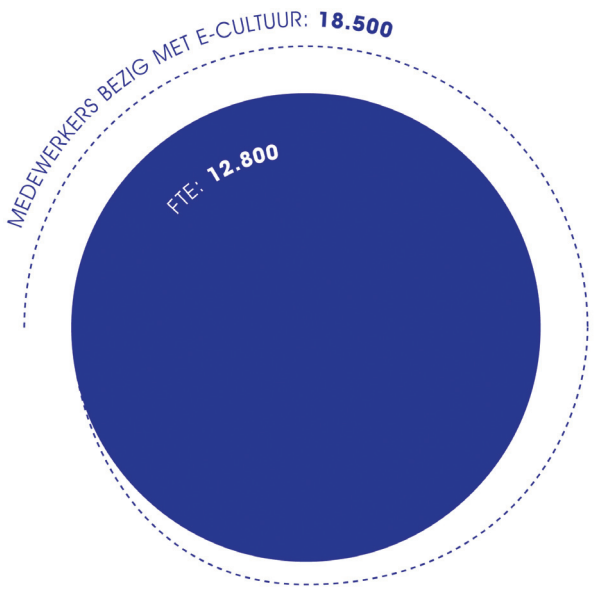
ZZP'ERS

↑ Aan alle bedrijven, organisatie en ZZP'ers is gevraagd wat hun omzet is. Iets minder dan een derde van de ondervraagde ZZP'ers heeft een omzet van 20.000 of minder. Bij de bedrijven en organisaties hebben 23% een omzet van 1 miljoen euro of meer.

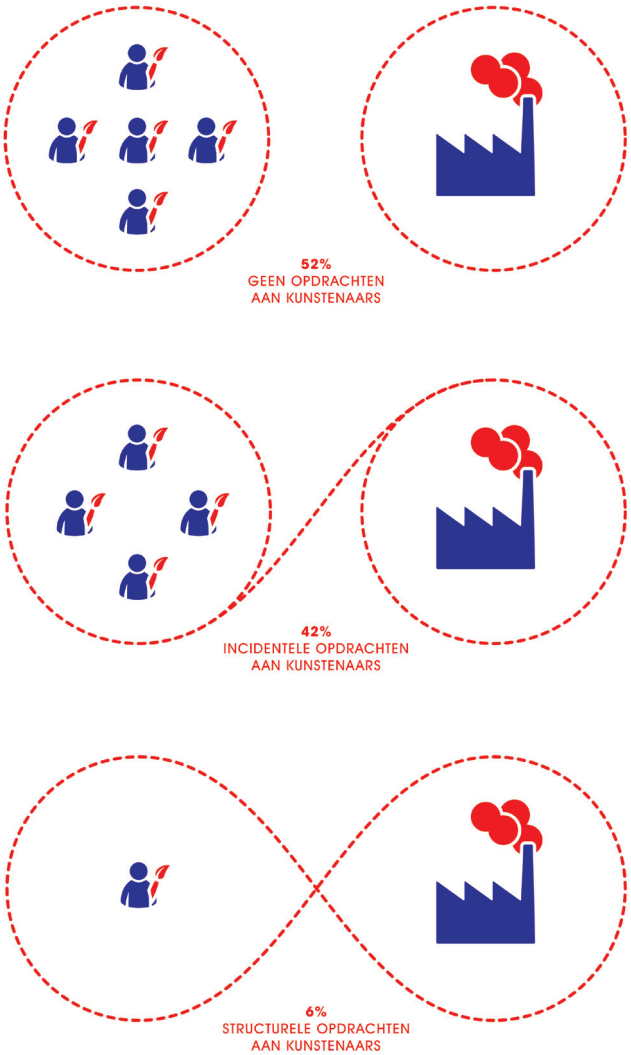
7 HOEVEEL MENSEN HOUDEN ZICH BEROEPSMATIG BEZIG MET E-CULTUUR?

De inschatting is dat in de totale onderzoeksgroep 34.000 mensen werkzaam zijn. Uitgaande van de berekening die ook is gebruikt om de omzet te bepalen (zie p. 18) houdt 40% van deze mensen zich daadwerkelijk bezig met e-cultuur. Dat betekent dat in de e-cultuursector 13.600 kunstenaars, ZZP'ers en werknemers werkzaam zijn (9.400 fte / full time banen).

Daarnaast geeft 66% van de instellingen en bedrijven aan dat ze extern personeel inhuurt voor werkzaamheden die betrekking hebben op digitale media en e-cultuur. Het betreft ongeveer 4.900 freelance functies (3.400 fte), bijvoorbeeld app designers, programmeurs, webdesign, social media experts, conceptontwikkelaars en kunstenaars. In totaal gaat het dus om 18.500 functies (12.800 fte) binnen de e-cultuursector[1]. ←



1] Uitgaande van het richtgetal van 30.000 euro per baan betekent dit dat voor ongeveer 100 miljoen euro aan e-cultuur extern wordt ingehuurd.



↑ Ongeveer de helft van de bedrijven en organisaties geeft aan dat zij wel eens opdrachten verstrekken aan kunstenaars op het gebied van digitale media en e-cultuur. In de meeste gevallen (42%) gaat het om incidentele opdrachten en om 6% om structurele opdrachten.

BEST PRACTICE

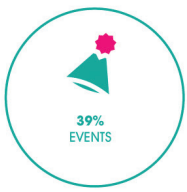
ANIMAATJE
Interactieve zandbak van Creative Learning Lab (Waag Society) laat kinderen met laserpen en projecties samen spelen en leren.

