

ONDERZOEKSRAPPORT

CREATIEVE INDUSTRIEËN IN VLAANDEREN

MAPPING EN BEDRIJFSECONOMISCHE ANALYSE

Van Andel, W. & Schramme, A.

DECEMBER 2015

KENNISPARTNER

 **antwerp
management school**

The autonomous management school
of the University of Antwerp

INHOUD

INTRODUCTIE TOT DE STUDIE	4
MANAGEMENTSAMENVATTING	5
EXECUTIVE SUMMARY	11
DOELSTELLINGEN VAN HET ONDERZOEK	15
METHODOLOGIE	16
MAPPING VAN DE WAARDENETWERKEN	16
METHODOLOGIE BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACTANALYSE	18
OVERZICHT BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACTANALYSE	34
OVERZICHTSTABEL TOP-DOWN EN BOTTOM-UP BENADERINGEN	36
TOTAALCIJFERS CREATIEVE INDUSTRIEËN	37
MAPPING VAN DE CREATIEVE INDUSTRIEËN	39
ARCHITECTUUR	39
AUDIOVISUELE SECTOR	55
BEELDENDE KUNSTEN	97
CULTUREEL ERFGOED	127
DESIGN	141
GAMING	152
GESCHREVEN MEDIA – BOEKEN	171
GESCHREVEN MEDIA – DAGBLAD- EN PERIODIEKE PERS	199
MODE	226
MUZIEK	245
NIEUWE MEDIA	289
PODIUMKUNSTEN	292
RECLAME- EN COMMUNICATIESECTOR	316
BESLUIT	336

VERGELIJKING MET DE VORIGE IMPACTANALYSE	337
BANDBREEDTE VAN DE IMPACTMETING	341
KANTTEKENINGEN	341
BIBLIOGRAFIE	343
LITERATUUR	343
WEBSITES	347

INTRODUCTIE TOT DE STUDIE

In 2010 werden middels een voorstudie van het Flanders DC – Antwerp Management School kenniscentrum de eerste fundamenteën gelegd voor een afbakening van de Creatieve Industrieën in Vlaanderen (Guiette, Schramme, & Vandenbempt, 2010). De Creatieve Industrieën in Vlaanderen werden gedefinieerd als “het geheel van sectoren en activiteiten die beroep doen op de input van menselijke creativiteit voor de creatie van economische, maatschappelijke en symbolische meerwaarde, opgedeeld volgens verschillende stadia van de waardeketen (creatie, productie, disseminatie en consumptie), en die bijdragen aan de uitbreiding van het “creatief voordeel” in Vlaanderen.” Concreet heeft dit betrekking op volgende sectoren: Architectuur, Audiovisuele sector, Beeldende kunsten, Erfgoed, Design, Gaming, Gedrukte Media, Mode, Muziek, Nieuwe Media, Podiumkunsten en Reclame & Communicatie. Deze voorstudie werd gevolgd door twee verschillende impactmetingen van de creatieve industrieën in Vlaanderen, waarbij de waardenetwerken per sector in kaart werden gebracht, evenals de bedrijfseconomische impact van elke sector over de referentiejaar 2008 en 2010 (Guiette, Jacobs, Schramme, & Vandenbempt, 2011a; Schrauwen, Demol, Van Andel, & Schramme, 2014).

Dit onderzoeksrapport tracht te komen tot een hernieuwde actualisering van de waardenetwerken per geïdentificeerde subsector van de Creatieve Industrieën, een actualisering van de beschrijving van de verschillende schakels van de waardenetwerken en de interactie met andere stakeholders; een vernieuwde analyse van de bedrijfseconomische impact, ditmaal voor referentiejaar 2013; en een vergelijking van de gerapporteerde bedrijfseconomische impact van de creatieve industrieën tussen de vorige rapporten. Dit onderzoek kadert in de opdracht van het Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum om Creatief Vlaanderen meer ondernemend te maken, waarbij door middel van dit rapport vooral getracht wordt een beter inzicht te verkrijgen in de dynamieken die sinds de vorige impactmeting spelen in de creatieve industrieën in het geheel en in elk van de verschillende deelsectoren apart.

Het onderzoeksteam van het Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum.

MANAGEMENTSAMENVATTING

Dit onderzoeksrapport van het Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum heeft als doel te komen tot een hernieuwde bedrijfseconomische impactmeting voor de Creatieve Industrieën in Vlaanderen. Hierbij wordt voortgebouwd op de methodologie die werd opgesteld in de voorgaande twee impactmetingen, uitgevoerd in 2011 (Guiette et al., 2011a) en 2014 (Schrauwen et al., 2014). De impactmeting vertrekt vanuit de definitie van de Creatieve Industrieën in Vlaanderen:

“Het geheel van sectoren en activiteiten die een beroep doen op de input van 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.”

Aan de hand van deze definitie worden de Creatieve Industrieën in Vlaanderen opgedeeld in twaalf sectoren: architectuur, audiovisuele sector, beeldende kunsten, design, erfgoed, gaming, geschreven media, mode, muziek, nieuwe media, podiumkunsten en reclame & communicatie. In de vorige impactanalyses werd per sector een waardenetwerk opgesteld, waarin werd afgebakend welke schakels behoren tot elk van de onderscheiden sectoren behoren. Deze analyses vormden het vertrekpunt van de huidige vernieuwde mapping en bedrijfseconomische impactmeting over het referentiejaar 2013, het meest recent beschikbare referentiejaar.

Goed ontwikkelde en bloeiende Creatieve Industrieën helpen Vlaanderen vooruit. Dit onderzoeksrapport kadert dan ook in de opdracht van het Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum om Creatief Vlaanderen meer ondernemend te maken. Hierbij wordt door middel van dit rapport vooral getracht een beter inzicht te verkrijgen in de huidige stand van zaken van de verschillende creatieve sectoren en in de dynamieken die sinds de vorige impactmeting spelen in de creatieve industrieën in het geheel en in elk van de verschillende deelsectoren afzonderlijk. Het huidige onderzoek tracht daarbij te komen tot een actualisering van de waardenetwerken per geïdentificeerde subsector van de Creatieve Industrieën, een actualisering van de beschrijving van de verschillende schakels van de waardenetwerken en de interactie met andere stakeholders; een vernieuwde analyse van de bedrijfseconomische impact, ditmaal voor referentiejaar 2013 (dit betreft het meest recent beschikbare cijfermateriaal); en een vergelijking van de gerapporteerde bedrijfseconomische impact van de creatieve industrieën tussen de referentie jaren 2010 en 2013.

Net als in de vorige impactmetingen wordt per sector het aantal zelfstandigen, het aantal werkgevers, het aantal werknemers, de omzet en toegevoegde waarde berekend. Cijfers worden zowel top-down (gebaseerd op de NACE-BEL nomenclatuur) als bottom-up (gebaseerd op een combinatie van bronnenmateriaal uit de verschillende sectoren) verzameld. Vertrekkende vanuit de top-down en bottom-up

benaderingen werd 1 totaalcijfer per variabele berekend. Voor deze berekening werd door de onderzoekers voor elke schakel van de verschillende sectoren een keuze gemaakt tussen het top-down en bottom-up resultaat. Deze keuze is gebaseerd op de ervaringen van de onderzoekers met het verzamelde cijfermateriaal inzake volledigheid, accuraatheid en betrouwbaarheid.

Het onderzoek leverde volgende totaalcijfers op voor de Creatieve Industrieën in Vlaanderen over het referentiejaar 2013:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (miljard €)	Toeg. Waarde (miljard €)
53.477	8.169	69.983	23,6	7,2

Totaalcijfers Creatieve Industrieën in 2013

Uit deze cijfers blijkt dat de Creatieve Industrieën 2,7% van het Bruto Binnenlands Product (BBP) van Vlaanderen vertegenwoordigen. Daarnaast creëren ze werk voor 12,9% van het totaal aantal zelfstandigen (in hoofdbezigheid) in Vlaanderen en vertegenwoordigen ze 2,4% van alle werknemers in Vlaanderen. De onderstaande grafieken onderstrepen verder het belang van de Creatieve Industrieën.

Creatieve Industrieën vertegenwoordigen 2,7% van het Bruto Binnenlands Product (BBP) van Vlaanderen*

Aandeel van de Creatieve Industrieën in het 'Vlaams' BBP, 2013

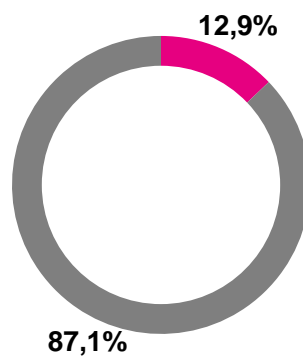


*BBP Vlaanderen = BBP Vlaams Gewest + 50% BBP Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Bron: Nationale Bank van België; Flanders DC – AMS Kenniscentrum

Creative Industrieën vertegenwoordigen 12,9% van het aantal zelfstandigen (in hoofdbezigheid) in Vlaanderen*

Aandeel zelfstandigen in de Creatieve Industrieën (Vlaams Gewest, 2013)

Zelfstandigen 2013



■ Zelfstandigen Creatieve Industrieën: 53.477

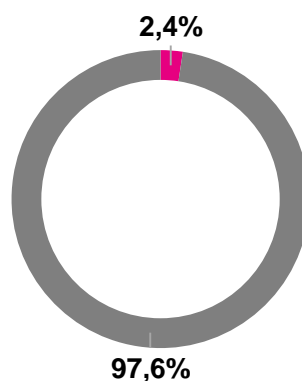
■ Zelfstandigen Vlaanderen: 415.592

*Vlaams Gewest + 50% Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Bron: Rijksdienst voor Sociale Verzekering van Zelfstandigen (RSVZ); Flanders DC – AMS Kenniscentrum

Creative Industrieën vertegenwoordigen 2,4% van het aantal werknemers in Vlaanderen*

Aandeel werknemers in de Creatieve Industrieën (Vlaams Gewest, 2013)

Werknemers 2013



■ Werknemers Creatieve Industrieën: 69.983

■ Werknemers Vlaanderen: 2.911.767

* Vlaams Gewest + 50% Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Bron: Vlaamse Arbeidsrekening (Steunpunt WSE); Flanders DC – AMS Kenniscentrum

In vergelijking met referentiejaar 2010 kunnen volgende **globale evoluties worden vastgesteld**:

- Het aantal zelfstandigen, de omzet en de toegevoegde waarde stijgt met respectievelijk 3%, 4% en 3%.
- De werkgevers en werknemers dalen met respectievelijk 7% en 5%.

Impactstudie	2015	2013*	2011*
Referentiejaar	2013	2010	2008
Zelfstandigen (#)	53.477	51.988	51.920
Werkgevers (#)	8.169	8.711	8.174
Werknemers (VTE)	69.983	73.455	69.931
Omzet (€)	23.562.680.031	22.675.208.739	23.906.051.769
Toegevoegde waarde (€)	7.174.077.561	6.983.023.713	7.010.703.743

Vergelijking impactstudies over referentiejaar 2013, 2010 en 2008

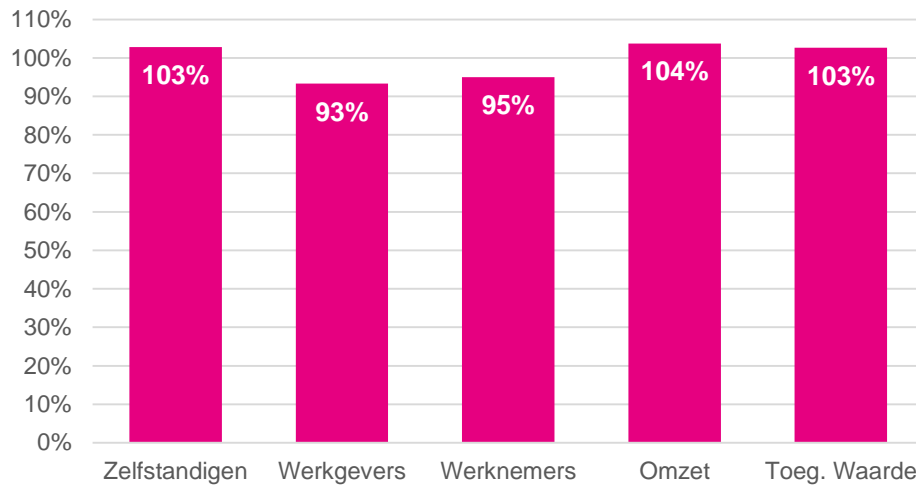
* In functie van verbeterde inzichten in de data zijn enkele databronnen uit de vorige impactmetingen herberekend.

Impactstudie	Absolute stijging		Relatieve stijging	
	2013-2010	2010-2008	2013-2010	2010-2008
Referentiejaar	2013-2010	2010-2008	2013-2010	2010-2008
Zelfstandigen (#)	1.489	68	2,78%	0,13%
Werkgevers (#)	-542	537	-6,63%	6,16%
Werknemers (VTE)	-3.472	3.524	-4,96%	4,80%
Omzet (€)	887.471.292	-1.230.843.030	3,77%	-5,43%
Toegevoegde waarde (€)	191.053.848	-27.680.030	2,66%	-0,40%

Vergelijking impactstudies over referentiejaar 2013, 2010 en 2008

Onderstaande figuur geeft een overzicht van de verandering van de kengetallen ten opzichte van de vorige impactmeting. Hierbij zijn de uitkomsten van de vorige impactmeting geïndexeerd op 100%, en geven de balken aan in hoeverre de nieuwe impactcijfers zich relatief verhouden hier tegenover.

Creatieve industrieën 2013 tov 2010



Verandering kengetallen ten opzichte van het vorige referentiejaar 2010

De evolutie van de cijfers zou kunnen duiden op een concentratie in het creatieve landschap: meer opbrengsten worden verdeeld onder minder werkgevers en werknemers. Deze uitspraak moet echter met enige voorzichtigheid behandeld worden, want niet in elke sector spelen zich dezelfde tendensen af.

Binnen de cluster **kunsten en erfgoed** (beeldende kunsten, podiumkunsten, muziek en cultureel erfgoed) is het algemene beeld gevarieerd, waarbij een duidelijke stijging in het aantal zelfstandigen merkbaar is (bijvoorbeeld in de muziek en beeldende kunsten sectoren). Op het gebied van het aantal werknemers en werkgevers is er echter een lichte daling merkbaar, veroorzaakt door lagere eindcijfers in de podiumkunsten en muziek sectoren. Tenslotte is er met name een neergang merkbaar in de toegevoegde waarde binnen deze cluster, vooral veroorzaakt door een daling in toegevoegde waarde in de muzieksector.

Tot de cluster **media en entertainment** behoren de audiovisuele industrie, gaming, geschreven media en nieuwe media. Op het vlak van het aantal werkgevers en werknemers, is in deze sector een daling merkbaar, vooral in de sectoren van de audiovisuele kunsten en de geschreven media – pers. Desondanks deze dalende tendens, zijn er ook stijgingen merkbaar. Het aantal zelfstandigen in deze cluster stijgt met 2%, en ook de totale omzet en toegevoegde waarde maakt een soortgelijke stijging door.

Ook in de cluster **creatief zakelijke dienstverlening**, waartoe architectuur, design, mode en reclame & communicatie worden gerekend, is het beeld gemengd: het aantal werknemers en werkgevers daalt en het aantal zelfstandigen, de omzet en toegevoegde waarde stijgen weer op hun beurt. Grote stijgingen zijn met name merkbaar in de design sector die (behalve bij het aantal zelfstandigen) flinke stijgingen laat zien binnen de in dit onderzoek louter meegenomen puur kerncreatieve onafhankelijke schakel van designers en designbureaus, als bij de architectuur sector waar vooral de financiële kengetallen een positieve ontwikkeling doormaken. De

reclame en communicatie sector maakt daarentegen dalingen door in het aantal werkgevers, werknemers en de omzet. Op het gebied van het aantal zelfstandigen is echter wel een stijging merkbaar, evenals (in lichte vorm) bij de toegevoegde waarde.

EXECUTIVE SUMMARY

This research report from the Flanders DC - Antwerp Management School Knowledge aims to produce a renewed economic impact measurement of the Creative Industries in Flanders. This report further utilizes the methodology established in the previous impact measurements performed in 2011 and 2014, and uses its definition of the Creative Industries in Flanders as the starting point (Giette, et al, 2011):

“The Creative Industries in Flanders are those sectors and activities relying on the input of human creativity to produce economic, societal and symbolic value - throughout the links of creation, production, dissemination and consumption in the value chain – and contributing to the expansion of Flanders’ creative advantage.”

Based upon this demarcation, the Creative Industries in Flanders have been divided into 12 separate sectors: architecture, audiovisual industry, communication and advertising, cultural heritage, design, fashion, gaming, music, new media, performing arts, publishing, and visual arts. In order to delineate the breadth and depth of the respective 12 industries, their value chains have been mapped by identifying their core and supporting creative value chain actors in the previous economic impact measurement. This analysis provided the starting point for a renewed measurement, based on the new reference year of 2013.

Well-developed and flourishing Creative Industries help advance Flanders. This research report is part of the goal of the Flanders DC – Antwerp Management School Knowledge Center to make creative Flanders more entrepreneurial. With this report, we therefore aim to obtain an enhanced insight into the current status of the separate creative sectors and in the dynamics that have emerged in the creative industries as a whole and in each of the different sub-sectors separately since the last measurement. The current research seeks to 1) update the value networks of each of the sub-sectors of the Creative Industries, 2) update the description of each of the different stages of the value networks and its interactions with other stakeholders, 3) achieve a new analysis of economic impact (this time with the reference year being 2010 – the year of the most recently available figures), and 4) compare the reported economic impact of the creative industries between the reference years 2010 and 2013.

As in the previous study, the impact of self-employed, employers, employees, total turnover and total value added is calculated by sector. Figures are both top-down (based on the NACE-BEL nomenclature) and bottom-up (based on a combination of sources gathered from each of the various sectors). Using both the top-down and bottom-up approaches, one total result was calculated for each variable. For this calculation, the researchers chose between the top-down and bottom-up result for each link in the different sectors. This choice is based on the judgment of the researchers of the gathered results in terms of completeness, accuracy and reliability.

This methodology resulted in following results for the Creative Industries in Flanders in

2013:

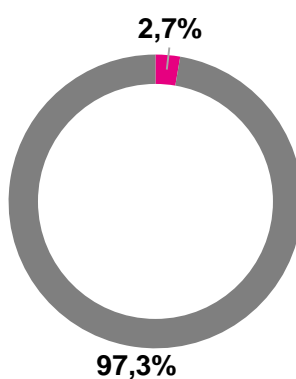
Self-employed #	Employers #	Employees (FTE)	Turnover (billion €)	Added value (billion €)
53.477	8.169	69.983	23,6	7,2

Creative Industries in 2013

Based upon this analysis, Creative Industries represent 2,7% of Flanders' Gross Domestic (Regional) Product. Creative Industries represent 12,9% of all self-employed (in primary activity) in Flanders. The following charts highlight the Creative Industries' contribution.

Creative Industries represent 2,7% of Flanders Gross Domestic Product *

Creative Industries' share in Flanders GDP 2013

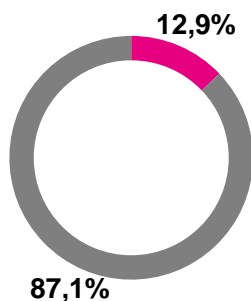


- Creative Industries: € 7,2 miljard
- Total economy Flanders: € 265 miljard

*Flemish Region + 50% Brussels Capital Region Source: National Institute for the Social Security of the Self-employed; Flanders DC – Antwerp Management School Knowledge Center.

Creative Industries represent 12,9% of all self-employed (in primary activity) in Flanders *

Self-Employed 2013

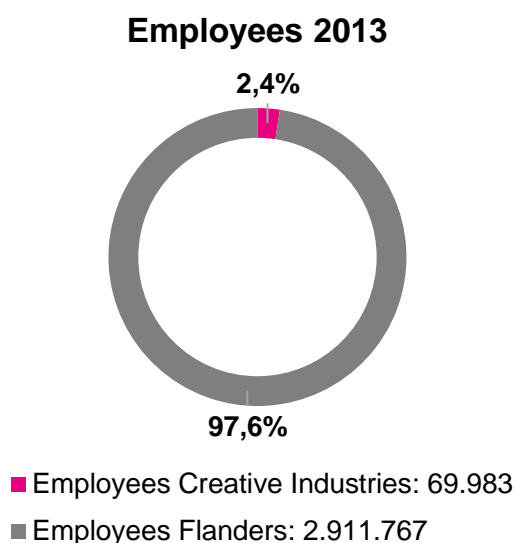


- Self-Employed Creative Industries: 53.477
- Self-Employed Flanders: 415.592

* Flemish Region + 50% Brussels Capital Region Source: National Institute for the Social Security of the Self-employed; Flanders DC – Antwerp Management School Knowledge Center.

Creative Industries represent 2,4% of total employees in Flanders *

Share of Creative Industries in Total amount of employees, 2013



* Flemish Region + 50% Brussels Capital Region Source: Department of Work and Social Economy; Flanders DC – Antwerp Management School Knowledge Center

In comparison to reference year 2010, the following global trends can be identified:

- The number of self-employed, revenue, and net added value increased by 3%, 4% and 3% respectively.
- The employers and employees decreased by 7% and 5% respectively.

Impact measurement	2015	2013*	2011*
Reference year	2013	2010	2008
Self-employed (#)	53.477	51.988	51.920
Employers (#)	8.169	8.711	8.174
Employees (FTE)	69.983	73.455	69.931
Turnover (€)	23.562.680.031	22.675.208.739	23.906.051.769
Added value (€)	7.174.077.561	6.983.023.713	7.010.703.743

Comparison impact measurements reference years 2013 and 2010

* In function of renewed insights into the data, some datasources from previous impactmeasurements have been reevaluated.

Impact measurement	Absolute increase		Relative increase	
	2013-2010	2010-2008	2013-2010	2010-2008
Reference year	2013-2010	2010-2008	2013-2010	2010-2008
Self-employed (#)	1.489	68	2,78%	0,13%
Employers (#)	-542	537	-6,63%	6,16%
Employees (FTE)	-3.472	3.524	-4,96%	4,80%
Turnover (€)	887.471.292	-1.230.843.030	3,77%	-5,43%
Added value (€)	191.053.848	-27.680.030	2,66%	-0,40%

Comparison impact measurements reference years 2013 and 2010

The evolution in the creative industries could possibly indicate a concentration in the creative landscape: more proceeds are distributed among less employers. This statement, however, must be treated with some caution, because not every sector and cluster of sectors display the same tendencies.

The cluster **arts and heritage**, which includes the visual arts, performing arts, music and cultural heritage, sees a mixed result. An important trend that we determined throughout these sub-sectors is the increase of self-employed (most notably in the music and visual arts sectors). However, on the level of employers and employees, this cluster shows decreases, fueled by decreasing numbers in the music and performing arts. Finally this cluster shows a decrease in net added value, mostly due to diminishing financial results in the music industry.

Also within the cluster, **media and entertainment** (audiovisual industry, gaming, print media and new media) a downward trend is detected in terms of employers and employees. However, increases are to be found in self-employed, and in the financial figures, all increasing by about 2%.

In the cluster **creative business services**, which includes architecture, design, fashion and advertising & communication, a similar picture emerges: increases in self-employed and the financial figures and decreases in employers and employees. Large increases are most notably in the design sector – which in this study only includes the purely core-creative independent design companies and self-employed designers – and in the sector of architecture (mostly in the financial numbers). However, the advertising & communication sector shows decreases in employers, employees and revenue (however, coupled with increases in self-employed and net added value).

DOELSTELLINGEN VAN HET ONDERZOEK

Dit onderzoeksrapport bouwt verder op de rapporten *Creatieve Industrieën in Vlaanderen: Mapping en bedrijfseconomische analyse* (Guiette et al., 2011a) en *Creatieve Industrieën In Vlaanderen In 2010: Mapping En Bedrijfseconomische Analyse* (Schrauwen et al., 2014). Daarin werden de waardenetwerken van de verschillende subsectoren van de creatieve industrieën beschreven en hun bedrijfseconomisch impact voor respectievelijk het referentiejaar 2008 en 2010 gemeten. Deze hernieuwde studie ambieert volgende doelstellingen:

- Een actualisering van de waardenetwerken per geïdentificeerde subsector van de Creatieve Industrieën;
- Een actualisering van de beschrijving van de verschillende schakels van de waardenetwerken en de interactie met andere stakeholders;
- Per subsector een analyse uitvoeren van de bedrijfseconomische impact voor referentiejaar 2013 (de meest recent volledig beschikbare cijfers);
- De impact van iedere subsector kwantitatief in kaart brengen en de verschillende sectoren aggregeren tot één niveau om de totale impact van de Creatieve Industrieën in Vlaanderen weer te geven.
- Een vergelijking maken van de gerapporteerde bedrijfseconomische impact van de Creatieve Industrieën tussen de referentiejaren 2010 en 2013. Deze vergelijking zal op drie niveaus plaatsvinden: voor de hele Creatieve Industrieën, per sector en per schakel in het waardenetwerk van iedere sector.

Omdat we vooral een actualisering van de vorige mappen en impactanalyses beogen, hebben we de structuur, en deels ook de teksten van de vorige studie behouden. Zo kunnen we de lezer een integraal en up-to-date overzicht van de Creatieve Industrieën in Vlaanderen geven; een onderzoeksrapport dat op zichzelf kan staan. Volgende wijzigingen werden uiteraard systematisch doorgevoerd:

- Bij de mapping van de subsectoren werden recente trends toegevoegd en werden cijfers, beleidsinformatie en digitale evoluties geactualiseerd.
- Bij de bedrijfseconomische impactmeting van iedere subsector zijn uiteraard de cijfers voor 2013 verzameld.
- De vergelijking tussen de laatste twee impactanalyses (voor resp. referentiejaar 2010 en 2013) werden toegevoegd: bij het totaaloverzicht van de Creatieve Industrieën, het overzicht per subsector en bij iedere meting per schakel binnen een subsector.

METHODOLOGIE

MAPPING VAN DE WAARDENETWERKEN

Doelstellingen en context

Net als bij de vorige impactmetingen is een eerste doelstelling het actualiseren van de waardenetwerken van de verschillende creatieve subsectoren. We lichten allereerst de wijze van mappen en begrippen toe.

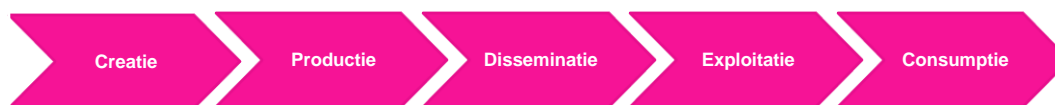
Deze mapping verloopt in 2 fasen: eerst wordt elke sector weergegeven en beschreven aan de hand van een waardeketen of waardenetwerk. In dit netwerk worden de verschillende actoren die betrokken zijn in het proces van waardecreatie weergegeven. Deze actoren of schakels worden vervolgens objectief beschreven inzake hun rol in het waardenetwerk en in de waardecreatie. Het gaat hier om een objectieve en enigszins statische weergave van elke sector, zeg maar een sectorfoto. In een tweede stap worden de verschillende actoren ingedeeld in verschillende categorieën en krijgt de sectorfoto een eerste (subjectieve) inkleuring. We onderscheiden vier verschillende categorieën:

- *Kerncreatieve schakels*: actoren die rechtstreeks bijdragen tot de creatie van het product of de dienst die verbruikt wordt door de finale consument.
- *Ondersteunende creatieve schakels*: actoren die ofwel onrechtstreeks bijdragen tot de creatie van het product of de dienst die verbruikt / gebruikt wordt door de finale consument, en actoren die een ondersteunende rol spelen in het vermarktingsproces van creatie naar consumptie.
- *Facilitatoren en randorganisaties*: ondersteunende actoren en organisaties die niet rechtstreeks bij het proces van waardecreatie (in enge zin) betrokken zijn, maar wel een relevante rol spelen, bijvoorbeeld inzake valorisatie, ondersteuning, professionalisering, enz.
- *Actoren uit andere sectoren*: actoren die sensu strictu tot een andere sector behoren en een directe of indirecte invloed uitoefenen op het waardecreatieproces, en omwille van de volledigheid in het waardenetwerk worden opgenomen.

De doelstelling van deze mapping is dual: enerzijds wordt elke sector van de Creatieve Industrieën objectief in kaart gebracht, anderzijds dient het waardenetwerk als een afbakening van de sector en identificatie van de schakels die worden opgenomen in de bedrijfseconomische impactanalyse. Dit zijn telkens de kerncreatieve en ondersteunende creatieve schakels binnen elke sector. Daarnaast zijn er echter nog een groot aantal randactoren en facilitatoren die niet zijn opgenomen, noch in de mapping, noch in de bedrijfseconomische impactanalyse. Eveneens heeft iedere sector een groot aantal toeleveranciers die evenmin in de analyse zijn opgenomen omwille van het feit dat ze ook in de vorige impactanalyse

niet werden meegenomen.

De waardenetwerken geven op schematische wijze de verschillende betrokken actoren weer van een sector en maken doelbewust abstractie van de diversiteit aan producten, diensten en ervaringen die gecreëerd en/of geproduceerd worden.



De waardenetwerken dienen tevens geïnterpreteerd te worden als een onderdeel van onderling afhankelijke sectoren, niet alleen in het domein van de onderzochte sector, maar ook in de ruime samenleving waarbij tal van interacties en convergentiebewegingen plaatsvinden met andere industrieën. De focus van deze mapping ligt in het schetsen van de belangrijkste economische actoren en hun rol in de creatie en vermarkting van economische en maatschappelijke waarde. Om redenen van duidelijkheid worden de waardenetwerken als een semi-lineair proces weergegeven, dat in realiteit geïnterpreteerd moet worden als een ecologie waarbij interacties tussen de verschillende actoren een complex en iteratief proces volgen. Interactiepatronen volgen dus geen lineair stramien. Daarom werd ook gekozen om geen pijlen te trekken tussen de verschillende actoren. Er zijn verschillende redenen waarom we dit niet doen: interacties vertonen verschillende stromen (ideeën, goederen, diensten, geld, enz.) waardoor de betekenis van een pijl dubbelzinnig kan worden geïnterpreteerd. Bovendien zijn de verschillende schakels in toenemende mate met elkaar gelinkt waardoor de verschillende actoren allemaal onderling in verbinding staan. Tenslotte werken we op een hoog abstractieniveau waardoor het onrealistisch is om algemene uitspraken te doen over flows tussen actoren die in realiteit zeer diverse vormen kunnen aannemen.

De mapping kan best vergeleken worden met een objectieve zwart-wit foto van de sector. Deze objectieve foto wordt vervolgens “ingekleurd” door de waargenomen trends, evoluties, drempels en drivers in kaart te brengen. Hierdoor wordt elke sector op een meer dynamische wijze beschreven en komen interacties tussen actoren beter naar voren.

We beklemtonen hierbij dat alle weergegeven waardenetwerken in sterke mate verstrengeld zijn met andere sectoren, zowel sectoren binnen als buiten de Creatieve Industrieën. Ook zijn er verschillende spill-over effecten naar andere industrieën (Jacobs, Demol, Van Andel, & Schramme, 2013). Het exhaustief weergeven en omschrijven van deze verstrengeling en spillovers zou ons in het kader van dit onderzoek te ver leiden. Daarnaast willen we meegeven dat de termen ‘sector’ en ‘industrie’ als synoniem gebruikt worden doorheen de tekst.

Tenslotte moet deze mapping geïnterpreteerd worden als complementair aan andere onderzoeksinitiatieven binnen de sectoren van de Creatieve Industrieën in Vlaanderen. Verschillende steunpunten en beoordelingscommissies werken aan

landschapstekeningen en andere studies rond één welbepaalde sector van de Creatieve Industrieën. Dit onderzoek heeft als omvang 12 sectoren van de Creatieve Industrieën, en hanteert ook een meer specifieke, economische benadering, waardoor automatisch verschillende accenten worden gelegd en verschillende doelstellingen van toepassing zijn. Deze complementariteit beschouwen we als een rijkdom voor het veld aangezien sectoren vanuit verschillende invalshoeken benaderd worden.

Methode

Bij het eerste rapport, *Creatieve Industrieën in Vlaanderen: Mapping en bedrijfseconomische analyse* (Guiette et al., 2011a), werd op basis van literatuuronderzoek en semi-gestructureerde interviews met sectorexperts een eerste analyse gemaakt van de waardenetwerken van de subsectoren. Deze analyse werd dan in een tweede fase getoetst aan de inzichten van focusgroepen om zo een preliminair rapport te verkrijgen. Dit rapport werd nogmaals voorgelegd aan de geïnterviewden en focusgroepleden voor een laatste validering en nuancering.

Voor de actualisering vroegen we in de vorige en huidige impactmeting de leden van het Overleg Creatieve Industrieën (OCI) om de teksten kritisch na te lezen en indien nodig wijzigingen aan te brengen. Deze veranderingen betroffen voornamelijk vernieuwde beleidsinformatie, (naamsveranderingen van) voorbeelden en de impact van digitale evoluties.

Daarna brachten de onderzoekers nog wijzigingen aan op basis van recente literatuur en kennis verworven door eerdere onderzoeken binnen de creatieve industrieën.

METHODOLOGIE BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACTANALYSE

Het uitvoeren van een impactanalyse van de Creatieve Industrieën in Vlaanderen heeft als doelstelling een indicatie te geven van de tewerkstelling en toegevoegde waarde gegenereerd door deze sectoren (een bedrijfseconomische impactanalyse).

In dit hoofdstuk wordt kort de gevolgde methodologie beschreven en worden de resultaten in de juiste context geplaatst. Verschillende redenen maken dat de bedrijfseconomische impact van de creatieve industrieën moeilijk te meten is:

- De onaangepastheid van de nationale statistische nomenclaturen aan de activiteiten van de Creatieve Industrieën;
- Het overgrote aandeel van zelfstandigen en kleine organisaties in de Creatieve Industrieën die niet aan een volledige publieke rapporteringsplicht onderworpen zijn;
- De toenemende mate van cross-overs tussen verschillende activiteiten binnen een sector en tussen verschillende sectoren;

- De nationale rapportering van bedrijven waardoor regionale aandelen moeilijk ingeschat kunnen worden;
- De vaak moeilijk te definiëren afbakeningen van een bepaalde functie, activiteit of sector binnen de Creatieve Industrieën.

Directe bedrijfseconomische impactanalyse

In het kader van de bedrijfseconomische impactanalyse, worden voor de Creatieve Industrieën in Vlaanderen de volgende variabelen onderzocht:

- Aantal zelfstandigen
- Aantal werkgevers
- Aantal werknemers
- Omzet
- Toegevoegde waarde

Een *zelfstandige* wordt hierbij ruim gedefinieerd als een individu dat niet is tewerkgesteld bij een werkgever voor de uitvoering van zijn of haar professionele activiteit (met inbegrip van freelancers, zelfstandige ondernemers, enz). Een *werknemer* is een individu dat tewerkgesteld is bij een werkgever. Een *werkgever* is een entiteit die minstens 1 personeelslid tewerkstelt. Hierbij dient gezegd dat we enkel zelfstandigen en werkgevers met een eigen juridische structuur hebben kunnen capteren in de meting. Freelancers die tewerkgesteld zijn als werknemer van een Sociaal Bureau voor Kunstenaars (SBK) hebben we niet kunnen meerekenen, daar deze SBK's vaak zijn opgenomen in complexe of veel grotere juridische structuren, zoals ketens van uitzendkantoren.

