

Per slot van Rekening

Economie voor
de creatieve industrie

1

De creatieve sector in beeld

**'You can't use up creativity.
The more you use, the more
you have.'**

Oscar Wilde

1.1 WAT VERSTAAN WE ONDER DE CREATIEVE INDUSTRIE?

We kunnen creatieve industrieën beschrijven als 'het geheel van sectoren en activiteiten die een beroep doen op de input van menselijke creativiteit voor de creatie van economische, symbolische en maatschappelijke meerwaarde, opgedeeld volgens verschillende stadia van de waardeketen (creatie, productie, verspreiding en consumptie), en die bijdragen aan de uitbreiding van het 'creatieve voordeel' in Vlaanderen.' (Voorstel van Resolutie betreffende het stimuleren van de creatieve industrieën in Vlaanderen – Vlaams Parlement, 2011)

In Vlaanderen geeft dat de volgende indeling (12 sectoren):

- mode
- muziek
- design
- architectuur
- communicatie en reclame
- gedrukte media
- beeldende kunst
- gaming
- nieuwe media
- podiumkunsten
- cultureel erfgoed & patrimonium
- de audiovisuele sector

3 subsectoren

1. **Kunsten en cultureel erfgoed:** beeldende kunsten, podiumkunsten, cultureel erfgoed en patrimonium. Niet-commercieel gericht.
2. **Media- en entertainmentindustrie:** muziek, gaming, gedrukte media (pers en boeken), audiovisuele sector en nieuwe media. Commercieel gericht.
3. **Creatief zakelijke dienstverlening:** communicatie en reclame, architectuur, design en mode. Commercieel gericht.

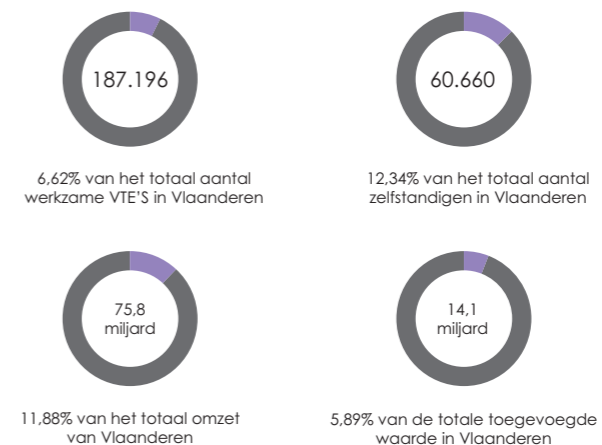
Deze twaalf worden nog eens onderverdeeld in 3 subsectoren: 1 niet-commerciële en 2 commerciële.

Dit boek richt zich hoofdzakelijk tot de creatieve professionals in de commerciële sectoren: de media- en entertainmentindustrie en de creatief zakelijke dienstverlening.

Kunsten en cultureel erfgoed komen minder aanbod, omdat ze een ander financieringsmodel kennen én deel uitmaken van de niet-commerciële gesubsidieerde sector.

1.2 DE CREATIEVE INDUSTRIE IN CIJFERS

DE CREATIEVE SECTOR IN HET VLAAMS GEWEST



De meest recente beschikbare cijfers (2018, De creatieve sector in het Vlaams gewest) van de Vlaamse overheid laten het volgende beeld zien van de creatieve sector in Vlaanderen:



Voltijdse equivalenten (VTE) slaat op het aantal tewerkgestelde personen, uitgedrukt in voltijdse eenheden.

Een ondernemer heeft bijvoorbeeld 10 medewerkers in dienst, waarvan 6 voltijds en 4 halftijds (50%). Dan heeft deze onderneming 10 personen in dienst, maar 8 VTE's.



Onder **omzet** verstaan we de totale waarde van de marktverkoop van goederen en diensten aan derden. Het gaat om de verkoop van goederen die de onderneming zelf produceert, ingekochte goederen voor verkoop of de ontvangen vergoeding voor het verlenen van diensten. Dit wordt meestal uitgedrukt excl. btw.



De **toegevoegde waarde** is het verschil tussen de verkopen en de kosten van de producten, diensten en diverse goederen. Het komt ongeveer overeen met het verschil tussen de omzet en de aankopen.

