

# Creatieve impulsen in Taiwan

Erik Blomjous

– 15-9-2005

## Samenvatting

De Taiwanese economie bevindt zich al geruime tijd in een fase van noodzakelijke herstructurering. Veel bedrijven hebben hun productie naar het vasteland van China verplaatst. Naast technische innovaties moeten impulsen in de creatieve sectoren ook gaan zorgen voor een kwalitatieve modernisering van de Taiwanese economie.

## Details

## Inleiding

Taiwan is waarschijnlijk niet het eerste land waaraan wordt gedacht als we het hebben over creatieve industrieën. Het land heeft geruime tijd een gekleurde reputatie gehad op het gebied van productie van en handel in illegale kopieën van designartikelen en software zoals muziek, films en games. De overheid voert al tientallen jaren strijd tegen deze bedenkelijke ‘creatieve’ praktijken.

Taiwan is tegenwoordig geen koploper meer in de handel van illegale producten, maar het probleem is nog niet opgelost. De laatste jaren is de inbreuk op intellectueel eigendom meer van de fysieke handel naar het internet verschoven. Websites met populaire mp3-tjes en file-sharingprogramma's zijn nog steeds niet bij wet verboden. Tot zover deze kritische kanttekening bij deze korte introductie over creatieve industrieën in Taiwan.

## Prioriteit voor de creatieve sectoren

De Taiwanese overheid onderkent al enkele jaren de potentiële economische mogelijkheden van culturele en creatieve industrieën. In Taiwan speelt het MKB in zijn geheel een zeer belangrijke rol in de economische en sociale structuur van het land. De Taiwanese economie bevindt zich al geruime tijd in een noodzakelijke herstructureringsfase. Grote en middelgrote bedrijven hebben hun productie naar het vasteland van China verplaatst. Vanwege het vertrek van de maakindustrie heeft onderzoek naar technische innovaties en het stimuleren van een nieuwe, creatieve sector een hoge prioriteit in het overheidsbeleid.

Het economische herstructureringsplan van de overheid, dat de naam *Challenge*

2008 (1) draagt, heeft een budget van meer dan € 78 miljard . Het heeft als doel om van Taiwan een *Green Silicon Island* te maken dat niet langer economisch afhankelijk is van de vervuilende industrie die wel jarenlang de motor was van het economische succes. Het nieuwe ontwikkelingsplan van de overheid voorziet in een kwalitatieve modernisering van de Taiwanese economie. Het plan is gericht op het verbeteren van het financiële, institutionele en sociale klimaat van het land. De culturele en creatieve sector krijgt daarbij, onder andere binnen het MKB-beleid, veel aandacht.

Op beleidsmatig gebied wordt het Verenigd Koninkrijk als voorbeeld gebruikt. Zo zijn er tijdens het Creative Industry Year in 2003 verschillende Britse overheidsfunctionarissen en ondernemers naar Taiwan gehaald om daar hun ervaringen en inzichten bij het ontwikkelen van een creatieve industrie met Taiwanese te delen. Daarnaast zijn er diverse delegaties op bezoek geweest in het VK en worden er in Engeland trainingssessies voor Taiwanese beleidsmedewerkers en creatieve ondernemers georganiseerd.

Uiteraard zijn de projecten en processen niet één op één te kopiëren. In Europa is er al eeuwen lang een brede belangstelling voor de exploitatie van kunst, vormgeving en cultuur, terwijl in Taiwan de markt voor de creatieve sector altijd zeer beperkt is geweest.

In de meer traditionele industriële sectoren was het niet moeilijk om met overheidssteun kennis uit het buitenland te kopen. Maar toptalent in culturele en creatieve sectoren is moeilijker uit het buitenland te halen. Vaak voorziet een creatieve expressie eerst in een geestelijke behoefte voordat er aan het creëren van een economische meerwaarde wordt gedacht. Dit zijn over het algemeen complexe processen. Het ontwikkelen van een creatieve sector zal daarom in Taiwan vooral een kwestie van lange adem zijn.

Actieve ondersteuning van de sector vergt op overheidsniveau een gecoördineerde aanpak, temeer omdat de verschillende creatieve sectoren beleidsmatig onder verschillende ministeries vallen, zoals aangegeven in tabel 1.