Omzet wordt gedefinieerd conform de boekhoudkundige rapportering voor ondernemingen en als totaal gefactureerde bedragen (exclusief BTW) voor zelfstandigen. *Toegevoegde waarde* wordt gedefinieerd als het verschil tussen de omzet en de kosten van handelsgoederen, grond- en hulpstoffen, diensten en diverse goederen.

Om tot de best mogelijke en meest volledige inschatting te komen van deze variabelen worden twee paden bewandeld. Enerzijds wordt een top-down benadering toegepast, gebaseerd op de NACE-BEL nomenclatuur, anderzijds wordt een bottom-up benadering toegepast, gebaseerd op gegevens van de verschillende sectoren. Voor elke benadering lichten we duidelijk de aandachtspunten of tekortkomingen toe en worden gemaakte assumpties expliciet vermeld, teneinde de bekomen resultaten in een juist perspectief te kunnen plaatsen en naar de toekomst toe deze assumpties en werkwijze verder te kunnen verfijnen.

Methode 1: top-down analyse

Traditioneel worden industriesectoren omschreven aan de hand van statistische nomenclaturen, die de activiteiten van de economie opdelen in sectoren en vervolgens verbijzonderen naar concretere activiteiten. België hanteert de NACE-BEL

nomenclatuur die sinds 2008 aan haar tweede herziening toe is. Om de 12 sectoren binnen de Creatieve Industrieën af te bakenen en bedrijfseconomisch in kaart te brengen, baseerden we ons dan ook op deze nomenclatuur. Teneinde zo precies mogelijk te werk te gaan, wordt gewerkt met NACE-BEL codes op het meest granulair niveau, i.e. op 5 digits; deze verschaffen ons de grootste mate van detail inzake activiteiten.

Per sector werd voor elke schakel van het waardenetwerk in de NACE-BEL nomenclatuur de overeenstemmende 5-digit code opgezocht. Hier stuitte we reeds op een eerste grote tekortkoming: voor een groot aantal activiteiten of schakels van de waardenetwerken is er ofwel totaal geen overeenstemmende code opgenomen in de nomenclatuur, ofwel bestaat er slechts een gedeeltelijke overlap tussen de activiteit of schakel en de code, ofwel maakt de schakel een niet in te schatten onderdeel uit van een bestaande code. In het verleden is het gesprek met de FOD Economie opgestart om bij een volgende herziening van de NACE-BEL codes de creatieve industrieën mee te nemen.

Tekortkoming 1: Slechts een deel van de activiteiten van de Creatieve Industrieën wordt gecapteerd door de NACE-BEL nomenclatuur. Voor de meeste activiteiten bestaat geen NACE-BEL code, ofwel beslaat een schakel van de waardeketen verschillende NACE-BEL codes, ofwel beslaat een NACE-BEL code verschillende schakels van het waardenetwerk.

Vervolgens werd per sector van de Creatieve Industrieën een opsomming gemaakt van de overeenstemmende primaire NACE-BEL codes. Er dient onmiddellijk opgemerkt te worden dat er veel onregelmatigheden zijn vastgesteld in de overeenstemming tussen de opgegeven activiteitscode enerzijds en de werkelijke activiteit van de organisatie anderzijds. Voor de gebruikte codes is een grote mate van variabiliteit vastgesteld, waardoor volgende tekortkomingen ontstaan:

- De bedrijven die onder een bepaalde nomenclatuur worden opgesomd voeren in werkelijkheid een andere – al dan niet aanverwante – activiteit uit en dienen niet tot de desbetreffende activiteit gerekend te worden.
- Bedrijven die anderzijds wel de activiteit uitvoeren waarnaar gezocht wordt aan de hand van de activiteiten nomenclatuur zijn opgenomen onder een andere nomenclatuur, en zijn bijgevolg niet opgenomen in de nomenclatuur waar ze thuishoren.

Tekortkoming 2: Er bestaat een grote mate aan variabiliteit van activiteit binnen het universum van bedrijven dat onder een welbepaalde NACE-BEL activiteiten nomenclatuur valt. Er is vaak een discrepantie tussen de toegekende activiteitscode en de werkelijk uitgevoerde activiteiten, waardoor de definitie van de populatie per definitie onjuist is.

Nadat de beschikbare NACE-BEL codes werden opgespoord, werden aan de hand van deze codes data opgevraagd via verschillende bronnen, namelijk Bel-First en de Rijksdienst voor Sociale Zekerheid.

Een eerste bron is *Bel-First*, een statistische databank van Bureau Van Dijk die voor alle bedrijfseconomische entiteiten de gegevens van de jaarrekening en bijkomende informatie weergeeft. In *Bel-First* werden deze bedrijfseconomische entiteiten opgezocht die voor hun primaire activiteit vallen onder de relevante 5-digit NACE-BEL codes. Alle entiteiten die gevestigd zijn in het Vlaams en Brussels Hoofdstedelijk Gewest werden opgevraagd. Voor de ondernemingen gevestigd binnen het Brussels Hoofdstedelijk Gewest werd enkel rekening gehouden met entiteiten die als taal hetzij Nederlands, hetzij tweetalig opgeven of die het taalveld blanco laten. De entiteiten die als taal Frans opgeven, behoren niet tot de onderzoekspopulatie aangezien deze impactstudie de Creatieve Industrieën in Vlaanderen beschrijft.

De resultaten uit *Bel-First* omvatten zowel bedrijven met verschillende rechtsvormen als zelfstandigen. Voor de bedrijven worden alle beschikbare gegevens gerapporteerd in functie van de rapporteringsvereisten van de rechtsvorm; voor zelfstandigen¹ worden enkel adresgegevens en activiteitennomenclatuur weergegeven, zonder financiële gegevens.

Uit *Bel-First* werd per relevante 5-digit NACE-BEL (primaire) code volgende informatie gehaald:

- Voor bedrijven: jaar van oprichting, adresgegevens, rechtsvorm, taal, omzet van 2013, toegevoegde waarde van 2013, gemiddeld aantal voltijds equivalenten van 2013.
- Voor zelfstandigen: naam van de zelfstandigen, adresgegevens, jaar van vestiging als zelfstandige.

Op het ogenblik van de analyse en de data-download (van februari 2015), was 2013 het jaar waarvoor de meest recente data beschikbaar waren. Voor een beperkt aantal entiteiten waren reeds gegevens voor 2014 beschikbaar, doch was het aantal te klein in vergelijking met de beschikbare gegevens voor 2013 om 2014 te gebruiken als referentiejaar. De vorige impactmetingen had betrekking op het jaar 2008 (Guiette et al., 2011a) en 2010 (Schrauwen et al., 2014).

Tekortkoming 3: Statistische gegevens en gegevens uit jaarrekeningen zijn pas publiek beschikbaar na een bepaalde time-lag, waardoor de meest recente gegevens 2 tot 3 jaar achterstand hebben.

De bedrijvenlijsten die we op deze manier verkregen, bevatten echter verschillende entiteiten die pas na 2013 werden opgericht en vestigingsplaatsen van bedrijven waarvan enkel de hoofdzetel rapporteert, bijvoorbeeld winkels van retailketens of een atelieradres voor een zelfstandige. Beide groepen entiteiten behoren ipso facto niet tot de onderzoekspopulatie (c.q. bedrijven en zelfstandigen actief in de creatieve industrie

¹ In dit geval bedoelen we met zelfstandigen, entiteiten met als juridische vorm 'zelfstandige'. Niet rechtsvormen zonder werknemers zoals in onze eerdere definitie.

in Vlaanderen in 2013) en werden manueel door de onderzoekers uit de bedrijvenlijsten verwijderd.

Daarnaast merkten we dat verschillende bedrijven meerdere primaire NACE-BEL codes opgeven, een probleem dat nog niet gangbaar was bij de eerste impactstudie met referentiejaar 2008, maar wel bij de vorige impactmeting met referentiejaar 2010. Om dubbeltellingen te vermijden, hebben we per sector gekeken of bedrijfsnamen in de voorgaande schakels voorkwamen. Dubbels hebben we in de latere schakels verwijderd. Hierdoor krijgt de eerst besproken schakel per sector in verhouding meer entiteiten toegewezen. Ook hebben we deze oefening enkel binnen een sector gevoerd en niet doorheen de verschillende sectoren. Hierdoor zijn dubbeltellingen van bedrijven tussen sectoren mogelijk.

Tekortkoming 4: Om dubbeltellingen te vermijden, dienen de uit Bel-First verkregen bedrijvenlijsten opgeschoond te worden. Gezien deze opschoning veelal manueel of via excelzoekfuncties plaatsvond, kan er nog een kleine risicomarge op dubbeltellingen bestaan.

Een tweede bron zijn de tewerkstellingsstatistieken van de Rijksdienst voor Sociale Zekerheid (RSZ). Voor de relevante 5-digit NACE-BEL codes zijn het aantal werkgevers en het aantal werknemers opgevraagd in het Vlaams en Brussels Hoofdstedelijk Gewest. RSZ-tewerkstellingsstatistieken zijn per kwartaal beschikbaar. Teneinde consistentie te bewaren met de gegevens uit Bel-First, baseerden we ons op de statistieken van het vierde kwartaal van 2013. Voor de werkgevers gevestigd in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest hebben we eveneens de 'taalrol' opgevraagd. Deze taalrol is eigen aan de RSZ-statistieken en vertegenwoordigt de taal die gekozen wordt door een onderneming om met de diensten van de RSZ te communiceren. Hoewel deze taalrol een indicatie geeft van de 'taal' van het bedrijf, vertegenwoordigt dit geenszins een sluitend argument om te besluiten dat een bedrijf al dan niet Vlaams is. Vermits er geen betere criteria beschikbaar zijn, en er in het kader van dit onderzoek gekeken wordt naar het Vlaams grondgebied, filteren we de Brusselse bedrijven die Frans als taalrol opgeven uit de gegevens, met als doelstelling de grotere niet-Vlaamse entiteiten uit de impactanalyse te filteren.

Tekortkoming 5: De toekenning van entiteiten gevestigd in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest aan Vlaanderen gebeurt op een relatief arbitraire wijze in functie van de taal opgegeven aan de RSZ of de taal opgegeven in de Bel-First databank.

Naast het probleem van toekenning van een entiteit tot Vlaanderen, zijn er eveneens beperkingen inzake de financiële rapportering van bedrijven die nationaal actief zijn. Bedrijven rapporteren immers hun financiële gegevens op nationaal niveau, waardoor het moeilijk te achterhalen is welk deel van de impact betrekking heeft op een regio, in casu Vlaanderen.

Tekortkoming 6: Bedrijfseconomische entiteiten rapporteren op nationaal niveau. In het kader van een impactanalyse op Vlaams niveau moet op een arbitraire wijze de nationale rapportering opgesplitst worden in een regionale

rapportering, volgens een 'gepaste' verdeelsleutel die echter niet steeds consistent is over de verschillende sectoren of activiteiten heen.

Grotere organisaties zijn verder vaak opgedeeld in verschillende juridische entiteiten. Het is dan niet steeds duidelijk welke entiteit welke inkomsten registreert en hoe personeelsleden intern worden aangerekend (bv. bij holdings van vennootschappen). De juridische structuur van een organisatie kan bovendien zodanig zijn geconstrueerd dat de bedrijfsnaam verschilt van de naam van de juridische entiteit die een jaarrekening neerlegt. Dit zorgt eveneens voor moeilijkheden in het vergaren van financiële gegevens.

Tekortkoming 7: De complexiteit van organisatorische structuren op bedrijfseconomisch en juridisch vlak zorgt voor potentiële discrepanties in het dataverzamelingsproces.

Bovendien zijn veel organisaties actief met verschillende activiteiten, mogelijkerwijze in verschillende sectoren, zowel binnen als buiten de Creatieve Industrieën. In het kader van de bedrijfseconomische impactanalyse gebruiken we in regel de totaalcijfers van een hele organisatie, ongeacht of ze al dan niet in verschillende activiteiten actief zijn. Hiervan wordt echter uitzonderlijk afgeweken wanneer het negeren van deze bedrijfseconomische realiteit tot een te grote vertekening zou leiden van de grootte van een schakel van de waardeketen.

Tekortkoming 8: Voor de bedrijfseconomische impactanalyse wordt rekening gehouden met de totaalcijfers per bedrijf. Vermits bedrijven in de praktijk in verschillende sectoren – in een andere sector van de Creatieve Industrieën of buiten de Creatieve Industrieën – actief zijn, worden deze cijfers ook meegeteld in de analyse.

Nadat gegevens uit beide bronnen zijn verzameld, werd voor elke schakel van het waardenetwerk een totaal berekend voor elke geïdentificeerde variabele, namelijk het aantal zelfstandigen, het aantal werkgevers, het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde.

Tijdens deze analyse werd vastgesteld dat slechts een beperkt aantal bedrijven rapporteert over de verschillende variabelen: omzet wordt het minst gerapporteerd, gevolgd door gemiddeld voltijds equivalenten en toegevoegde waarde. Dit heeft als gevolg dat deze basiscijfers steeds betrekking hebben op een populatie die door verschillende entiteiten is samengesteld.

Bijvoorbeeld: indien N bedrijven ressorteren onder 1 NACE-BEL code, zijn er slechts X bedrijven die omzet rapporteren, Y bedrijven die gemiddeld aantal voltijds equivalenten rapporteren, en Z bedrijven die hun toegevoegde waarde rapporteren, waarbij: $X \neq Y \neq Z$ en $X < N$; $Y < N$; $Z < N$.

Vermits er in de data veel kleine bedrijven aanwezig zijn die noch hun omzet, noch hun toegevoegde waarde of voltijds equivalenten rapporteren, leidt dit niet alleen tot

een significante onderschatting, maar ook een vertekening van de onderlinge verhouding tussen verschillende variabelen indien niet geëxtrapolerd wordt.

Voor zelfstandigen worden geen financiële gegevens gerapporteerd. Aangezien de Creatieve Industrieën gekenmerkt worden door een groot aantal zelfstandigen, leidt dit eveneens tot een sterke onderschatting van de toegevoegde waarde van de Creatieve Industrieën indien geen extrapolaties worden doorgevoerd.

Tekortkoming 9: Beschikbare financiële gegevens van entiteiten binnen de relevante activiteitennomenclatuur vertegenwoordigen slechts een beperkt en per variabele verschillend deel van de totale populatie. Om totaalcijfers te bekomen moet geëxtrapolerd worden aan de hand van een beperkt aantal basiscijfers.

Vertrekkende van de basiscijfers uit Bel-First worden vervolgens een aantal correcties doorgevoerd met als doel de beschikbare cijfers te extrapoleren naar de totale populatie. Hierbij worden noodgedwongen assumpties gemaakt in functie van een 'educated guess' over de totale grootte van de onderzochte variabelen. De gemaakte assumpties en doorgevoerde correcties op de basiscijfers worden hier kort toegelicht.

Voor werkgevers

Voor het *aantal werkgevers en werknemers* baseren wij ons op de officiële rapportering van de Rijksdienst voor Sociale Zekerheid, vermits deze cijfers een vollediger beeld geven inzake tewerkstelling. In de impactanalyse worden voor de rapportering van het aantal werkgevers en werknemers de cijfers afkomstig uit Bel-First overschreven door het aantal afkomstig van de RSZ, het verschil (i.e. het aantal entiteiten dat geen tewerkstelling aan de RSZ rapporteert) wordt beschouwd als zelfstandige onderneming en bij het aantal zelfstandigen geteld.

In de basiscijfers van Bel-First zijn er ook *entiteiten die geen personeel rapporteren* (in de databank weergegeven ofwel door '0', ofwel door een blanco veld). Deze entiteiten worden niet als werkgever beschouwd, maar als zelfstandige onderneming en bij het aantal zelfstandigen geteld. Deze en vorige correctie hebben tot gevolg dat de werkgevers en werknemers die in de top-down benadering gerapporteerd worden de officiële cijfers van de RSZ vertegenwoordigen.

Inzake *omzet van bedrijven* wordt volgende werkwijze toegepast om de omzet van de volledige populatie bedrijven in te schatten:

- Eerst wordt het aantal werknemers berekend van de bedrijven die hun omzet wel rapporteren. Er dient bijgevolg een correctie doorgevoerd te worden voor het resterend aantal werknemers (i.e. het aantal werknemers van bedrijven die hun omzet niet rapporteren).
- De bedrijven die hun omzet wel rapporteren zijn in regel grotere bedrijven of vennootschappen die aan een publieke rapporteringsplicht voldoen. De bedrijven die hun omzet niet rapporteren zijn kleinere structuren zonder publieke rapporteringsplicht. Vermits deze 2 soorten bedrijven zodanig

structureel verschillend zijn en vermits er in vele gevallen slechts een zeer klein aantal bedrijven zijn die hun omzet rapporteren, is het geen betrouwbare keuze om extrapolaties door te voeren aan de hand van de gemiddelde omzet per werknemer gebaseerd op de bedrijven die hun omzet rapporteren.

- Als alternatief hebben we een mediane omzet per werknemer berekend aan de hand van een aantal criteria om een populatie samen te stellen in Bel-First die bestaat uit kleine ondernemingen binnen de onderzochte regio en sectoren.
 - Ondernemingen in het Vlaams Gewest
 - Tewerkstelling tussen 0 en 5 werknemers
 - Alle NACE-BEL nomenclaturen gebruikt in de impactanalyse
 - Omzet rapporteren in 2010
- Aan deze criteria voldoen 650 organisaties. Van deze 650 organisaties werd de mediane omzet per werknemer berekend. Er werd geopteerd voor de mediaan omdat een klein aantal outliers de gemiddelde waarde dermate vertekenden. De mediaanwaarde kwam uit op € 229.957 per werknemer.
- Bijgevolg worden voor de werknemers van bedrijven die geen omzet rapporteren een omzet per werknemer van € 229.957 gebruikt ter extrapolatie. Deze correctie wordt voor de 12 sectoren gebruikt.

We zijn ons bewust van het feit dat deze extrapolatie geen rekening houdt met verschillen tussen de schakels binnen een sector, noch met verschillen tussen sectoren. De toepassing van een gemiddelde omzet per werknemer berekend aan de hand van de bedrijven die wel hun omzet rapporteren houdt volgens ons een grotere vertekening in, omwille van (1) de grootorde van deze bedrijven die niet representatief zijn voor kleine ondernemingen, en (2) het zeer kleine aantal bedrijven dat binnen elke populatie zijn omzet rapporteert. Bij gebrek aan meer accurate en exhaustieve informatie is deze doorgevoerde correctie een betere optie om de 'totale omzet' te benaderen dan het gewoonweg negeren van wat niet gerapporteerd wordt. Binnen het beschikbare tijdsbestek van deze studie is een meer geïndividualiseerde inschatting (bv. aan de hand van steekproeven) bovendien niet mogelijk.

Inzake *toegevoegde waarde van bedrijven* wordt een gelijkaardige redenering toegepast. Van dezelfde 650 bedrijven werd de mediane toegevoegde waarde berekend. Deze waarde bedraagt € 66.068 per werknemer. Deze correctie wordt minder vaak gebruikt, vermits de toegevoegde waarde van bedrijven de meest frequent gerapporteerde variabele is in Bel-First. Indien het aantal werknemers van bedrijven die hun toegevoegde waarde rapporteert kleiner is dan het totaal aantal werknemers, wordt deze correctie toegepast. Hier geldt evenzeer de assumptie dat de mediaanwaarde van de toegevoegde waarde doorgetrokken kan worden naar alle bedrijven binnen de Creatieve Industrieën.

We kunnen dus besluiten dat voor werkgevers die geen omzet of toegevoegde waarde rapporteren, volgende assumpties worden doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

Tekortkoming 10: Omzet en toegevoegde waarde worden slechts voor een deel van de ondernemingen binnen de relevante activiteitennomenclatuur gerapporteerd. De totale omzet en totale toegevoegde waarde worden benaderd aan de hand van de best mogelijke extrapolatie. Dit levert een benadering op van de totale waarden van de onderzochte variabele, doch geen statistisch correcte exacte waarde.

In de eerdere impactmetingen (over referentiejaar 2008 en 2010) werd dezelfde methode voor berekening van assumpties gehanteerd. We zien echter in de mediane toegevoegde waarde / werknemer een aanzienlijke toename over de jaren heen: tussen 2008 en 2013 groeide deze assumptie met gemiddeld 3,18% jaarlijks; terwijl de mediane omzet per werknemer in dezelfde periode met gemiddeld 1,42% groeide jaarlijks.

	Impactmeting over 2008	Impactmeting over 2010	Impactmeting over 2013	% Jaarlijkse groei tussen 2008-2013
mediane omzet / werknemer	€ 214.750	€ 227.114	€ 229.957	+ 1,42%
mediane toegevoegde waarde/werknemer	€ 57.000	€ 60.554	€ 66.068	+ 3,18%
aantal organisaties waarop berekening gebaseerd is	591	651	650	

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

Voor zelfstandigen

Voor *zelfstandigen* bevatten de basisgegevens uit de Bel-First databank enkel het aantal zelfstandigen en adresgegevens. Hun bijdrage aan de totale omzet en totale toegevoegde waarde van de schakel moet bijgevolg worden geëxtrapolerd aan de hand van assumpties. Zelfstandigen vertegenwoordigen een zeer gediversifieerd geheel van activiteiten, beroepen en modaliteiten. Financiële gegevens over zelfstandigen zijn schaars.

Teneinde toch een inschatting te kunnen maken van de omzet en toegevoegde waarde van de zelfstandigen in de Creatieve Industrieën, worden volgende assumpties gemaakt en correcties doorgevoerd.

- De *gemiddelde omzet* van 'een zelfstandige' werd afgeleid uit een doctoraatsonderzoek aan de Universiteit Utrecht inzake de professionalisering van zelfstandigen: 'De succesfactoren van de carrière van de zelfstandige professional in de netwerkeconomie, of wat het betekent om zowel ondernemer als werknemer te zijn' (Van den Born, 2009). Dit onderzoek heeft onder meer voor verschillende beroepscategorieën van zelfstandigen de gemiddelde omzet onderzocht. Van de 15 categorieën hebben wij er 4 geselecteerd die voorkomen binnen de Creatieve Industrieën, en hebben daarvan het gemiddelde berekend:

Categorie	Gemiddelde omzet
Technical professional	€ 80.300

Media professional	€ 67.600
Journalist	€ 41.300
Artist	€ 37.900
Gemiddelde	€ 56.775

Bron: Van den Born (2009)

De waarde van € 56.775 werd in 2010 als assumptie gevalideerd voor inkomen van een zelfstandige in de 12 sectoren creatieve industrieën in het jaar 2008. Zoals ook blijkt uit de andere kengetallen voor assumpties, is er de afgelopen jaren een sterke inflatie geweest. Daarom beslisten we dit kengetal in vergelijking met het referentiejaar van de vorige impactmeting (2010) te indexeren. Tussen 2010 en 2013 steeg de algemene consumptieprijsindex in België met 7.66%.²

	2008	2010	2013 (+ 7.66% inflatie)
Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 56.775	€ 56.775	€ 61.124

Bron: Van den Born (2009) en Consumptieprijsindex van 1920 tot heden

De waarde van € 61.124 wordt bijgevolg als waarde voor de gemiddelde omzet van een (voltijds equivalente) zelfstandige gebruikt, voor alle zelfstandigen in de 12 sectoren van de Creatieve Industrieën. Deze benadering stuit evenwel op een aantal belangrijke tekortkomingen:

- De gemiddelde omzetcijfers zijn van toepassing op freelancers in Nederland. De assumptie dat deze cijfers ook voor België gebruikt mogen worden kan in vraag gesteld worden. Een gemiddelde omzet voor een zelfstandige maakt dermate abstractie van sector en functie dat het gemiddelde in sterke mate kan en zal variëren van de realiteit.
- Om deze tekortkoming te omzeilen, zochten we in de literatuur recentere cijfergegevens over de omzet van zelfstandigen in de creatieve industrieën in Vlaanderen. De literatuur gaf ons echter een beeld van specifieke beroepsgroepen en van professionals met een verscheiden inkomstenportfolio, waarbij de gerapporteerde cijfergegevens niet per se betrekking hebben over hun zelfstandige activiteit, maar ook als werknemer, of via tewerkstelling via een SBK – bv. acteurs in Siongers en Van Steen (2014); of alumni van beeldende kunsthogescholen in Van Winkel, Gielen en Zwaan (2012).
- Het is bovendien zeer moeilijk om enig zicht te krijgen in de verhouding zelfstandige vs. voltijds equivalent. Zeker in de Creatieve Industrieën, en vooral bij de creatieve crews, bestaan er tal van modaliteiten die weerom de berekening van een gemiddelde onmogelijk maken.

Ondanks deze tekortkomingen hebben wij geen andere – bruikbare en onderbouwde – methode gevonden om binnen de afbakening van dit onderzoek de gemiddelde

² De Consumptieprijsindex van 1920 tot heden. Online geraadpleegd op 12 februari 2015: <http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/cijfers/economie/consumptieprijzen/consumptieprijsindexen/coefficienten/>

omzet van een grote groep zelfstandigen in te schatten.

- De gemiddelde *toegevoegde waarde* van een zelfstandige werd afgeleid uit de officiële statistieken van het Rijksinstituut voor de Sociale Verzekeringen der Zelfstandigen (RSVZ). Het gemiddeld inkomen van een zelfstandige in hoofdbezigheid wordt hierbij gebruikt als benadering voor de toegevoegde waarde. Om dit te berekenen werd een gewogen gemiddelde van het inkomen van zelfstandigen in hoofdberoep in de Vlaamse provincies en het Brussels hoofdstedelijk gewest berekend. Dit bedraagt op 31 december 2013, € 26.156. Dit bedrag wordt in de bedrijfseconomische impactanalyse gebruikt als benadering van de toegevoegde waarde van een zelfstandige.

We wijzen er nogmaals op dat onze doelstelling erin bestaat om de reële toegevoegde waarde en omzet – die ongekend zijn – zo goed mogelijk te benaderen. Deze gevolgde methode zal ons alleszins dichterbij de reële omzet en toegevoegde waarde leiden, dan het negeren van de omzet en toegevoegde waarde van zelfstandigen. Bovendien hanteren we hierbij het voorzichtigheidsprincipe om met cijfers te werken die eerder aan de ondergrens liggen dan aan de bovengrens. Ook hier wijzen we graag op de evolutie die deze assumptie overheen de verschillende impactmetingen heeft gekend:

	Impactmeting over 2008	Impactmeting over 2010	Impactmeting over 2013	% Jaarlijkse groei tussen 2008-2013
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 23.329	€ 24.106	€ 26.156	+ 2,42%

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ

Voor zelfstandigen die geen omzet en toegevoegde waarde rapporteren, voeren we dus volgende assumpties door:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Tekortkoming 11: Financiële data voor zelfstandigen zijn schaars. Bijgevolg worden de omzet en toegevoegde waarde van zelfstandigen benaderd via assumpties gebaseerd op het 'gemiddeld' netto-inkomen van een zelfstandige. Deze extrapolatie is bijgevolg slechts een inschatting en geen exacte statistisch verantwoorde berekening van de omzet en toegevoegde waarde van de groep zelfstandigen.

In tegenstelling tot werknemers die als voltijds equivalenten worden gerapporteerd, bestaat er geen duidelijkheid voor het voltijds equivalent percentage van een

zelfstandige. De Creatieve Industrieën worden immers gekenmerkt door een meerderheid van zelfstandigen en freelancers die onder zeer diverse vormen en statuten werken. Niet alleen is het inschatten van het aantal zelfstandigen uitermate complex, het converteren van het aantal zelfstandigen naar hun voltijdse equivalenten grenst aan het onmogelijke.

Tekortkoming 12: De verhouding tussen het aantal zelfstandigen en hun voltijds equivalent is een onbekende variabele.

Aan de *creatieve crew* (zelfstandigen werkzaam in de kerncreatieve schakels) besteden we echter bijzondere aandacht hieromtrent. De bedrijfseconomische impactanalyse gebruikt vaak het aantal zelfstandigen in plaats van het aantal 'voltijds equivalente zelfstandigen'. Teneinde de omzet en toegevoegde waarde van deze heterogene groep zelfstandigen niet te overschatten, herleiden we het aantal zelfstandigen naar het aantal VTE zelfstandigen aan de hand van een sleutel van 57,5%, waarbij 1 zelfstandige wordt omgerekend naar 0,575 voltijds equivalente zelfstandigen. Dit percentage werd berekend op basis van een onderzoek uitgevoerd door het Kunstenloket dat de tijdsbesteding van een kunstenaar weergeeft (Kunstenloket, 2008). Aan de hand van deze tijdsbestedingverdeling schatten we de conversie in van zelfstandige naar voltijds equivalente zelfstandige:

Tijdsbesteding	%	Aantal VTE
Voltijds	42%	1 VTE
Deeltijds	31%	0,5 VTE
Zeer onregelmatig	27%	0 VTE
Totaal	100%	0,575 VTE

Bron: Kunstenloket (2008), Antwerp Management School.

Ook voor deze verdeelsleutel hebben we gezocht naar een meer geactualiseerde inschatting. Studies als Van Winkel et al. (2012) en Siongers en Van Steen (2014), duiden beiden het gefragmenteerde karakter van de inkomstenstroom van kerncreatieve schakels, nl. acteurs en alumni van beeldende kunst hogescholen. Velen onder hen werken als zelfstandige (al dan niet in bijberoep), maar vullen daarnaast hun inkomsten aan door aan door contracten bij een SBK of als werknemer in vaste loondienst. De verhoudingen in hun gekozen populatie verschillen van bovenstaand schema. Niettemin, gezien deze studies slechts één type kerncreatieve schakel behandelen, kiezen we ervoor om toch de algemene verdeelsleutel uit 2008 te behouden.

Tot slot dient nog aangestipt dat bovenstaande correcties op basis van assumpties zowel een positieve (dus hogere) als een negatieve (dus lagere) invloed kunnen hebben op de basiscijfers. Door het consequent doorvoeren van bovenstaande correcties stellen we dus de in Bel-First gerapporteerde gegevens soms ook negatief bij. We zijn ons bewust van een dergelijke negatieve vertekening van de basiscijfers, maar voeren deze toch door, om de vergelijkbaarheid met de vorige impactanalyse te kunnen waarborgen.

Het behoort tot de doelstellingen om de gebruikte benadering te verfijnen bij toekomstige updates. Deze benadering, in combinatie met de bottom-up analyse, kan

beschouwd worden als een inspanning om vanuit verschillende hoeken een zo volledig mogelijk beeld te geven van de bedrijfseconomische impact van de Creatieve Industrieën, rekening houdend met de aangegeven beperkingen en tekortkomingen. De *top-down benadering* heeft het nadeel dat ze gebaseerd is op de NACE-BEL nomenclatuur, die zodanig slecht is afgestemd op de eigenheid van de Creatieve Industrieën dat er zeer veel leemtes in databeschikbaarheid ontstaan. Bovendien hebben we vastgesteld dat de overeenstemming van de NACE-BEL codes met de daadwerkelijke activiteit van de bedrijven zeer sterk varieert. Om deze redenen hebben we een tweede benadering ontwikkeld om de bedrijfseconomische impactanalyse *bottom-up* uit te voeren, startend vanuit de sectoren zelf en niet vanuit statistische nomenclaturen. Deze bottom-up analyse wordt in volgende paragraaf toegelicht.

Methodes 2: bottom-up analyse

De bottom-up benadering heeft als doel de bedrijfseconomische impact te benaderen vanuit de sector zelf. Vertrekkende van een combinatie van verschillende bronnen wordt per schakel van de waardeketen de populatie van bedrijven (werkgevers) en zelfstandigen samengesteld. Dit biedt het grote voordeel dat de schakels en functies waarvoor geen NACE-BEL nomenclatuur bestaat toch kunnen worden opgenomen in de bedrijfseconomische impactanalyse.

In de praktijk is het echter niet eenvoudig om voor de Creatieve Industrieën elke schakel precies te definiëren. Zeker in de creatiefase van de waardeketen zijn veel functies en beroepen onderling met elkaar verbonden, waardoor het niet mogelijk is om functies eenduidig toe te kennen aan één schakel. Bovendien zijn we bij het identificeren van de bedrijven en zelfstandigen beperkt tot de beschikbare bronnen, waardoor we niet exhaustief te werk kunnen gaan. Verschillende sectoren en schakels van de waardeketens zijn tevens in verschillende mate vertegenwoordigd door goed onderbouwde bronnen. Vaak stuiten we op een 'nobody knows' verschijnsel waarbij geen enkele betrokken partij een idee heeft over de beschikbaarheid, volledigheid en accuraatheid van de cijfers.

Bijgevolg is de afbakening van de verschillende schakels in een waardenetwerk noch exclusief, noch exhaustief en in sterke mate afhankelijk van de betrouwbaarheid en volledigheid van de beschikbare databronnen.

Een eerste stap in de bottom-up analyse bestond erin om organisaties te identificeren die de sector of de desbetreffende schakel van een sector vertegenwoordigen. Dit zijn bijvoorbeeld steunpunten, belangenbehartigers, sectororganisaties, beroepsverenigingen, sociale fondsen, beroepengildes, professionele verenigingen of zelfs de Gouden Gids en andere officiële oplistingen. Deze oplistingen van actoren is geenszins volledig, maar vertegenwoordigt binnen de doelstellingen van dit onderzoek en de beschikbare tijd de best beschikbare informatie. Aan de hand van deze bronnen werd getracht een zo volledig mogelijke lijst samen te stellen van actoren (i.e. werkgevers en zelfstandigen) in elke waardeketenschakel. Vaak worden voor eenzelfde schakel verschillende bronnen gehanteerd, de resultaten met elkaar vergeleken en waar mogelijk de dubbels uitgezuiverd.

Deze oefening levert een totaal aantal zelfstandigen en werkgevers op die in de Bel-First databank worden ingevoerd teneinde het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde te bekomen. Dit levert basiscijfers op inzake aantal zelfstandigen, aantal werkgevers, aantal werknemers, omzet en toegevoegde waarde. Niettemin moeten ook hier de basislijsten opgeschoond worden. Bij controle in Bel-First blijkt regelmatig dat de entiteiten in de basislijst:

- Opgericht zijn / zich vestigden als zelfstandige na 2013;
- Niet meer bestonden in 2013 wegens stopzetting of faillissement;
- Vestigingsplaatsen zijn van bedrijven waarvan enkel de hoofdzetel bedrijfsgegevens rapporteert, bijvoorbeeld winkels van retailketens of een atelieradres voor een zelfstandige;
- Vestigingsplaatsen zijn van Waalse bedrijven of louter Franstalige Brusselse bedrijven³;
- Reeds voorkwamen in eerder becijferde schakels van de sector;
- Niet relevant zijn voor deze sector (bv. een kapsalon in de lijst Architectuur).