1.2.1 WERKZAME¹ VTE'S PER SUBSECTOR (2018)

Tabel 1 Werkzame VTE's per subsector (2018)

Architectuur	15.958
Mode	37.609
Design	48.505
Tussentotaal	102.072
Gedrukte media	12.733
Audiovisueel	9.817
Game-industrie	1.137
Communicatie, pr en reclame	30.107
Tussentotaal	53.794
Totaal	155.866

1.2.2 AANTAL ZELFSTANDIGEN PER SUBSECTOR (2018)

Tabel 2 Zelfstandigen per subsector (2018)

Architectuur	8.337
Mode	7.070
Design	14.098
Tussentotaal	29.505
Gedrukte media	2.727
Audiovisueel	3.801
Game-industrie	161
Communicatie, pr en reclame	10.047
Tussentotaal	16.736
Totaal	46.241

¹ Werknemers en zelfstandigen.

1.2.3 OMZET PER SUBSECTOR (2018)

Tabel 3 Omzet per subsector (2018)

Architectuur	2.859.442.019
Mode	18.724.309.928
Design	38.405.606.360
Tussentotaal	59.989.358.307
Gedrukte media	4.062.050.537
Audiovisueel	2.206.529.212
Game-industrie	277.499.702
Communicatie, pr en reclame	4.735.828.234
Tussentotaal	11.281.907.685
Totaal	71.271.265.992

1.2.4 TOEGEVOEGDE WAARDE PER SUBSECTOR (2018)

Tabel 4 Toegevoegde waarde per subsector (2018)

Architectuur	1.249.130.821
Mode	2.596.419.026
Design	3.927.593.744
Tussentotaal	7.773.143.591
Gedrukte media	1.034.210.345
Audiovisueel	1.047.683.698
Game-industrie	116.447.099
Communicatie, pr en reclame	2.177.241.545
Tussentotaal	4.375.582.687
Totaal	12.148.726.278

1.3 HET DNA VAN CREATIEVE BEDRIJVEN

Tussen 2009 en de meest recent beschikbare cijfers (2018) steeg in de creatieve industrie in Vlaanderen de werkgelegenheid met 38%, de omzet met 48% en de toegevoegde waarde met 61%.

De afgelopen jaren hadden een aantal evoluties een positieve impact op de creatieve bedrijven: de vraag naar creatieve toepassingen, de werkgelegenheid en de lage drempel om toe te treden tot heel wat creatieve beroepen.

De creatieve industrie kent een grote verscheidenheid aan types bedrijven: freelancers en kmo's (kleine- en middelgrote bedrijven) en multinationals. Uit een studie in opdracht van de Europese Commissie blijkt dat 80% van de creatieve bedrijven in Europa micro-ondernemingen zijn met één tot maximaal drie werknemers. Het aantal grote bedrijven (met meer dan vijftig werknemers) is beperkt, maar wel goed voor 40% van de jaarlijkse omzet. Middelgrote bedrijven zijn opvallende afwezigen.

Wat zijn typische kenmerken van creatieve bedrijven en welke economische en maatschappelijke trends beïnvloeden ze?

1.3.1 DE OPKOMST VAN DE 'CREATIEVE KLASSE'

In zijn boek 'The rise of the creative class' beschrijft Richard Florida de opkomst van een nieuwe 'creatieve klasse'. Deze 'supercreatieve' kern van professionelen in architectuur, design, onderwijs, kunst, muziek en entertainment, fotografie, grafisch ontwerp vervult een economische functie door nieuwe ideeën, nieuwe technologie en creatieve inhoud te creëren.

De uitdagingen ten gevolge van de economische crisissen van 2001 (het uiteenspatten van de internet bubble) en 2008 (de financiële crisis) hadden als resultaat dat bedrijven zich anders zijn beginnen organiseren. Grafische en marketingdiensten worden meer en meer uitbesteed en er is een toename in de vraag naar freelancers.

De overheid stimuleert het ondernemerschap en het starten in bijberoep. Dat laatste is voor vele creatief-opgeleiden een springplank naar het starten van een eigen onderneming. Ook het hoger onderwijs stimuleert ondernemerschap bij studenten. Het statuut 'student-ondernemer' geeft studenten bijvoorbeeld speciale rechten die hen toelaat om hun studies en het ondernemerschap gemakkelijker te combineren. De overheid creëerde hiervoor het statuut 'student-zelfstandige', wat studenten fiscale en sociale voordelen biedt.

1.3.2 NIET KOPEN MAAR BELEVEN

In hun communicatie moeten merken tegenwoordig verder gaan dan enkel het 'aanprijzen van de productvoordelen'. Met klassieke reclamecampagnes redden ze het niet meer. Met belevingsmarketing willen merken consumenten een gevoel, een unieke ervaring en een blijvende herinnering geven, liefst nog gedeeld op sociale media.