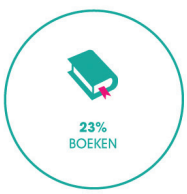
BEST PRACTICE

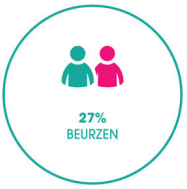
EELCO BRAND @ G20
Kunstenaar Eelco Brand toonde zijn montagefilm A New Day tijdens de openingssessie van de G20-wereldtop in Seoul en bracht Nederlandse mediakunst onder de aandacht bij de groten der aarden.

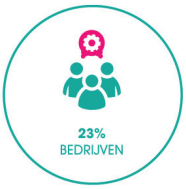
8 BELANGRIJKE PRESENTATIE-PLEKKEN

↘ Naast websites en sociale media zijn (media)festivals (59%) en eigen events (39%) belangrijke presentatieplekken voor kunstenaars uit de e-cultuursector.





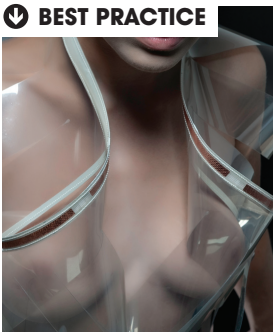




BEST PRACTICE

PLANTAS PARLANTES
Geluidssculptuur van Patching Zone waarmee conversatie met planten mogelijk wordt.

BEST PRACTICE



INTIMACY
V2_, Daan Roosegaarde en twee modeontwerpsters maakten een wearable met e-foil die onder bepaalde omstandigheden transparant wordt.

9

E-CULTUUR BUITEN HET ZICHT

E-cultuur is een nieuwe, en vernieuwende, sector die lastig is te achterhalen in de Standaard Bedrijfsindeling (SBI 200*) die de Kamer van Koophandel gebruikt. In deze database, die gebruikt maakt van de internationale standaard op het gebied van economische activiteiten, is de multidisciplinariteit die zo kenmerkend is voor e-cultuur lastig te registreren. Denk bijvoorbeeld aan een mediakunstenaar die zelf ook software programmeert of een multidisciplinair medialab. STEIM, een van de e-cultuurinstellingen in de BIS staat bijvoorbeeld niet geregistreerd als culturele instelling maar als 'overig natuurwetenschappelijk speur- en ontwikkelwerk'.

Onderdeel van deze sectoranalyse was een vergelijking van de ruim 550 organisaties met de gegevens van de Kamer van Koophandel. Veldkamp concludeerde dat 30% van de ZZP'ers, bedrijven en instellingen uit het onderzoek staat geregistreerd in een categorie die door het CBS, TNO en anderen onderzoekers[2] niet wordt meegeteld als kunst of creatieve industrie. Door deze beperkingen van het SBI systeem en ook door fouten van inschrijvende kunstenaars en instellingen, blijft een deel van het (economische) belang van de e-cultuursector buiten beeld. ←

2] Zie bijvoorbeeld 'Creatieve industrie in de SBI 2008 bedrijfsindeling' /TNO 2010, de Cross Media monitor 2010 / stichting iMMovator 2010, Onderzoeksrapportage Creatieve Industrie / Centraal Bureau voor Statistiek CBS 2011.

30%
NIET IN CATAGORIE CREATIEVE INDUSTRIE

14%
VRIENDENKRINGEN OP HET GEBIED VAN CULTUUR

13%
KUNST

8%
CULTURELE INSTELLINGEN

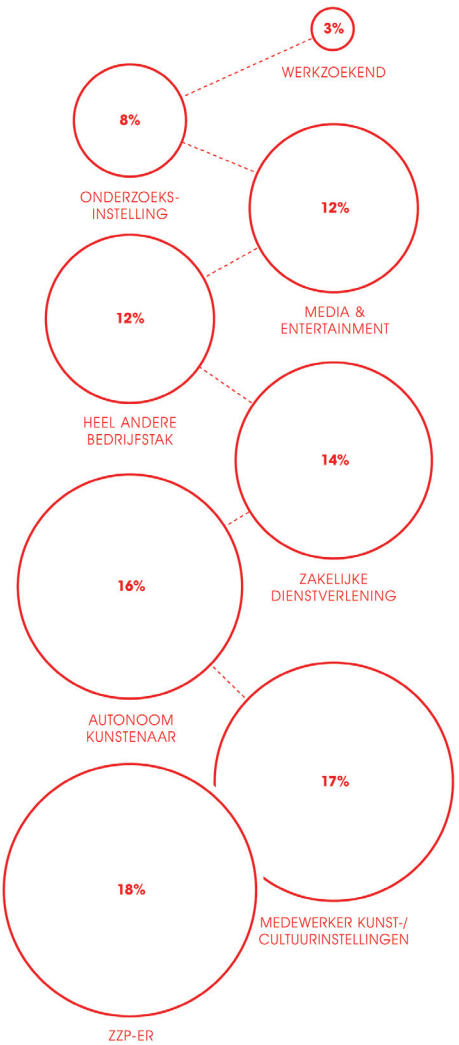
8%
RECLAME

6%
PRODUCTIE & DISTRIBUTIE FILM & GELUID

→ De vijf grootste SBI-categorieën uit het bestand van de Kamer van Koophandel. 30% valt in categorieën die niet worden geteld als creatieve industrie.