Indien een entiteit voldeed aan één van deze criteria, werd ze uit de basislijst geschrapt.

De volgende stappen in de bottom-up benadering lopen gelijkaardig met de top-down benadering: om de partiële cijfers te extrapoleren naar de totale populatie, worden assumpties aangenomen om de 'reële cijfers' te benaderen:

- Het aantal bedrijven dat geen tewerkstelling rapporteert, wordt beschouwd als zelfstandige onderneming en in de bedrijfseconomische impactanalyse verrekend als 1 zelfstandige.
- RSZ-cijfers worden hier niet gebruikt vermits RSZ-cijfers enkel beschikbaar zijn op het niveau van de NACE-BEL nomenclatuur en niet voor individuele entiteiten.
- Voor de ingevoerde bedrijven zijn slechts in beperkte mate omzetcijfers beschikbaar. Om de totale omzet van alle geïdentificeerde bedrijven te benaderen, wordt net zoals in de top-down benadering de ontbrekende omzet ingeschat aan de hand van de gemiddelde omzet per werknemer.
- Ook de toegevoegde waarde wordt niet door alle ingevoerde bedrijven gerapporteerd. Net zoals bij de top-down benadering maken we een inschatting van de totale toegevoegde waarde in functie van de berekende mediaanwaarde voor de toegevoegde waarde.
- Tenslotte worden voor de zelfstandigen dezelfde assumpties gemaakt en correcties doorgevoerd als bij de top-down benadering.

Bijgevolg zijn de tekortkomingen en beperkingen van de analyse zoals geëxpliciteerd

³ Hierop werden wel enkele uitzonderingen gemaakt, om de vergelijkbaarheid met de vorige impactmeting te kunnen waarborgen.

bij de top-down benadering eveneens van toepassing voor de bottom-up benadering.

Totaalcijfers

Nadat de top-down en bottom-up benaderingen op het niveau van de sector zijn toegepast verkrijgen we 4 cijferreeksen:

- Basiscijfers volgens de top-down benadering
- Gecorrigeerde cijfers volgens de top-down benadering
- Basiscijfers volgens de bottom-up benadering
- Gecorrigeerde cijfers volgens de bottom-up benadering

Voor het berekenen van de totaalcijfers per sector beschikken we echter niet voor iedere schakel van de waardeketen over een top-down en bottom-up cijferreeks. Indien voor één schakel een bepaalde reeks ontbreekt, wordt de beschikbare cijferreeks overgenomen voor de berekening van het totaal teneinde een representatieve range te kunnen construeren. Hierdoor lopen we echter een (relatief klein) risico op dubbeltellingen van bedrijven.

Deze 4 cijferreeksen geven de range aan waarbinnen de onderzochte variabelen zich met een hoge waarschijnlijkheid situeren. De range van de basiscijfers is versmald door de uitgevoerde correcties, waardoor we met redelijke zekerheid stellen dat de realiteit zich zal bevinden tussen de gecorrigeerde cijfers van de top-down en bottom-up benadering.

Naast de reeds aangehaalde aandachtspunten die verband houden met de gevolgde methodologie of gebruikte bronnen, moet met de volgende elementen nog rekening worden gehouden om de resultaten van de impactanalyse en het onderzoek in een juiste context te plaatsen:

- *Grenzen zijn relatief.* De uitgevoerde impactanalyse heeft betrekking op de Creatieve Industrieën in Vlaanderen. In een globale wereld zijn de grenzen van een regio echter relatief: industriële sectoren ondervinden invloeden van internationale aard, organisaties in Vlaanderen zijn niet per definitie Vlaams en opereren over landsgrenzen heen, organisaties in het buitenland kunnen eveneens een significante invloed uitoefenen op de regionale economie, Vlaamse actoren kunnen in het buitenland actief zijn en significante meerwaarde genereren, net zoals buitenlandse actoren binnen Vlaanderen actief kunnen zijn. De uitgevoerde impactstudie heeft dan ook betrekking op de meerwaarde van entiteiten die in Vlaanderen gevestigd zijn en in Vlaanderen officieel geregistreerd zijn.
- *Belang van de consument.* De voorgestelde impactanalyse focust op de meerwaarde die door de Creatieve Industrieën gegenereerd wordt. Een element dat hierbij niet uit het oog verloren mag worden is het grote belang en de centrale plaats die de consument in de waardeketen inneemt. In veel sectoren binnen de Creatieve Industrieën speelt de consument de rol van co-creator, en is zijn/haar bijdrage aan de gegenereerde waarde niet meer weg te denken.

- *Gecentraliseerde bronnen.* Rekening houdend met de omvang van de sectoren en de tijdsbeperkingen van het onderzoek enerzijds en om consistentie over de verschillende sectoren heen te garanderen anderzijds, focussen we zoals eerder aangekaart op het gebruik van gecentraliseerde statistieken. Deze gecentraliseerde bronnen capteren echter niet de volledige populatie aan organisaties en entiteiten die tot het onderzoek betrokken moeten worden (e.g. non-profit organisaties, zelfstandigen, verenigingen zonder winstoogmerk, ondernemingen onderworpen aan een verkorte rapportering van de jaarrekening, freelancers tewerkgesteld via een Sociaal Bureau voor kunstenaars, enz.). Daar waar dit een reële meerwaarde levert aan het onderzoek, hebben we bij wijze van uitzondering individuele rapportage opgezocht (jaarrekeningen, jaarverslagen, enz.).
- *Verrekening van subsidies.* Creatieve Industrieën zijn – de een al wat meer dan de andere – gesubsidieerd via verschillende kanalen. Het behoort niet tot het doel van deze impactanalyse om op deze subsidies in te zoomen. Bijgevolg worden subsidies meegeteld in de omzet en/of toegevoegde waarde van organisaties die de ontvangen subsidies rapporteren onder hun bedrijfsopbrengsten.

Aggregatie van beide benaderingen

De uitgevoerde bedrijfseconomische impactanalyse volgens de top-down en bottom-up methodiek is zeer gedetailleerd en resulteert in een range tussen beide benaderingen. Ten behoeve van een duidelijke communicatie van de resultaten van het onderzoek voor het grotere publiek, is er besloten om de uitgewerkte range te herleiden tot 1 cijfer per sector aan de hand van een kwalitatieve inschatting van de beschikbare data voor elke schakel van de verschillende waardenetwerken.

Vertrekkende vanuit de top-down en bottom-up benaderingen werd 1 totaalcijfer per variabele en per schakel berekend. Voor deze berekening werd door de onderzoekers voor elke schakel van de verschillende sectoren een keuze gemaakt tussen het top-down en bottom-up resultaat. Deze keuze is gebaseerd op de ervaringen van de onderzoekers met het verzamelde cijfermateriaal inzake volledigheid, accuraatheid en betrouwbaarheid.

Vergelijking met de vorige bedrijfseconomische impactmeting

Een bijkomende doelstelling van deze vernieuwde bedrijfseconomische impactmeting van de creatieve industrie in Vlaanderen is het monitoren van de evolutie van de impact tussen 2010 en 2013. Zoals eerder beschreven, hebben we daarom regelmatig enkele vertekeningen uit de vorige studie bewust overgenomen.

De effectieve vergelijking tussen beide impactmetingen maken we op drie niveaus:

- Per schakel in de waardeketen
- Per sector
- Voor de volledige creatieve industrie.

Hierbij wordt telkens een korte analyse gemaakt van de groei of daling in bedrijfseconomische impact tussen 2010 en 2013. Daarbij zoeken we ook verdere verklaringen in een markt (bv. marktconcentratie, marktversnippering, krimp van een markt,...) Indien een verandering in cijfers voornamelijk een methodologische grond heeft en waarschijnlijk niet overeenstemt met de reële evolutie in de sector wordt dit ook vermeld.

OVERZICHT BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACTANALYSE

Onderstaande tabel geeft een samenvattend overzicht van de uitgevoerde bedrijfseconomische impactanalyse. Per sector van de Creatieve Industrieën in Vlaanderen, geeft de tabel de gecorrigeerde totaalcijfers volgens de top-down en bottom-up benadering en voor elk van de onderzochte variabelen:

- aantal zelfstandige entiteiten,
- aantal werkgevers,
- aantal werknemers in voltijdse equivalenten,
- omzet,
- toegevoegde waarde.

Voor het berekenen van de totaalcijfers per sector beschikken we echter niet voor iedere schakel van de waardeketen over een top-down en bottom-up cijferreeks. Indien voor één schakel een bepaalde reeks ontbreekt, wordt de beschikbare cijferreeks overgenomen voor de berekening van het totaal teneinde een representatieve range te kunnen construeren. Concreet:

- Het top-down totaal omvat de top-down cijfers van de schakels waarvoor er een top-down benadering beschikbaar is. Indien géén top-down benadering beschikbaar is, worden de bottom-up cijfers gebruikt.
- Het bottom-up totaal omvat de bottom-up cijfers van de schakels waarvoor er een bottom-up benadering beschikbaar is. Indien géén bottom-up benadering beschikbaar is, worden de top-down cijfers gebruikt.

Opmerkingen

In de top-down benadering werden verschillende NACE-BEL codes meermaals gebruikt over verschillende sectoren heen. Het betreft volgende codes:

- 74.101 werd gebruikt voor mode en design

- 90.021 werd gebruikt voor muziek en podiumkunsten
- 90.022 werd gebruikt voor muziek en podiumkunsten
- 90.023 werd gebruikt voor audiovisuele sector, muziek en podiumkunsten
- 90.041 werd gebruikt voor muziek en podiumkunsten
- 90.042 werd gebruikt voor muziek en podiumkunsten

Daarnaast werd bij de bottom-up benaderingen enkele keren eenzelfde berekening gebruikt in verschillende sectoren. Dit geldt voor de schakel Technische crew die bij Podiumkunsten en Muziek hetzelfde is, en waarbij een behoorlijke overlap is te merken bij de sector Audiovisuele kunsten. De totalen van deze dubbeltellingen worden in de rij “dubbeltellingen” van onderstaande tabel weergegeven.

Daarnaast gelden nog de volgende opmerkingen over onderstaande tabel:

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis.

** De cijfers van de culturele erfgoed sector zijn niet geëxtrapoleerd en hebben enkel betrekking op de gesubsidieerde en erkende cultureel erfgoedorganisaties en een deel van de sector van de onroerend erfgoedsector. Ze zijn met andere woorden een grote onderschatting van de werkelijke situatie. Bovendien hebben niet alle werkgevers cijfers gerapporteerd omtrent aantal werknemers en omzet. Meer gedetailleerde informatie is terug te vinden bij de beschrijving van de bedrijfseconomische impactanalyse van het cultureel erfgoed.

Vanwege de eigenheid van elk van de verschillende sectoren en de daardoor genoodzaakte gedifferentieerde aanpak per sector, zijn vergelijkingen tussen de verschillende sectoren onderling niet mogelijk. Dergelijke vergelijkingen kunnen leiden tot foutieve en niet valide interpretaties en worden afgeraden door het onderzoeksteam.

OVERZICHTSTABEL TOP-DOWN EN BOTTOM-UP BENADERINGEN

Sector	Benadering	Zelfstandigen (# personen)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)**	Toegevoegde waarde (€)
Architectuur	Top-down	13.271	1.837	14.584	5.089.401.143	2.021.934.000
	Bottom-up	10.106	912	5.307	1.670.314.293	762.536.717
Audiovisueel	Top-down	5.559	495	7.590	3.392.168.898	1.508.003.319
	Bottom-up	3.087	256	7.086	2.797.970.863	1.201.709.541
Beeldende kunst	Top-down	5.097	333	1.101	592.512.800	237.424.073
	Bottom-up	3.025	292	1.345	490.714.467	173.255.146
Design	Top-down	4.916	283	988	594.916.608	223.787.971
	Bottom-up					
Erfgoed *	Top-down					
	Bottom-up		148	5.208	675.343.238	
Gaming	Top-down					
	Bottom-up	146	59	451	223.948.310	75.188.751
Geschreven media - boeken	Top-down	3.397	201	2.962	898.369.062	316.110.931
	Bottom-up	2.865	486	10.161	1.418.357.177	481.415.008
Geschreven media - pers	Top-down	3.652	743	5.959	2.597.055.725	685.105.166
	Bottom-up	2.783	629	6.599	2.705.487.832	679.704.179
Mode	Top-down	7.723	3.577	26.887	9.255.595.288	2.027.881.641
	Bottom-up	2.996	3.396	32.121	9.018.202.171	2.470.332.744
Muziek	Top-down	10.271	582	3.329	1.471.507.778	525.812.037
	Bottom-up	9.551	565	3.219	1.432.820.959	592.365.981
Nieuwe media	Top-down					
	Bottom-up					
Podiumkunsten	Top-down	8.526	641	3.744	1.442.206.541	500.921.067
	Bottom-up	4.400	312	4.779	1.328.939.948	446.464.093
Reclame & Communicatie	Top-down	10.653	1.026	6.810	3.482.225.800	1.065.121.133
	Bottom-up	3.891	658	7.751	2.331.580.689	714.270.743
Dubbeltellingen	Top-down	6.109	593	3.175	1.466.261.077	515.938.887
	Bottom-up	3.523	116	1.900	636.284.091	256.134.594
Creatieve Industrieën	Top-down	66.957	9.125	70.778	27.349.698.567	8.596.162.451
	Bottom-up	39.328	7.597	82.127	23.457.395.857	7.341.108.309

TOTAALCIJFERS CREATIEVE INDUSTRIEËN

De uitgevoerde bedrijfseconomische impactanalyse volgens de top-down en bottom-up methodiek is zeer gedetailleerd en resulteert in een range tussen beide benaderingen. Ten behoeve van een duidelijke communicatie van de resultaten van het onderzoek voor het grotere publiek, is er besloten om de uitgewerkte range te herleiden tot 1 cijfer per sector aan de hand van een kwalitatieve inschatting van de beschikbare data voor elke schakel van de verschillende waardenetwerken.

Vertrekkende vanuit de top-down en bottom-up benaderingen werd 1 totaalcijfer per variabele en per schakel berekend. Voor deze berekening werd door de onderzoekers voor elke schakel van de verschillende sectoren een keuze gemaakt tussen het top-down en bottom-up resultaat. Deze keuze is gebaseerd op de ervaringen van de onderzoekers met het verzamelde cijfermateriaal inzake volledigheid, accuraatheid en betrouwbaarheid.

Vanwege de eigenheid van elk van de verschillende sectoren en de daardoor genoodzaakte gedifferentieerde aanpak per sector, zijn vergelijkingen tussen de verschillende sectoren onderling niet mogelijk. Dergelijke vergelijkingen kunnen leiden tot foutieve en niet valide interpretaties en worden afgeraden door het onderzoeksteam.

Sector	Zelfstandigen (# personen)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toegevoegde waarde (€)
Architectuur	10.106	912	5.307	1.670.314.293	762.536.717
Audiovisueel	3.270	280	6.950	2.736.638.344	1.145.828.279
Beeldende kunst	2.504	256	911	360.700.760	155.097.813
Design	4.916	283	988	594.916.608	223.787.971
Erfgoed					
Gaming	146	59	451	223.948.310	75.188.751
Geschreven media - boeken	2.964	521	6.702	1.007.294.178	327.752.503
Geschreven media - pers	3.652	743	5.959	2.597.055.725	685.105.166
Mode	7.723	3.577	26.887	9.255.595.288	2.027.881.641
Muziek	9.904	568	3.298	1.455.695.888	610.163.884
Nieuwe media					
Podiumkunsten	4.400	312	4.779	1.328.939.948	446.464.093
Reclame & Communicatie	3.891	658	7.751	2.331.580.689	714.270.743
Creatieve Industrieën	53.477	8.169	69.983	23.562.680.031	7.174.077.561

Opmerkingen

Deze cijfers vertegenwoordigen de door het Flanders DC – Antwerp Management school Kenniscentrum gedissemineerde resultaten van de impactanalyse. Er is besloten om de niet-geëxtrapoleerde erfgoedcijfers niet in deze samenvattende tabel op te nemen.

MAPPING VAN DE CREATIEVE INDUSTRIEËN

ARCHITECTUUR

I. MAPPING VAN DE ARCHITECTUURINDUSTRIE

In de architectuursector is noch de sector zelf, noch het waardenetwerk ingrijpend veranderd sinds de vorige impactstudie. Onderstaande bespreking is dan ook in hoge mate een herneming van de teksten uit Guiette et al. 2011 en Schrauwen et al. (2014). Niettemin zijn voorbeelden, cijfers en beleidsinformatie geactualiseerd.

1. Afbakening van de sector

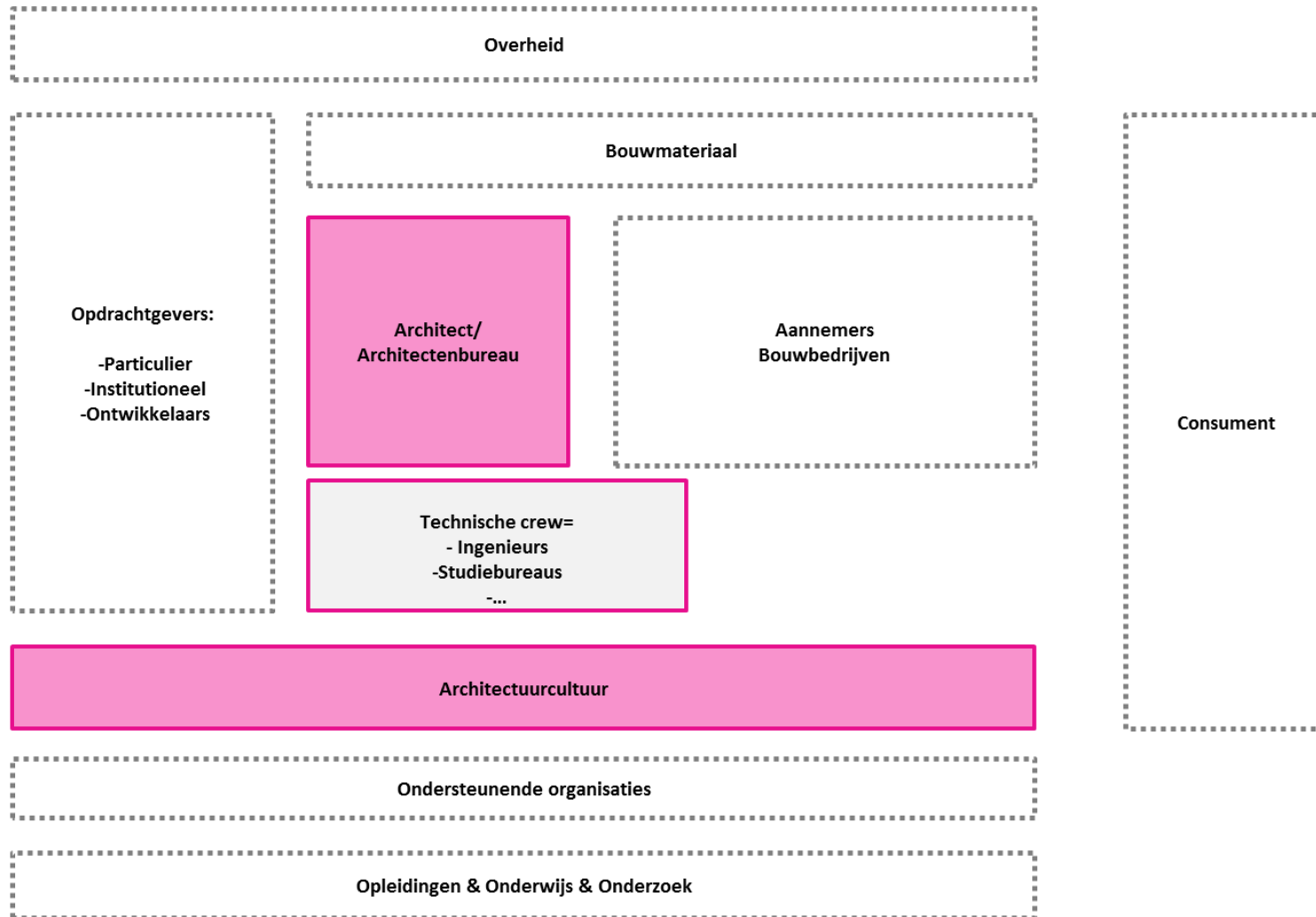
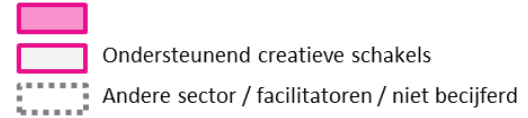
Architectuur is een zichtbaar en vaak spraakmakend onderdeel van de creatieve industrieën. Debatten over hoogbouw en verdichting verhitten vandaag de gemoederen en over de gebouwen in zijn omgeving heeft iedereen wel een mening. Architectuur wordt in de eerste plaats geassocieerd met ontwerpers van gebouwen. Voor deze studie reikt de definitie van het begrip architectuur echter verder dan de gebouwen waarin we wonen en werken. Ook de inrichting van de openbare ruimte, het maken van plannen voor hele gebieden en het uitvoeren van meer theoretische studies zijn onderdeel van de sector.

2. Waardenetwerk

2.1. Schematische voorstelling van het waardenetwerk

Onderstaand schema geeft een overzicht van de belangrijkste taak/taken van elke schakel in het waardenetwerk, waarbij de grootte van de blokjes niet van belang is. De architectuur is echter – net zoals de andere sectoren uit de Creatieve Industrieën – een dynamische sector waar grensvervaging en vervlechting van verschillende functies zeer kenmerkend is. Het is dan ook vanuit dit opzicht dat onderstaand schema geïnterpreteerd moet worden.

Architectuur



2.2. Bespreking van de verschillende actoren

In deze paragraaf worden kort de verschillende actoren in het waardenetwerk van de architectuur beschreven. Het netwerk is onveranderd gebleven ten opzichte van vorige impactstudie, zo wordt ook bevestigd door de sectororganisaties.

Doorgaans is de architect grotendeels afhankelijk van het krijgen van opdrachten. In het begin van het waardenetwerk vinden we dan ook de **opdrachtgevers**. Zij zijn een onmisbare schakel en vormen de aanleiding voor het ontwerp van de architect. In deze studie onderscheiden we twee soorten opdrachtgevers, met name zij die de opdracht geven tot het ontwerp van een gebouw of gebied en zij die opdracht geven tot een theoretische studie. Opdrachtgevers voor het ontwerp van een gebouw of gebied kunnen verder opgedeeld worden in particulieren, institutionele opdrachtgevers en projectontwikkelaars. Particulieren en projectontwikkelaars werken doorgaans via een rechtstreeks contract. Institutionele opdrachtgevers, zoals de Vlaamse overheid, kunnen een wedstrijd uitschrijven, of werken via een openbare aanbesteding of offerteaanvraag. Een tweede categorie opdrachten is die tot theoretische studies. Architecten kunnen hierbij ook zelf initiatief nemen tot het genereren van een vraag of een opdracht. Deze studies kunnen bijvoorbeeld maatschappelijke vraagstukken behandelen, maar ook het uitbouwen van het eigen instrumentarium voor de architect tot doel hebben (Interview Peter Swinnen). Daarnaast kunnen ook overheden en culturele actoren studieopdrachten uitschrijven voor ontwerp onderzoek.

Dé kerncreatieve schakel in het waardenetwerk bestaat uit de **architect** of het **architectenbureau**. We onderscheiden onder andere bouwarchitecten en stedenbouwkundige architecten. In Vlaanderen zijn een groot aantal zelfstandige architecten actief. Ook architectenbureaus bestaan vaak uit een (kleine) groep zelfstandige medewerkers. De architect is de spilfiguur in het bouwproces. Hij levert een meerwaarde als ontwerper, staat de bouwheer technisch en administratief bij als onafhankelijk adviseur en vervult een maatschappelijke rol als verplicht bouwpartner. Het beroep van architect is bovendien beschermd, wat betekent dat het beroep van architect mag uitoefenen tenzij hij of zij voldoet aan een aantal voorwaarden. Deze voorwaarden betreffen onder andere het diploma en een jaarlijkse inschrijving op één van de tabellen van de Orde van Architecten (www.architect.be). De bescherming van het beroep betekent ook dat de architect onderworpen is aan een aantal plichten, waaronder de werfcontrole.

Het zou te eng zijn om de creatieve schakel in de architectuurindustrie te laten samenvallen met de zelfstandige architect. Onder andere ook ambtenaar-architecten, onderzoekers en experts bij ondernemingen kunnen tot de kern-creatieven worden gerekend.

De **technische crew** ondersteunt de architect bij het ontwerp. Deze 'crew' bestaat uit verschillende specialisten, afhankelijk van het project. De belangrijkste spelers zijn ingenieurs (technieken, stabiliteit, akoestiek), EPB-verslaggevers en/of adviseurs en landmeters. Deze specialisten kunnen als zelfstandige opereren, of ingebed zijn in de structuur van een studie bureau. De technische crew kan tevens een **creatieve partner** zijn voor de architect. Zij werken vanuit hun expertise mee aan het totaalproject en kunnen de architect creatieve oplossingen of veranderingen aan het

ontwerp aanreiken.

Voor de eigenlijke **productie** van het ontwerp, het bouwproces zelf, werkt de architect samen met één algemene **aannemer** of met meerdere aannemers (gesplitste loten). De architect blijft verantwoordelijk voor de controle op de uitvoering van de bouwwerken. Hij of zij is gedurende 10 jaar aansprakelijk voor ernstige gebreken die de stevigheid van het gebouw aantasten.

De **consument** ten slotte is de eindgebruiker en/of eigenaar van het gebouw of de persoon die baat heeft bij de studie die verricht werd. De consument kan dezelfde persoon zijn als de opdrachtgever.

Onder **architectuurcultuur** vallen organisaties die zich bezighouden het intellectuele en culturele draagvlak van architectuur. Zij organiseren en coördineren geen activiteiten en projecten die concreet met bouwen gepaard gaan. Maar ze stellen het denken over en de promotie van architectuur centraal. Ze focussen op debatten, ontwerpend onderzoek, architectuurkritiek, historisch architecturaal onderzoek en analyses van de ruimtelijke omgeving. De architectuurcultuur wint steeds meer aan belang en is tevens opgenomen in het kunstendecreet waardoor een aantal projecten/organisaties subsidies kunnen genieten.

Binnen de architectuur is de **overheid** alomtegenwoordig. Enerzijds is ze rechtstreekse partner bij verschillende bouwprojecten, anderzijds heeft ze grote zeggingskracht in de vorm van een uitgebreide regelgeving voor architecten en het bouwproces. Daarnaast is de overheid ook aanstuurder van nieuwe bouwprocessen zoals 'Publiek-Private Samenwerkingen' (PPS), waaronder 'Design Build Maintenance en Finance'-opdrachten (DBFM). In deze nieuwe bouwprocessen ligt de meerwaarde van de architect op zowel esthetisch, functioneel als budgettair vlak, net als bij particuliere projecten. Maar de exacte positie van deze (verplicht onafhankelijke) architect ten opzichte van de andere bouwpartners is in dergelijke constructies nog onduidelijk.

De architectuurindustrie wordt verder gekenmerkt door volgende ondersteunende organisaties:

De **Orde van Architecten**, opgericht in 1963, is de wettelijke instantie die bevoegd is voor het opstellen en doen naleven van de deontologie, voor het toezicht op de toegang tot het beroep van architect in België en de controle van de verplichte stage. Elke persoon die in België het beroep van architect wil uitoefenen moet ingeschreven zijn bij de Orde (www.architect.be).

NAV, de Vlaamse Architectenorganisatie, is de grootste beroepsfederatie van architecten in Vlaanderen. De organisatie maakt tevens deel uit van Unizo en de Federatie voor Vrije Beroepen. Aangesloten architecten krijgen toegang tot een uitgebreide dienstverlening: een helpdesk, overleg, marktonderzoek, een breed scala aan vorming en netwerking, een kennisdatabank en het uitsturen van persberichten. Bovendien staat het NAV in voor de promotie van de architect bij het bredere publiek

(www.nav.be).

De Beroepsvereniging voor Architecten (**BVA**) is een politiek neutrale vereniging met als doel de architecten te stimuleren en te ondersteunen bij hun professionele activiteiten met het oog op een kwalitatieve en competitieve dienstverlening in een regionale, nationale en internationale context. Daarnaast treedt de BVA op als belangenverdediger van de architecten, biedt ze een doorgedreven informatieve dienstverlening aan en voorziet ze in een systeem van netwerking met verscheidene organisaties en verenigingen (<https://bvarchitecten.be/>).

Het Vlaams Architectuurinstituut (**VAl**) is het steunpunt voor eigentijdse architectuur en richt zich zowel tot professionelen, onderzoekers, media en overheden, als tot een breder publiek. Het VAl wil 1) een gesprek op gang brengen tussen geïnteresseerden, opdrachtgevers, gebruikers en architecten; 2) de kennis over architectuur in Vlaanderen vergroten; 3) de krachten bundelen voor meer kwalitatieve architectuur; en 4) de internationale uitstraling en bekendheid van architectuur uit Vlaanderen vergroten (www.vai.be).

Het **Team Vlaams Bouwmeester** heeft als doel vanuit een langetermijnvisie, in goed overleg met de verschillende administraties en met de extern betrokken partijen, bij te dragen tot de beleidsvoorbereiding en de beleidsuitvoering van het architecturaal beleid van de Vlaamse Gemeenschap, teneinde een architecturaal kwalitatieve leefomgeving in Vlaanderen te helpen creëren. Hiertoe geeft de Vlaams Bouwmeester een niet bindend advies betreffende vastgoed van de Vlaamse Gemeenschap, alle bouwprojecten groter dan 10.000m² die geheel of gedeeltelijk gesubsidieerd worden en bouwprojecten van lokale besturen die op vrijwillige basis de Bouwmeester contacteren. Gekende instrumenten die de Bouwmeester hiervoor aanwendt zijn onder andere de Open Oproepen, de Prijs Bouwheer en de Meesterproef (www.vlaamsbouwmeester.be).

2.3. De rol van de actoren in de schakels van het waardenetwerk

	Creatie	Productie	Consumptie
Opdrachtgever			
Architect/ architectenbureau			
Technische crew			
Aannemer			
Architectuurcultuur			
Consument			

De verschillende actoren in de architectuur spelen volgende rol in de waardeketen:

- Meestal is de architect voor de creatie afhankelijk van een opdrachtgever, die mogelijk ook een creatieve inbreng levert. De opdrachtgever vervult in dit geval de rol van gatekeeper. Daarnaast kan een architect ook zelf een idee ontwikkelen. Dan is zijn/haar eigen creatieve inbreng essentieel en vervult de architect zelf de rol van gatekeeper.

- Naast het ontwerp heeft de architect nog andere rollen in de waardeketen. Zo kan de architect de leiding voeren en het toezicht hebben over een bouwproject en daarmee een groter aandeel hebben in de toegevoegde waarde van het project. De architect is tevens 10 jaar aansprakelijk voor zijn/haar ontwerp voor ernstige gebreken die de stevigheid van het gebouw aantasten.
- In financiële termen is de rol van de architect eerder beperkt. Het honorarium is slechts een kleine post op de begroting van een bouwproject (Senternovum, 2009).
- De technische crew zorgt voor ondersteuning tijdens het ontwerpproces. Zij bezitten de expertise waarmee de architect verder aan de slag kan. Deze expertise draagt ook bij aan de creatie van het ontwerp.
- Voor het bouwproces zelf wordt beroep gedaan op één of meerdere aannemers.
- De consument is eindgebruiker en/of eigenaar van het gebouw of de studie. In vele gevallen is de consument tevens de opdrachtgever.
- De architectuurcultuur staat los van het bouwen zelf. Deze schakel heeft de architectuur als onderwerp van studie en bij het initiëren van projecten.

De kerncreatieve schakel binnen de architectuur bestaat uit de architecten en architectenbureaus. De architect staat zelf in voor de creatie of het ontwerp van een gebouw. Uiteraard is de context van het gebouw, met name de ruimtelijke omgeving, de gebruiker, de functie, ... zeer belangrijk en bepaalt deze in grote mate het ontwerp. In een aantal gevallen kan de architect volledig zelf een idee ontwikkelen en is zijn/haar persoonlijke creatieve inbreng essentieel. Hij of zij zal dan zelf investeren in de realisatie van het product of op zoek gaan naar klanten of investeerders.

Ook de architectuurcultuur is een kerncreatieve schakel. Deze schakel neemt de architectuur in brede zin als onderwerp bij het uitvoeren van onderzoek, promotie, opzetten van tentoonstelling en projecten, enz.

Bij het ontwerp van een project of gebouw is de **ondersteunende creatieve schakel**, de technische crew, uitermate belangrijk. Zij bezitten de expertise op gebied van meer technische aspecten en zijn ook niet weg te denken uit het creatieve proces. Het samenwerkingsverband met de architect is vaak een wederkerige relatie waarin beide partners samen bouwen aan een ontwerp.

II. BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACT VAN DE ARCHITECTUUR

In dit tweede deel wordt gekeken naar de voetafdruk van architectuur in Vlaanderen op de economie. Hierbij wordt eerst gekeken naar een becijfering van de bedrijfseconomische impact van de sector aan de hand van een aantal macro-economische indicatoren. Concreet betekent dit dat voor elke geïdentificeerde schakel in de waardeketen, het aantal zelfstandigen, het aantal werkgevers, het aantal werknemers, de totale omzet en de totale toegevoegde waarde berekend wordt.

De diversiteit van de sector, evenals de onaangepaste financiële statistieken, hebben deze opdracht zodanig bemoeilijkt dat het een haast onmogelijke taak is om eenduidige cijfers te kunnen poneren. Vandaar dat systematisch verschillende bronnen met elkaar vergeleken worden om te komen tot een zo realistisch mogelijke weergave van de situatie inzake tewerkstelling, omzet en toegevoegde waarde.

In de volgende paragrafen wordt per schakel de top-down en bottom-up benadering toegelicht. De resultaten van de gecorrigeerde cijfers zijn opgenomen in onderstaande tabel. De bottom-up cijfers worden beschouwd als een ondergrens, de top-down cijfers als een bovengrens.

We verwijzen nog naar het hoofdstuk methodologie voor een correcte interpretatie van deze cijfers. Voor het berekenen van de totaalcijfers per sector beschikken we echter niet voor iedere schakel van de waardeketen over een top-down en bottom-up cijferreeks. Indien voor één schakel een bepaalde reeks ontbreekt, wordt de beschikbare cijferreeks overgenomen voor de berekening van het totaal teneinde een representatieve range te kunnen construeren. Concreet:

- Het top-down totaal omvat de top-down cijfers van de schakels waarvoor er een top-down benadering beschikbaar is. Indien géén top-down benadering beschikbaar is, worden de bottom-up cijfers gebruikt.
- Het bottom-up totaal omvat de bottom-up cijfers van de schakels waarvoor er een bottom-up benadering beschikbaar is. Indien géén bottom-up benadering beschikbaar is, worden de top-down cijfers gebruikt.