Om een goede beleving te creëren, heb je inlevingsvermogen, fantasie, originaliteit en durf nodig. Kenmerken die creatieve denkers typeren. Bij deze nieuwe vorm van marketing speelt het creatief denk- en ontwerpproces een cruciale rol. Hierbij stijgt de vraag naar creatieve producten: originele verpakking, clevere merchandising, after-movies, micro-sites, apps, originele aankondigingen.



Een mooi voorbeeld is het dancefestival Tomorrowland. Maanden voor het begin van het festival krijgen mensen een braceletbox met het 'toegangsticket'. De beleving zindert nog jaren na door aftermovies, het digitaal radiostation 'One World Radio' en de TML-website die met video en audiofragmenten het contact met het publiek onderhoudt.

Al sinds 2005 vind je elk jaar een TML-aftermovie, met sinds 2011 meer dan een miljoen weergaven. De 2012-editie piekte met 169 miljoen views. Het TML-Youtube kanaal heeft 9,84 miljoen abonnees. Hieraan werkten tal van creatieve profielen mee, als freelancer, werknemer of ondernemer:

- fotografen
- grafisch ontwerpers
- webdevelopers
- front end developers
- mixed reality developers
- illustratoren
- art directors
- mobile- en webdesigners
- videomakers
- motion graphic artists
- audiovisual creatives
- digital marketeers
- copywriters
- storytellers
- decorontwerpers
- productontwerpers

Ook traditionele merken trekken de kaart van de belevingsmarketing, in zeer uiteenlopende sectoren. De sector van de FMCG (Fast Moving Consumer Goods) waar Redbull evenementen met extreme sporten organiseert. Of het merk Dove dat vrouwen met 'normale' maten kiest om het publiek op een andere manier naar het merk te laten kijken. In het verzekerings- en bankwezen zien we bijvoorbeeld dat AG Insurance in elke grootstad waar ze een hoofdkantoor hebben de '10 miles' organiseert.

1.3.3 INNOVATIES IN TECHNOLOGIE

Innovaties in technologie hebben een impuls gegeven aan contentcreatie, infotainment, storytelling en onze beeldcultuur.

Web 2.0 – het ‘participatieve en sociale web’ - ontwikkelde het internet tot een interactief communicatiemiddel dat van de passieve gebruiker een contentcreator maakte.

Ineens had je geen programmeurskills meer nodig om dingen toe te voegen aan het web. Met de introductie van rich media wonnen data als video, muziek en beelden aan belang, en werd het niet langer als ondergeschikte content beschouwd ten opzichte van tekst. Integendeel, het werd de primaire content op sites zoals Flickr en Youtube.

Web 3.0, de derde vernieuwingsgolf op internet, zorgde voor een volledige integratie/afstemming van internettoepassingen. De nieuwe generatie internettechnologie maakt het gebruik van kunstmatige intelligentie (AI) mogelijk, wat websites en webapplicaties intelligenter maakt en meer verbonden. Ook de integratie van web-mobile en printtoepassingen en de evolutie op het gebied van augmented reality en virtual reality openen een schat aan mogelijkheden voor de creatieve professional.

Mixed reality is dan weer een combinatie van augmented reality en virtual reality, waar het succes van de toepassingen grotendeels afhangt van de creatieve invulling ervan.



MBUX – Mercedes-Benz User Experience is het nieuwste navigatiesysteem van Mercedes-Benz dat gebruik maakt van mixed reality. Dit systeem onthoudt je favoriete songs en de weg die je aflegt naar je werk. Het systeem kan het radiostation hierop afstemmen of de snelste weg op dat moment aangeven. Het systeem werkt met spraakcommando's of vingerbewegingen op het touchscreen. Het herkent natuurlijke bewegingen. Het zijn stuk voor stuk AI-toepassingen. Augmented reality koppelt bij het navigatiesysteem de virtuele wereld aan de realiteit.

Naast de technische evoluties binnen de internetwereld en de technologische vernieuwing op het gebied van mobile devices bracht ook de opkomst van sociale mediakanalen de vraag naar creatieve content op gang. Tegenwoordig maken ook apps, een Facebook-, Instagram-, Pinterest-, of een Tiktok-account deel uit van de mediakanalen van bedrijven.

1.3.4 BEELD- EN VISUALISATIECULTUUR

De maatschappelijke trend waarbij visuele beelden een belangrijke rol spelen vinden we terug in diverse toepassingen.

