



Erasmus Research Centre for
Media, Communication and Culture

Cultures of Innovation in the Creative Industries (CICI)

Eerste bevindingen

Pawan V. Bhansing
bhansing@eshss.eur.nl



Erasmus Research Centre for Media,
Communication and Culture



Onderzoeksproject

- Ons doel: blootleggen van factoren die innovatie bevorderen op broedplaatsen.
- 9 locaties: Bink 36 - Den Haag; Creative Factory - Rotterdam; De Gruyterfabriek - Den Bosch; De Vasim - Nijmegen; Dutch Game Garden - Utrecht; Hazemijer - Hengelo; HonigFabriek - Koog aan de Zaan; Klein Haarlem – Haarlem; Suri – Haarlem. + DCR Netwerk.



Onderzoeksproject

Tot nu toe:

- 8 ongestructureerde interviews met locatiemanagers
- 16 ongestructureerde interviews met ondernemers



Waarom een broedplaats (1)

Literatuur o.a.:

- Transactiekosten / Samenwerking

Interviews:

- Vrijheid
- Huurprijs
- Inspiratie
- Motivatie
- Percepties



Waarom een broedplaats (2)

Wat heeft de ondernemer nodig van de broedplaats?

Totstandkoming van het innovatieve product



Vrijheid

“Ik wilde mijn eigen ideeën uitwerken, onder mijn eigen voorwaarden en in mijn eigen tijd”

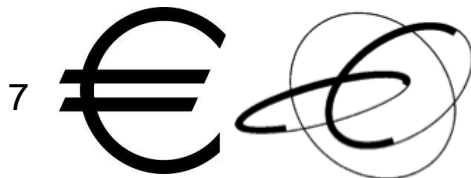
“Als ik in de hal een fotoshoot wil doen, dan kan dat gewoon”



Huurprijs

“..de huurprijs was de belangrijkste reden, daarom zit ik in een bedrijfsverzamelgebouw”

“ik werkte eerst thuis, maar ik heb liever wat mensen om mij heen. De huurprijs is de moeite niet”



Erasmus Research Centre for Media,
Communication and Culture



Inspiratie (1)

- Fysieke architectuur

“De rauwe uitstraling stimuleert mij om vrijer te gaan denken”

“De fabriek achtige uitstraling is indrukwekkend. Dat zeggen klanten ook. Mensen vinden het wel spannend”



Inspiratie (2)

- Buzz /sfeer

“Er hangt hier iets in de lucht dat mij energie geeft”

“De sfeer is ontspannen en relaxt, maar er wordt hard gewerkt”



Motivatie (1)

- Passie is aanstekelijk

“Iedereen die hier zit heeft een passie voor wat ze doen, dit merk je”

“Men is hier serieus bezig, dat motiveert mij”



Motivatie (2)

- De 'locatiemanager'

“Hij heeft dezelfde passie die wij hebben. Hij houdt van kunst en cultuur. Dat geeft een veilig gevoel”

“Uiteindelijk gaat het erom dat ik ‘de bal van A naar B breng’, hierbij kan ik wat hulp gebruiken”



Percepties

- Reputatie & Legitimiteit

“Iedereen kent .. , men weet je te vinden”

“Men verwacht een bepaalde kwaliteit omdat wij hier zitten”



Conclusie (1)

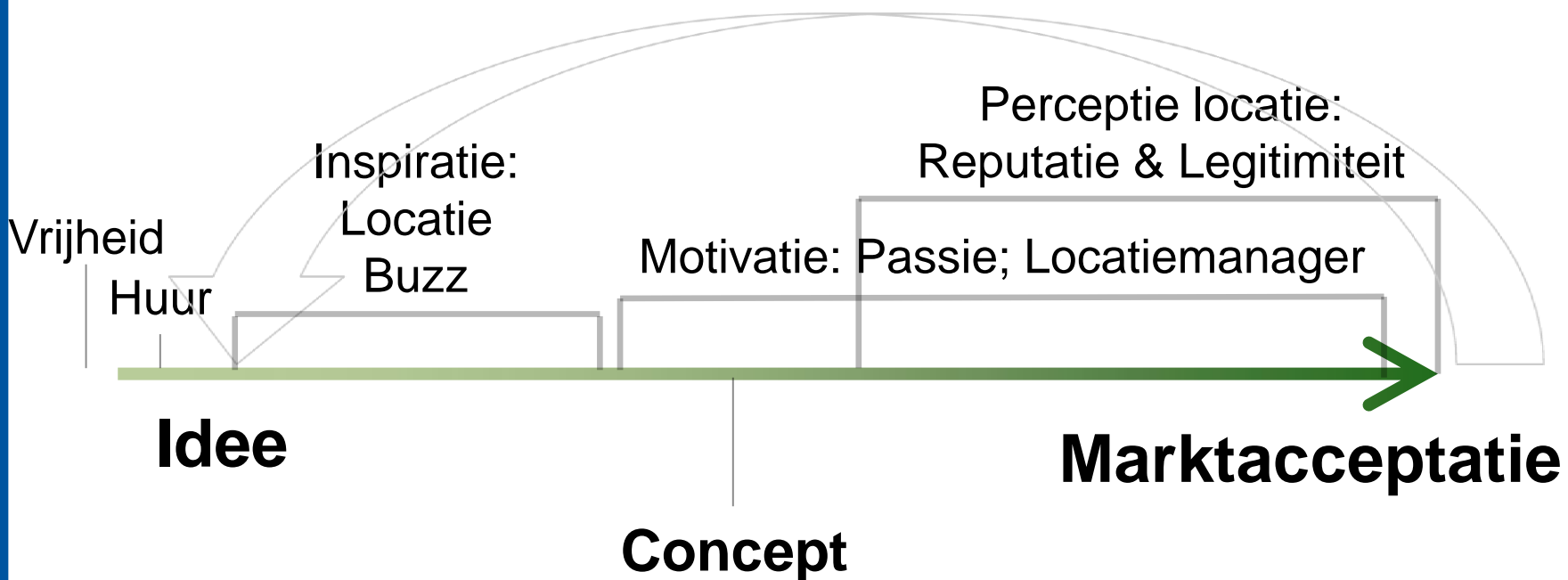
Ondernemers willen:

- Vrijheid
 - Lage huurprijs / Een scheiding tussen thuis en werk
 - Geïnspireerd en gemotiveerd worden
 - Resources (percepties)
-
- Samenwerking mag wel, maar is geen must



Conclusie (2)

Totstandkoming van het innovatieve product



Hoe verder..

- 60 gestructureerde interviews
- Survey bij ondernemers van de locaties
- Onderzoeksvragen:
 - Passie en Motivatie
 - Reputatie en Innovatie
 - Erfgoed en Inspiratie
 - Kennisdeling en Innovatie
 - Management locaties