Kerncijfers Architectuur sector in Vlaanderen, 2013:

Variabele	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	13.271	10.106
Werkgevers (aantal)	1.837	912
Werknemers (aantal VTE)	14.584	5.307
Omzet (€) *	5.089.401.143	1.670.314.293
Toegevoegde waarde (€)	2.021.934.000	762.536.717

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Architectuur	Benadering	Zelfstandigen (# personen)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toegevoegde waarde (€)
Architecten & architectenbureaus	Top-down	8.760	657	1.619	987.123.435	421.834.227
	Bottom-up					
Technische crew	Top-down	4.511	1.145	12.965	4.102.277.709	1.599.098.393
	Bottom-up	1.346	220	3.688	683.190.858	339.701.110
Architectuurcultuur	Top-down					
	Bottom-up	-	35	-	-	1.001.380
TOTAAL	Top-down	13.271	1.837	14.584	5.089.401.143	2.021.934.000
	Bottom-up	10.106	912	5.307	1.670.314.293	762.536.717

Indien we een opsplitsing maken naar kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels van het waardenetwerk, krijgen we volgende onderverdeling:

Kerncreatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	8.760	8.760
Werkgevers (aantal)	692	692
Werknemers (aantal VTE)	1.619	1.619
Omzet (€) *	987.123.435	987.123.435
Toegevoegde waarde (€)	422.835.607	422.835.607
Ondersteunend creatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	4.511	1.346
Werkgevers (aantal)	1.145	220
Werknemers (aantal VTE)	12.965	3.688
Omzet (€) *	4.102.277.709	683.190.858
Toegevoegde waarde (€)	1.599.098.393	339.701.110

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Volgende actoren zijn evenwel **niet** vervat in deze cijfers:

- De bouwsector, namelijk aannemers en leveranciers van bouw materiaal
- De ambtenaren die werk verrichten voor de architectuur en niet ingeschreven zijn als architect
- De tewerkstelling in de ondersteunende organisaties, evenals de tewerkstelling in het onderwijs

Vergelijking cijfers impactmeting referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010

Variabele	Top-down 2013	Top-down 2010	Bottom-up 2013	Bottom-up 2010
Zelfstandigen (#)	13.271	14.153	10.106	10.450
Werkgevers (#)	1.837	1826	912	895
Werknemers (VTE)	14.584	14.075	5.307	5.916
Omzet (€) *	5.089.401.143	4.659.435.031	1.670.314.293	1.516.842.856
Toegevoegde waarde (€)	2.021.934.000	1.873.916.539	762.536.717	665.906.084

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

VERSCHIL 2013 / 2010	Top-down groei (#)	Top-down groei in %	Bottom-up groei (#)	Bottom-up groei in %
Zelfstandigen (#)	-882	-6%	-344	-3%
Werkgevers (#)	11	1%	17	2%
Werknemers (VTE)	509	4%	-609	-10%
Omzet (€) *	429.966.112	9%	153.471.437	10%
Toegevoegde waarde (€)	148.017.461	8%	96.630.633	15%

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Op basis van de inzichten van de onderzoekers wordt in deze sector voor de schakel "Architecten & architectenbureaus" de top-downcijfers, en voor de overige twee schakels de bottom-up cijferverzameling als meest betrouwbaar beschouwd.

Aangezien de optelling van de omzet louter indicatief is, en daardoor geen bedrijfseconomische betekenis heeft, worden de volgende kerncijfers als eindcijfers voor de totale Architectuur sector gezien:

Eindcijfers Architectuur sector referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010

Referentiejaar	Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Toeg. Waarde (€)
2013	10.106	912	5.307	762.536.717
2010	10.450	895	5.916	665.953.220

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Het globale beeld van de vergelijking tussen de cijfers uit 2010 en 2013 is wisselend. Er is een lichte daling merkbaar in het aantal zelfstandigen, waarbij in vergelijking met de vorige impactmeting 344 minder zelfstandigen in de sector geteld kunnen worden (-3%). Het aantal werkgevers maakt echter een lichte stijging door (+2%). Ondanks de stijging in het aantal werkgevers, kent het aantal werknemers echter een behoorlijke daling van zo'n 10%, wat veroorzaakt wordt door een daling in de gevonden werknemers in de schakel van technische crew. De uiteindelijke toegevoegde waarde maakt desondanks een forse stijging door van zo'n € 95 miljoen (+15%). Deze stijging is voortkomend uit een stijging in toegevoegde waarde van zowel de schakel architecten (top-down), als de schakel technische crew (bottom-up).

In wat volgt geven we een overzicht van zowel de basis- als gecorrigeerde cijfers volgens de top-down en bottom-up benadering voor volgende schakels van het waardenetwerk:

- Architecten & Architectenbureaus
- Technische Crew
- Architectuurcultuur

1. Architecten & architectenbureaus

Top-down benadering:

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur worden de architecten en architectenbureaus omvat in verschillende codes:

- 71.111: Bouwarchitecten
- 71.113: Stedenbouwkundige, tuin- en landschapsarchitecten

De 2 codes leveren volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
5.853	3.564	2.347	195.237.078	301.126.853

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle

bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	658
Omzet	203
Toegevoegde waarde	2.964

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	657
Werknemers	1.619

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Omzet per werknemer - ondernemingen	€ 229.957
Toegevoegde waarde per werknemer – ondernemingen	€ 66.068

Bron: AMS-FDC Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Omzet zelfstandigen	€ 61.124
Toegevoegde waarde zelfstandigen	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
8.760	657	1.619	987.123.435	421.834.227

Bron: Bel-First, RSZ

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de schakel van de architecten & architectenbureaus merken we top-down een lichte daling in met name het aantal zelfstandigen (-5%). Bel-First rapporteert hierdoor in totaal ook 4% minder entiteiten: van 9.842 naar 9.417. RSZ rapporteert echter voor deze NACE-codes 4% meer werkgevers en 11% meer werknemers (respectievelijk van 631 naar 657 werkgevers en van 1.455 naar 1.619 werknemers). In lijn met de

cijfers voor werkgevers en werknemers zijn ook de omzet en toegevoegde waarde gestegen. Voor de gecorrigeerde omzet tekenen we een stijging op van 7%. De toegevoegde waarde maakt een soortgelijke stijging door van € 398 miljoen naar € 421 miljoen, goed voor zo'n 6%.

Bottom-up benadering:

De Orde van Architecten geeft aan dat er 7.714 (bouw)architecten werkzaam zijn in Vlaanderen (Toestand op: 9 januari 2014). Wat de landschaps-, stedenbouwkundige en tuinarchitecten betreft, beschikken we niet over precieze bottom-up gegevens. Aangezien het beroep van architect een beschermd beroep is, wordt er voor deze studie vanuit gegaan dat de top-down benadering voldoende betrouwbaar is.

2. Technische crew

Voor de technische crew in de architectuurindustrie worden volgende functies meegenomen in de analyse:

- Ingenieurs (technieken, stabiliteit, akoestiek)
- Landmeters
- EPB-verslaggevers

De interieurarchitecten kunnen zoals eerder beschreven ook gerekend worden tot deze categorie. Zij hebben echter een prominente rol in de analyse van de designindustrie en worden in dit hoofdstuk niet meegenomen.

Top-down benadering:

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur wordt de technische crew omvat in verschillende codes:

- 71.121: Ingenieurs en aanverwante technische adviseurs, exclusief landmeters
- 71.122: Landmeters

De 2 codes leveren volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1.788	3.868	19.837	4.229.417.832	1.984.502.183

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle 3.868 bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	1.153
Omzet	456
Toegevoegde waarde	3.040

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	1.145
Werknemers	12.965

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Omzet per werknemer - ondernemingen	€ 229.957
Toegevoegde waarde per werknemer – ondernemingen	€ 66.068

Bron: AMS-FDC Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Omzet zelfstandigen	€ 61.124
Toegevoegde waarde zelfstandigen	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
4.511	1.145	12.965	4.102.277.709	1.599.098.393

Bron: Bel-First, RSZ

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de schakel van de technische crew merken we top-down een daling van 8% van het aantal entiteiten in vergelijking met 2010. Deze daling zet zich vooral voort bij het aantal zelfstandigen (-9%) maar ook in het aantal werkgevers (van 1.188 naar 1.145 bedrijven, -4%). De RSZ rapporteert voor deze NACE-codes wel een stijging in het aantal werknemers. Van 12.620 werknemers in 2010 naar 12.965 in 2013 (3%). Voor de gecorrigeerde cijfers zien we een flinke omzetstijging van 369 miljoen (+10%) en een stijging van toegevoegde waarde van zo'n € 123 miljoen in 2010 (+8%).

Bottom-up benadering:

Met uitzondering van de NACE-BEL nomenclatuur, hebben we geen beroepsorganisatie of overkoepelende organisatie gevonden die data verzamelt over

de technische crew in de architectuurindustrie.

Opzoekingswerk in de Gouden Gids leverde volgende categorieën op die in deze analyse opgenomen kunnen worden:

- Ingenieurs – raadgevers
- Landmeters – experts
- Akoestiek – adviesbureaus
- Studiebureaus – burgerlijke bouwkunde⁴

Deze verschillende categorieën leveren volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1.346	220	3.688	370.605.781	313.257.394

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	220
Omzet	52
Toegevoegde waarde	555

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Omzet per werknemer - ondernemingen	€ 229.957
Toegevoegde waarde per werknemer – ondernemingen	€ 66.068

Bron: AMS-FDC Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Omzet zelfstandigen	€ 61.124
Toegevoegde waarde zelfstandigen	€ 26.156

⁴ Voor de vorige impactstudie werd voor de categorie landmeters gebruik gemaakt van de top-downcijfers. Omdat bedrijven door een Europese wetwijziging nu meerdere primaire codes kunnen opgeven, is de groep landmeters in Bel-First veel groter geworden dan in 2011. Waar bij de vorige studie het aantal landmeters in Bel-First nog relatief gelijk liep met het aantal landmeters in Gouden Gids, werden nu ongeveer 500 entiteiten meer gerapporteerd in Bel-First. Daarom hebben we ervoor gekozen de bottom-up benadering volledig te baseren op Gouden Gids

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1.346	220	3.688	683.190.858	339.701.110

Bron: Bel-First, RSZ

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met de impactmeting over het referentiejaar 2010 is het aantal entiteiten gevonden in de bottom-up benadering met 5% toegenomen. Deze stijging is vooral toe te wijzen aan een stijging in het aantal zelfstandigen (9%). Echter, het aantal werkgevers en werknemers kenden een daling, met respectievelijk -14% en -17%. De netto toegevoegde waarde kende ondanks deze daling in werkgevers echter toch een stijging, waarbij in vergelijking met de vorige impactmeting ruim € 71 miljoen meer netto toegevoegde waarde werd teruggevonden (+27%).

3. Architectuurcultuur

Top-down benadering:

Voor organisaties en projecten binnen de architectuurcultuur bestaat geen afzonderlijke NACE-BEL code.

Bottom-up benadering:

Om een inschatting te maken van het aantal organisaties en projecten binnen de architectuurcultuur maken we gebruik van de subsidieoverzichten van het Agentschap Kunsten & Erfgoed, periode 2013.

In deze overzichten zijn de volgende typen subsidies teruggevonden:

Type	Aantal uitgereikt
Internationale projecten 2013	4
Internationale werkverblijven 2013	1
Kunstendecreet subsidies 1e ronde 2013	4
Kunstendecreet subsidies 2e ronde 2013	3
Ontwikkelingsgerichte beurzen	9
Projectsubsidies aan kunstenaars	4
Werkingssubsidie 2013/14 - 2016	10
Totaal	35

De begunstigde entiteiten zijn allen als werkgevers beschouwd. Per uitgereikte subsidie is vervolgens het subsidiebedrag opgezocht, dat in deze analyse wordt gebruikt als de toegevoegde waarde. Hierop volgde geen correctie.

Dit levert de volgende eindcijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
0	35	0	0	1.001.380

Bron: Agentschap Kunsten & Erfgoed

AUDIOVISUELE SECTOR

I. MAPPING VAN DE AUDIOVISUELE SECTOR

In de audiovisuele sector is noch de sector zelf, noch het waardenetwerk ingrijpend veranderd sinds de vorige impactstudie. Onderstaande bespreking is dan ook in hoge mate een herneming van de tekst uit Guiette et al. (2011) en Schrauwen et al. (2014). Niettemin zijn voorbeelden, cijfers en beleidsinformatie geactualiseerd.

1. Afbakening van de sector

De audiovisuele mediasector in Vlaanderen is momenteel veelbesproken. Zo moet de Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie (VRT) van de Vlaamse overheid gaan besparingen. Vanaf volgend jaar zal men jaarlijks € 26 miljoen minder budget krijgen, oplopend tot € 39 miljoen tegen 2019 (ter vergelijking, de dotatie in 2013 was € 294 miljoen). Van de besparing in 2015 gaat € 17 miljoen af van het aanbod, en € 8,5 miljoen af van de organisatie (marketingkosten, efficiëntie, arbeidsvoorwaarden en beloning, wagenpark en telecom, en investeringen). Ook schrapt men 128,5 voltijdse banen, echter worden er ook 39 nieuwe personeelsleden aangenomen in het kader van de verdere digitalisering van de omroep (balans is min 89,5 VTE). In de verdere digitalisering wordt op zijn beurt weer € 8 miljoen geïnvesteerd.

Ook buiten de publieke omroep is er sprake van veel bewegingen. Mede ten gevolge van de (publieke en commerciële) zenders die minder (reclame-)inkomsten hebben, kijkers die lineaire televisie steeds meer links laten liggen en de aanslepende economische crisis, is het ook voor de productiesector een moeilijke periode (Dumon & Debackere, 2014). Daarnaast is ook de internationale markt volop in beweging, waarbij – ondersteund door toenemende technologische mogelijkheden – steeds meer internationale nieuwe spelers zich in de Vlaamse markt begeven. Deze spelers, zoals bijvoorbeeld Netflix en (het illegale) Popcorn Time zorgen voor alternatieve mogelijkheden om content via online kanalen te bekijken, groeien in populariteit en zorgen voor opschudding in het voorheen vooral Vlaams gekleurde landschap.

In het kader van dit onderzoek bevat de audiovisuele sector twee grote segmenten: film enerzijds en radio en televisie anderzijds. Hoewel deze twee segmenten niet volledig van elkaar gescheiden kunnen worden en er een grote overlap bestaat tussen de twee waardenetwerken, worden beide segmenten afzonderlijk behandeld. In het segment radio en televisie zijn veelal dezelfde spelers actief en vertonen de waardeketens een aantal gelijkenissen, maar ook enkele wezenlijke verschillen. In de waardeketen van het segment film daarentegen zijn zowel de betrokken actoren als de dynamieken volledig verschillend. Na de schematische weergave van de twee waardenetwerken, worden de verschillende actoren bondig besproken om vervolgens stil te staan bij de rol van iedere actor in de creatie van audiovisuele producties, de dynamiek en bedrijfseconomische kenmerken van het waardenetwerk, evenals de sterkten, zwakten, opportuniteiten en bedreigingen.

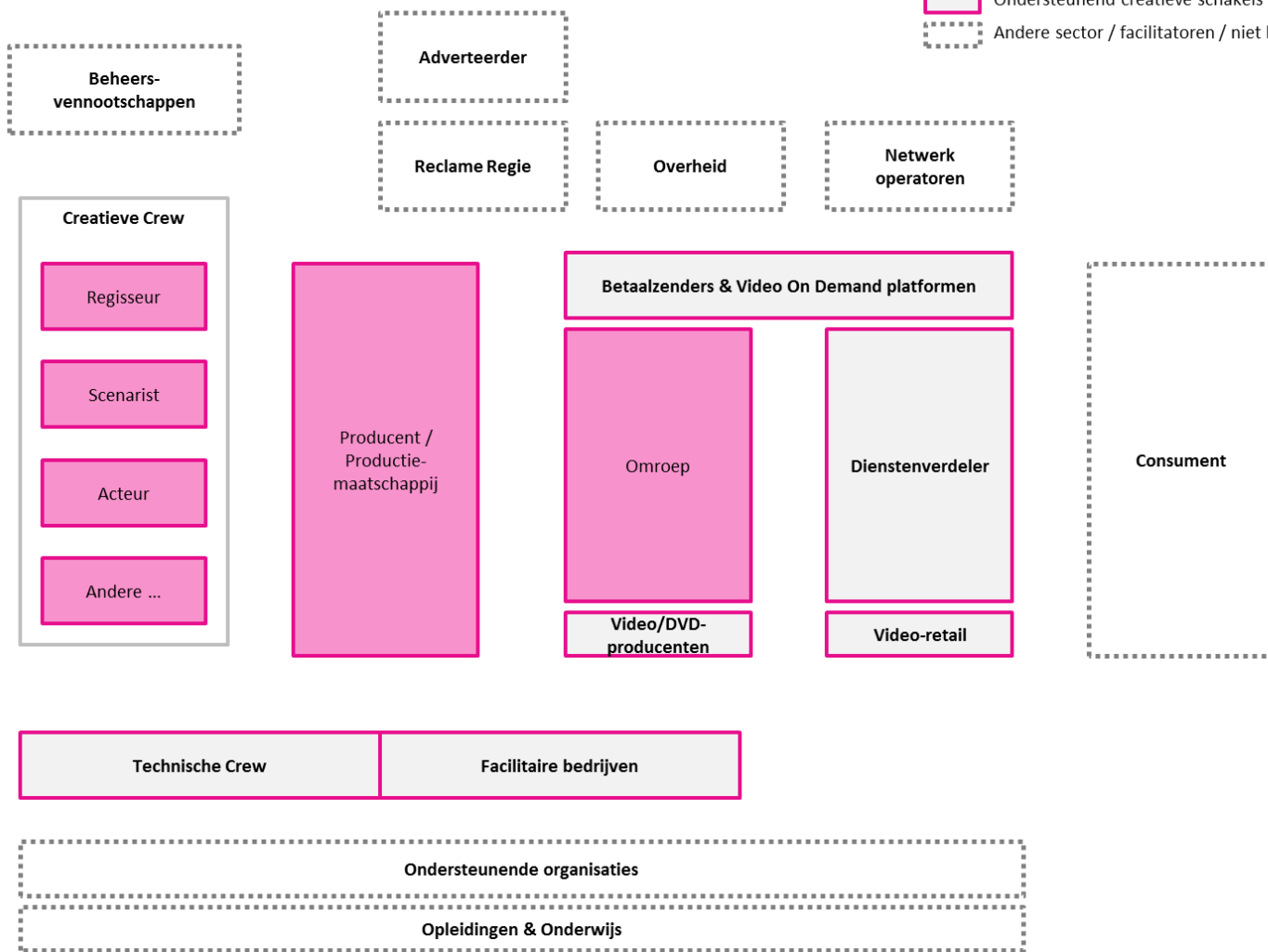
2. Waardenetwerk

2.1. Schematische voorstelling van het waardenetwerk




Onderstaande waardenetwerken geven op schematische wijze de verschillende actoren weer in het radio- en televisielandschap enerzijds en het filmlandschap anderzijds. De waardenetwerken maken abstractie van verschillende genres of soorten producties door te focussen op de belangrijkste actoren. De waardenetwerken dienen ook geïnterpreteerd te worden als een onderdeel van een industrie met onderling afhankelijke sectoren. Niet alleen in het domein van de media, maar ook in de ruime samenleving, waarbij tal van interacties en convergentiebewegingen bestaan met andere industrieën. In dit waardenetwerk worden de belangrijkste economische actoren en hun rol in de creatie en vermarkting van economische en maatschappelijke waarde geschetst.

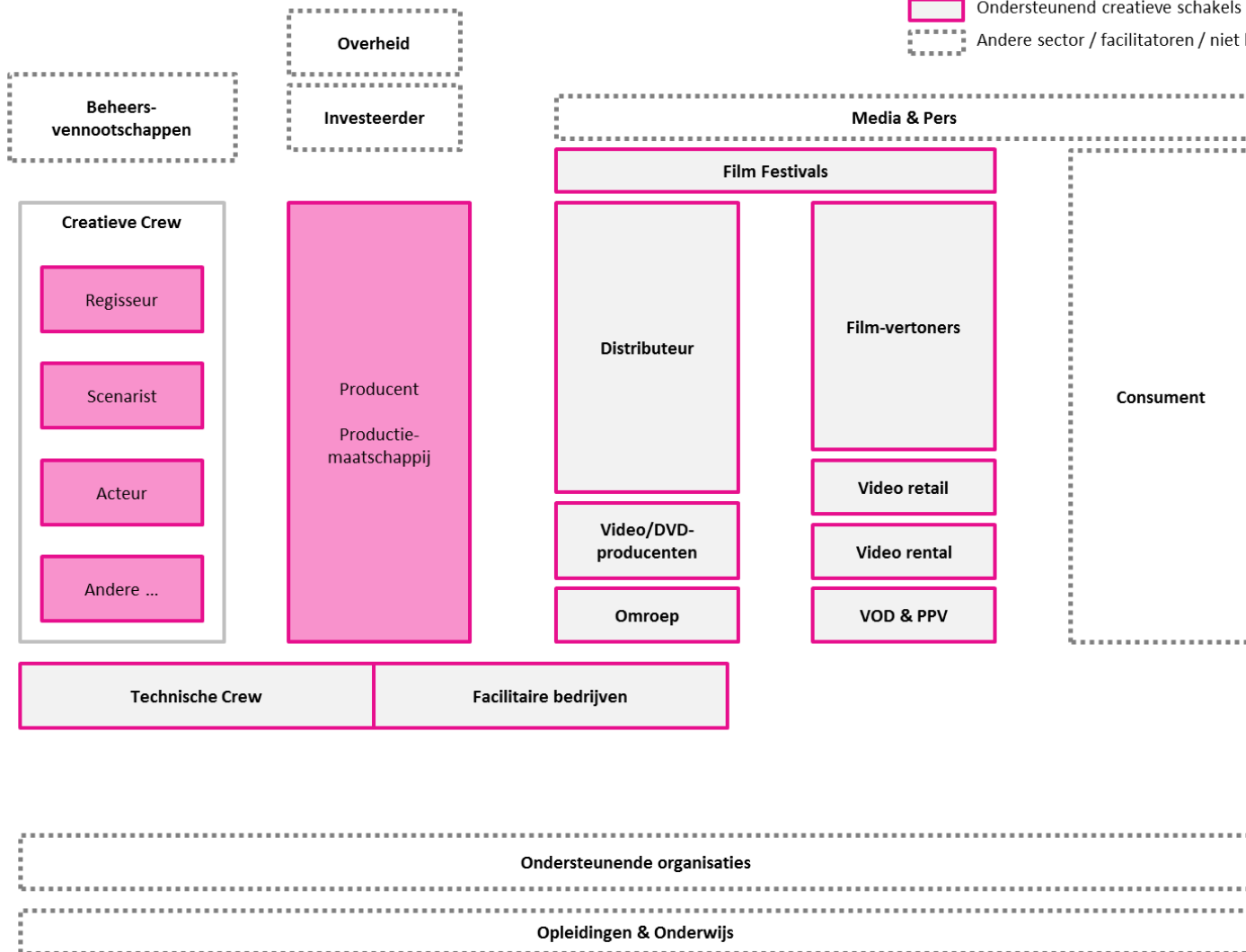
Televisie & Radio

- Kerncreatieve schakels
- Ondersteunend creatieve schakels
- Andere sector / facilitatoren / niet becijferd



Film

-  Kerncreatieve schakels
-  Ondersteunend creatieve schakels
-  Andere sector / facilitatoren / niet becijferd



2.2. Bespreking van de verschillende actoren

2.2.1. Radio & Televisie

In deze paragraaf worden de actoren in het waardenetwerk van televisie en radio en hun rol in het proces van waardecreatie bondig toegelicht.

Televisie

Het waardenetwerk voor televisieproducties bestaat uit de creatieve crew, de producent of productiemaatschappij, de technische crew of facilitaire bedrijven, de omroep, de dienstenverdelers, de video- of dvd-producenten, de detailhandel, en de consument. Daarnaast wordt de sector ondersteund door enkele randorganisaties.

De creatie van audiovisuele producties kan op verschillende wijzen ontstaan door de interactie tussen productiemaatschappijen, omroepen en eventuele andere partners. De interactie tussen deze actoren vormt, samen met het werk van de creatieve crew, de creatieve spil. We onderscheiden verschillende processen van creatie:

- *Ontwikkeling door de omroep:* Een omroep heeft een idee of concept uitgewerkt voor de ontwikkeling van een programma en geeft de opdracht aan een productiemaatschappij om deze productie uit te werken. Hierbij is de omroep opdrachtgever en treedt een productiemaatschappij op als uitvoerend producent.
- *Uitwerking door de productiemaatschappij:* Een omroep wenst een bepaald concept uit te werken, i.e. identificeert een bepaalde behoefte of opportuniteit in de markt, en vraagt aan een productiemaatschappij het concept uit te werken en een productie of programma vorm te geven op basis van een aantal criteria. Hierbij is de productiemaatschappij de creator van het programma. De productiehuisen zullen enkel ontwerpen voorbereiden voor de omroep waarop deze het concept selecteert dat het beste aansluit bij de invulling van de vooropgestelde criteria.
- *Creatie door de productiemaatschappij:* Omgekeerd, kan een productiemaatschappij of een individuele producer een idee hebben voor een productie en dit gezamenlijk met een omroep verder uitwerken. Hierbij neemt de productiemaatschappij het initiatief.
- *Intern beheer binnen de omroep:* Omroepen ontwikkelen en produceren programma's in eigen beheer. Het volledige proces van conceptfase tot realisatie gebeurt integraal binnen de omroep. Dit model wordt voornamelijk gehanteerd voor de kernopdrachten van omroepen, waartoe nieuws en sport behoren, en in grote mate ook voor cultuur en educatie. Ook andere genres en domeinen kunnen binnen de omroep gerealiseerd worden.
- *Aankopen van buitenlandse producties:* Niet alle programma's die op de Vlaamse tv te zien zijn worden ontwikkeld door Vlaamse omroepen en productiemaatschappijen. Er worden ook buitenlandse audiovisuele producties aangekocht. In dit geval is er geen sprake van een Vlaamse Creatieschakel

De creatie van audiovisuele werken kan betrekking hebben op programma's die tot

verschillende genres behoren (fictie, non-fictie, soaps, entertainment, etc...) of op “formats” die als basis dienen voor de verdere ontwikkeling van programma’s. Een “format” is een concept van vaste terugkerende elementen die gebruikt worden om een reeks televisieprogramma’s vorm te geven met verschillende invullingen (Buelens & Van De Woestyne, 2006, p.17). De ontwikkeling van formats is een lucratieve activiteit gezien de mogelijkheden tot een uitgebreide exploitatie.

Productiemaatschappijen en omroepen spelen een belangrijke rol in de opbouw van “creatief kapitaal” in de audiovisuele sector door te investeren in audiovisueel R&D, het ontwikkelen van nieuwe formats en productieconcepten, het genereren van nieuwe ideeën voor producties, etc. Bovendien dragen de productiemaatschappijen een reeks verantwoordelijkheden van zowel financieel/budgettaire als artistiek/productionele aard, die een belangrijke risicofactor vormen in het ontwikkelingsproces van audiovisuele producties.

Het samenspel tussen media (omroep) en productie (zowel door interne producties als door externe productiemaatschappijen) vormt dus de spil in het creatieproces van audiovisuele werken. Om deze creaties inhoudelijk en vormelijk uit te werken, wordt beroep gedaan op een creatieve en technische crew.

Onder **creatieve crew** verstaan we de creatieve en artistieke functies die de audiovisuele werken vormgeven: regisseurs, scenaristen, acteurs en actrices, directors of photography, presentatoren, etc. De creatieve crew kan in dienst werken van een omroep of productiemaatschappij, maar omvat ook een groot netwerk van zelfstandigen en freelancers die worden ingehuurd voor de realisatie van een productie.

De **technische crew** of **facilitaire bedrijven** staan in voor de technische ondersteuning van audiovisuele producties. Facilitaire bedrijven en technici beschikken voor de technische en technologische knowhow en infrastructuur om producties te realiseren. De technische crew bestaat uit een amalgaam van functies: cameramannen, monteurs, geluidstechnici, operatoren, etc. Ook deze beroepen vertegenwoordigen een essentieel deel van de creatie- en productieschakel in de waardeketen.

Omroepbedrijven programmeren, produceren intern, bestellen producties bij Vlaamse productiemaatschappijen en kopen buitenlandse producties aan. Nieuws en duiding, maar ook andere genres zoals sport, cultuur, kennis en entertainment worden vaak intern geproduceerd. Omroepbedrijven zijn dus niet alleen de “distributeurs” van content naar de eindgebruiker (kijker), maar eveneens creator en opdrachtgever. Vlaanderen kent een openbare omroep (VRT), commerciële omroepbedrijven (o.a. Mediaaan, De Vijver Media en SBS Belgium) en regionale omroepen. De omroepbedrijven beheren verschillende kanalen (frequenties) waarop hun zenders bekeken kunnen worden. Naast zenders aangeboden door de “traditionele” generieke omroepen, zijn er een groeiend aantal netten die digitaal worden uitgezonden en beheerd worden door zowel nationale als internationale mediabedrijven. Ook dienstenverleners als Telenet en Belgacom bieden eigen (sport)zenders met eigen content aan. Omroepbedrijven zijn naast hun traditionele omroepfunctie eveneens

actief in de nieuwe mediasector door het aanbieden van digitale televisie, video-on-demand en andere pay-per-view faciliteiten (bv. iWatch, Net gemist, Ooit gemist). Recent is daarnaast het concept 'geconnecteerde tv', waar traditionele omroepdiensten door middel van een breedband internetverbinding uitgebreid worden met interactieve opties en de mogelijkheid om de content te bekijken op meerdere apparaten. Bekende voorbeelden van zulke geconnecteerde-tv-toepassingen zijn Yelo (Telenet) en Stievie (Belgacom).

In Vlaanderen wordt de openbare omroep gefinancierd aan de hand van een gemengd model waarbij 62% van de middelen ter beschikking wordt gesteld door de Overheid en de overige 38% door de omroep zelf uit de private markt wordt gehaald (door o.a. televisiesponsoring, radioreclame en -sponsoring, line extensions, etc...). Herhaalde herstructureringen hebben ervoor gezorgd dat de openbare omroep een sterke speler is geworden op de Vlaamse markt met een breed bereik en hoge kijkcijfers.

Commerciële omroepbedrijven zijn volledig private ondernemingen die geleid worden vanuit grote mediaconcerns. Hun inkomsten zijn afkomstig van adverteerders die via reclameregies investeren in reclame op de commerciële omroepen. Naast landelijke omroepen zijn er ook regionale omroepen die zich richten op regionale nieuws- en informatieverstrekking, evenals digitale themazenders die elk op een specifiek doelpubliek focussen.

Traditioneel werden televisiesignalen via kabeldistributiemaatschappijen verdeeld naar de huiskamer. Met de opkomst van de digitale televisie is het distributielandschap hertekend. Intercommunales en kabelmaatschappijen hebben plaats gemaakt voor **dienstenverdelers** die televisiepakketten aanbieden onder de vorm van digitale signalen. Daar waar vóór het digitale tijdperk de kijker via kabel op een vast en beperkt aanbod zenders kon afstemmen, kan de kijker nu via het aanbod van twee providers (Telenet en Belgacom) gebruik maken van een waaier aan diensten:

- Een uitgebreid basispakket aan nationale en internationale zenders en digitale kanalen.
- Een reeks themazenders die inspelen op specifieke interesses van de kijker.
- De mogelijkheid om programma's op te nemen en ze later te bekijken ("niet-lineair" aanbod).
- VOD of video-on-demand waarbij de kijker een film of televisieprogramma tegen betaling kan (her)bekijken.

Drie implicaties van het digitaal kijken hebben de sector ingrijpend beïnvloed: de mogelijkheid om niet-lineair naar televisie te kijken, de veranderde invulling van het concept "omroep" (mediaconcerns kunnen bijvoorbeeld ook rechtstreeks hun producties aanbieden), en netwerkexploitanten of dienstenverdelers die een belangrijke tussenschakel geworden zijn tussen content en consumptie.

Digitale televisie is een evolutie die strookt met het toenemende belang van de consument in het waardenetwerk: de consument bepaalt steeds meer wat hij kijkt,

wanneer hij kijkt, waar hij kijkt en welk medium hij daarvoor gebruikt. De evolutie van gedrags- en kijkpatronen zullen een steeds grotere invloed gaan uitoefenen op het televisielandschap, onder meer door de toenemende convergentie van verschillende mediavormen. Mediagebruikers kijken via tablet naar televisie, lezen de krant op hun smartphone luisteren via het internet naar de radio. Anderzijds worden ook de spelers in het veld steeds crossmedialer. Mediabedrijven verkennen andere schakels in de waardeketen of delen van de markt om de toenemende concurrentie hoofd te bieden en tegemoet te komen aan de wensen van de eindgebruiker.

Een steeds prominentere rol binnen dit landschap wordt ingenomen door verschillende vormen van Video On Demand (VOD) en betaalzenders. De doorgaande digitalisering heeft een opkomst van zogenaamde over-the-top (OTT) applicaties tot gevolg gehad. OTT applicaties zijn apps of diensten die een product leveren via het internet en zodoende de traditionele distributie omzeilt. Deze OTT diensten (denk aan Netflix en Yelo TV) zijn typisch voor het huidige medialandschap en zijn in het algemeen – zo niet altijd – goedkoper in kosten dan de traditionele wijze van levering. Ook gespecialiseerde betaalzenders die via een dienstenverdelers zijn aan te schaffen (bv. Prime, of de verschillende sportkanalen) nemen steeds meer toe in populariteit.

Tenslotte worden televisieprogramma's nog altijd ook op fysieke wijze gedistribueerd via **video- of dvd-distributeurs / producenten** die DVD's produceren / distribueren van televisieprogramma's (bv. soaps, reeksen, etc.). Televisiereeksen worden ook verhuurd via videotheken. Deze schakels nemen echter een steeds kleinere rol in binnen het medialandschap.

Naast de spelers die in deze paragraaf vermeld werden, zijn er ook actoren die een faciliterende rol spelen in het waardenetwerk van de televisiesector:

- De netwerkkoperatoren die de zenderparken beheren.
- De overheid die onder vorm van regelgeving en subsidies de sector reguleert en ondersteunt via diverse kanalen.
- Reclameregieën en adverteerders die zorgen voor het kanaliseren van de inkomsten en financiering voor omroepen en de productie van audiovisuele projecten.
- Beheersvennootschappen die als intermediair optreden bij het innen en verdelen van de auteursrechten voor de creatieve crew.

Radio

Het waardenetwerk voor radio is enigszins compacter. Zowel creatie als productie van radioprogramma's wordt centraal uitgevoerd door de omroepbedrijven. De productiekraft ligt bij radio nagenoeg uitsluitend bij de omroepen zelf: productiemaatschappijen spelen wel een rol in de creatie en productie van radioreclame, i.e. het creëren en produceren van de reclamespots en het produceren van vormgeving.