10 E-CULTUUR & (MEDIA-) OPLEIDINGEN

In Nederland zijn er ongeveer 25 design-, media- en kunstopleidingen. Dit zijn de toeleveranciers van nieuw talent voor de sector. De opleidingen werden gevraagd een inschatting te maken waar hun alumni terechtkomen. Het goede nieuws is dat opleidingen aangeven dat afgestudeerden snel werk vinden (3% langer werkzoekend). Een relatief klein deel van de studenten (12%) komt terecht in heel andere bedrijfstak dan waar ze voor zijn opgeleid. ←



↑ Hoe komen alumni terecht?

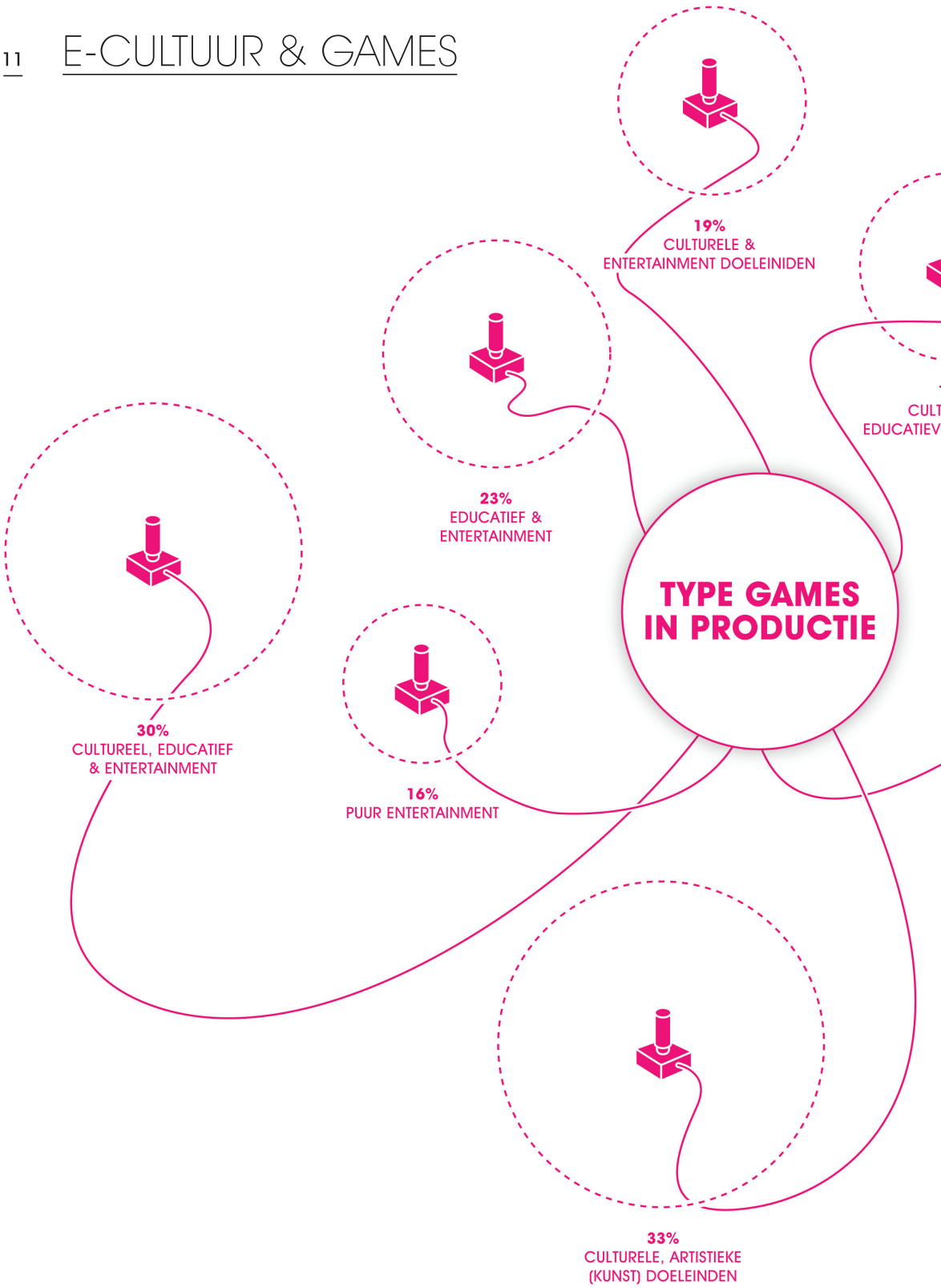
BEST PRACTICE

BLOB
Toen de teamleden van Ronimo games nog studeerden in Utrecht ontwikkelden ze het spel “De Blob”. Gamesuitgever THQ nam het over en maakte het een internationaal succes voor de Wii en de iPhone.