Creatieve sectoren	Verantwoordelijke ministeries
1. visual arts	Council for Cultural Affairs
2. music and performing arts	Council for Cultural Affairs
3. cultural exhibition facilities	Council for Cultural Affairs
4. handicrafts	Council for Cultural Affairs
5. film	Government Information Office

6. broadcasting	Government Information Office
7. publishing	Government Information Office
8. advertising	Ministry of Economic Affairs
9. design	Ministry of Economic Affairs
10. fashion	Ministry of Economic Affairs
11. innovative lifestyle	Ministry of Economic Affairs
12. digital leisure and entertainment	Ministry of Economic Affairs
13. architectural design	Ministry of Interior

Tabel 1. creatieve sectoren in Taiwan en de verantwoordelijke ministeries

Berekeningen van het Taiwanese ministerie van financiën (2) geven aan dat de totale opbrengst van de creatieve industrie ongeveer € 13 miljard euro bedraagt, 2,9 procent van het bnp. Er zijn in deze sector 325 duizend Taiwanese werkzaam binnen 48 duizend ondernemingen.

De vier sectoren die de meeste inkomsten genereren zijn architectuur (28 procent), omroepen (17 procent), uitgeverijen (16 procent) en ambachten (14 procent). De sectoren met de meeste werknemers zijn vormgeving (24 procent), digitaal entertainment (22 procent), reclame/advertenties (13 procent) en uitgeverijen (12 procent).

## Succesverhalen

Een voorbeeld van een succesvol bedrijf in de Taiwanese creatieve sector is Liuli Gongfang (3). Het bedrijf werd in 1987 opgericht door Yi Chang en Hui-Sang Yang. Zij ontwikkelden een nieuw productieproces voor tafelglas dat tot voorheen alleen op ambachtelijk wijze kon worden gemaakt. Het traditionele glasblazen werd vervangen door een zeer hoogwaardig productieproces op basis van het smelten van glas in oplosbare mallen. Dit nieuwe proces gaf ook meer vormvrijheid aan de ontwerpers. Vanwege een gereserveerde houding van machinebouwers en de vele opdrachten voor kleine aantallen producten, werden ze genoodzaakt om de flexibele productiemethode zelf verder te ontwikkelen. Ook is het bedrijf er door het nieuwe productieproces in geslaagd om een Chinese identiteit aan de producten mee te geven, iets wat met traditioneel glasblazen veel moeilijker te verwezenlijken was.



Figuur 1. Glazen goudvissen van Liuli Gongfang

Tegenwoordig heeft Liuli Gongfang een omzet van ongeveer € 20 miljoen, gegeneerd in Taiwan, Europa, de Verenigde Staten, Zuid-Afrika en Japan. In totaal zijn er 800 werknemers in dienst, onder andere werkzaam in twee fabrieken op het Chinese vasteland. De R&D-afdeling heeft veertien onderzoekers in dienst. De artistieke glasproducent Liuli Gongfang heeft het allemaal op eigen kracht gedaan, maar in een andere creatieve sector is de Taiwanese overheid momenteel zeer actief in het ondersteunen van potentiële initiatieven. Een sector met een belangrijk groeipotentieel is de *digital content* -industrie. Taiwanese bedrijven zijn al langer zeer succesvol in het ontwikkelen van games, computeranimaties, e-learning, mobiele applicaties en andere software. Zo is de productie van één van de nieuwe animatiefilms van het Amerikaanse Disney voor een groot gedeelte uitbesteed in Taiwan.



•

Figuur 2. computeranimatie van Imagetech (4)

Het Digital Content Institute (DCI) (5) is een initiatief van het Industrial Development Bureau van het Taiwanese ministerie van Economische Zaken. Het DCI is een ultramodern expertise- en opleidingscentrum, voornamelijk gericht op het opleiden en stimuleren van ontwerpers van *games* en computer-animaties. Sinds de oprichting in september 2004 hebben 60 studenten hun eenjarige opleiding met succes afgerond. Alle studenten waren tijdens hun studie al verzekerd van een baan in dezelfde sector. Daarnaast heeft het DCI in samenwerking met andere instituten, verspreid over heel Taiwan, opleidingen verzorgd voor meer dan duizend cursisten. Dit is een voorbeeld van een concrete stimuleringsmaatregel van de overheid ter bevordering van een creatieve sector.

#### **Bronnen en meer informatie**

1. Challenge 2008 – Taiwan Government Information Office: <http://www.gio.gov.tw/>
2. Ministry of Finance R.O.C.: <http://www.mof.gov.tw/>
3. Liuli Gongfang: <http://www.liuli.com/>
4. Imagetech: <http://www.21imagetech.com/>
5. Digital Content Institute: <http://www.dci.org.tw/>
6. 'Cultural and Creative Industries for SMEs', 2004 white paper of the Ministry Of Economic Affairs, Taiwan
7. Taiwan Yearbook 2004, Government Information Office
8. Developing the creative industry, Han Pao-teh, director of the Museum of World Religions, Taipei Times
9. Digital Content Industry Promotion Office: <http://www.digitalcontent.org.tw/>
10. Taiwan Intellectual Property Office: <http://www.tipo.gov.tw/>