In de waardeketen rond radio mogen ook de muzieksector en bij uitbreiding de hele cultuursector niet vergeten worden, zowel op creatief gebied als op het productie- en distributievlak. Muziek is een essentiële grondstof voor radioproductie en de programmering ervan kan ook een impact hebben op de marktwaarde en weerklank van actoren uit de muzieksector. We merken hier een bijzonder sterke vervlechting tussen de twee sectoren. Daarnaast ontwikkelen de omroepen – net als vele televisieomroepen - ook tal van acties en evenementen, hetzij in eigen beheer hetzij in partnerships. De culturele en creatieve sectoren krijgen tenslotte ook via ruilovereenkomsten de kans om niet-commerciële, promotionele zendtijd te verwerven.

De radiomarkt in Vlaanderen is geconcentreerd rond de 2 belangrijkste spelers, VRT en Medialaan (voorheen VMMA). VRT biedt de luisteraars 5 landelijke radiozenders (Radio 1, Radio 2, Klara, MNM en Studio Brussel) aan met meermaals per dag een ontkoppeld regionaal aanbod op Radio 2. Het zesde net van VRT heet Radio Vlaanderen internationaal aan (RVi) en is bedoeld voor Vlamingen in het buitenland. Het beschikt over twee kanalen (Radio Vlaanderen Info en Radio Vlaanderen). Medialaan heeft het grootste marktaandeel wat betreft de private radio-omroeporganisaties en biedt de radiozenders 'Q-Music' en 'Joe FM' aan. Samen hebben VRT en Medialaan een bereik van ca. 90%. De overige 10% worden ingevuld door een reeks kleinere private, regionale en lokale radiostations. Sinds 2012 heeft Vlaanderen naast JOE FM en Q-Music een derde landelijke private radiozender: Radio Nostalgie, die voorheen als een keten van regionale zenders opereerde en werd opgericht door mediagroep Mediahuis (voorheen Corelio en Concentra) in samenwerking met de internationale NRJ-radiogroep.

In de inkomstenstroom van de radio-omroepen spelen line-extensions een steeds belangrijker rol. Het gaat hier hoofdzakelijk om de organisatie van evenementen en festivals, merchandising, sponsoring e.d.

2.2.2. Film

De filmindustrie is een internationaal gebeuren dat gedomineerd wordt door de productie en distributiemarkt in de Verenigde Staten, waar ongeveer 11,000 bedrijven een omzet van USD 55 miljard vertegenwoordigen. De grote spelers of "majors" in de filmmarkt zijn onder meer 20th Century Fox, Paramount Pictures, Columbia TriStar, Universal Studios, Warner Bros. Pictures en Walt Disney Pictures. Daarnaast zijn er ook een groot aantal Independents, onafhankelijke producenten, actief. De markt is bovendien sterk geconcentreerd: de 50 grootste spelers vertegenwoordigen 70% van de omzet.

De waardeketen van de filmindustrie op internationaal niveau is complexer en grootschaliger dan de situatie op de Vlaamse markt. Toch vinden we, op enkele uitzonderingen na, dezelfde typologie aan actoren terug.

De filmindustrie omvat verschillende subsectoren, zoals de klassieke langspeelfilm, de animatiefilm, de documentaire, de kortfilm, de experimentele film, videokunst, fictie en mediakunst elk met een verschillende productieproces (BAM, 2008).

Het creatieve spanningsveld binnen de filmindustrie bevindt zich tussen de auteur en diens artistiek-creatieve ploeg en de producent of productiemaatschappij. De **producent** draagt de eindverantwoordelijkheid in de productie van de film. Voor het productieproces wordt beroep gedaan op een groot aantal technische en creatieve activiteiten: de **creatieve crew** enerzijds, en de **technische crew** of facilitaire bedrijven anderzijds. Acteurs, actrices, cameraploegen, decor, technische crews, monteurs, visagisten, kostuummakers, lichtexperts, etc... vertegenwoordigen een cruciale schakel in elke productie. In Vlaamse context schakelen productiehuisen naast hun vaste medewerkers vaak freelancers (zelfstandigen) in om deze taken uit te voeren. Reputatie, ervaring en kunde spelen hier een belangrijke rol. Een andere belangrijke taak van de producent is het samenstellen van de financiering van de filmproductie. Hierbij wordt beroep gedaan op omroepen, coproductenten, distributeurs, subsidies van het Vlaams Audiovisueel Fonds, en een restfinanciering via Tax shelter. Deze **Tax Shelter** is een fiscale maatregel die ertoe moet bijdragen het investeringsklimaat in de Belgische audiovisuele sector te verbeteren en te stimuleren. Winstmakende vennootschappen die willen investeren in de productie van audiovisuele werken kunnen dankzij deze regeling een vrijstelling krijgen van hun belastbare winst tot 150% van het in de audiovisuele productie geïnvesteerde bedrag. Belangrijk hierbij is dat de Tax Shelter wordt gebruikt voor gap financing op de eigen markt (de industrie wordt dus lokaal uitgebouwd – dit in tegenstelling tot regio's, waaronder Wallonië, waar de Tax shelter wordt toegepast om buitenlandse producties aan te trekken bij het uitblijven van een eigen productiemarkt).

Productiehuisen vormen de rode draad doorheen het creatie- en productieproces en dragen de risico's van creatie en productie. Deze risico's hebben voornamelijk betrekking op de ontwerpfasen (samenstellen van een creatief en commercieel 'package' dat klaar is voor de markt), de financieringsfase (het rond krijgen van de financiën) en de operationele fase (het uitvoeren van de productie) (Interview Peter Bouckaert).

Wereldwijd worden producenten opgedeeld in "Majors" en "Independents" (cfr. supra). In Vlaanderen zijn een aantal productiehuisen lid van de Vlaamse Film Producenten Bond (VFPB). Naast deze vaste organisatiestructuren zijn er ook tijdelijke structuren of productiehuisen die worden opgericht voor de uitvoering van een welbepaald project of rond de figuur van een welbepaalde producent en nadien weer worden ontbonden.

Na de productie van de film, moet het werk verdeeld worden. Via de tussenkomst van 'sales agents' (hoofdzakelijk in grotere afzetmarkten), zal de producent de vertoonrechten verkopen aan **distributeurs**. Wereldwijd onderscheiden we de distributeurs die verbonden zijn aan de majors en de onafhankelijke distributeurs die zelf een filmportfolio samenstellen. Het distributiecircuit maakt een onderscheid tussen het 'theatrical' of vertooncircuit, het DVD-circuit en in toenemende mate het VOD-circuit. Distributeurs verhandelen de vertoningrechten van de films aan toonzalen, onderhandelen deals voor de VOD-diensten van de netwerkverdelers en zendrechten voor de omroepen en verzorgen de DVD- verkoop (en verhuur) via retailkanalen. Distributeurs spelen ook een grote rol in de marketing en promotie van de uitgegeven films.

Samenvattend verrichten de distributeurs de volgende functies (Logie, 2005):

- Intermediair tussen producent en exploitant, commerciële en openbare omroepen en culturele vertoningsplaatsen.
- Onderhandelen met deze gebruikers over het percentage van de recette.
- Aanmaak van vertoningkopieën en van promotiemateriaal, verzorgen van ondertiteling.
- Stockage en handling van het vertoningsmateriaal.
- Verwerken van de ontvangsten.

De vraag kan gesteld worden welke rol de distributeurs nog spelen in een digitale audiovisuele wereld. Theoretisch zou de mogelijkheid bestaan voor producenten om hun producties rechtstreeks digitaal te verdelen in de verschillende circuits. De praktijk blijkt hier echter nog niet klaar voor te zijn, noch technologisch, noch organisatorisch, noch businessmatig.

Films worden niet alleen door de distributeurs verdeeld naar de consument, maar ook via **videoproducenten** van fysieke dragers zoals DVD en Blu-ray, die ook verhuurd worden in videotheken. Ten slotte bieden videoproducenten ook, rechtstreeks of via een dienstverlener, filmproducties aan via internet (Video on demand, Pay per view en Download to own).

De **exploitatie** van films verloopt volgens een aantal opeenvolgende “windows”: de bioscooprelease wordt gevolgd door verhuur op fysieke drager (zoals DVD of Blu-ray), verkoop op fysieke drager, uitzending op betaaltelevisie en vervolgens uitzending op nationale televisie. Voor elke vorm van exploitatie wordt een tijdschot ingebouwd met als doel de creatie maximaal te laten renderen (Logie, 2005). Door de opkomst van VOD-diensten en de daling van DVD-verkoop en -verhuur, ligt dit stramien onder vuur. Binnen distributeurs vormen de DVD en Theatrical divisies vaak het voorwerp van een spanningsveld teneinde omzetmaximalisatie na te streven en kan men spreken van een trend waarbij de bioscooprelease steeds vaker wordt gebruikt voor de promotie van de DVD en VOD inkomsten (Interview An Rydant).

Filmvertoners huren de vertoningrechten van een bepaalde titel voor een bepaalde duur van de distributeur. Elke bioscoop heeft een welbepaald programmaprofiel. De distributeur bepaalt de datum waarop een film in de zalen wordt “uitgebracht”. Het is de bioscoopexploitant (filmvertoner) die samen met de distributeur onderhandelt hoe lang een film in de zalen zal spelen. Door de toename van filmreleases in de voorbije jaren, is de levenscyclus van een film in de zalen sterk gedaald. Samen met de release wordt door de distributeur ook de promotie georganiseerd. Naast de grote bioscoopketens bestaan er eveneens onafhankelijke bioscopen, arthouse cinema’s en culturele centra die films vertonen. De Kinopolis groep is in Vlaanderen veruit de grootste speler in het vertoningcircuit. Het bedrijf is met Kinopolis Film Distribution eveneens actief als filmdistributeur.

Logie (2005) maakt een opdeling van bioscopen volgens aantal zalen en volgens filmprogrammering:

- Indeling volgens aantal zalen: Megaplexen met meer dan 15 zalen (bv. Kinopolis Brussel en Metropolis Antwerpen), multiplexen met 8 tot 15 zalen en miniplexen met minder dan 8 zalen.
- Een indeling volgens filmaanbod is minder eenduidig: een cinema profileert zich met een aanbod dat eerder art house of mainstream is maar een strakke scheiding tussen beide wordt niet gemaakt. Exploitanten van zogenaamde arthouse bioscopen programmeren ook blockbusters en exploitanten van zogenaamde commerciële bioscopen zetten evengoed cinefiele titels op de affiche.

De bioscoopmarkt bestaat grensoverschrijdend uit 3 segmenten (Interview Peter Bouckaert):

- Hollywood blockbuster 'must see' films afkomstig van de grote major Studios
- Lokale films die in de lokale taal, met lokale acteurs worden geproduceerd en verankerd zijn in thema's geënt op de lokale cultuur
- Een restcategorie van niet-Amerikaanse, niet-lokale producties. Er wordt aangenomen dat dit restsegment een marktaandeel van maximaal 10% heeft.

Indien we deze opdeling toepassen op Vlaanderen kunnen we hieruit afleiden dat Vlaamse films vooral op de lokale markt scoren en hoofdzakelijk in concurrentie staan met de Hollywood blockbusters. Hierdoor kan een Vlaamse film op de lokale markt een aanzienlijk marktaandeel realiseren. Van zodra de Vlaamse film geëxporteerd wordt, komt hij in om het even welke markt onmiddellijk terecht in een klein restsegment met een zeer beperkt marktpotentieel en waar een groot aantal internationale en nationale producties de aandacht van een klein marktsegment willen aantrekken.

Nationale en Internationale **Filmfestivals** spelen een belangrijke rol in de vermarkting van audiovisuele creaties. Filmfestivals zijn als het ware de *gatekeepers* van het filmcircuit waar expert-cinéasten en cinefielen verzamelen om pas uitgebrachte films te jureren en recenseren en waar in verschillende categorieën prijzen en awards worden uitgedeeld. De kritiek en de belangstelling die een film geniet op een A-filmfestival heeft een significante impact op het succes van de nationale vermarkting en op het internationale potentieel van de film. Vlaanderen kent, naast een groot aantal kleine, regionale of thematische festivals, één groot nationaal festival, met name het Internationaal Filmfestival van Vlaanderen in Gent. De aandacht voor de Vlaamse film op buitenlandse festivals stijgt gestaag. Naast een stijging van het algemene kwaliteitsniveau van onze filmproductie, heeft dit onder meer te maken met de inspanningen van het Vlaams Audiovisueel Fonds – via zijn promotiecel Flanders Image - om de Vlaamse film in het buitenland te promoten. Dankzij Flanders Image hebben Vlaamse films in de afgelopen jaren gemakkelijker toegang gekregen tot de internationale A-festivals, en krijgen Vlaamse films ook internationaal meer waardering (Interview Hans Everaert, VAF). Naast een trefpunt voor professionelen, zijn filmfestivals in toenemende mate deel geworden van het tooncircuit waarbij films (al dan niet verdeeld via een distributeur) aan het publiek voorgesteld worden.

2.3. De rol van de actoren in de schakels van het waardenetwerk

Onderstaand schema geeft een overzicht van de belangrijkste taak / taken van elke actor in het waardenetwerk. De audiovisuele sector is echter – net zoals de andere sectoren uit de Creatieve Industrieën – een dynamische sector waar grensvervaging en vervlechting van verschillende functies zeer kenmerkend is. Het is dan ook vanuit dit opzicht dat onderstaande tabellen geïnterpreteerd moeten worden.

2.3.1. Televisie & Radio

Televisie/Radio	Creatie	Productie	Distributie	Exploitatie	Consumptie
Creatieve crew					
Technische crew					
Producent					
Omroep					
Dienstenverdelers					
Videotheek					
Video retail					
Videodistributeur					
Consument					

De verschillende actoren in de Vlaamse Televisie industrie spelen volgende rol in de waardeketen:

- Audiovisuele werken worden gecreëerd door de interactie tussen een omroep en een interne of externe producent.
- De producenten nemen eveneens deel aan de productie van het audiovisueel product, bijgestaan door een creatieve crew (regisseur, scenarist, acteurs, ...), en een technische crew. De omroep is enkel betrokken bij het productieproces via zijn interne productieafdeling.
- In het distributieproces vormt de omroep de spil, ook de productiehuisen en dienstenverleners zijn actief in de rechtstreekse distributie van content.
- Exploitatie is een activiteit uitgevoerd door de dienstenverdelers (en in het verlengde daarvan de netwerkexploitanten).
- De finale consument is de kijker. Hoewel de kijker in theorie enkel audiovisuele producties 'consumeert', speelt hij eveneens een rol in het proces van waardecreatie: de keuze van de consument bepaalt immers welke audiovisuele producties succes kennen en bijgevolg voldoende rendabel zijn.

In het waardecreatieproces van televisieproducties spelen de omroepen en in toenemende mate de dienstenverdelers de rol van gatekeeper: omroepen bepalen niet alleen grotendeels welke producties gecreëerd en uitgezonden worden, maar hun bijdrage in de financiering van het waardecreatieproces is eveneens doorslaggevend. Een omroep is de schakel tussen creatie en consumptie die als een filter kan optreden. De traditioneel belangrijke rol van omroepen wordt echter sinds het digitaliseringproces van audiovisuele media steeds meer onder druk gezet. Telecom dienstenverdelers nemen in toenemende mate de rol van gatekeeper over: zij bieden niet alleen de content aan de consument, maar kunnen ook bepalen welke content wordt aangeboden. Door de digitalisering kunnen productiemaatschappijen hun

programma's immers rechtstreeks aanbieden aan de consument via de telecom dienstenverleners. Hierdoor ontstaan verschuivingen in de machtsverhoudingen: de omroep als gevestigde waarde boet aan belang in ten voordele van de telecom dienstverleners, wat verschuivingen teweeg brengt in de weg van creatie naar consumptie.

2.3.2. Film

Film	Creatie	Productie	Distributie	Exploitatie	Consumptie
Creatieve crew					
Producent					
Technische crew					
Distributeur					
Videoproducent					
Filmvertoner					
Videoretail en -rental					
Dienstenverdelers					
Omroep					
Film Festival					
Consument					

De verschillende actoren in de Vlaamse Filmindustrie spelen volgende rol in de waardeketen:

- Films worden gecreëerd door de producent (de productiemaatschappij) en de scenarist.
- De creatie wordt voorts geproduceerd door de productiemaatschappij die daarbij ondersteund wordt door de creatieve crew en de technische crew.
- Eens geproduceerd wordt de film gedistribueerd door de distributeur voor de bioscoopexploitatie (filmvertoning) en door de videoproducent verder verdeeld naar de videoretail en -rental, de telecom dienstverleners voor VOD en PPV doeleinden, de omroepen voor uitzending op hun netten en de filmfestivals voor promotie. Ook de producent blijft een centrale rol spelen in het distributie- en exploitatieproces van films.
- De film wordt ook verdeeld naar bioscoopexploitanten (filmvertoners) die de film in hun zalen tonen.
- De finale consument is de kijker die via verschillende circuits een film kan bekijken. Zijn keuze zal ook hier bepalend zijn voor het financiële succes van een productie.

In het waardecreatieproces van filmproducties speelt in Vlaanderen de exploitant van toonzalen een belangrijke rol in het gatekeeping-proces, hoofdzakelijk om zoveel mogelijk bezoekers te kunnen aantrekken. Bioscoopexploitanten (filmvertoners) bepalen eveneens welke films in hun zalen te zien zijn, in welke zalen ze gespeeld worden en hoe lang een film getoond zal worden. Ook de distributeur speelt hier een rol door zijn ondersteunende promotie- en marketingactiviteiten.

In beoordeling en waardering van de creativiteit van filmproducties spelen

Filmfestivals een zeer grote rol. Filmfestivals en mediakritiek zijn de creatieve gatekeepers bij uitstek. Als kerncreatieve schakels in het waardenetwerk van audiovisuele producties onderscheiden we de creatieve crew bestaande uit regisseurs, scenaristen, acteurs en andere creatief-artistieke functies, de technische crew of facilitaire bedrijven, de productiemaatschappijen en voor televisieproducties eveneens de omroepen.

Ondersteunend creatieve schakels zijn de distributeurs van filmproducties en videoproducenten, de telecom-dienstenverdelers, de bioscoopexploitanten (filmvertoners) en de DVD rental en retail. Filmfestivals behoren eveneens tot de ondersteunend creatieve schakels. Hoewel ze een belangrijke rol spelen in de valorisatie en vermarkting van de gemaakte audiovisuele creaties, dragen ze niet bij tot het creatieproces.

Distributeurs dragen in beperkte mate bij aan de creativiteit van filmproducties, met name in het vormgeven van marketingcampagnes voor de films die zij distribueren.

II. BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACT VAN DE AUDIOVISUELE SECTOR

In dit tweede deel wordt gekeken naar de voetafdruk van de audiovisuele sector in Vlaanderen op de economie en op de maatschappij. Hierbij wordt eerst gekeken naar een becijfering van de bedrijfseconomische impact van de sector aan de hand van een aantal macro-economische indicatoren. De diversiteit van de sector, evenals de onaangepaste financiële statistieken hebben deze opdracht zodanig bemoeilijkt dat het een haast onmogelijke taak is om eenduidige cijfers te kunnen poneren. Vandaar dat systematisch verschillende bronnen met elkaar vergeleken worden om te komen tot een zo realistisch mogelijke weergave van de situatie inzake tewerkstelling, omzet en toegevoegde waarde.

In eerste instantie wordt dus stilgestaan bij de directe bedrijfseconomische impact van de audiovisuele sector in Vlaanderen. Concreet betekent dit dat voor elke geïdentificeerde schakel in de waardeketen, het aantal zelfstandigen, het aantal werkgevers, het aantal werknemers, de totale omzet en de totale toegevoegde waarde berekend wordt.

In wat volgt wordt per schakel de top-down en bottom-up benadering toegelicht. De resultaten van de gecorrigeerde cijfers per schakel zijn opgenomen in de tabel op de volgende pagina. Onderstaande tabel geeft de kerncijfers weer van de audiovisuele sector in Vlaanderen. De bottom-up cijfers worden beschouwd als een ondergrens, de top-down cijfers als een bovengrens.

Voor het berekenen van de totaalcijfers per sector beschikken we echter niet voor iedere schakel van de waardeketen over een top-down en bottom-up cijferreeks. Indien voor één schakel een bepaalde reeks ontbreekt, wordt de beschikbare cijferreeks overgenomen voor de berekening van het totaal teneinde een representatieve range te kunnen construeren.

Concreet:

- Het top-down totaal omvat de top-down cijfers van de schakels waarvoor er een top-down benadering beschikbaar is. Indien géén top-down benadering beschikbaar is, worden de bottom-up cijfers gebruikt.
- Het bottom-up totaal omvat de bottom-up cijfers van de schakels waarvoor er een bottom-up benadering beschikbaar is. Indien géén bottom-up benadering beschikbaar is, worden de top-down cijfers gebruikt.

We verwijzen naar het hoofdstuk methodologie voor een correcte interpretatie van deze cijfers, evenals een overzicht van de aandachtspunten waarmee rekening gehouden moet worden om deze cijfers in een juist perspectief te plaatsen.

Kerncijfers Audiovisuele sector in Vlaanderen, 2013:

Variabele	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	5.559	3.087
Werkgevers (aantal)	495	256
Werknemers (aantal VTE)	7.590	7.086
Omzet (€) *	3.392.168.898	2.797.970.863
Toegevoegde waarde (€)	1.508.003.319	1.201.709.541

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Audiovisuele sector	Benadering	Zelfstandigen (# personen)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toegevoegde waarde (€)
Creative crew	Top-down					
	Bottom-up	1.125			39.539.588	16.919.663
Televisie- en filmproductie	Top-down	1.833	210	1.902	790.667.684	363.925.060
	Bottom-up	1.066	111	1.235	495.472.721	218.328.652
Technische crew	Top-down	2.023	156	732	484.902.929	237.979.153
	Bottom-up	600	56	715	166.432.427	75.983.028
Omroepen	Top-down	234	46	3.329	923.197.453	341.065.565
	Bottom-up	51	22	3.466	984.529.973	396.946.828
Dienstenverdelers	Top-down					
	Bottom-up	-	2	1.028	683.394.000	355.025.230
Videotheken	Top-down	176	31	61	25.002.071	5.719.555
	Bottom-up					
Detailhandel video & DVD	Top-down	30	11	66	160.500.000	43.699.486
	Bottom-up					
Filmdistributie & videoproductie	Top-down	97	12	111	92.015.103	56.810.883
	Bottom-up	16	9	105	79.335.973	15.323.618
Filmexploitatie	Top-down	41	27	362	192.950.070	86.858.724
	Bottom-up	23	14	411	163.764.110	73.763.482
TOTAAL	Top-down	5.559	495	7.590	3.392.168.898	1.508.003.319
	Bottom-up	3.087	256	7.086	2.797.970.863	1.201.709.541

Indien we een opsplitsing maken naar kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels van het waardenetwerk, krijgen we volgende onderverdeling:

Kerncreatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	3.192	2.242
Werkgevers (aantal)	256	133
Werknemers (aantal VTE)	5.231	4.701
Omzet (€) *	1.753.404.724	1.519.542.282
Toegevoegde waarde (€)	721.910.287	632.195.143
Ondersteunend creatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	2.367	845
Werkgevers (aantal)	239	123
Werknemers (aantal VTE)	2.359	2.385
Omzet (€) *	1.638.764.173	1.278.428.582
Toegevoegde waarde (€)	786.093.031	569.514.399

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Volgende actoren zijn evenwel **niet** vervat in deze cijfers:

- Aanverwante creatieve en artistieke functies die net als regisseur, scenarist, acteur of producent zijn gelabeld, en niet onder de categorie van producenten vallen.
- De reclameregieën.
- De ambtenaren die werk verrichten voor de audiovisuele sector (met uitzondering van medewerkers van de publieke omroep die een ambtenaren statuut zouden hebben).
- De tewerkstelling in de ondersteunende organisaties, evenals de tewerkstelling in het onderwijs voor de audiovisuele sector.
- De netwerkexploitanten en zenderparken
- De tewerkstelling gegenereerd door Filmfestivals in Vlaanderen
- De gedrukte media die zich specifiek richt naar de audiovisuele sector
- Toeleveranciers (bv. van camera's en ander technisch materiaal)

Vergelijking cijfers impactmeting referentiejaar 2013 met referentiejaar 2010

Hieronder staat een vergelijking tussen de huidige en vorige impactmeting, opgesplitst in top-down en bottom-up benaderingen. Aangezien in de huidige impactmeting een aangepaste methodologie is gebruikt voor het berekenen van de schakel van de dienstenverleners, is in de volgende overzichtstabellen de eindcijfers van de vorige impactmeting over het referentiejaar 2010 opnieuw berekend gebruikmakend van de huidige (nieuwe) methodologie.

Variabele	Top-down 2013	Top-down 2010	Bottom-up 2013	Bottom-up 2010
Zelfstandigen (#)	5.559	5.711	3.087	3.002
Werkgevers (#)	495	561	256	284
Werknemers (VTE)	7.590	7.923	7.086	7.672
Omzet (€) *	3.392.168.898	2.847.959.113	2.797.970.863	2.496.140.149
Toegevoegde waarde (€)	1.508.003.319	1.225.985.741	1.201.709.541	1.015.697.551

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

VERSCHIL 2013 / 2010	Top-down groei (#)	Top-down groei in %	Bottom-up groei (#)	Bottom-up groei in %
Zelfstandigen (#)	-152	-3%	85	3%
Werkgevers (#)	-66	-12%	-28	-10%
Werknemers (VTE)	-333	-4%	-586	-8%
Omzet (€) *	544.209.785	19%	301.830.714	12%
Toegevoegde waarde (€)	282.017.578	23%	186.011.991	18%

* Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Op basis van de inzichten van de onderzoekers wordt in deze sector voor de schakels Creative crew, Televisie- en filmproductie, Technische crew, Omroepen, Dienstverdelers, Videotheken, Detailhandel video & DVD, Filmdistributie & videoproductie, en Filmexploitatie de bottom-up cijferverzameling als meest betrouwbaar beschouwd. Voor de andere schakels wordt in de beste benadering de top-down cijferverzameling aangehouden. Aangezien de optelling van de omzet louter indicatief is, en daardoor geen bedrijfseconomische betekenis heeft, worden de volgende kerncijfers als eindcijfers voor de totale Audiovisuele sector gezien:

Eindcijfers Audiovisuele sector referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010

Referentiejaar	Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Toeg. Waarde (€)
2013	3.270	280	6.950	1.145.828.279
2010	3.147	314	7.566	1.017.897.030

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Een globale vergelijking van de eindcijfers toont dat het totaal aantal entiteiten licht is gestegen door een toename van het aantal zelfstandigen (+4%). De stijging van het aantal entiteiten situeert zich met name in de kerncreatieve schakels van de creatieve crew en de productie. Echter, het aantal werkgevers (-11%) en werknemers (-8%) in deze sector is gedaald. De toegevoegde waarde maakt daarentegen weer wel een behoorlijke stijging door (+13%), waarbij met name de schakels Productie en de Dienstverdelers een flinke stijging hebben doorgemaakt.

In wat volgt geven we een overzicht van zowel de basis als gecorrigeerde cijfers volgens de top-down en bottom-up benadering voor volgende schakels van het waardenetwerk:

- Creatieve crew
- Film- en televisieproductie
- Technische crew & facilitaire bedrijven
- Omroepen
- Dienstverdelers
- Videotheken
- Kleinhandel van video en DVD
- Filmdistributie en videoproductie
- Filmexploitatie

1. Creatieve crew

Top-down benadering

Voor de creatieve crew bestaat geen aparte NACE-BEL nomenclatuur. Regisseurs, acteurs en scenaristen kunnen in de NACE nomenclatuur deel uitmaken van verschillende categorieën:

- Productie van films en video- en televisieprogramma's (codes 59.111 t.e.m. 59.114),
- Beoefening van uitvoerende kunsten door zelfstandig werkende artiesten (code 90.011),
- Overige ondersteunende activiteiten voor de uitvoerende kunsten (code 90.029).

Het is niet mogelijk om uit deze categorieën de zelfstandigen te filteren die voor de audiovisuele sector werken. Bovendien vertegenwoordigt de creatieve crew een waaier aan functies of beroepen, die in de praktijk ook door eenzelfde persoon uitgevoerd kunnen worden, of die een verschillende invulling krijgen afhankelijk van de context.

Als gevolg hiervan hebben we voor de creatieve crew geen top-down analyse kunnen uitvoeren.

Bottom-up benadering

We definiëren de creatieve crew als het geheel van creatieve beroepen in de creatiefase van audiovisuele producties. Volgende beroepen worden in de analyse verrekend:

- Regisseurs
- Scenaristen
- Acteurs / actrices
- Presentatoren
- Scripts

Er zijn nog een hele reeks andere creatieve functies die tot de creatieve crew behoren, maar deze worden gezien de kleinschaligheid of het ontbreken van bronnen niet in de analyse opgenomen. Tijdens de focusgroep Audiovisuele Sector werd in elk geval bevestigd dat de opgelijste functies de belangrijkste functies zijn, hoewel er inderdaad nog een heel aantal andere functies bestaan die op kleinere schaal worden uitgeoefend.

Om een inschatting te maken van het aantal zelfstandigen in de creatieve crew, zijn volgende bronnen in aanmerking genomen: Keynet en de Scenaristengilde.

Keynet centraliseert in haar databank een overzicht van freelancers en ondernemingen actief in de audiovisuele sector. De gegevens worden verzameld in

functie van de aanmeldingen die Keynet ontvangt van personen die in hun gids opgenomen wensen te worden. Bij gebrek aan andere meer exhaustieve bronnen gebruiken we Keynet om een inschatting te maken van de creatieve crew.

Functie	Aantal
<i>Regisseurs</i> (Keynet rapporteert een totaal van 618 regisseurs voor het Belgisch grondgebied, we prorateren dit aantal à rato van 60% voor Vlaanderen)	371
<i>Scenaristen</i> (Nederlandstalige en meertalige) (Ter vergelijking telt de Scenaristengilde 134 scenaristen. Dit aantal kan beschouwd worden als een ondergrens vermits het gaat om scenaristen die een lidmaatschap betalen, en niet elke scenarist lid is van de gilde)	200
<i>Acteurs & actrices</i> (Nederlandstalig & meertalig)	508
<i>Presentatoren</i> (Nederlandstalig en meertalig)	93
Scripts	53
TOTAAL	1.225
Unieke resultaten	1.125

Bron: Keynet

Dit levert de volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1.125	0	0	0	0

Bron: Keynet, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Er dient benadrukt te worden dat het gaat om een schatting van het aantal zelfstandigen. Niet alle acteurs, actrices, regisseurs, etc. staan geregistreerd in de databank van Keynet (of in andere databanken). Uit vorige impactanalyse is geleerd dat een aantal creatieve freelancers niet in een databank of ophijsting opgenomen wensen te worden. Deze cijfers kunnen als een ondergrens beschouwd worden, een bovengrens is echter niet beschikbaar vanwege de afwezigheid van exhaustief cijfermateriaal.

Vermits we voor deze groep zelfstandigen geen financiële cijfers hebben bekomen, moeten we een inschatting maken van hun omzet en toegevoegde waarde. Op deze basiscijfers worden volgende correcties doorgevoerd om een inschatting te bekomen van de totale omzet en totale toegevoegde waarde van de creatieve crew:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Zoals aangegeven in de methodologie, is het niet geweten in welke mate deze zelfstandigen al dan niet voltijds actief zijn in hun functie. Daarom passen we voor deze creatieve crew de sleutel van 0,575 toe om het aantal zelfstandigen te herleiden naar voltijds equivalente zelfstandigen voor de inschatting van hun omzet en toegevoegde waarde.

Indien deze correcties toegepast op de basiscijfers, bekomen we de volgende gecorrigeerde cijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
-------------------	----------------	------------------	-----------	------------------

1.125			€ 39.539.588	€ 16.919.663
-------	--	--	--------------	--------------

Bron: Keynet, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum.

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met het referentiejaar 2010 bestaat de databank van Keynet nu uit 237 meer creatieve personen in de geselecteerde categorieën (+ 27%). Wanneer deze individuele categorieën nader worden bekeken valt op dat in alle geselecteerde rubrieken een stijging waarneembaar is. Aangezien zoals eerder aangegeven de databank van Keynet zeker niet volledig is, betekent de stijging in alle rubrieken dat de databank zich almaar verbetert en steeds beter de realiteit benaderd.

2. Televisie- en filmproductie

Onder televisie en filmproductie verstaan we enerzijds de productiehuisen op gebied van film en televisie, en anderzijds de grote groep gespecialiseerde functies – vaak op zelfstandige of freelance basis – die rechtstreeks verband houden met de productie van televisieprogramma's en films. Deze schakel heeft betrekking op externe productie, en houdt geen rekening met de interne productiecrew die tewerkgesteld is bij omroepen (vermits ze als werknemers worden meegeteld bij de omroepen).

Top-down benadering

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur worden productiemaatschappijen omvat in verschillende codes:

- 59.111 “Productie van bioscoopfilms”: de productie en de realisatie van speelfilms met een normale lengte of van korte films, in beginsel bestemd voor projectie in bioscopen.
- 59.112 “Productie van televisiefilms”: de productie en realisatie van films van diverse aard (series, televisiefilms, documentaires, enz.) in beginsel bestemd voor vertoning op de televisie.
- 59.113 “Productie van films, m.u.v. bioscoop- en televisiefilms”: de productie en realisatie van publicitaire films en promotiefilms, films over technische onderwerpen of over bedrijven, films met een educatieve inhoud of voor vormingsdoeleinden, videoclips; evenals de productie en de realisatie in speciale laboratoria van teken- of animatiefilms.
- 59.114 “Productie van televisieprogramma's”: de productie van televisieprogramma's, die niet door het bedrijf zelf uitgezonden worden; en de activiteiten van de onafhankelijke productiehuisen.
- 59.120 “Activiteiten in verband met films en video- en televisieprogramma's na de productie”: activiteiten in verband met films en video- en televisieprogramma's na de productie, zoals het monteren, de film/tape transfers, het nasynchroniseren, het ondertitelen, het inkleuren, het dubben, het begin- en aftitelen, het verborgen ondertitelen, het toevoegen van digitale grafische effecten, animatie en speciale effecten, het ontwikkelen en bewerken van films, alsook de activiteiten van laboratoria voor speelfilms en de gespecialiseerde laboratoria voor animatiefilms (postproductie).

De 5 codes leveren volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
744	1.299	2.266	598.221.736	358.435.370

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	207
Omzet	125
Toegevoegde waarde	910

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	210
Werknemers	1.902

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ-gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1.833	210	1.902	790.667.684	363.925.060

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Ten opzichte van de vorige studie worden er 73 entiteiten minder gerapporteerd in Bel-First. Dit zijn hoofdzakelijk zelfstandigen, hun aantal daalt dan ook met -4%, waar de werkgevers juist weer met 7% stijgen. Het aantal werknemers stijgt ten gevolge van dit dan ook met 56 (+3%). De stijging in werkgevers en werknemers heeft tenslotte ook een direct positief effect op de financiële getallen, waarbij de toegevoegde waarde een flinke stijging van € 57 miljoen (+19%) doormaakt.