Het gebruik van beelden in de entertainment- en de reclamesector stimuleert de vraag naar grafische en creatieve diensten. Maar ook in zakelijke communicatie spelen beelden en visualisatie van data een grote rol. Aangezien we dagelijks overspoeld worden door informatie is er nood aan een heldere en efficiënte manier om deze informatie over te brengen. Beelden en visualisaties (pictogrammen, diagrammen, illustraties) zijn hier een uitstekend hulpmiddel.

Ook in domeinen waar je het minder zou verwachten (bijv. de financiële rapportering van ondernemingen) is het gebruik van beelden en visualisaties stilaan standaard.

- **De jaarrekening** is in eerste instantie puur een kwestie van cijfers, opgemaakt volgens een strak wettelijk stramien. Meest gelezen door financiële experts en/of lezers met economische kennis.
- **Het jaarverslag** kan wel creatief ingevuld worden. Hier is de doelgroep ruimer en heeft die niet noodzakelijk een economische achtergrond. Denk hierbij aan medewerkers, potentiële investeerders, leveranciers en klanten. Dit deel van de jaarverslaggeving wordt dikwijls ook in handen gegeven van copywriters en grafisch vormgevers, die de informatie aantrekkelijk en leesbaar maken.

2

Startersformaliteiten en ondernemings- vormen

**'It always seems impossible,
until it's done.'**

Nelson Mandela

Wil je als ontwerper, webdesigner, social media consultant, influencer aan de slag of neem je een drukkerij over? Wil je in bijberoep aan de slag of start je als zelfstandige in hoofdberoep?

De eerste vraag blijft: is mijn plan realistisch?

Het opstellen van een businessmodel canvas van Osterwalder is een goede startbasis. Het beschrijft de manier waarop een organisatie waarde creëert, levert en behoudt. Het is een samenvatting in negen bouwstenen van alle facetten die een invloed hebben op het creëren van die meerwaarde: waardepropositie, klantsegmenten, klantrelaties, kanalen, inkomstenstromen, kostenstructuur, kernactiviteiten, mensen/middelen en partners.

Eens je weet waarvoor de negen bouwstenen staan, ben je in staat om je businessmodel aan te passen. Het stelt je in staat om in te spelen op de behoefte van de markt en zo de concurrentie voor te blijven.

De volgende logische stap is het verder concretiseren van het businessmodel in een ondernemingsplan. Dit bestaat uit een financieel plan (economische haalbaarheid) en een marketingplan (commerciële haalbaarheid).

Je kan je hier door diverse organisaties laten bijstaan (Unizo, FlandersDC, Vlaio) of je laat je adviseren door een financieel raadgever of boekhouder. De haalbaarheid van je onderneming ga je na door enkele belangrijke vragen te beantwoorden:

- Is er een markt voor mijn ondernemersidee?
- Hoeveel omzet moet ik draaien om rendabel te zijn?
- Welke risico's houdt mijn idee in?
- Hoe bepaal ik de prijs van mijn product of dienst?
- Hoe ga ik dit in de markt zetten?
- Is de switch van bij- naar hoofdberoep haalbaar?

2.1 STAPPENPLAN BIJ DE OPRICHTING VAN EEN ONDERNEMING

Heb je beslist om een onderneming te starten, dan zijn er een aantal noodzakelijke stappen. Meer informatie en nuttige linken over dit thema vind je op www.economie.fgov.be.

Oprichting eenmanszaak	Oprichting vennootschap
<p>Kies een juridisch statuut: eenmanszaak (natuurlijke persoon) of vennootschap (rechtspersoon).</p> <p>De eenmanszaak is de eenvoudigste ondernemingsvorm, waarbij er geen afzonderlijke rechtspersoonlijkheid ontstaat. Je gaat dus onder jouw persoonlijke naam ondernemen en er is geen gescheiden vermogen. De winst die je maakt in een eenmanszaak wordt in de personenbelasting belast. Kies je voor een vennootschap, dan ontstaat een aparte entiteit, met eigen rechtspersoonlijkheid.</p>	
	<p>Een vennootschap oprichten door het opstellen, neerleggen en registreren van een oprichtingsakte.</p> <p>Een oprichtingsakte vormt de basistekst bij de oprichting van een nieuwe vennootschap. Naargelang de op te richten vennootschapsvorm moet een:</p> <ul style="list-style-type: none"> • authentieke akte (notariële akte), • of een onderhandse akte opgesteld worden. <p>Een notaris stelt een authentieke akte op. De onderhandse akte is een schriftelijke overeenkomst die de partijen zelf opstellen.</p> <p>Om de oprichtingsakte op te stellen zijn nodig:</p> <ul style="list-style-type: none"> • een financieel plan • bij inbreng in geld: het bewijs van de opening van een bankrekening op naam van de vennootschap in oprichting (bankattest)