BEST PRACTICE

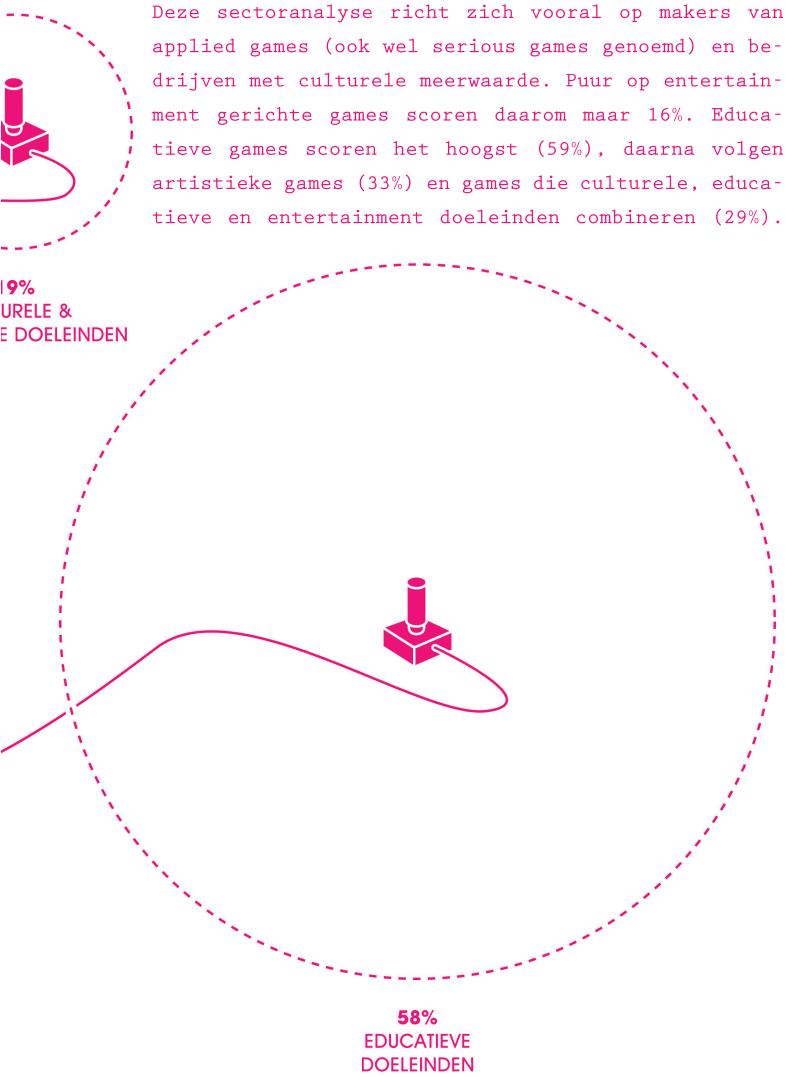
HOT100
Virtueel Platform brengt jaarlijks de meest getalenteerde alumni van design-, media- en kunstopleidingen bijeen.

11 E-CULTUUR & GAMES



↓ 17% van de respondenten bestond uit Nederlandse gamemakers, -bedrijven en organisaties. Zij werden gevraagd wat voor type games zij maken. Meerdere antwoorden waren mogelijk.

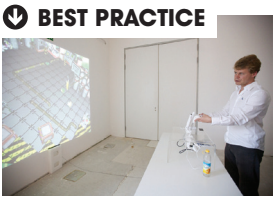
Deze sectoranalyse richt zich vooral op makers van applied games (ook wel serious games genoemd) en bedrijven met culturele meerwaarde. Puur op entertainment gerichte games scoren daarom maar 16%. Educatieve games scoren het hoogst (59%), daarna volgen artistieke games (33%) en games die culturele, educatieve en entertainment doeleinden combineren (29%).



BEST PRACTICE

COLLAPSUS
Submarine Channel ontwikkelde voor de VPRO een transmediale online game over de energiecrisis.

BEST PRACTICE



WII MEDIC
Grendel Games ontwikkelde een 'serious game' voor de Nintendo Wii waarmee chirurgen (in opleiding) motorische vaardigheden voor een laparoscopie kunnen trainen.

12

ORIËNTATIE OP E-CULTUUR

Aan de deelnemers van het onderzoek is gevraagd hoe zij zich op de hoogte houden van e-cultuur. Waar haalt men informatie vandaan over gebeurtenissen, activiteiten en ontwikkelingen in het veld?

De belangrijkste bronnen zijn websites (72%), sociale media (68%), bezoek aan netwerkbijeenkomsten (57%), vakbladen en online magazine (54%), beurzen (50%) en mediafestivals (46%). Typerend is dat de categorie boeken/studie op de laatste plaats komt (1%). ←

Bekende evenementen binnen de e-cultuursector. →

38%
BRIGHT

36%
WIRED

26%
EMERCE

← Veelgelezen magazines binnen de e-cultuursector.