Bottom-up benadering

Voor de berekening van het aantal televisie- en filmproductiehuizen en producenten, baseren we ons op volgende gegevens:

Organisatie	Beschikbare informatie
VOTP (Vlaamse Onafhankelijke Televisie Producenten)	Ledenlijst van productiehuizen actief in televisieproducties
VFPB (Vlaamse Film Producenten Bond)	Ledenlijst van productiehuizen actief in filmproducties
VRM (Vlaamse Media Regulator)	Het rapport "Mediaconcentratie in Vlaanderen" geeft een overzicht van de productiehuizen en producenten in Vlaanderen
Mediarte (Sociaal fonds voor de audiovisuele sector)	Overzicht van productiehuizen in België
Keynet (een website voor audiovisuele professionals)	Databank met productiehuizen en zelfstandigen in verschillende audiovisuele producties.

Daar waar VOTP, VFPB, VRM en Mediarte gebruikt worden om een inschatting te bekomen van het aantal productiehuizen (i.e. werkgevers), wordt Keynet gebruikt voor een inschatting van het aantal zelfstandige producenten en de zelfstandige productiecrew.

De verschillende productiehuizen opgesteld door VOTP, VFPB, VRM en Mediarte zijn samengevoegd om het aantal werkgevers te bepalen. Op vlak van zelfstandigen, hebben we in de databank van Keynet gezocht naar zelfstandigen en zelfstandige ondernemingen die tot de productieschakel gerekend kunnen worden. Hiervoor hebben we volgende 4 categorieën weerhouden (deze keuze vertegenwoordigt een beredeneerde selectie van de opgelijste categorieën en geen grondige analyse van de beschikbare onderliggende functies): Productie, Postproductie geluid, Postproductie film, en Postproductie video.

Gezamenlijk geeft dit volgende aantallen voor België, waarbij dubbele resultaten zijn verwijderd en geprorateerd naar Vlaanderen à rato van 60% van het totaal (vermits de Keynet databank het Belgisch grondgebied bedekt):

Functie	Aantal entrees België	Vlaanderen (60%)
Productie	917	550
Postproductie film	123	74
Postproductie geluid	256	154
Postproductie video	503	302
Unieke resultaten	1632	979

Bron: Keynet

Ook hier geldt het totaal van 979 zelfstandigen als ondergrens aangezien er een moeilijk in te schatten aantal zelfstandigen niet is opgenomen in de databank van Keynet. Gezien de grootte van de onderschatting ongekend is, kunnen hiervoor geen correcties doorgevoerd worden.

Samen met de andere bronnen, bekomen we volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1.066	111	1.235	336.905.410	191.257.192

Bron: VOTP, VFPB, Mediarte, VRM, Keynet, Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	111
Omzet	38
Toegevoegde waarde	142

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1.066	111	1.235	495.472.721	218.328.652

Bron: VOTP, VFPB, Mediarte, VRM, Keynet, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum.

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de schakel productie is in elk kengetal een stijging waarneembaar in vergelijking met de vorige impactmeting. Net als bij de creatieve crew wordt voor de productie schakel een stijging van het aantal zelfstandigen geconstateerd (+2%), mede

vanwege een vergroting van de Keynet databank. Daarnaast zijn tevens 34 meer werkgevers teruggevonden. Deze stijging in het aantal entiteiten heeft een direct effect op de toegevoegde waarde, die in totaal een fikse stijging van meer dan € 42 miljoen doormaakt (+24%).

3. Technische crew & facilitaire bedrijven

Onder de technische crew of facilitaire bedrijven verstaan we de “toelevering van audiovisuele faciliteiten, zijnde conceptiewerk, diensten, materieel of personeel voor de uitvoering van het ontwerpen, produceren, realiseren, exploiteren of uitzenden van audiovisuele producten”.

Top-down benadering

Op gebied van NACE-BEL afbakening komt de nomenclatuur 90.023 “Gespecialiseerde beeld-, verlichtings- en geluidstechnieken” in aanmerking. Deze klasse omvat de gespecialiseerde beeld-, verlichtings- en geluidstechnieken voor uitvoerende kunstevenementen. Het gaat hierbij dus niet alleen over de levering van facilitaire diensten voor audiovisuele producties maar voor “kunstevenementen” in het algemeen, waar bijvoorbeeld ook podiumkunsten en muziek onder vallen.

Deze code levert de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
843	1.336	1.666	358.691.731	256.340.498

Bron: Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	186
Omzet	65
Toegevoegde waarde	551

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	156
Werknemers	732

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ-gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter

vervanging van de rapportage in Bel-First.

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
2.023	156	732	484.902.929	237.979.153

Bron: RSZ, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Net als in de vorige impactmeting, maken de top-downcijfers voor de technische crew en facilitaire bedrijven maken allemaal een neerwaartse beweging. In totaal worden 208 minder entiteiten geteld in Bel-First (-8%), een verlies dat met name doorweegt bij het aantal werkgevers (-20%). Verder gaan de werknemers 12% achteruit, omzet en toegevoegde waarde dalen met respectievelijk 11% en 20%.

In de vorige impactmeting werd als een mogelijke verklaring geopperd dat jonge technici steeds vaker via interim contracten aan de slag gaan, zoals gemeld door VOTF. Zij raken moeilijk aan een vast contract door een gebrek aan ervaring en anderzijds zijn er ook veel ervaren werknemers en zelfstandigen die de sector vroegtijdig verlaten door het onregelmatige werkritme en lage loon. De cijfers van tewerkstelling door middel van SBK's of andere interim-bureaus worden echter niet meegenomen in deze studie.

Bottom-up benadering

Om een inschatting te maken van het aantal facilitaire bedrijven en technische crew maken we gebruik van drie bronnen: de leden van het VOTF (Vlaamse Onafhankelijke Televisie Facilitaire Bedrijven) en Mediarte (Sociaal fonds voor de audiovisuele sector) en de bedrijven gerapporteerd door de VRM.

Dit levert volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
52	56	715	107.665.509	75.250.660

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle 48 werkgevers gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	56
Omzet	11
Toegevoegde waarde	80

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- Een inschatting van het VOTF heeft uitgewezen dat er veel zelfstandigen actief zijn in de facilitaire diensten voor de audiovisuele sector. Het aantal gerapporteerde leden is een duidelijke onderschatting, vermits niet elke zelfstandige lid is of wenst te zijn van de organisatie. In de vorige impactmeting werd door VOTF ingeschat dat er minstens 600 zelfstandigen actief zijn, waarschijnlijk zelfs meer. 600 kan dus beschouwd worden als een ondergrens. Naar de gecorrigeerde cijfers toe nemen we deze 600 cijfers over in plaats van de gerapporteerde leden.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
600	56	715	166.432.427	75.983.028

Bron: VOTF, Bel-First, Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de bottom-up benadering van deze schakel maken de kengetallen een lichte daling door. De assumptie van 600 zelfstandigen blijft dezelfde, maar het aantal werkgevers daalt met 7. Deze daling van het aantal bedrijven houdt ook een lichte daling van het aantal werknemers in (-1%). Toegevoegde waarde gaat er hierdoor dan ook licht op achteruit (-7%).

4. Omroepen

Top-down benadering

Op gebied van NACE-BEL afbakening komen volgende nomenclaturen in aanmerking:

- 60.100 “*Uitzenden van radioprogramma's*”: het uitzenden van geluidssignalen door radiostations of dergelijke inrichtingen met betrekking tot de transmissie van audioprogramma's voor het publiek, de aangesloten radiostations of de abonnees; de activiteiten van radionetwerken, d.w.z. het samenvoegen en de transmissie van audioprogramma's, via de ether, de kabel of satelliet, naar aangesloten radiostations of abonnees; het uitzenden van radioprogramma's via internet (internetradio); gegevensverspreiding in radio-uitzendingen
- 60.200 “*Programmeren en uitzenden van televisieprogramma's*”: Deze subklasse omvat de creatie van een compleet televisiezenderprogramma, dat bestaat uit aangekochte programma's (films, documentaires, enz.), zelf geproduceerde programma's (lokale informatie en live reportages) of uit een combinatie van beiden.

Deze codes leveren volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
51	229	3.146	841.744.471	323.878.394

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle werkgevers gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	18
Omzet	15
Toegevoegde waarde	58

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	46
Werknemers	3.329

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ-gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1

zelfstandige meegerekend.

- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
234	46	3.329	923.197.453	341.065.565

Bron: RSZ, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de schakel omroepen is een lichte daling waarneembaar in de meeste kengetallen sinds de vorige impactmeting. Volgens de Bel-First cijfers zijn er 15 entiteiten minder te vinden in deze schakel (-5%). Ook in de RSZ cijfers is een daling waarneembaar van 293 minder werknemers (-8%). Mede door deze dalingen is er ook een daling in de toegevoegde waarde van ruim € 18 miljoen (-5%).

Bottom-up benadering

Het aantal televisie- en radio-omroepen in Vlaanderen wordt opgelijst door de Vlaamse Regulator voor de Media en Mediarte.

Beide bronnen gecombineerd leveren volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
51	22	3.466	950.598.411	395.665.184

Bron: VRM, Mediarte, Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle werkgevers gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	22
Omzet	12
Toegevoegde waarde	24

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende

correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
51	22	3.466	984.529.973	396.946.828

Bron: VRM, Mediarte, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Uit de beide bronnen van deze schakel zijn in de huidige impactmeting flink minder entiteiten gevonden (-46%), waarbij na een bestudering van beide lijsten blijkt dat vooral veel kleine regionale omroepen niet meer zijn opgenomen in de bronnen. Aangezien deze schakel vooral gedomineerd wordt door een klein aantal zeer grote spelers, heeft dit geen hele grote gevolgen voor de andere kengetallen. Het aantal werknemers in deze schakel maakt dan wel een kleine daling door van 6%, de toegevoegde waarde heeft daarentegen een forse stijging van ruim € 40 miljoen (+11%).

5. Dienstenverdelers

De schakel van de dienstenverdelers is een bijzonder geval: ze bestaat uit 2 actoren, Telenet en Belgacom (met uitzondering van TV Vlaanderen Digitaal dat geregistreerd is in Luxemburg), beide grote ondernemingen uit de Telecomsector die in verschillende domeinen actief zijn. Om hun bijdrage in de audiovisuele waardeketen mee te rekenen, baseren we ons uit gegevens van hun Jaarverslag 2013:

Voor Telenet:

Totale bedrijfsomzet:	€ 1.641.290.000
Omzet Premium aanbod digitale televisie:	€ 314.678.000
Omzet Basic aanbod televisie	€ 235.716.000
Aandeel aanbod televisie in totale omzet:	33,53%
Totaal aantal medewerkers Telenet	2.082

Geporrateerd aantal medewerkers TV in functie van aandeel TV in totale omzet:	698
Totale Toegevoegde waarde:	€ 952.041.000
Geporrateerde toegevoegde TV waarde in functie van aandeel TV in totale omzet:	€ 319.259.640

Bron: Telenet Jaarverslag 2013

Voor Belgacom:

Totale bedrijfsomzet:	€ 6.318.000.000
Omzet Televisie-diensten Nationaal:	€ 266.000.000
Omzet Televisie-diensten Vlaanderen (50%):	€ 133.000.000
Aandeel aanbod digitale televisie Vlaanderen in totale omzet:	2,11%
Totaal aantal medewerkers:	15.699
Geporrateerd aantal medewerkers Digitale TV in functie van aandeel digitale TV in totale omzet:	330
Totale Toegevoegde waarde:	€ 1.699.000.000
Geporrateerde toegevoegde Digitale TV waarde in functie van aandeel digitale TV in totale omzet:	€ 35.765.590

Bron: Belgacom Jaarverslag 2013.

Beide bedrijven opgeteld geeft volgende cijfers (volgens de bottom-up benadering):

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
0	2	1.028	683.394.000	355.025.230

Bron: Telenet, Belgacom, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum.

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met de vorige impactmeting hebben we een iets veranderde methodologie gebruikt om het aandeel van televisie binnen de beide organisaties te berekenen. Voor de vergelijking met de vorige impactmeting hebben we de cijfers over 2010 opnieuw berekend aan de hand van deze nieuwe methode. Uit deze vergelijking blijkt dat de beide dienstenverdelers Belgacom en Telenet het goed doen in hun televisieactiviteiten. Zowel het aantal werknemers (+14%) als de omzet (+21%) en toegevoegde waarde (+29%) zijn hierbij toegenomen.

6. Videotheken

Top-down benadering

Op gebied van NACE-BEL afbakening komt de nomenclatuur 77.220 "Verhuur van videobanden, dvd's en cd's" in aanmerking. Deze codes leveren volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
69	138	103	5.069.111	5.606.951

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle werkgevers gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
-----------	------------------

Werknemers	32
Omzet	12
Toegevoegde waarde	97

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	31
Werknemers	61

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen	Werkgevers	Werknemers (VTE)	Omzet	Toeg. waarde
176	31	61	25.002.071	5.719.555

Bron: RSZ, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Ten opzichte van de vorige impactstudie is een forse daling in alle kengetallen waarneembaar. Met de opkomst van nieuwe manieren om films te huren (Video On Demand services, online, etc.) lijkt de 'traditionele' videotheek steeds meer te verdwijnen. In deze impactmeting zijn 152 minder entiteiten teruggevonden (-42%). Het aantal werkgevers gaat van 68 naar 31, RSZ rapporteert daarnaast ook 56% minder werknemers. Ook omzet (-38%) en toegevoegde waarde (-36%) dalen fors.

Bottom up benadering

Voor videotheken hebben we geen *bottom-up benadering* toegepast, vermits de schakel eenduidig is gedefinieerd in de NACE-BEL nomenclatuur en vermits het aantal videotheken dat Bel-First rapporteert beperkt is.

7. Detailhandel video en dvd

Top-down benadering

Op gebied van NACE-BEL afbakening komt de nomenclatuur 47.630 (Detailhandel in audio- en video-opnamen in gespecialiseerde winkels) in aanmerking. Deze code levert volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
20	41	20	-	833.689

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle werkgevers gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	5
Omzet	-
Toegevoegde waarde	19

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	11
Werknemers	109

Bron: RSZ

Er dient opgemerkt te worden dat in de NACE-BEL code niet de hele retailmarkt wordt opgenomen, enkel de gespecialiseerde verkoopkanalen. Dit heeft tot gevolg dat verkoopkanalen zoals grootwarenhuizen, electro-zaken, online verkoop, etc. niet mee in rekening worden gebracht.

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Het gerapporteerd aantal werknemers betreft eveneens het aantal werknemers van speciaalzaken van zowel video- als audio-opnamen. Om

dubbeltellingen te vermijden met de muzieksector, worden de werknemers geprorateerd in functie van de totale gecumuleerde audio- en videomarkt in België wat een verhouding van 60% video en 40% muziek oplevert (gebaseerd op de omzetcijfers van de video- en muziekmarkt in België van de Belgian Entertainment Association). Bijgevolg rekenen we voor het aantal werknemers en zelfstandigen 60% van de in Bel-First gerapporteerde aantallen.

- De Belgian Entertainment Association (BEA) rapporteert evenwel voor België de totale retailwaarde van de Videomarkt (op zowel fysieke dragers als digitaal) over 2013 als volgt:

Omzet Belgische videomarkt	267.500.000
Omzet Vlaamse videomarkt (60% van de Belgische markt)	160.500.000

Bron: Belgian Entertainment Association, AMS-FDC Kenniscentrum

Om een inschatting te maken van de Vlaamse markt, rekenen we 60% van de omzet toe aan Vlaanderen (percentage dat bevestigd wordt door de Belgian Entertainment Association). Dit omzetcijfer wordt in de gecorrigeerde cijfers gebruikt omdat ze als officiële cijfers van de sector beschouwd worden.

- De toegevoegde waarde van deze schakel wordt bijgevolg ook berekend als percentage van de totale omzet gerapporteerd door de Belgian Entertainment Association, gebaseerd op de verhouding omzet vs. toegevoegde waarde van de ongecorrigeerde eindcijfers (= 27%).
- Voor de zelfstandigen, worden geen correcties doorgevoerd inzake omzet en toegevoegde waarde vermits wij ons baseren op de totale omzet gerapporteerd door de Belgian Entertainment Association.

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
30	11	66	160.500.000	43.699.486

Bron: BEA, RSZ, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Ten opzicht van de studie over referentiejaar 2010 valt met name op dat de toegevoegde waarde een (wellicht onverwachte) stijging doormaakt van ruim € 20 miljoen. De Belgian Entertainment Association verklaart de goede financiële cijfers toe aan het succes van (S)VOD-diensten en downloadplatformen en het stijgende gebruik van tablets, wat het gevolg is van het wijzigende kijkgedrag van de consument. De omzet van VOD (Video On Demand), SVOD (Subscription Video On Demand) en EST (downloadplatformen) is in 2013 dan ook met bijna 30% gestegen en bedraagt ongeveer evenveel als de omzet uit de verkoop van dvd en Blu-ray.

Bottom-up benadering

Bij gebrek aan bottom-up informatie over de video retailkanalen, werd de analyse niet

uitgevoerd.

8. Filmdistributie en videoproductie

Top-down benadering

Op gebied van NACE-BEL afbakening komt de nomenclatuur 59.130 (Distributie van films en video- en televisieprogramma's) in aanmerking. Deze code levert volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
22	87	140	85.304.592	57.135.964

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle werkgevers gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	16
Omzet	9
Toegevoegde waarde	52

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	12
Werknemers	111

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
97	12	111	92.015.103	56.810.883

Bron: RSZ, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de vorige impactmeting was een zeer spectaculaire stijging van omzet en toegevoegde waarde gerapporteerd. In de huidige meting lijkt met name bij de omzet een kleine correctie waarneembaar. De toegevoegde waarde maakt echter opnieuw een stijging door, dit maal echter slechts met 3%. Het aantal werknemers zoals gerapporteerd door RSZ maakt tevens een stijging door van 94 naar 111. Het aantal entiteiten maakt echter een daling door, waarbij zowel zelfstandigen als het aantal werkgevers daalt met 8%.

Bottom-up benadering

Om het aantal filmdistributeurs en videoproducenten in kaart te brengen, hebben we ons gebaseerd op aantallen van BAM (Instituut voor beeldende, audiovisuele en mediakunst), en BEA (Belgian Entertainment Association). De bron VFDB (Vereniging van Filmdistributeurs van België), die in de vorige impactmeting is gebruikt is inmiddels onderdeel van BEA geworden.

Deze bronnen gecombineerd leveren volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
16	9	105	73.130.102	14.983.590

Bron: VFDB, BAM, BEA, Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle 28 werkgevers gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	9
Omzet	7
Toegevoegde waarde	12

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
16	9	105	79.335.973	15.323.618

Bron: BAM, BEA, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Een vergelijking van de cijfers uit de studie over het referentiejaar 2010 en de huidige cijfers levert een gemengd beeld op: Er worden in totaal 11% minder entiteiten gerapporteerd en het aantal bedrijven daalt met 8. Anderzijds stijgt het aantal zelfstandigen met 5. Ondanks de daling in het bedrijvental, stijgt het aantal werknemers met 14%. Net als bij de vorige impactmeting maakt echter ook de toegevoegde waarde een daling door, dit maal met 31%.

9. Filmvertoners

Filmvertoners hebben enerzijds betrekking op de bioscopen en filmzalen, anderzijds op andere vertoningplekken van films, waaronder bijvoorbeeld cultuurcentra.

Top-down benadering

Op gebied van NACE-BEL afbakening komt de nomenclatuur 59.140 (Vertoning van films) in aanmerking. Deze code levert volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
6	62	463	194.717.922	92.951.146

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle werkgevers gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	20
Omzet	8
Toegevoegde waarde	38

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
-----------	-----------

Werkgevers	27
Werknemers	362

Bron: RSZ

Daarnaast worden nog volgende correcties uitgevoerd om de basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
41	27	362	192.950.070	86.858.724

Bron: RSZ, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de vorige impactmeting werd besloten een correctie door te voeren vanwege de dominantie van twee nationale spelers in de cijfers (nl. Kinopolis en U.G.C.). Aangezien deze correctie tevens plaatsvindt in de bottom-up analyse, is besloten in deze impactmeting de gebruikelijke top-down methodologie te volgen. Hierdoor kunnen vergelijkingen tussen beide impactmetingen niet worden uitgevoerd.

Bottom-up benadering

Om het aantal filmexploitanten in kaart te brengen, hebben we ons gebaseerd op de oplijsting van bioscopen en culturele centra in Cinenews.

Dit levert volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
23	14	523	204.780.989	97.259.473

Bron: Cinenews, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle werkgevers gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	14
Omzet	8
Toegevoegde waarde	17

Bron: Bel-First

Ook hier stelt zich het probleem dat de sector van filmexploitatie gedomineerd wordt door twee nationale spelers, Kinopolis en U.G.C. die beide nationaal rapporteren. Gezien de grootte van deze spelers, worden hun cijfers herberekend voor Vlaanderen, voor Kinopolis in functie van het totaal aantal zetels in Vlaanderen en 50% van de zetels in Brussel

	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
Kinopolis België	274	165.272.078	74.170.949
Kinopolis Vlaanderen (26.193 van de 36.697 zetels)	196	117.965.271	52.940.558
U.G.C. België	112	24.979.836	9.246.809
U.G.C. Vlaanderen (6424 van de 9198 zetels)	78	17.446.235	6.458.089

Bron: Bel-First.

Om tot correcte totaalcijfers te komen worden de gerapporteerde cijfers van Kinopolis en U.G.C. uit de basiscijfers gehaald en vervangen voor bovenvermelde cijfers voor Vlaanderen. Daarnaast zijn ook de cultuurcentra uit de lijst weggelaten. Deze worden immers al opgenomen in de cijfers van het tooncircuit voor de podiumkunstensector.

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden daarnaast volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- De omzet van de bedrijven die geen omzet rapporteren wordt geëxtrapolerd aan de hand van de gemiddelde omzet per werknemer van de bedrijven die wel omzet rapporteren.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
23	14	411	163.764.110	73.763.482

Bron: Cinenews, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Een niet te onderschatten element van filmvertoning zijn **filmfestivals**. Wij hebben echter te weinig informatie gevonden om filmfestivals te kunnen behandelen als een volwaardige schakel in de bedrijfseconomische impactanalyse.

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met de vorige impactmeting zijn er minder entiteiten gevonden in deze schakel (van 54 naar 37), wat direct leidt tot een lager aantal werknemers. De omzet en toegevoegde waarde maken daarentegen wel een opvallende stijging door, waarbij omzet met € 18 miljoen stijgt (13%) en de toegevoegde waarde zelfs met € 24 miljoen (+49%).

BEELDENDE KUNSTEN

I. MAPPING VAN DE BEELDENDE KUNSTENSECTOR

In de beeldende kunstensector is noch de sector zelf, noch het waardenetwerk ingrijpend veranderd sinds de vorige impactstudie. Onderstaande bespreking is dan ook in hoge mate een herneming van de tekst uit Guiette et al. (2011) en Schrauwen et al. (2014). Niettemin zijn voorbeelden, cijfers, beleidsinformatie en informatie over online-activiteiten geactualiseerd.

1. Afbakening van de sector

De beeldende kunstensector bestaat voornamelijk uit (individuele) kunstenaars die een artistiek product afleveren met een visuele of plastische verschijningsvorm. In het kader van dit onderzoek verstaan we hieronder volgende disciplines: tekenkunst, schilderkunst, beeldhouwkunst, kunstfotografie, installatiekunst, geluidskunst, videokunst, performance en mediakunst. Ook kunst opdrachten, al dan niet in publieke ruimte, en die diverse verschijningsvormen kan aannemen, behoort tot het voorwerp van deze studie.

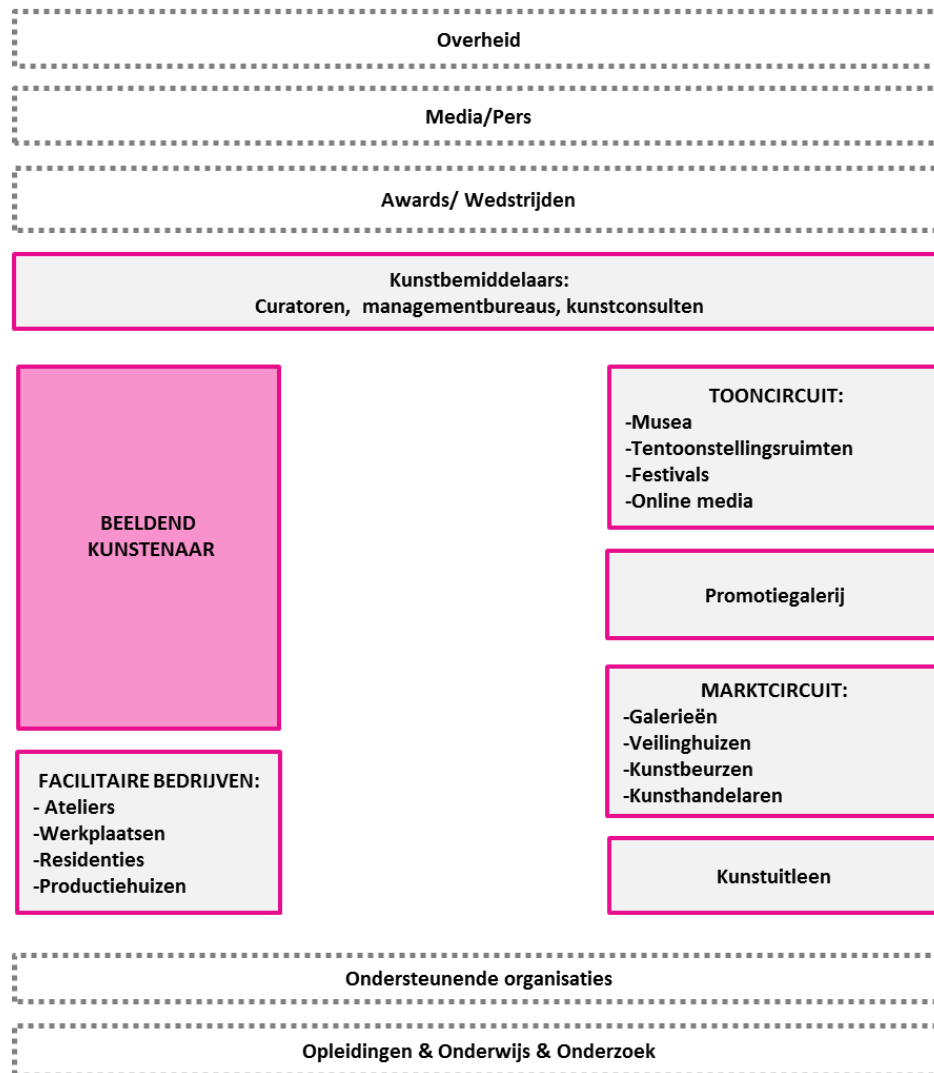
Het product uit de beeldende kunstensector circuleert doorgaans binnen twee circuits, namelijk het tooncircuit en het marktcircuit, of gemengd (De Voldere & Maenhout, 2007). Deze circuits, die ook een ander type consument aantrekken, worden afzonderlijk weergegeven in het waardenetwerk.




2. Waardenetwerk

2.1. Schematische voorstelling van het waardenetwerk

Onderstaand schema geeft een overzicht van de belangrijkste taak/taken van elke schakel in het waardenetwerk, waarbij de grootte van de verschillende blokjes niet van belang is. De beeldende kunstensector is echter – net zoals de andere sectoren uit de Creatieve Industrieën – een dynamische sector waar grensvervaging en hybridisering van verschillende functies zeer kenmerkend is. Het is dan ook vanuit dit opzicht dat onderstaand schema geïnterpreteerd moet worden.

Beeldende Kunsten



-  Kerncreatieve schakels
-  Ondersteunend creatieve schakels
-  Andere sector / facilitatoren / niet becijferd



2.2. Bespreking van de verschillende actoren

De **creatie** van het beeldende kunstenproduct ligt volledig in handen van de **beeldend kunstenaar**. Meer en meer zijn jonge kunstenaars samen creatieprocessen aan het opstarten. Net zoals de afbakening van de beeldende kunstensector doet ook de definiëring van een beeldend kunstenaar veel stof opwaaien in de sector, in die zin dat een strikte definiëring onmogelijk is. De positie van de kunstenaar en de grenzen van wat als kunst beschouwd wordt in de maatschappij zijn een uiterst veranderlijk gegeven (Roelandt, 2008). Bij Gielen en Laermans (2004) vinden we een mogelijke definitie: een beeldend kunstenaar is iedereen die zichzelf beschouwt als kunstenaar en die als kunstenaar (h)erkend wordt door een netwerk en beroepsmatige doeleinden nastreeft.

De **productie** van het kunstwerk behoort tevens tot het creatief proces van de beeldend kunstenaar, die zijn of haar idee overbrengt op een 'drager'. Deze drager varieert sterk: van steen, doek, hout tot foto, plastic, digitaal, conceptueel, ... (De Voldere & Maenhout, 2007). Voor de productie van het kunstwerk kan de beeldend kunstenaar beroep doen op - eventueel gesubsidieerde - **werkplaatsen en ateliers**. Hieronder verstaan we tevens de verschillende residentiemogelijkheden. Dit netwerk kan zeker voor beginnende kunstenaars een meerwaarde bieden. Naast een plaats om het werk te kunnen creëren en produceren, is er vaak een tentoonstellingsruimte aanwezig, zijn er andere kunstenaars aan het werk met wie men in discussie kan treden en zijn er regelmatig contacten met een curator. Bovendien is de kunstenaarspraktijk inmiddels zo divers dat de kunstenaar niet noodzakelijk de nodige know-how, middelen of mankracht heeft om zijn werk tot uitvoering te brengen. Hiervoor kan hij of zij beroep doen op andere **facilitaire bedrijven** (bv. staalbedrijf, bronsgieterij, technologisch lab). Enkele kunstenaars hebben echter zelf vaste productieassistenten in dienst, of zoeken naar gemeenschappelijke modellen van productie en kritische dialoog over het kunstenaarschap. Een belangrijk deel van de productie in de beeldende kunsten sector zijn zogenaamde kunst opdrachten, waarbij publieke of private partijen kunstenaars uitnodigen om op commissie een kunstwerk uit te voeren. Voor de **distributie/exploitatie** van de beeldende kunsten functioneren er twee verschillende circuits, namelijk het toon- en marktcircuit (De Voldere & Maenhout, 2007). Het **tooncircuit** brengt kunstwerken tot de consument door ze tentoon te stellen. Binnen dit circuit zijn zowel gesubsidieerde instanties (bv. musea, kunstorganisaties) als marktgerichte ondernemingen (bv. promotiegalerieën, kunstbeurzen) actief. Het **marktcircuit** omvat de verkoop van kunstwerken aan private of publieke actoren. De kunstenaar kan werken maken voor beide circuits. Zo zijn er kunstenaars die hun werk enkel tentoonstellen en praktisch niets verkopen en omgekeerd. Vast staat dat de kunstenaar maar zelden uitsluitend in één van beide circuits kan meedraaien en overleven.

2.2.1. Tooncircuit

Binnen het tooncircuit is allereerst een belangrijke rol weggelegd voor de **kunstmiddelaars**. Zij vormen de spil, de tussenpersoon, tussen de kunstenaar en het tooncircuit. In deze studie zien we de functie van kunstmiddelaar uitgeoefend door enerzijds de curator, anderzijds de kunstconsulent of het kunstmanagement. De *curator* maakt een artistieke selectie voor een vaste collectie, verschillende tentoonstellingen, biënnales of festivals. Sommige curatoren werken op zelfstandige basis, anderen zijn vast verbonden aan een tentoonstellingsruimte of organisatie.

Naar gelang het belang van de curator en zijn of haar organisatie begeeft de curator zich in meerdere of mindere mate op het internationaal toneel. Verschillende (zelfstandige) curatoren werken tevens af en toe als consultant voor verzamelaars. Voor de kunstenaar zelf kan het contact met curatoren - en hun netwerk - een enorme surplus betekenen voor de carrière. Naast de curator heeft de laatste jaren een nieuwe speler zijn intrede gedaan in het veld, namelijk de *kunstconsulent*, of het *kunstmanagement*. Waar deze schakel bijvoorbeeld in de muziekindustrie reeds sterk aanwezig is, was dit tot voor kort onbestaande in de wereld van de beeldende kunst (De Voldere & Maenhout, 2007). Nochtans zijn slechts weinig kunstenaars ook voldoende economisch onderlegd om op professionele wijze de zakelijke belangen te behartigen. Kunstconsulenten of kunstmanagementbureaus zijn insiders die goed vernetwerkt zijn en op de hoogte van het aanwezige aanbod. Ze kunnen vaak terugvallen op een jarenlange ervaring, hun smaak en kennis (BUP, 2007). Bovendien kunnen ze voor een kunstenaar een belangrijke rol spelen om zijn/haar artistieke kwaliteiten in het beeldende kunstnetwerk meer klank te geven. Momenteel worden er vier hoofdfuncties toegekend aan een managementbureau beeldende kunst: projectcoördinatie (waaronder productie en distributie), algemene consultancy, het opstellen van subsidiedossiers en financieel en fiscaal advies geven (Espeel, 2006).

De kern van het tooncircuit bestaat uit **musea, tentoonstellingsruimtes van kunstorganisaties, biënnales en festivals**. Ook de openbare ruimte behoort hiertoe. Deze spelers creëren een zeer breed maatschappelijk draagvlak voor de (hedendaagse) beeldende kunst en hebben an sich geen commerciële finaliteit. Ze slagen er toch vaak in inkomsten uit de markt te verwerven, maar een deel van de middelen wordt bijgepast door subsidies. Niettegenstaande is hun impact op de waardecreatie bijzonder groot. Hun belangrijkste taak is het organiseren van tentoonstellingen en het aanzwengelen van het maatschappelijk debat (De Voldere & Maenhout, 2007).

Musea van hedendaagse kunst fungeren enerzijds als erfgoedbewaarder, maar kijken - via onder andere tijdelijke tentoonstellingen - ook hoe dit erfgoed doorwerkt in het heden. Volgens de basisdefinitie van ICOM (International Council of Museums) en het vernieuwde Cultureel Erfgoeddecreet (6 juli 2012) heeft een museum vier functies: werken verzamelen om een zo goed mogelijke collectie uit te bouwen, deze collectie ontsluiten voor het publiek, deze collectie in optimale omstandigheden bewaren opdat ze overdraagbaar is naar volgende generaties en de collectie en haar omgeving verder onderzoeken. Voor de aankoop van hun werken gebruiken de musea diverse kanalen. Ze doen beroep op promotiegalerieën, curatoren, handelaars, verzamelaars of rechtstreeks op de kunstenaar zelf (of diens erfgenamen).