Oprichting eenmanszaak	Oprichting vennootschap
	<ul style="list-style-type: none"> bij inbreng in natura (gebouw, materieel,...): een verslag van een bedrijfsrevisor. <p>Een bedrijfsrevisor is een financieel expert die als onafhankelijk deskundige een aantal bij wet bepaalde taken uitoefent (zoals de controle van de jaarrekening of de waardering van een inbreng in natura).</p> <p>De oprichtingsakte wordt neergelegd op de griffie van de ondernemingsrechtbank. Na de neerlegging zorgt de griffier voor de inschrijving bij de Kruispuntbank van Ondernemingen (KBO). Hierdoor krijgt de vennootschap een ondernemingsnummer.</p> <p>De griffier zorgt voor de bekendmaking van het uittreksel uit de oprichtingsakte in de bijlagen bij het Belgisch Staatsblad.</p>
<p>Inschrijving bij een erkend ondernemingsloket. Starters en bestaande ondernemingen vervullen hun administratieve formaliteiten bij het ondernemingsloket.</p> <p>Het ondernemingsloket zorgt voor de inschrijving in de Kruispuntbank van Ondernemingen². Voor een vennootschap is de eerste stap in de meeste gevallen de notaris, gevolgd door de neerlegging van de statuten bij de griffie van de ondernemingsrechtbank; om de inschrijving in de Kruispuntbank van Ondernemingen helemaal af te ronden, moet de ondernemer daarna nog langs bij een ondernemingsloket.</p>	
<p>Open een zichtrekening bij een bank. Vermeld op alle officiële documenten (brieven, facturen ...) de naam van de onderneming, het ondernemingsnummer, het bankrekeningnummer, samen met de naam van de bank.</p>	

² De Kruispuntbank van Ondernemingen (KBO) is een databank van de FOD Economie die alle basisgegevens van ondernemingen en hun vestigingseenheden verzamelt.

Oprichting eenmanszaak	Oprichting vennootschap
<p>Een btw-identificatie aanvragen Ga na of je onderneming btw-plichtig is. Is dat zo, vraag dan een btw-nummer aan bij het bevoegde belastingskantoor.</p> <p>Je bent btw-plichtig als de onderneming regelmatig en zelfstandig, als economische activiteit, goederen levert of diensten verstrekt die in het btw-Wetboek omschreven worden. (btw-wetboek, artikel 4).</p> <p>Er zijn verschillende btw-regelingen: een aantal bijzondere regelingen en een normale regeling. De normale regeling is de algemene regeling voor alle btw-belastingplichtigen die geen bijzondere regeling hebben. Met een normale regeling moeten ondernemingen een maandelijkse of driemaandelijkse aangifte indienen voor de handelingen van de voorbije periode.</p> <p>Een bijzondere regeling, die interessant kan zijn voor ondernemingen in de creatieve industrie, is de vrijstellingsregeling voor kleine ondernemingen.</p> <p>Kenmerken van deze btw-vrijstellingsregeling:</p> <ul style="list-style-type: none"> • geldig voor kleine ondernemingen met een max. jaarlijkse omzet van € 25.000, excl. btw. • geen periodieke aangiften indienen • geen btw aanrekenen aan klanten • geen btw storten aan de fiscus en uiteraard ook geen btw terugvorderen bij aankopen 	
<p>Douane-identificatie Als je van plan bent om handel te drijven met landen buiten de Europese Gemeenschap (ook derde landen genoemd), moet je een EORI-nummer aanvragen. Dat nummer is gebaseerd op het ondernemingsnummer.</p>	
<p>Aansluiten bij een sociaal verzekeringsfonds Elke natuurlijke persoon die in België een beroepsactiviteit uitoefent zonder arbeidsovereenkomst of statuut wordt beschouwd als zelfstandige.</p> <p>Een zelfstandige heeft een eigen sociaal statuut met een specifieke socialezekerheidsregeling. Daarom is de aansluiting bij een sociaal verzekeringsfonds voor zelfstandigen en de betaling van de sociale bijdragen (per kwartaal) nodig.</p> <p>De berekeningswijze voor sociale bijdragen is verschillend voor zelfstandigen in hoofdberoep en zelfstandigen in bijberoep. Hoeveel sociale bijdragen je moet betalen, hangt af van je inkomen van het jaar zelf. Aangezien je dit niet op voorhand kent, wordt er gewerkt met verplichte voorlopige bijdragen.</p>	