38%
NEXTWEB

36%
QUEST

26%
MASHABLE

Bezochte evenementen binnen de e-cultuursector. →

36%
609 BLAD

26%
CONTROL

71%
PICNIC

56%
TEDx

48%
STRP

40%
IMPAKT

38%
ARS ELECTRONICA

37%
SONIC ACTS

31%
BEAMLAB

30%
TODAYS ART

28%
GOGBOT

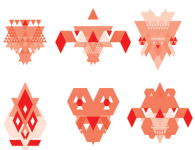
27%
TRANSMEDIALE

26%
MOBILE MONDAY

25%
BRIGHTNIGHT

45%
PICNIC

30%
STRP



21%
IMPAKT

17%
TODAYS ART

15%
SONIC ACTS

14%
BEAMLAB

13%
GOGBOT

13%
DISH / DEN

12%
ARS ELECTRONICA

10%
TRANSMEDIALE

10%
TEDx

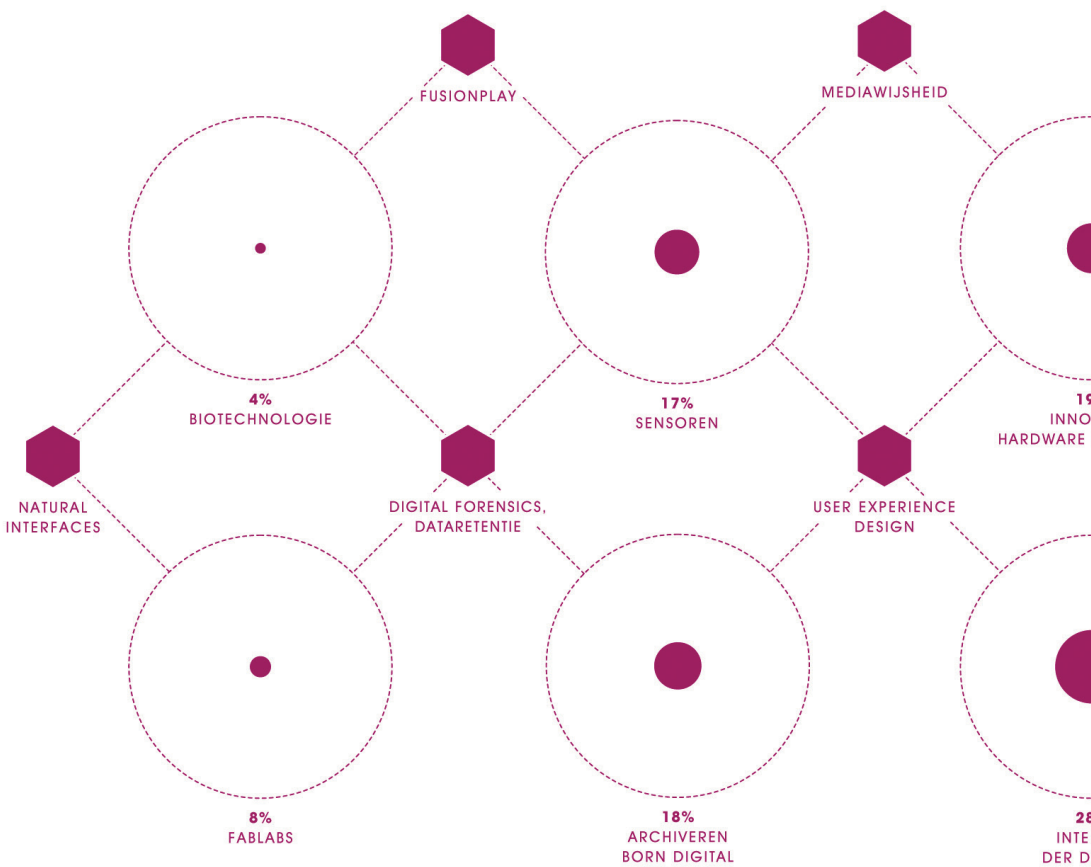
8%
MOBILE MONDAY

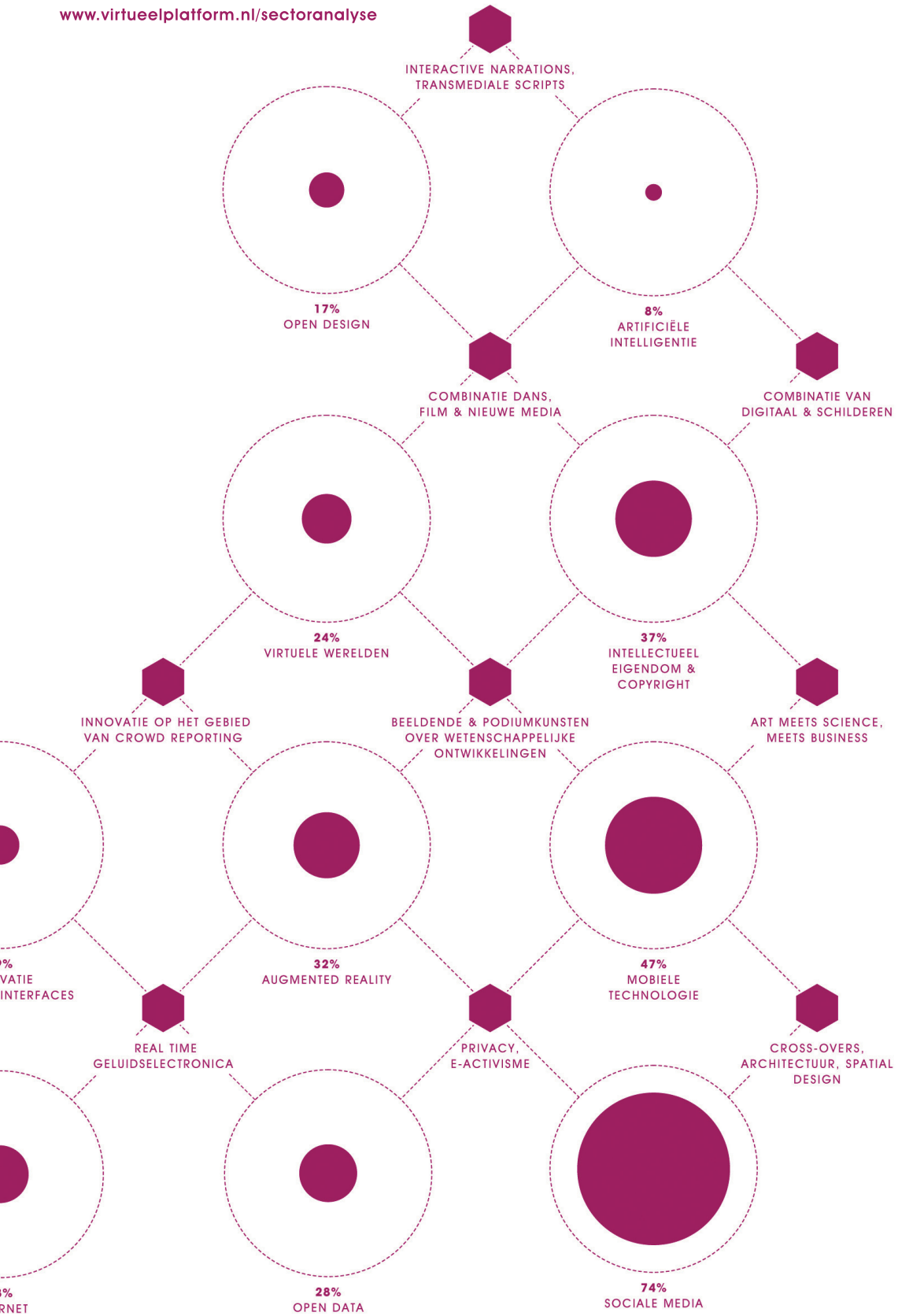
13 TRENDING TOPICS

De organisaties die deelnamen aan het onderzoek hebben van een aantal ontwikkelingen aangegeven welke voor hun bedrijfsvoering een belangrijke rol spelen. Sociale media komen (74%) komt daarbij aan het licht als de meest belangrijke ontwikkeling, gevolgd door mobiele technologie (47%), intellectueel eigendom/ copyright (37%), Augmented Reality (32%) en sensoren (genoemd door 29% van de kunstenaars en zzp'ers).