De **kunstorganisaties** hebben een infrastructuur en staan in voor de organisatie van tentoonstellingen. In tegenstelling tot musea hebben ze geen eigen collectie en dus geen erfgoedfunctie. Ze begeven zich dan ook echt te midden van de actuele kunstproductie. Binnen de kunstorganisaties onderscheiden we de projectruimte (of off-space), de kleine ruimte en de kunsthall. Bovendien doen ze vaak meer dan louter het tentoonstellen van kunstwerken. Zo combineren ze het tentoonstellen met andere functies, zoals ontwikkeling, productie of reflectie: een residentiewerking, productie van nieuw werk, het uitgeven van publicaties, of participatieprojecten. Een bijzondere vorm van een tentoonstellingsruimte is de *kunsthall*. De belangrijkste toeleveranciers

voor de tentoonstellingsruimtes zijn voornamelijk curatoren, musea en verzamelaars, maar ook galerieën of de kunstenaars zelf. Daarnaast zijn er tevens tentoonstellingsruimtes die kunstenaars kunnen afhuren, zonder inmenging van derden.

De **biënnales en kunstenfestivals** zijn een zeer specifieke vorm van kunst tonen en het publiek laten kennismaken met beeldende kunst. Ze hebben allen een projectkarakter en zijn niet noodzakelijk gebonden aan een vaste ruimte. Deze evenementen worden georganiseerd door kleine organisaties, musea of tijdelijke constructies. De artistieke lijn van de biënnales en kunstenfestivals wordt bepaald door een curator en volgt een duidelijk artistiek concept. Dankzij hun flexibele karakter kunnen ze zeer kort op de bal spelen op hedendaagse tendensen. Biënnales en festivals beschikken meestal over productiebudgetten zodat ze ook daarom belangrijk zijn voor kunstenaars: nieuw werk kunnen maken, al dan niet in situ. Bovendien hebben enkele internationale biënnales en festivals (bv Documenta in Kassel, Biënnale van Venetië, Manifesta) een dermate hoge reputatie opgebouwd dat ze veelbepalend zijn in het hedendaags kunstendiscours. In Vlaanderen zijn er zo bijvoorbeeld Contour Mechelen, Beaufort aan Zee en de Triënnale in Hasselt.

Uitgevers van kunstpublicaties spelen tevens een belangrijke rol in de presentatie van beeldende kunsten. Ondanks het digitaal tijdperk blijven zij belangrijke spelers waarbij een kunstenaar zich via een publicatie wereldwijd kan promoten. Daarnaast kan via catalogi (die vaak goed verspreid worden) een tentoonstelling worden vastgelegd en verder gedeeld.

Met de opkomst van het internet en andere digitale media kreeg de beeldende kunstsector er de laatste decennia, net als andere sectoren, een belangrijk toonplatform bij. Via **online media** worden afbeeldingen van kunstwerken wereldwijd verspreid. Voor de kunstenaar is deze evolutie een enorm voordeel. Hij/zij kan hierdoor een groter publiek bereiken (De Voldere & Maenhout, 2007). Er kunnen echter wel problemen ontstaan met betrekking tot intellectual property. Andere kunstenaars gebruiken nieuwe media letterlijk als een nieuw medium, of nieuwe drager voor hun kunst (cf. hoofdstuk nieuwe media). Op online-sales gaan we dieper in bij de paragraaf marktcircuit.

Binnen het tooncircuit is ook de **promotiegalerie** een belangrijke schakel. De promotiegalerie ontwikkelt namelijk een geheel aan activiteiten die de kunstenaar binnen een professioneel artistiek netwerk kunnen verankeren (Gielen & Laermans, 2004). Promotiegalerieën spelen een cruciale rol in de nationale en internationale promotie van de kunstenaars die ze vertegenwoordigen. Ze promoten meestal levende kunstenaars. Het contact met de kunstenaar of met de erven is dus enorm belangrijk. Om kunstenaars aan te trekken die binnen het profiel van de galerie passen, doen ze zelf aan prospectie en selectie. Op die manier wordt het imago van de galerie opgebouwd en daarmee ook het bijhorende 'kapitaal'. Om die reden werken promotiegalerieën meestal op basis van exclusiviteit. Dat wil zeggen dat de galerie als enige de kunstenaar mag vertegenwoordigen in een bepaalde periode of op een bepaald (nationaal) grondgebied. Een aantal promotiegalerieën zorgen tevens voor een extra service, ondersteunen financieel de productie van de kunstenaars met wie ze werken en voeren promotie via catalogi, kunstbeurzen en netwerking.

Tot dit circuit kunnen we tevens de **kunstuitleenbedrijven** (artotheken) rekenen. Het zijn ondernemingen waar zowel particulieren als bedrijven terecht kunnen om kunstwerken voor enige tijd te lenen. Ze dragen dus zeker bij om het brede publiek kennis te laten maken met kunst zonder dat hiervoor tot aankoop dient overgegaan te worden.

De **consumenten** in het tooncircuit zijn de **particulieren of bezoekers**. Deze groep is niet zozeer belangrijk door hun economisch aandeel in de waardeketen, maar wel omwille van het maatschappelijk draagvlak dat zij creëren voor (hedendaagse) beeldende kunst.

2.2.2. Marktcircuit

Anders dan in het tooncircuit staat de verkoop van het kunstwerk in het marktcircuit centraal. De kunstenaar kan zijn werk rechtstreeks verkopen aan de consument, maar meestal wordt er gebruik gemaakt van verschillende kanalen, namelijk **kunstbeurzen, verkoopgalerieën, veilinghuizen en handelaren**.

Kunstbeurzen winnen in de hedendaagse kunstscène steeds meer aan belang. Galerieën stellen er kunstenaars uit hun portfolio voor en verkopen er hun werken. Er is dus een nauwe samenwerking met de promotiegalerieën. In Vlaanderen is Art Brussels de meest voornamelijk beurs. Art Brussels slaagt er in veel buitenlandse galerieën en geïnteresseerden aan te trekken, wat hen intussen tot een internationale subtopper maakt. Deze beurzen worden volledig door privé-initiatief gedragen, zonder steun van de overheid. Voor de galerie en/of de kunstenaar heeft de aanwezigheid op dergelijke beurzen een zeer positieve invloed op hun positie in het internationale beeldende kunstnetwerk. Naast het circuit van de hedendaagse kunstbeurzen wordt ook oude of klassieke kunst aangeboden op beurzen. In Vlaanderen zijn er zo Eurantica en BRAFA (Brussels Antiques and Fine Arts Fair).

Een **handelaar** concentreert zich louter op de aan- en verkoop van kunstwerken. Voor de aankoop van kunstwerken doet hij/zij voornamelijk beroep op andere handelaars, kunstbeurzen en de kunstenaar zelf. Een **verkoopgalerie** functioneert op eenzelfde wijze. Deze galerieën hechten, in tegenstelling tot de promotiegalerie, weinig belang aan diepgaande reflectie en onderzoek. Ze bemiddelen rechtstreeks tussen de kunstenaar en de verzamelaar en zijn sterk op productie gericht (De Voeght, 2005). Een andere bekende vorm in de handel- en kunstwereld zijn de **kunstveilingen**. Zij zijn voornamelijk actief op de secundaire kunstmarkt en verkopen artefacten aan verzamelaars met meestal een grote winstmarge. De kunstwerken worden immers zonder voorbehoud verhandeld tegen het hoogste bod. Internationale veilinghuizen hebben sinds enkele jaren steeds meer interesse in hedendaagse kunst. Hierdoor winnen zij ook aan belang binnen de hedendaagse kunstmarkt (Velthuis, 2013).

Ook in het marktcircuit zijn er verschuivingen door digitale innovaties. Zo wordt Internet steeds vaker een verkoopplaats voor kunst. **E-commerce** vindt voornamelijk plaats bij veilinghuizen en sites zoals artnet.com en in veel mindere mate bij galeries en kunsthandelaren. Bij de laatste zorgt de aard van markt (belang vertrouwensband, hoge prijs goederen, aanbieders met relatief lage stock,...) ervoor dat sales vooral uit de combinatie 'bricks and clicks' bestaat. Door deze digitale evolutie beschikken

consumenten echter over veel meer informatie omtrent veilingprijzen en het aanbod van bv. een specifieke kunstenaar, stijlperiode,... Deze informatie, en de bijhorende groeiende onderhandelingsmacht van de consument, heeft ervoor gezorgd dat prijssetting intussen ook bij de galerieën en kunsthandelaren veel transparanter gebeurt (McAndrew, 2011). Innovatie in digitale technologieën heeft dus niet gezorgd voor een fundamentele erosie van het bestaande distributiesysteem van kunst en haar intermediaren (Velthuis, 2013).

De **consumenten** van het marktcircuit zijn de **privé- en de publieke verzamelaar**. Naast het werk dat ze op de kunstmarkt kopen (beurzen, veilingen, galerieën, ...), hebben ze regelmatig ook rechtstreekse contacten met de kunstenaar. In Vlaanderen kunnen de privé-collecties opgedeeld worden in twee groepen: de bedrijfsverzamelingen (bv. Belfius Collection) en de verzamelingen van privé-personen. Enkele zijn georganiseerd in een juridische structuur (bv. vzw of stichting), anderen opereren als een natuurlijke persoon, of onder naam en structuur van het bedrijf. Er wordt algemeen aangenomen dat Vlaanderen heel wat privé-verzamelaars heeft. Zij vormen dan ook een belangrijke groep die zwaar doorweegt op het hedendaagse kunstenveld. Een aantal privé-verzamelaars presenteren tevens hun collectie, starten zelf een privé-museum of tentoonstellingsplatform. Anderen verkopen zelf hun verzamelde kunstwerken. Zo blijft de rol van de private verzamelaar niet enkel beperkt tot consument, maar neemt hij ook andere rollen op in het waardenetwerk van de beeldende kunst (Schrauwen & Schramme, 2013b).

Ook de beeldende kunstensector is dus een dynamische sector gekenmerkt door grensvervaging en hybridisering. Enerzijds komt dit tot uiting bij de consumenten, die inspiratie halen uit beeldende kunst voor de eigen creativiteit, anderzijds zijn er bijvoorbeeld talrijke podiumorganisaties die graag met een beeldend kunstenaar als scenograaf werken, of grote bedrijven die kunstenaars vragen iets te ontwerpen of hun showroom vorm te geven.

2.2.3. Facilitatoren

Media en pers zijn uiteraard belangrijke facilitatoren binnen de beeldende kunstensector. Enerzijds zijn ze een promotiekanaal waarlangs nieuwe tentoonstellingen worden aangekondigd en gerecenseerd. Anderzijds spelen ze een toenemende rol in het aanzetten tot het bezoeken van tentoonstellingen door tal van promotionele acties.

Ook **awards en wedstrijden** vormen een belangrijke ondersteuning binnen de beeldende kunstensector. Via deze weg worden kunstenaars en tentoonstellingen gepromoot, of krijgen ze een financieel duwtje in de rug. Een aantal voorbeelden zijn de Canvascollectie, Young Belgian Art Prize en de CultuurPrijzen Vlaanderen.

De **overheid** heeft een bijzondere rol binnen de beeldende kunstensector. De Vlaamse Overheid ondersteunt ze kunstenaars en (non-profit) beeldende kunstorganisaties middels subsidies uit het Kunstendecreet. Zo keerde de Vlaamse Overheid in 2013 voor € 618.000 aan ontwikkelingsbeurzen uit, € 352.000 aan projectbeurzen, € 25.000 aan creatieopdrachten en € 471.000 aan internationale projecten. (een stijging tegenover 2012, maar een status quo tegenover begin 2000).

Het merendeel van de middelen voor creatieopdrachten wordt echter gegenereerd door andere domeinen (zorg, onderwijs, openbare werken en infrastructuur) en overheden (Steden en gemeenten). Steden en gemeenten investeren daarnaast vooral in kunstenaarsateliers en musea.

Een peiling door Van Winkel, Gielen en Zwaan (2012) toonde aan dat 37% van een staal beeldende kunstalumni uit Vlaanderen en Nederland (afstudeerjaren 1975, 1990 en 2005) ooit in hun carrière subsidie ontvingen.⁵ Niettemin halen kunstenaars hun inkomsten voornamelijk uit verkoop van hun werk, kunst in opdracht en andere soorten jobuitoefening, zoals lesgeven, vormgeving/ design/ illustratie of andere activiteiten in creatieve organisaties (Van Winkel et al., 2012). De Vlaamse cultuuroverheid heeft hierdoor slechts een relatief beperkte impact op het beeldende kunstenveld. Bovendien beschikt ze nauwelijks over regulerings-mogelijkheden inzake (markt)actoren zoals galeriehouders, verzamelaars, kunstbeurzen (Verhack, 2011).

2.2.4. Sectorondersteunende organisaties

De beeldende kunstensector wordt in Vlaanderen ondersteund door een groot aantal organisaties: steunpunten, belangenbehartigers, beroepsorganisaties, enz. Een niet-exhaustief overzicht:

- *Kunstenpunt (voorheen BAM: Instituut voor Beeldende, Audiovisuele en Mediakunst)*: Vlaams steunpunt voor professionele hedendaagse beeldende, audiovisuele en mediakunst
- BUP (Beroepsvereniging van handelaars in moderne en hedendaagse kunst): professionele organisatie van galeries in België
- *Kunstenloket*: informatie en advies aan kunstenaars en creatieven met vragen over zakelijke en juridische aspecten van de artistieke activiteit
- *NICC (Nieuw Internationaal Cultureel Centrum)*: belangenvereniging voor beeldende kunstenaars
- *VOBK (Verenigde Organisaties Beeldkunst)*: behartigt als ledenvereniging de collectieve belangen van de gehele en gediversifieerde professionele beeldkunstsector met respect voor de uniciteit van haar spelers.

2.3. De rol van de actoren in de schakels van het waardenetwerk

	Creatie	Productie	Creatieve ondersteuning	Distributie/ Exploitatie	Consumptie
Beeldend kunstenaar					
Ateliers & productiehuisen					
Kunstmiddelaars					
Promotiegalerie					
Tooncircuit					
Marktcircuit					
Kunstuitleen					
Consument					

⁵ Hierbij dient gezegd dat dit cijfer opgetrokken wordt door de Nederlandse kunstenaars. Daar waren nl. tot voor kort meer structurele subsidieregelingen voor beeldende kunstenaars (BKR, startstipendium en WWIK) dan in Vlaanderen.

De **creatie** van beeldende kunstwerken ligt volledig in handen van de beeldend kunstenaars, die de kerncreatieve schakel vormen. Uiteraard wordt de kunstenaar voor de creatie beïnvloed door zijn/haar omgeving. Op basis van het oeuvre en reputatie gebeurt de initiële waardebeoordeling van het werk. De kunstenaar staat ofwel zelf in voor de **productie** van het kunstwerk, ofwel wordt hij of zij hierbij ondersteund door ateliers, facilitaire bedrijven kunstproducent/managementbureau en de promotiegalerie. In het **distributieproces** zijn er heel wat schakels actief. Enerzijds verspreidt de kunstenaar soms zelf zijn werken, maar meer nog ligt deze taak bij de kunstbemiddelaars en de kunstuitleenbedrijven. Ook de kunstbeurzen, handelaren, veilinghuizen en verkooptgaleries spelen hier een rol. Wat de **exploitatie** betreft, zijn uiteraard het toon- en marktcircuit en de promotiegalerie de grootste spelers. Een kleinere rol spelen de kunstuitleenbedrijven, bemiddelaars en de kunstenaars zelf. De finale **consumenten** zijn de particulieren, namelijk de bezoekers van tentoonstellingen, en de privé- en publieke verzamelaars.

In het waardecreatieproces van de beeldende kunsten zijn er een aantal **gatekeepers**: de curator, de promotiegalerie en het tooncircuit, meer specifiek kunsthallen, biënnales en de musea. Ook een aantal theoretici, critici en kunstliefhebbers zijn gatekeepers. Deze actoren bepalen in grote mate welke kunstenaars en kunstwerken geselecteerd, getoond en verspreid worden. Het succes van de kunstenaar is grotendeels van hen afhankelijk. De kritische kunstpers, media en awards zijn eveneens creatief gatekeeper binnen het systeem. Zij kunnen de carrière van een kunstenaar en diens werken maken en/of kraken. Uit de analyse van het waardenetwerk kunnen we stellen dat ook hier de curator en de promotiegalerie de mate van creativiteit van een beeldend kunstwerk best kunnen bepalen. Ook de consument, de private verzamelaar, speelt een rol in de valorisatie van creativiteit. Volgens sommige auteurs winnen ze zelfs sterk aan invloed in het waarderingsmechanisme rond hedendaagse kunst. Niettemin lijkt het erop dat zij hun expertenrol vooral vervullen van zodra een kunstenaarscarrière gevestigd is (Velthuis, 2013).

In tegenstelling tot de ene **kerncreatieve schakel**, de kunstenaar, zijn er een heleboel **ondersteunende creatieve schakels** binnen de beeldende kunstensector. Zij staan mee in voor de vermarkting van de beeldende kunst. Zowel het toon- als het marktcircuit spelen hierin een belangrijke rol. Hieronder verstaan we enerzijds de handelaren, veilinghuizen, verkooptgaleries, kunstbeurzen, kunstuitleenbedrijven en het gehele tooncircuit. Anderzijds zijn er verschillende afzonderlijke actoren die ook duidelijk een eigen artistieke visie en gelaat hebben, namelijk de kunstbemiddelaars en de promotiegalerieën. Selectie door deze actoren op het juiste moment in de carrière van de kunstenaar zorgt voor een stijging in waarde van de kunstenaar, wat uiteraard invloed heeft op de verkoop en de verkoopprijs van zijn/haar oeuvre. Naast bovenstaande actoren spelen ook de ateliers en facilitaire bedrijven een rol als ondersteunende creatieve schakel. Dankzij hun bestaan zijn er immers meer mogelijkheden voor de kunstenaar om zijn werk te creëren en produceren.

II. Bedrijfseconomische impact van de beeldende kunstensector

In dit tweede deel wordt gekeken naar de voetafdruk van de beeldende kunstensector in Vlaanderen op de economie. Hierbij wordt eerst gekeken naar een becijfering van de bedrijfseconomische impact van de sector aan de hand van een aantal macro-economische indicatoren. Concreet betekent dit dat voor elke geïdentificeerde schakel in de waardeketen, het aantal zelfstandigen, het aantal werkgevers, het aantal werknemers, de totale omzet en de totale toegevoegde waarde berekend wordt. De diversiteit van de sector, evenals de onaangepaste financiële statistieken, hebben deze opdracht zodanig bemoeilijkt dat het een haast onmogelijke taak is om eenduidige cijfers te kunnen poneren. Vandaar dat systematisch verschillende bronnen met elkaar vergeleken worden om te komen tot een zo realistisch mogelijke weergave van de situatie inzake tewerkstelling, omzet en toegevoegde waarde.

In de volgende paragrafen wordt per schakel de top-down en bottom-up benadering toegelicht. De resultaten van de gecorrigeerde cijfers zijn opgenomen in onderstaande tabel. De bottom-up cijfers worden beschouwd als een ondergrens, de top-down cijfers als een bovengrens. Voor het berekenen van de totaalcijfers per sector beschikken we echter niet voor iedere schakel van de waardeketen over een top-down en bottom-up cijferreeks. Indien voor één schakel een bepaalde reeks ontbreekt, wordt de beschikbare cijferreeks overgenomen voor de berekening van het totaal teneinde een representatieve range te kunnen construeren.

Concreet:

- Het top-down totaal omvat de top-down cijfers van de schakels waarvoor er een top-down benadering beschikbaar is. Indien géén top-down benadering beschikbaar is, worden de bottom-up cijfers gebruikt.
- Het bottom-up totaal omvat de bottom-up cijfers van de schakels waarvoor er een bottom-up benadering beschikbaar is. Indien géén bottom-up benadering beschikbaar is, worden de top-down cijfers gebruikt.

We verwijzen naar het hoofdstuk methodologie voor een correcte interpretatie van deze cijfers.

Kerncijfers Beeldende kunstensector in Vlaanderen, 2013:

Variabele	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (#)	5.097	3.025
Werkgevers (#)	333	292
Werknemers (VTE)	1.101	1.345
Omzet (€) *	592.512.800	490.714.467
Toegevoegde waarde (€)	237.424.073	173.255.146

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Beeldende Kunsten		Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toegevoegde waarde (€)
Beeldend kunstenaars	Top-down	3.631	83	219	274.962.652	110.393.531
	Bottom-up	1.038	6	29	43.150.612	28.067.271
Kunstabemiddelaars	Top-down					
	Bottom-up	35	3	5	3.248.350	1.086.825
Facilitaire bedrijven	Top-down	345	16	104	48.083.829	39.595.196
	Bottom-up	36	9	110	24.435.747	8.028.336
Promotiegalerieën	Top-down					
	Bottom-up	63	8	24	17.183.314	7.503.947
Kunstuitleenbedrijven	Top-down					
	Bottom-up	3	1	14	3.402.770	784.754
Tooncircuit	Top-down					
	Bottom-up		138	544	103.746.683	34.588.045
Marktcircuit	Top-down	1.020	84	192	141.885.201	43.471.776
	Bottom-up	1.850	127	619	295.546.991	93.195.968
TOTAAL	Top-down	5.097	333	1.101	592.512.800	237.424.073
	Bottom-up	3.025	292	1.345	490.714.467	173.255.146

Indien we een opsplitsing maken naar kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels van het waardenetwerk, krijgen we volgende onderverdeling:

Kerncreatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (#)	3.631	1.038
Werkgevers (#)	83	6
Werknemers (VTE)	219	29
Omzet (€) *	274.962.652	43.150.612
Toegevoegde waarde (€)	110.393.531	28.067.271
Ondersteunend creatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (#)	1.466	1.987
Werkgevers (#)	250	286
Werknemers (VTE)	882	1.316
Omzet (€) *	317.550.148	447.563.855
Toegevoegde waarde (€)	127.030.543	145.187.875

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Volgende actoren zijn evenwel **niet** vervat in deze cijfers:

- De ambtenaren die werk verrichten voor de beeldende kunstensector.
- De tewerkstelling in de ondersteunende organisaties, evenals de tewerkstelling in het onderwijs voor de beeldende kunstensector.
- De bedrijfseconomische gegevens van kunstenfestivals
- De bedrijfseconomische gegevens van kunstbeurzen

Vergelijking cijfers impactmeting referentiejaar 2013 met referentiejaar 2010

Variabele	Top-down 2013	Top-down 2010	Bottom-up 2013	Bottom-up 2010
Zelfstandigen (#)	5.097	5.171	3.025	2.487
Werkgevers (#)	333	305	292	288
Werknemers (VTE)	1.101	1.006	1.345	1.146
Omzet (€) *	592.512.800	616.357.096	490.714.467	397.312.034
Toegevoegde waarde (€)	237.424.073	214.258.227	173.255.146	124.943.513

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Groei van de sector	Top-down groei (#)	Top-down groei (%)	Bottom-up groei (#)	Bottom-up groei (%)
Zelfstandigen (#)	-74	-1%	538	22%
Werkgevers (#)	28	9%	4	1%
Werknemers (VTE)	95	9%	199	17%
Omzet (€) *	-23.844.296	-4%	93.402.433	24%
Toegevoegde waarde (€)	23.165.846	11%	48.311.633	39%

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Op basis van de inzichten van de onderzoekers wordt in deze sector voor de schakels *facilitaire bedrijven* en *Marktcircuit* de top-down cijferverzameling als meest betrouwbaar beschouwd. Voor de overige schakels wordt de bottom-up cijferverzameling gekozen. Aangezien de optelling van de omzet louter indicatief is, en daardoor geen bedrijfseconomische betekenis heeft, worden de volgende kerncijfers als eindcijfers voor de totale Beeldende Kunstensector gezien:

Eindcijfers Beeldende Kunstensector referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010

Referentiejaar	Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Toeg. Waarde (€)
2013	2.504	256	911	155.097.813
2010	2.393	220	791	132.090.133

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

De beeldende kunstensector maakt in de huidige impactmeting op alle fronten een beperkte tot aanzienlijke stijging door. Zo stijgt het aantal zelfstandigen met 111 (5%) en het aantal werkgevers met 36 (16%). Daarnaast neemt ook het aantal VTE werknemers spectaculair toe met 120 (15%). Dit heeft tot gevolg dat tevens de toegevoegde waarde stijgt met ruim € 23 miljoen, een stijging van 17%.

Een verklaring van de stijging ligt enerzijds in een stijging in brongegevens in de creatieve schakel van de beeldende kunstenaars. Doordat er in de huidige meting 114 meer kunstenaars zijn teruggevonden, samen met het feit dat de enkele teruggevonden kunstenaars hogere financiële kengetallen rapporteren zorgt die schakel voor een groot deel van de stijgingen in zelfstandigen, en toegevoegde waarde. Een tweede schakel waarin sterke stijgingen merkbaar zijn, is de schakel tooncircuit. Deze schakel noteert een stijging van 99 VTE werknemers, en tevens een stijging van ruim € 8 miljoen in toegevoegde waarde. Tenslotte draagt ook de schakel van de facilitaire bedrijven een bijdrage aan de stijgingen, zowel in VTE als in toegevoegde waarde.

In wat volgt geven we een overzicht van zowel de basis- als gecorrigeerde cijfers volgens de top-down en bottom-up benadering, als een vergelijking met de vorige impactmeting voor volgende schakels van het waardenetwerk:

- Beeldend kunstenaars
- Kunstbemiddelaars
- Facilitaire bedrijven
- Promotiegalerieën
- Kunstuitleenbedrijven
- Tooncircuit
- Marktcircuit.

1. Kunstenaars

Top down benadering

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur worden de beeldende kunstenaars omvat in verschillende codes:

- 74.201: Activiteiten van fotografen (exclusief persfotografen)
- 90.031: Scheppende kunstenaars (inclusief journalisten en restaurateurs kunst)

Deze codes leveren volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
2.952	762	358	19.263.719	34.515.028

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle entiteiten gerapporteerd in Bel-First:

Variabele	Aantal Entiteiten
Werknemers	103
Omzet	43
Toegevoegde waarde	482

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	83
Werknemers (in VTE)	219

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ-gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.⁶

⁶ De top-downlijst kunstenaars bestaat voor 74% uit bedrijven met NACE BEL 2008-code 74.201 Activiteiten van fotografen (2.750 van de 3.714 entiteiten). Deze bedrijven zijn meestal fotostudio's en aanverwante dienstverlening, waarvan we kunnen uitgaan dat dit een voltijdse activiteit betreft. Daarom zullen we de bedrijven zonder werknemers als 1VTE zelfstandige. Dit in tegenstelling tot de bottom-up lijst kunstenaars, waar een zelfstandige voor 0.575 VTE wordt

- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaarmzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dit levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
3.631	83	219	274.962.652	110.393.531

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de schakel van de beeldend kunstenaars merken we een lichte daling van 2% van het aantal entiteiten in vergelijking met de vorige impactmeting (-79 entiteiten). Deze daling uit zich zowel in het aantal zelfstandigen (-68) en in het aantal werkgevers (-11 op basis van officiële RSZ cijfers). Ook het aantal werknemers maakt volgens deze RSZ cijfers een lichte daling door (-20). Ondanks deze daling in het aantal entiteiten en werknemers, maken de financiële cijfers wel een stijging door. Hierbij stijgt de toegevoegde waarde van € 101 miljoen naar € 110 miljoen, een stijging van 8%.

Bottom up benadering

Onder beeldende kunstenaars verstaan we in dit onderzoek volgende disciplines:

- Schilders,
- tekenaars,
- kunstfotografen,
- installatiekunstenaars,
- geluidskunstenaars,
- videokunstenaars,
- performancekunstenaars,
- mediakunstenaars.

meegerekend bij de omzet en toegevoegde waarde assumpties.

Deze lijst is niet exhaustief en er is veel overlap tussen de verschillende disciplines.

Om een inschatting te maken van het aantal zelfstandige kunstenaars als werkgever of als werknemer zijn volgende bronnen in aanmerking genomen:

- Kunstenpunt (kunstenaars geregistreerd op de website)
- Artfacts.net

Op de website van Kunstenpunt vonden we 623 kunstenaars terug. Kunstenaars worden in de databank opgenomen indien ze Vlaming zijn of in Vlaanderen wonen en minstens drie jaar betrokken zijn bij het kunstgebeuren binnen de Vlaamse Gemeenschap, en indien ze beantwoorden aan één of meerdere van de volgende criteria (Indien kunstenaars niet beantwoorden aan een criterium of bij twijfel zal een externe selectiecommissie worden geraadpleegd):

- Een projectsubsidie of een ontwikkelingsgerichte beurs ontvangen hebben van de Vlaamse Gemeenschap (Kunstendecreet - beeldende of audiovisuele kunst) of een subsidie binnen het FilmLab van het Vlaams Audiovisueel Fonds. De laatste vijf jaren worden meegerekend.
- Meermaals tentoongesteld hebben in organisaties voor beeldkunst of gelijksoortige initiatieven (festival, werkplaats ...) die binnen het Kunstendecreet gesubsidieerd worden door de Vlaamse Gemeenschap. Ook hier worden de laatste vijf jaren meegerekend.
- Ze worden vertegenwoordigd door een promotiegalerie in de BAM-databank die minstens twee Vlaamse kunstenaars vertegenwoordigt en ze hebben in de afgelopen 4 jaar minstens 1 keer tentoongesteld in die galerie. Gasttentoonstellingen worden niet in aanmerking genomen; de kunstenaar moet vast verbonden zijn aan de galerie;

Deze 623 kunstenaars werden verder aangevuld met een lijst beeldende kunstenaars uit Artfacts.net. Deze commerciële databank stelt een wereldwijde ranking van kunstenaars op basis van veilingprijzen op. Uit deze lijsten filterden we de kunstenaars met een expliciete landaanduiding BE. Uit deze lijst halen we alle kunstenaars die gestorven waren in 2013 of die in 2013 minstens 77 jaar waren. Van deze laatste groep kunnen we namelijk veronderstellen dat ze hun kunstenaarspraktijk niet meer actief beoefenen. Zo bleef een groep van 1.001 Belgische kunstenaars over, waarvan 706 kunstenaars die niet in de lijst van BAM voorkwamen. Op deze 706 kunstenaars passen we de 60/40 regel toe (60% Vlamingen en Brusselaars, 40% Walen). Zo voegen we 424 kunstenaars aan de lijst van Kunstenpunt toe. Dit totaal van 1047 kunstenaars ligt hoger dan de vorige 'educated guess' van de impactmeting referentiejaar 2010.

Het overgrote deel van deze 1047 kunstenaars werkt als zelfstandige zonder personeel. In 2014 werd deze lijst aan Kunstenpunt (toenmalig BAM) voorgelegd aan een dienstverlener uit het beeldende kunstenveld om te bepalen welke kunstenaars (zakelijke of artistieke) medewerkers hebben. Zo is gekomen tot een lijst van 45 kunstenaars-werkgevers. Via de Bel-First controleerden we van deze 45 kunstenaars

de gerapporteerde omzet, toegevoegde waarde en aantal werknemers. We konden hiervan slechts 6 kunstenaarsbedrijven terugvinden die effectief personeel rapporteren, en 3 kunstenaarsbedrijven die vanwege onze selectiecriteria (niet in Vlaams grondgebied, of reeds gestopt) niet werden meegenomen.

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers # (VTE)	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
1.038	6	29	-	12.606.459

Bron: Kunstenpunt, Artfacts.net, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet door alle bedrijven en zelfstandige entiteiten gerapporteerd in Bel-First:

Variabelen	Aantal Bedrijven
Werknemers	6
Omzet	-
Toegevoegde waarde	16

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie, worden volgende correcties doorgevoerd:

- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

- De inkomsten van kunstenaars zijn zeer divers. Het Kunstenloket (2008) stelde vast dat 42,5% van de kunstenaars voltijds bezig is met zijn/haar artistieke praktijken. Op basis van dat onderzoek, herleiden we het aantal zelfstandigen naar het aantal VTE zelfstandigen aan de hand van een sleutel van 57.5%, waarbij 1 zelfstandige voor de berekening van omzet en toegevoegde waarde wordt omgerekend naar 0.575 voltijds equivalente zelfstandigen⁷.

⁷ Dit in tegenstelling tot de top-downlijst kunstenaars, waar zelfstandigen wel voor een volledige VTE worden meegerekend bij de omzet en toegevoegde waarde assumpties (cf. supra).

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
1.038	6	29	43.150.612	28.067.271

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum, Bel-First, Kunstenloket, Kunstenpunt, Artfacts.net

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met de vorige impactmeting worden aanmerkelijk meer zelfstandigen gevonden. Deze groep neemt toe met 117 (+13%). Aangezien in de vorige meting juist een flinke daling werd teruggevonden (-23%), kan de huidige meting als een correctieve tempering worden gezien. Het aantal werkgevers maakt een daling door, van 9 uit de vorige meting naar 6 over het referentiejaar 2013. De toegevoegde waarde maakt tenslotte een behoorlijke stijging door: een toename van ruim € 8 miljoen (+43%).

2. Kunstbemiddelaars

Top-down benadering

Gezien kunstbemiddelaars niet in de NACE-BEL nomenclatuur worden gegroepeerd onder een welbepaalde code, kan de top-down benadering niet worden uitgevoerd.

Bottom-up benadering

Voor het samenstellen van de lijst van kunstbemiddelaars wordt beroepen op de databank van Kunstenpunt. Op deze website worden de volgende categorieën meegenomen:

- managementbureaus en bemiddelaars
- curatoren.

De Kunstenpunt-lijst managementbureaus en bemiddelaars levert 20 organisaties op. Als we deze ingeven in Bel-First komen hieruit 17 zelfstandigen/eenmansorganisaties en 3 werkgevers. De lijst curatoren bevat 161 entiteiten. Niettemin biedt deze databank enkel een (beperkt) overzicht van curators hedendaagse beeldende, audiovisuele en mediakunst, die actief zijn in of verbonden zijn aan een organisatie in Vlaanderen. De meeste van deze curatoren zijn dus werknemers van organisaties die elders in deze impactmeting voorkomen. Daarom zochten we deze namen op in Bel-First om te achterhalen wie als zelfstandige is geregistreerd of wie er een bedrijf op zijn/haar naam heeft. 18 zelfstandigen vonden we op deze manier terug in Bel-First.

Beide gecombineerd, levert dit volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
35	3	5	20.349	275.989

Bron: Kunstenpunt, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet door alle bedrijven en zelfstandige entiteiten gerapporteerd in Bel-First:

Variabelen	Aantal Bedrijven
Werknemers	3
Omzet	1
Toegevoegde waarde	7

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te kunnen extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige gerekend
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dat levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
35	3	5	3.248.350	1.086.825

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum Bel-First, Kunstenpunt

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de bottom-up cijferverzameling van kunstbemiddelaars zijn kleine verschuivingen merkbaar. In totaal zijn 11 meer zelfstandigen, en 5 minder werkgevers teruggevonden in Bel-First. Deze kleinere groep werkgevers rapporteert meteen ook minder werknemers (-11). De toegevoegde waarde maakt ook een kleine daling door van bijna € 250.000.