Ontwikkelingen die door organisaties zelf naar voren zijn gebracht zijn onder andere privacy, transmediale scripts, crowd reporting, user experience design en de combinatie dans, film en nieuwe media. ←

↓ →
E-cultuur Buzzwords




INTERACTIVE NARRATIONS, TRANSMEDIALE SCRIPTS
17%
OPEN DESIGN
8%
ARTIFICIËLE INTELLIGENTIE
COMBINATIE DANS, FILM & NIEUWE MEDIA
COMBINATIE VAN DIGITAAL & SCHILDEREN
24%
VIRTUELE WERELDEN
37%
INTELLECTUEEL EIGENDOM & COPYRIGHT
INNOVATIE OP HET GEBIED VAN CROWD REPORTING
BEELDENDE & PODIUMKUNSTEN OVER WETENSCHAPPELIJKE ONTWIKKELINGEN
ART MEETS SCIENCE, MEETS BUSINESS
32%
AUGMENTED REALITY
47%
MOBIELE TECHNOLOGIE
REAL TIME GELUIDSELECTRONICA
PRIVACY, E-ACTIVISME
CROSS-OVERS, ARCHITECTUUR, SPATIAL DESIGN
28%
OPEN DATA
74%
SOCIALE MEDIA

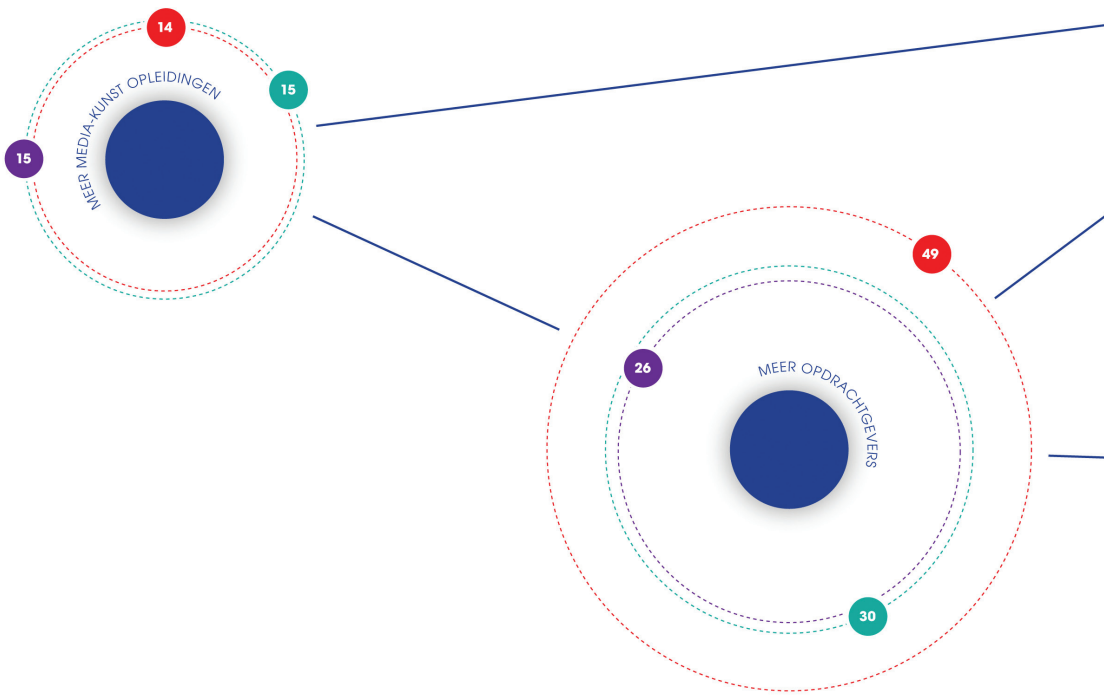
14 WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE WENSEN?

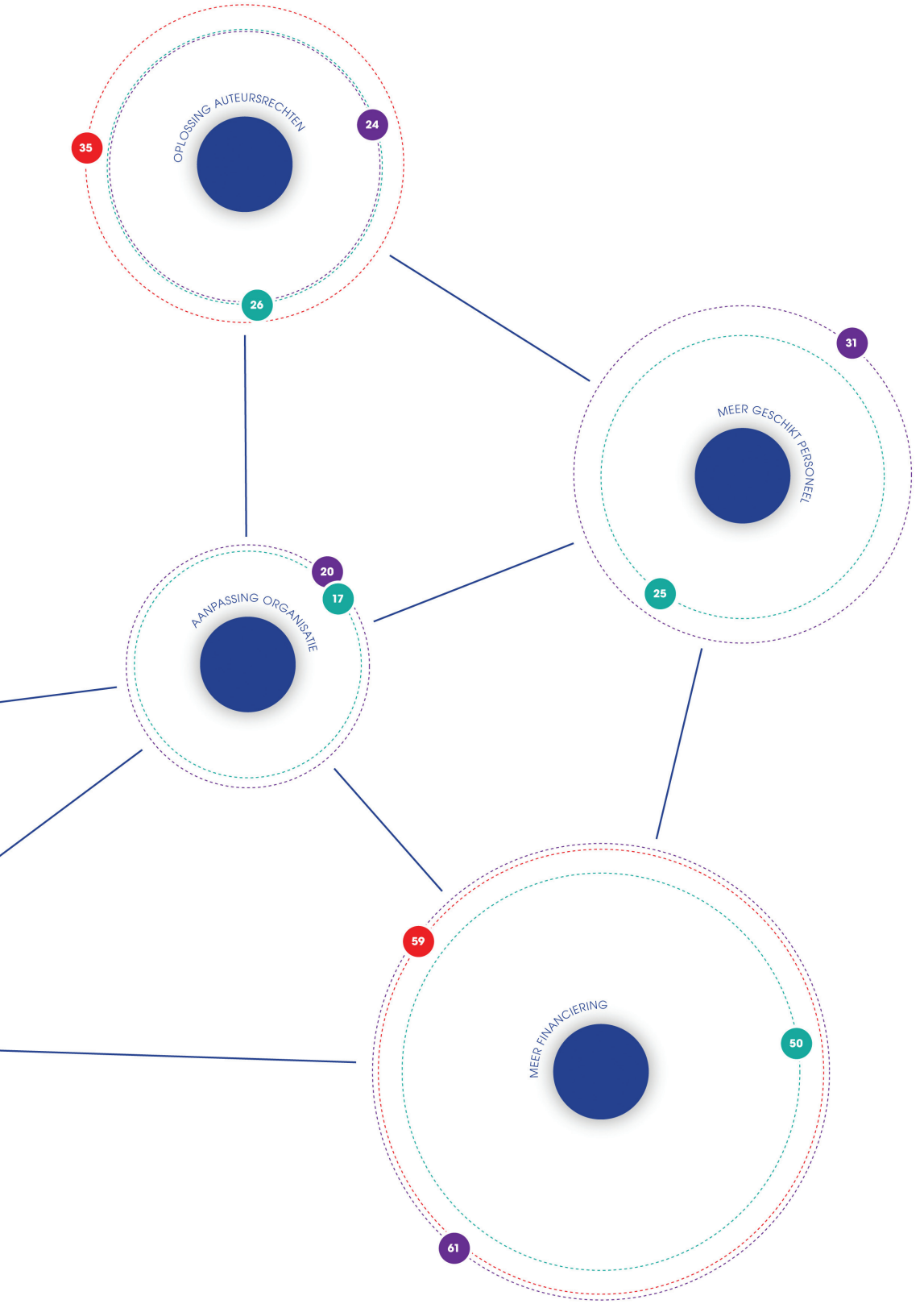
Met name onder bedrijven is er behoefte aan meer financieringsmogelijkheden. De behoefte aan opdrachtgevers leeft vooral onder zzp'ers. De oplossing van kwesties rond auteursrechten is voor 26% van de ondervraagden belangrijk, en weegt met name voor kunstenaars en ZZP'ers zwaar.

Een andere behoefte is die van meer inzicht en overzicht van de e-cultuur (73%). Men wil op de hoogte blijven van de vernieuwing, interessant vindt men vooral:

- best practice, voorbeelden, inspiratie (46%)
- betere koppeling makers en afnemers (31%)
- toegang tot database met makers en applicaties (28%)

↓ →
Belangrijkste wensen binnen de sector in percentages, onder ZZP'ers, Bedrijven & Organisaties, en het totaal hiervan.




OPLOSSING AUTEURSRECHTEN
35
24
26
MEER GESCHIKT PERSONEEL
31
25
AANPASSING ORGANISATIE
20
17
MEER FINANCIERING
59
50
61

15

INFO OVER DE OPZET VAN HET ONDERZOEK

Deze sectoranalyse is gebaseerd op een veldonderzoek dat onderzoeksbureau Veldkamp, een dochterorganisatie van TNS NIPO, tussen oktober 2010 en februari 2011 uitvoerde.

Voor dit eerste kwantitatieve onderzoek naar e-cultuur stelde Veldkamp in overleg met Virtueel Platform een vragenlijst samen. Een begeleidingscommissie met daarin het Amsterdam Museum, Waag Society (e-cultuur instelling), Hogeschool van Amsterdam (opleiding), Portmantoo (ZZP'er), OC&W en de Raad voor Cultuur, zorgde voor waardevolle feedback vanuit verschillende soorten instellingen en gezichtspunten.

Aangezien betrouwbare databases van e-cultuurorganisaties bij de Kamer van Kamer van Koophandel ontbreken (zie uitleg p. 24) heeft Virtueel Platform op basis van een aantal bronnen een populatie van de markt voor digitale of e-cultuur samengesteld. Een analyse van het e-cultuurveld uit 2009, gedaan in samenwerking met Govcom, werd aangevuld met adresbestanden van e-cultuurrelaties en een webspace-analyse door internetbureau Nochii. Deze aanvullingen zijn bedrijven, organisaties, kunstenaars en mediamakers die een aantoonbare relatie hebben met e-cultuur en digitale kunst en cultuur. Voor deze analyse gebruikten Govcom als Nochii de Issue Crawler, een onderzoekstool die online relaties in kaart brengt.

Hieruit volgde een bestand van 1480 adressen dat de basis vormde voor het veldonderzoek. Van deze 1.480 adressen hebben 359 de online vragenlijst volledig ingevuld. Dit is een respons van 24%. Voor adhoc online onderzoek is een respons van 24% redelijk tot goed te noemen.

Op basis van een screeningsvraag vallen er nog 16 adressen af die op voorhand niet tot de e-cultuur gerekend mogen worden. De overgebleven 343, bestaande uit 277 bedrijven of organisaties en 66 ZZP'ers, eenmansbedrijven en kunstenaars vormen de basis voor deze rapportage. ←

↑ Spreiding van onderzoekspopulatie.

16

COLOFON

Dit is een uitgave van Virtueel Platform, 2011

VELDONDERZOEK
Joep Wils, Veldkamp TNS / NIPO

WEBANALYSE
Marijn de Vries Hoogerwerff, Nochii

BEGELEIDINGSGROEP VRAGENLIJST
Marijke Oosterbroek *(Amsterdam Museum)*
Frank Kresin *(Waag Society)*
Heleen Groenendijk *(Portmantoo)*
Margreet Riphagen *(Hogeschool van Amsterdam)*
Ministerie van OC&W en Raad voor Cultuur

TEKST
Twan Eikelenboom & Michel Langendijk *(Virtueel Platform)*
met bijdrage van Vinken & Van Kampen

ONTWERP & INFOGRAPHICS
Willem van de Ven & Walewijn den Boer *(Studio WVDV)*
www.studiowvdv.nl

Met dank aan Kimberley Spreeuwenberg
(UVA nieuwe media)

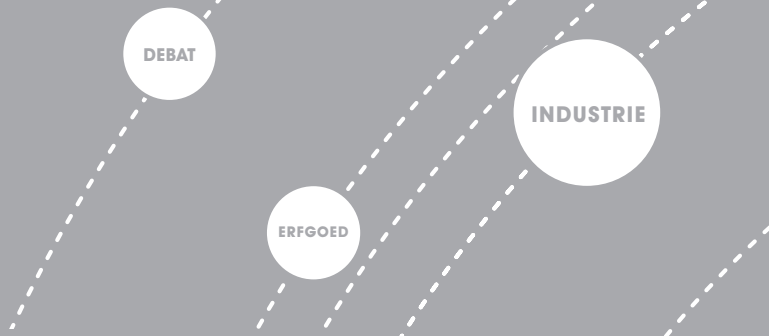
Virtueel Platform juni 2011 ←

Virtueel Platform
Sectorinstituut voor e-cultuur

virtueel_
platform

Adres
Damrak 70 - 6e verdieping
1012 LM Amsterdam
www.virtueelplatform.nl

Heeft u andere interessante vragen om op de data los te laten of wilt u meer informatie over het onderzoek naar e-cultuur? Neem contact op met Michel Langendijk (michel@virtueelplatform.nl)**, of met directeur Floor van Spaendonck** (floor@virtueelplatform.nl).



In deze uitgave staan de resultaten van het eerste grootschalige kwantitatieve onderzoek naar e-cultuur sector in Nederland. In opdracht van **Virtueel Platform**, sectorinstituut voor e-cultuur, voerde **Veldkamp/TNS NIPO** het onderzoek uit.

Doel van het onderzoek was het bepalen van de grootte van de e-cultuursector, het verzamelen van kengetallen en het onderzoeken van de productieketens en de productienetwerken van e-cultuur. Zo werd gekeken naar de ontwikkeling/educatie, productie, distributie en afname van e-cultuur. Kwalitatieve casestudies van de beste voorbeelden van e-cultuur zijn onderdeel van de studie.

De verwachting is dat dit onderzoek uit 2010-2011 startpunt is van een twee-jaarlijkse monitoring van de e-cultuursector.

CREATIVE COMMONS

De inhoud van deze sectoranalyse valt onder een Creative Commons licentie. De gebruiker mag het werk kopiëren, verspreiden en doorgeven, afgeleide werken maken onder de volgende voorwaarden:

Naamsvermelding
De gebruiker dient bij het werk de door de maker of de licentiegever aangegeven naam te vermelden (maar niet zodanig dat de indruk gewekt wordt dat zij daarmee instemmen met uw werk of uw gebruik van het werk).

Niet-commercieel
De gebruiker mag het werk niet voor commerciële doeleinden gebruiken.

Virtueel Platform is het sectorinstituut voor e-cultuur in Nederland. Virtueel Platform stimuleert en versterkt vernieuwing van de cultuur door kennis over e-cultuur te delen, zichtbaar te maken en te vergroten.

virtueel_platform **Virtueel Platform,** 2011
www.virtueelplatform.nl