3. Facilitaire bedrijven

Top-down benadering

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur worden de facilitaire bedrijven omvat in volgende code:

- 90.032: Ondersteunende activiteiten voor scheppende kunstenaars

Deze codes leveren volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
199	162	182	32.457.899	36.680.831

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle entiteiten gerapporteerd in Bel-First:

Variabele	Aantal Entiteiten
Werknemers	14
Omzet	7
Toegevoegde waarde	50

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	16
Werknemers (in VTE)	104

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ-gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dit levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
345	16	104	48.083.829	39.595.196

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de schakel van de facilitaire bedrijven voor beeldende kunst merken we met name in de officiële RSZ cijfers een flinke stijging. Het aantal werkgevers stijgt van 13 naar 16 (+23%), en het aantal werknemers van 65 naar 104, een stijging van maar liefst 60%. Het totaal aantal entiteiten gaat echter wel licht achteruit, met name door een daling in het aantal zelfstandigen (-11 zelfstandigen). De stijgingen in het aantal werkgevers en werknemers heeft een direct gevolg op de toegevoegde waarde in deze schakel, dat een stijging doormaakt van ruim € 5 miljoen (+16%).

Bottom-up benadering

Ook voor de inschatting van het aantal facilitaire bedrijven, hanteren we de databank op de website van Kunstenpunt. Net als bij de vorige impactmeting werden de categorieën 'atelierwerking' en 'werkplaatsen' in acht genomen, met dien verstande dat de categorie werkplaatsen inmiddels is uitgebreid tot 'werkplaatsen en medialabs'. Ook hebben we de categorie 'residenties' meegenomen bij de facilitaire bedrijven. Zij worden namelijk mee vermeld in het waardenetwerk. Verschillende organisaties worden bovendien zowel op de lijst 'werkplaatsen' als bij 'residenties' vermeld. Voor kunsttransportbedrijven baseren we ons op de gouden gids, onder de categorie "vervoer – kunstvoorwerpen". Tenslotte werden nog 2 organisaties teruggevonden uit het rapport "De huidige, mogelijke en wenselijke rol van de private sector bij investeringen in infrastructuur en uitbating van museumdepots in Vlaanderen" van Schrauwen, Schramme en Swennen (2011).

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
36	9	110	159.411	7.112.876

Bron: Kunstenpunt, Gouden Gids, Schrauwen, Schramme & Swennen. Bel-First

Het aantal werknemer, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet door alle bedrijven en zelfstandige entiteiten gerapporteerd in Bel-First

Variabelen	Aantal Bedrijven
Werknemers	9
Omzet	2
Toegevoegde waarde	10

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dat levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
36	9	110	24.435.747	8.028.336

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum, Kunstenpunt, Guiette et al. 2011, Schrauwen, Schramme en Swennen 2011, Bel-First

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de huidige impactmeting wordt een aanzienlijk aantal entiteiten meer gevonden. Dit totaal stijgt met 11 naar 45. Met name bij de zelfstandigen wordt een behoorlijke stijging gevonden: een verdubbeling van 18 naar 36. Er worden echter wel minder werkgevers teruggevonden. Dit kleinere aantal werknemers rapporteert echter wel beduidend meer werknemers. Deze nemen toe met liefst 67% (+44). Deze stijging in entiteiten en werknemers zet zich ook door in de financiële kengetallen. Hierin neemt de toegevoegde waarde flink toe met ruim € 3,5 miljoen (een stijging van 79%).

4. Promotiegalerieën

Top-down benadering

Promotiegalerieën worden in de NACE-BEL nomenclatuur niet gegroepeerd onder een welbepaalde code. Daardoor kan de top-down benadering niet uitgevoerd worden.

Bottom-up benadering

Voor het aantal promotiegalerieën baseren we ons op de lijst op de website van Kunstenpunt. Zij hanteren volgende selectiecriteria:

- De galerie is minstens 1 jaar open en heeft een aantal vaste kunstenaars die ze vertegenwoordigt.
- Ze voert promotie voor deze kunstenaars in binnen- en/of buitenland.
- Ze gaat een permanente samenwerking met hen aan door onder andere op regelmatige basis solotentoonstellingen te organiseren, door kunstenaars te ondersteunen en hen dienstverlening en trajectbegeleiding aan te bieden.
- De galerie is niet uitsluitend op verkoop gericht maar stimuleert de verankering van de kunstenaar binnen het professionele kunstenveld.

In deze lijst van Kunstenpunt staan 89 organisaties. Bij het opzoeken van deze organisaties in Bel-First, werden echter 18 organisaties niet meegenomen omdat ze enerzijds niet in de doelregio voorkwamen, of omdat ze dubbel in de lijst voorkwamen.

Deze galeries hebben we uit de lijst geschrapt.

Hierbij komen we tot volgende basiscijfers:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
63	8	24	11.783.927	6.222.303

Bron: Kunstenpunt, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle werkgevers gerapporteerd door Bel-First:

Variabelen	Aantal Bedrijven
Werknemers	8
Omzet	5
Toegevoegde waarde	22

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie orden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dat levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
63	8	24	17.183.314	7.503.947

Bron: Kunstenpunt, Bel-First

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Bij de promotiegalerieën is bottom-up een lichte daling merkbaar in entiteiten, met name merkbaar bij de werkgevers (-8). Deze daling zet zich ook door bij de werknemers dat met 50% daalt en de toegevoegde waarde dat een daling van bijna € 4 miljoen doormaakt.

5. Kunstuitleenbedrijven

Top-down benadering

De kunstuitleenbedrijven worden in de NACE-BEL nomenclatuur niet gegroepeerd onder een welbepaalde code. Daardoor kan de top-down benadering niet uitgevoerd worden.

Bottom-up benadering

Voor het aantal kunstuitleenbedrijven baseren we ons op de lijst op de website van Kunstenpunt. De databank van Kunstenpunt vermeldt 12 bedrijven. Bij controle in Bel-First bleek dat 6 hiervan filialen zijn van één organisatie. Enkel de moederorganisatie wordt bij deze impactmeting meegenomen. Daarnaast was een van de organisaties niet meer actief in 2013 en rapporteert een van de organisaties niet binnen de doelregio.

Hierdoor komen we tot volgende basiscijfers:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
3	1	14	-	758.598

Bron: Kunstenpunt, Guiette et al. 201, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet door alle bedrijven en zelfstandige entiteiten gerapporteerd in Bel-First

Variabelen	Aantal Bedrijven
Werknemers	1
Omzet	-
Toegevoegde waarde	3

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie orden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaarmzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dat levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
3	1	14	3.402.770	784.754

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum, Kunstenpunt, Guiette et al. 2011, Bel-First

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Net als in de vorige impactmeting is er een daling merkbaar in het aantal entiteiten bij de schakel beeldende kunst/kunstuitleenbedrijven, dit maal -1. Van slechts 1 van de entiteiten is dit maal het aantal werknemers teruggevonden. Het aantal werknemers is mede hierdoor ook gedaald (-10). De toegevoegde waarde is in referentiejaar 2013 eveneens gedaald (- €462.794, oftewel -37%) t.o.v. 2010.

6. Tooncircuit

Top-down benadering

Het tooncircuit kan in de NACE-BEL nomenclatuur niet gegroepeerd worden onder een welbepaalde code. Daardoor kan de top-down benadering niet uitgevoerd worden.

Bottom-up benadering

Het tooncircuit omvat meerdere deelcategorieën. In deze studie worden volgende categorieën meegenomen:

- Tentoonstellingsruimtes
- Presentatieruimtes privé-collecties
- Musea hedendaagse kunst
- Centra voor beeldende kunst
- Kunsthallen

Voor het aantal organisaties in het tooncircuit baseren we ons op de onlinedatabank van Kunstenpunt. Uit de databank van Kunstenpunt nemen we volgende categorieën mee:

- Kunstorganisaties
- Off Spaces
- Privécollecties
- Musea; hieruit werden enkel de musea hedendaagse kunst gefilterd
- Festivals; hieruit werden enkel de beeldkunstfestivals gefilterd.

Dit leverde volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
129	9	157	1.875.732	9.217.933

Echter het aantal werknemers, de omzet en toegevoegde waarde wordt niet bij alle organisaties gerapporteerd in Bel-First:

Variabelen	Aantal Bedrijven
Werknemers	9
Omzet	4
Toegevoegde waarde	10

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- Uit de focusgroep beeldende kunst 2011 bleek dat alle organisaties in deze categorie als werkgever beschouwd kunnen worden. Er bestond daarbij consensus dat deze gemiddeld drie werknemers hebben. Daarom worden de ontbrekende gegevens over de werknemersaantallen aangevuld met 3 werknemers per organisatie. Zo komen we tot een extra 387 werknemers (3 werknemers * 129 bedrijven) in deze categorie.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dit levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
-	138	544	103.746.683	34.588.045

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum, Kunstenpunt, Gids Hedendaagse Beeldende Kunstorganisaties, Bel-First

Hierbij dient gezegd dat omzet in deze categorie een erg relatief begrip is. Verschillende van de organisaties zijn gesubsidieerde vzw's. De subsidies van deze organisaties worden niet meegerekend bij omzet, maar wel bij de toegevoegde waarde. In werkelijkheid zal de omzet van deze groep dus vermoedelijk veel lager liggen, omdat bovenstaand cijfer voornamelijk gebaseerd is op assumpties.

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met de vorige bedrijfseconomische impactmeting (referentiejaar 2010)

is er een behoorlijke stijging van het aantal entiteiten bij het tooncircuit vermeld op de basisbron (de databank van Kunstenpunt). Dat zorgde voor een stijging van het aantal werkgevers van 94 in 2010 naar 138 in 2013. Deze stijging in werkgevers zet (mede door de toepassing van de assumptie omtrent het aantal werknemers) zich ook door in het aantal werknemers dat wordt berekend voor deze schakel. Dit kengetal stijgt van 445 naar 544, een stijging van 22%. De toegevoegde waarde maakt in lijn met deze bevindingen een zelfde trend door. Deze stijgt met ruim € 8 miljoen, een stijging van 32%.

7. Marktcircuit

Top-down benadering

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur worden de beeldende kunstenaars omvat in verschillende codes:

- 47.787: Detailhandel in nieuwe kunstvoorwerpen in gespecialiseerde winkels (inclusief galerieën)
- 47.791: Detailhandel in antiques in winkels

Deze codes leveren volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
660	444	276	56.048.316	29.086.262

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle entiteiten gerapporteerd in Bel-First:

Variabele	Aantal Entiteiten
Werknemers	70
Omzet	24
Toegevoegde waarde	327

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	84
Werknemers (in VTE)	192

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ-gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dit levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
1.020	84	192	141.885.201	43.471.776

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Net als in de schakel van facilitaire bedrijven, vindt ook in de schakel marktcircuit in de top-down benadering een flinke stijging plaats van officiële RSZ cijfers omtrent werkgevers en werknemers. Hierbij stijgt het aantal werknemers van 72 naar 84 (+17%), en het aantal werknemers van 169 naar 192 (+13%). Het totaal aantal entiteiten blijft echter nagenoeg gelijk vanwege een daling in het aantal zelfstandigen. Al met al heeft de stijging in RSZ cijfers wel een positieve uitwerking op de financiële cijfers, waarbij de toegevoegde waarde een fikse stijging van ruim € 5 miljoen doormaakt (+15%).

Bottom-up benadering

Het marktcircuit omvat meerdere subschakels. In deze studie worden volgende categorieën meegenomen:

- Verkoopgalerieën
- Kunsthandelaren
- Veilinghuizen

Om tot het aantal organisaties te komen binnen het marktcircuit baseerden we ons op volgende bronnen⁸:

⁸ Bij de vorige impactmeting werden ook nog een lijst galerieën uit de Kunstgids 2003 meegenomen. Deze bron zullen we

- Galerieën lid van BUP
- Gouden Gids: Veilinghuizen; Galerieën; Antiquiteiten (restauratie van); Experts - Kunstvoorwerpen

Zo verkregen we een lijst van 2.629 organisaties. Na opschoning bleven er hier nog 1.977 van over. Volgende bedrijven werden uit de lijst verwijderd: dubbele namen, organisaties die al in de andere bottom-up lijsten beeldende kunst voorkwamen (voornamelijk promotiegalerieën), Brusselse bedrijven die als voertaal Frans aangaven en bedrijven die nog niet of niet meer actief waren in 2010.

Verder viel bij het opzoeken in Bel-First op dat verschillende bedrijven uit de lijst niet zozeer gespecialiseerd zijn in kunst- of antiekhandel, maar zich op een veel bredere markt van 2^{de} handsgoederen bewegen: veilinghallen van faillissementen (die dus vooral rollend materieel en technische toestellen aanbieden), 2^{de} handskleding, activiteiten van gerechtsdeurwaarders, kringwinkels,... Daarnaast waren er verschillende bedrijven die eerder actief zijn op de interieurmarkt (meubelmakers, interieurarchitecten,...) Grote, gekende bedrijven waarvan we zeker zijn dat ze niet tot een kunst- of antiekmarkt behoren hebben we uit de lijst kunnen filteren. Maar gezien het hoge aantal zelfstandigen in deze lijst, ontbrak het ons aan kennis en informatie om de basislijst te reduceren tot de kunstmarkt.

De overgebleven 1.977 entiteiten leveren volgende basiscijfers:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
1.850	127	619	68.068.285	50.797.092

Bron: BUP, Gouden Gids, Bel-First.

Het aantal werknemer, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet door alle bedrijven en zelfstandige entiteiten gerapporteerd in Bel-First

Variabelen	Aantal Bedrijven
Werknemers	127
Omzet	28
Toegevoegde waarde	356

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie orden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

niet raadplegen, omdat deze meer dan 10 jaar oud is.

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dat levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
1.850	127	619	295.546.991	93.195.968

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum, BUP, Gouden Gids, Bel-First

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Net als in de vorige impactmeting is het aantal entiteiten in het marktcircuit bij deze meting flink verhoogd (van 1.604 entiteiten naar 1.977, een stijging van 23%). In de vorige impactmeting werd gezocht naar een verklaring van de destijds ook zeer sterke stijging (verdubbeling), waarbij de Koninklijke Kamer voor Antiquairs en Kunsthandelaren van België vooral benadrukte dat ‘antiquair’ geen beschermd beroep is, waardoor iedereen die dat wenst zijn activiteiten in deze beroepsgroep kan onderbrengen. In de vorige impactmeting werden tevens bijzonder veel jonge zelfstandigen en bedrijfjes gevonden die hun btw-nummer nog niet hadden aangevraagd voor of in het referentiejaar (2010). Het vermoeden is dat die groep organisaties op dit moment zorgen voor de huidige stijging.

Hoewel het totaal aantal entiteiten dus flink stijgt, maakt het aantal werkgevers een kleine daling door (-10 werkgevers, een daling van -7%). Het aantal werknemers daarentegen stijgt weer juist met 96 (+18%). Tenslotte maakt ook de toegevoegde waarde een flinke stijging door. Deze neemt toe met ruim € 32 miljoen (+52%).

CULTUREEL ERFGOED

I. Mapping van de culturele erfgoedsector

Zoals ook in de eerste impactmeting uit 2011 gesteld, is de cultureel erfgoedsector een buitenbeentje binnen de creatieve industrie. De sector laat zich moeilijk weergeven in een economisch waardenetwerk, omdat er geen 'creatie' in de klassieke zin van het woord plaatsvindt. Bovendien werken de kernactoren in deze sector vaak als not-for-profit organisaties die in eerste instantie geen bedrijfseconomische waardecreatie nastreven, maar andere doelen vooropstellen zoals bewaren van erfgoed voor volgende generaties, maximale participatie van de bevolking aan erfgoedactiviteiten, gemeenschapsvorming, kennisontwikkeling,...). Anderzijds vertegenwoordigt erfgoed een grote maatschappelijke waarde, die moeilijk te becijferen valt, maar niettemin reëel is. Daarnaast levert erfgoed een belangrijke bijdrage aan andere economische sectoren, zoals het toerisme. Daarom werd in 2011 beslist om deze sector toch mee te nemen in dit onderzoeksproject, mits een 'bijzondere behandeling'. Bij de bedrijfseconomische impactanalyse worden enkel cijfers meegegeven van gesubsidieerde en erkende erfgoedorganisaties, zowel voor roerend, immaterieel en onroerend erfgoed.

1. Afbakening van de sector

Anno 2013, blijven dezelfde definities voor afbakening van de sector gelden als bij onze economische impactmeting van 2011:

- **Cultureel erfgoed** is een verzamelbegrip en staat voor alle materiële en immateriële sporen van menselijke activiteit die groepen of gemeenschappen van mensen wensen te bewaren, te verzamelen en na te laten aan volgende generaties. Cultureel erfgoed heeft iets vertrouwds. Het herinnert aan iemands verleden, of aan het verleden van een dorp, een streek, een land. Het geeft context aan mensen en het inspireert tot verdere ontwikkeling. Cultureel erfgoed is tegelijk geheugen en inspiratiebron. De invulling van het begrip erfgoed is zelden eensluidend. Het wordt gekenmerkt door een opmerkelijke rekbaarheid, die kan verschillen in tijd en ruimte (Dillemans & Schramme, 2005).
- Uit het voorgaande blijkt duidelijk dat 'cultureel erfgoed' een **dynamisch concept** is dat veeleer in aanmerking komt voor een omschrijving dan voor een afgelijnde definitie. De Unesco omschrijft cultureel erfgoed vandaag als volgt: 'het cultureel erfgoed neemt verschillende vormen aan, zowel tastbare (monumenten, landschappen, objecten,...) als niet-tastbare (talen, podiumkunsten, muziek,...) en is van onschatbare waarde voor de cultureel verscheidenheid. Het is een bron van waaruit creativiteit en welvaart ontspringen. Volkeren ontleen een gevoel van identiteit en samenhang aan hun erfgoed. De oorsprong van erfgoed is divers en de ontwikkeling is gekleurd door een veelheid aan invloeden'.
- Ook in **Vlaanderen** is het een heel **breed en divers veld** met verschillende soorten actoren: groot / klein, professioneel / vrijwilliger, publiek / privaat,

landelijk / regionaal / lokaal. Het cultureel erfgoed telt in Vlaanderen een groot aandeel publieke actoren, maar ook private actoren waaronder erfgoedverenigingen en hun vrijwilligers, universiteiten, particuliere collecties, stichtingen, het patrimonium van particulieren en bedrijven,... Bovendien kent Vlaanderen een bijzondere situatie met betrekking tot erfgoedbeleid. Het roerend en immaterieel erfgoed behoort namelijk als cultureel thema tot de bevoegdheden van de Vlaamse Gemeenschap, terwijl het onroerend erfgoed (monumenten, landschappen en archeologie) grondgebonden materie is en dus de bevoegdheid van het Vlaamse Gewest. Hierdoor is het in Vlaanderen zeer moeilijk om een geïntegreerd erfgoedbeleid te voeren. Bovendien wordt ook op provinciaal of stedelijk / gemeentelijk niveau deze tweedeling regelmatig doorgetrokken.

In wat volgt bespreken we eerst de actoren van het waardenetwerk. Daarna becijferen we de bedrijfseconomische impact.

2. Waardenetwerk

2.1. Schematische voorstelling van het waardenetwerk

Bij de vorige bedrijfseconomische impactmeting werd voor de erfgoedsector geen economisch waardenetwerk uitgetekend. Enerzijds werd dit gemotiveerd doordat deze sector per uitstek gekenmerkt door dynamisme, grensvervaging en hybridisering van verschillende functies. Daarnaast wordt erfgoed vaak als input voor andere sectoren gebruikt wordt. Verschillende facilitatoren en zelfs enkele actoren, bewegen zich bovendien deels in andere creatieve sectoren (cf. infra).

We zullen dan ook enkel de voornaamste actoren bespreken.

2.2. Bespreking van de verschillende actoren

In deze paragraaf beschrijven we bondig de voornaamste actoren in de cultureel erfgoed sector. We baseren ons hierop grotendeels op de beschrijvingen van onze eerdere studie uit 2011.

Aan de basis van het waardenetwerk in de cultureel erfgoedsector, ligt natuurlijk het roerend, onroerend en immaterieel erfgoed. Dat zijn namelijk de bronnen of **grondstof** waarmee men 'waarde' creëert binnen de erfgoedsector. Het zijn de sporen uit het verleden die ook vandaag nog betekenisvol zijn voor groepen mensen en die we daarom koesteren en aan toekomstige generaties door willen geven.

Het **onroerend erfgoed** omvat alles wat te maken heeft met archeologie, landschappen en bouwkundig erfgoed (monumenten, maar ook groepen van gebouwen of sites: gecombineerde realisaties van mens en natuur). Zoals eerder aangehaald behoort dit tot het beleidsdomein Ruimtelijke Ordening, Woningbeleid en Onroerend Erfgoed. Maritiem Erfgoed en heraldiek behoren in principe tot het cultureel erfgoed, wegens niet grondgebonden. Niettemin wordt het beleid hierrond eveneens opgevolgd door het Agentschap Onroerend Erfgoed. Een bijzondere groep

van het onroerend erfgoed is het beschermd erfgoed. Anno 2010 waren er in Vlaanderen 13.500 relictten beschermd als monument, dorps- en stadsgezicht, landschap of archeologische zone.

Het **roerend erfgoed** is erfgoed dat verplaatsbaar is. Het gaat daarbij om objecten, informatie, culturele bronnen met een gemeenschappelijke betekenis, zoals beelden, archieven, boeken, schilderijen, objecten, ... Het zijn dragers van onschatbare (historische) informatie die ons heel wat vertellen over mensen, plaatsen, culturen, activiteiten, etc. van vroeger en nu. Ook in het roerend erfgoed geniet een kleine groep collectiestukken een bijzondere status in Vlaanderen. Dit zijn de zogenaamde 'Topstukken'. Dit betekent dat de Vlaamse overheid het object als een zeldzaam en onmisbaar cultuurgood beschouwt, en het omwille van zijn bijzondere archeologische, historische, cultuurhistorische, artistieke of wetenschappelijke betekenis in Vlaanderen wil bewaren. Het gaat zowel om museumstukken, als documentair erfgoed in archieven en erfgoedbibliotheken als om topstukken in privébezit. Voor deze topstukken gelden ook uitzonderlijke beschermingsmaatregelen en bepaalde uitvoerbeperkingen.

Immaterieel erfgoed is niet-tastbaar. Het zijn die gewoontes, gebruiken, kennis en praktijken die een gemeenschap of een groep overgeërfd heeft gekregen of in een historisch continuüm kunnen worden gevat en die de gemeenschap of groep in consensus voldoende belangrijk acht om door te geven aan toekomstige generaties. Het gaat steeds om immateriële uitingen van de interactie tussen mens en zijn omgeving. Immaterieel cultureel erfgoed is dynamisch; door evolutie in de tijd en door interactie met de omgeving krijgt het nieuwe betekenissen en verandert het gebruik of de functie. Het benoemen als immaterieel erfgoed is tijds- en plaatsgebonden. Het is een culturele actie die ingrijpt op de gewoonte, het gebruik, de kennis en de praktijk. Het benoemen geeft de mogelijkheid om proactief te handelen en zorgt ervoor dat het doorgegeven wordt of actief ingezet kan worden op processen van doorgeven. De klemtoon bij het Vlaamse beleid omtrent het 'borgen' van immaterieel erfgoed ligt niet zo zeer op de concrete erfgoeduiting, maar op het volledige systeem; de methodiek van het doorgeven en het proces. Het gaat dus bovenal om het creëren van kansen voor het voortbestaan en de toekomstige ontwikkeling van levende culturele gebruiken en tradities. Over de reikwijdte van dit begrip wordt nog volop en in internationale context gediscussieerd. De laatste jaren is er wereldwijd een sterk toenemende aandacht voor immaterieel cultureel erfgoed in alle mogelijke vormen. Wereldwijd zijn beleidsmakers (o.a. Unesco, Raad van Europa) en erfgoedorganisaties zich er steeds meer van bewust dat deze vormen van erfgoed erg belangrijk zijn voor culturele diversiteit in de wereld en maar dat deze vormen tegelijkertijd ook bijzonder kwetsbaar zijn. Immaterieel erfgoed staat sterk onder druk door invloed van grootschalige en snelle processen als globalisering, sociale transformatie, toerisme e.d. onder druk.

2.2.1. Kernspelers

Bij de kernspelers van de erfgoedsector zijn natuurlijk in eerste instantie de personen, organisaties, bedrijven en instanties die **erfgoed beheren**. Ze hebben erfgoed in eigendom of hebben er het 'hoederrecht' over, ze onderzoeken en bewaren het erfgoed en ze ontsluiten het naar het grote publiek. Naar gelang het type erfgoed en de aard van de organisatie nemen ze een of meerdere van deze functies op.

Bij het onroerend erfgoed ligt deze rol meestal bij de eigenaar, huurder of gebruiker van het monument, het landschap of archeologische site. Deze **onroerend erfgoedbeheerders** kunnen zowel private personen, bedrijven of organisaties als publieke instellingen zijn. Het **beheer** van monumenten, landschappen, stads- en dorpsgezichten en archeologische sites vereist daarbij een verschillende aanpak. Bij monumenten gaat het over een maximaal behoud van onder andere materialen en het verzoenen van hedendaagse comfort- en veiligheidsvereisten met de oude structuren. Ook een gepaste herbestemming levert vaak een garantie voor het behoud. Landschappen veranderen dan weer voortdurend: planten groeien of sterven af, teelten worden afgewisseld, wegen of waterlopen worden aangelegd of omgeleid. Bij het beheer van landschappen worden ook vaak vele partijen betrokken. Waardevolle archeologische vindplaatsen blijven het best bewaard als ze niet worden opgegraven. Dit kan natuurlijk enkel als ze niet worden bedreigd door grondwerken. Slechts zelden kunnen archeologische sites na hun opgraving ter plekke bewaard worden. Meestal worden gevonden artefacten (al dan niet samen met de opgravingverslagen en – documentatie) overgebracht naar een bewaarinstelling zoals bv. een archeologisch depot. Slechts een kleine fractie van het onroerend erfgoed wordt op permanente basis **ontsloten**, door bv. publieke bezoeken, denk bijvoorbeeld aan kerken en kathedralen, belangrijke monumenten, publieke bossen of archeologische musea.

Het **roerend erfgoed** wordt **beheerd, verzameld, onderzocht en ontsloten** door collectie beherende organisaties. De gekendste hiervan zijn musea, archieven en erfgoedbibliotheken. Maar ook lokale erfgoedverenigingen, en diverse andere erfgoedorganisaties en koepelorganisaties staan in voor het beheer van roerend erfgoed. Daarnaast is nog een groot deel van ons roerend patrimonium in het bezit van (private of publieke) organisaties, bedrijven of personen die erfgoedbeheer niet als kerntaak hebben, denk bijvoorbeeld aan scholen, eeuwenoude verenigingen, kunstcollecties in bedrijven of bij private verzamelaars. Deze laatste groep, hoort gezien hun andere kerntaak ipso facto niet tot de erfgoedsector, maar worden regelmatig (op projectbasis) meegenomen in het onderzoeks- of ontsluitingsbeleid van zowel professionele collectie beherende als niet-collectie beherende erfgoedorganisaties.

De International Council of Museums (ICOM) definieert **musea** als volgt: 'Een museum is een permanente instelling, zonder winstbejag, toegankelijk voor het publiek, die ten dienste staat van de gemeenschap en haar ontwikkeling. Een museum verwerft, behoudt, onderzoekt, presenteert, documenteert en geeft bekendheid aan de materiële en immateriële getuigenissen van de mens en zijn omgeving, voor doeleinden van studie, educatie en genoegen.' (Nederlandse vertaling van ICOM Statutes art. §1). Het verzamelen, bewaren, onderzoeken en het toegankelijk maken van collecties vormen met andere woorden de basisfuncties van een museum. Om deze optimaal te kunnen vervullen, trachten musea voldoende garanties in te bouwen op het vlak van management, infrastructuur, toegankelijkheid, financiële en personele middelen, en nemen ze de nodige deontologische regels in acht. De Vlaamse overheid kan aan musea die op deze terreinen aan bepaalde kwaliteitsnormen voldoen een kwaliteitslabel toekennen. Bij het verzamelen van een collectie gaan de musea eerder thematisch te werk: ze focussen op een bepaald thema of gaan uit van een wetenschappelijke discipline. Enkele voorbeelden:

- Archeologische musea (bv. Provinciaal Gallo-Romeins museum in Tongeren)
- Stadsmusea (bv. STAM in Gent, MAS in Antwerpen)
- Musea voor schone kunsten (bv. KMSKA in Antwerpen, MSK in Gent)
- Musea voor hedendaagse kunst (bv. S.M.A.K. in Gent, M HKA in Antwerpen)
- Musea rond techniek, wetenschap, industrie en landbouw (bv. MOT in Grimbergen, Plantin Moretus in Antwerpen, MIAT in Gent)
- Volkenkundige, heemkundige musea en volkskunde musea (bv. Huis van Alijn in Gent, Openluchtmuseum Bokrijk)
- Musea voor toegepaste kunst (bv. Zilvermuseum in Antwerpen; Modemuseum in Antwerpen en Modemuseum in Hasselt; Designmuseum in Gent)

Ten tweede zijn er de **archiefstellingen**. Er dient een onderscheid gemaakt te worden tussen de privaatrechtelijke en de publiekrechtelijke archieven. Deze laatste vallen onder bestuurszaken. Hierbij is het Vlaamse niveau en het Vlaamse Archiefdecreet verantwoordelijk voor het dynamisch en semi-statisch archief. Het federale Rijksarchief is verantwoordelijk voor het statisch archief. Het beleid rond de privaatrechtelijke archieven valt onder de bevoegdheid van de Vlaamse minister van Cultuur en het Cultureel-erfgoeddecreet. Archiefinstellingen verzamelen actief archivalische of documentaire collecties. Ze ontvangen ook veel collecties die bij hen in bewaring worden gegeven of geschonken, bijvoorbeeld vanuit hun bewaaropdracht als publiekrechtelijke instellingen. Audiovisuele archiefcollecties nemen een bijzondere plaats in. Zij worden voor een belangrijk deel beheerd door de omroepen. De audiovisuele bronnen zijn evenwel zeer kwetsbaar en stellen grote eisen aan de bewaaromgeving. Digitalisering vormt een van de oplossingen om dit erfgoed veilig te stellen.

Vervolgens zijn er de **erfgoedbibliotheken**. Een erfgoedbibliotheek is een bibliotheek die een cultureel en/of wetenschappelijk belangrijk documentair patrimonium van geschreven, gedrukte, gedigitaliseerde en elektronische publicaties bewaart, beheert, bibliografisch ontsluit en beschikbaar stelt. Deze functie kan ofwel de uitsluitende opdracht van de bibliotheek zijn, of een gedeelte van de opdracht van de bibliotheek. Het veld van de erfgoedbibliotheken in Vlaanderen omvat veel verschillende types van instellingen en organisatievormen. Onderzoek wees uit dat er minstens 250 erfgoedbibliotheken en bibliotheken met bewaarcollecties zijn in Vlaanderen. In 2008 werd de vzw Vlaamse Erfgoedbibliotheek opgericht. Ze telt zes stichtende leden (erfgoedbibliotheek Hendrik Conscience, Universiteitsbibliotheek Antwerpen, Universiteitsbibliotheek Gent, Universiteitsbibliotheek Leuven, Stadsbibliotheek Brugge en de Provinciale Bibliotheek Limburg). Ze is het ankerpunt voor de volledige erfgoedgemeenschap rond geschreven, gedrukte en digitale collecties bewaard in Vlaamse erfgoedbibliotheken en versterkt deze erfgoedgemeenschap door communicatie op alle niveaus, door de ontwikkeling van expertise en door de realisatie van projecten rond deze collecties.

Cultureel erfgoed is tevens het onderwerp in tal van **erfgoedverenigingen**: heemkundige kringen, cultuurhistorische verenigingen, verenigingen voor volkscultuur, verenigingen voor erfgoedzorg, etc. Vrijwilligers vormen de spil van de erfgoedverenigingen. Volgens het eindrapport van PRISMA zijn er anno 2010 naar schatting 2.000 (lokale) erfgoedverenigingen in Vlaanderen, die uitsluitend draaien op

vrijwilligers. Ongeveer 150.000 Vlamingen zijn lid van zo'n lokale erfgoedvereniging (Walterus, Vander Stichele, & Jacobs, 2013).

Binnen het culturele erfgoedveld is verder een belangrijke rol weggelegd voor **expertisecentra**. De expertisecentra zijn knooppunten voor kennisdeling en expertise-uitwisseling, het zijn bemiddelaars tussen het cultureel erfgoed en de zorg ervoor en de ontsluiting ervan. Een expertisecentrum speelt in op concrete en acute noden en behoeften in het erfgoedveld en heeft een voldoende flexibele structuur en werking om via monitoring en herpositionering het eigen takenpakket up-to-date en relevant te houden.

De lokale **erfgoedcellen** (in een stad of gemeente binnen een intergemeentelijk samenwerkingsverband) bouwen een duurzaam lokaal cultureel erfgoedbeleid (immaterieel en roerend erfgoed) uit, samen met en ten gunste van lokale actoren. De taak van een culturele erfgoedcel start bij het in kaart brengen van het lokale erfgoed. Ze maken het cultureel erfgoed uit de eigen stad of omliggende gemeenten toegankelijk voor een zo breed mogelijk publiek en bevorderen de samenwerking tussen de verschillende erfgoedzorgers en bouwen netwerken uit. De erfgoedcellen werken anno 2013 in het kader van een cultureel erfgoedconvenant dat de Vlaamse Gemeenschap sluit met een stad, intergemeentelijk samenwerkingsverband of de Vlaamse Gemeenschapscommissie. In het voorjaar 2013 zijn er 23 lokale convenants gesloten. Door de aanpassing van het Cultureel-erfgoeddecreet aan het planlastendecreet zullen er geen convenants meer gesloten worden met de steden Antwerpen, Gent, Brugge, Leuven en Mechelen en de provincies. Zij worden niet meer op basis van een convenant gesubsidieerd. Zij kunnen ondersteuning krijgen van de Vlaamse Gemeenschap als zij intekenen op de Vlaamse beleidsprioriteiten voor Cultureel erfgoed.

2.2.2. Facilitatoren

In het waardenetwerk van de erfgoedsector is een belangrijke rol weggelegd voor een aantal facilitatoren. Naargelang de functies in het takenpakket bewaren – ontsluiten – verzamelen – onderzoeken, kunnen erfgoedorganisaties beroep doen op een waaier aan gespecialiseerde bedrijven, freelancers of expertiseorganisaties.

Zo is een eerste groep facilitatoren geclusterd rond de **bewaarfunctie** van erfgoedorganisaties. Bij het bewaren van erfgoed komen er verschillende specialisten kijken: zo zijn er freelance of zelfstandige restauratoren voor allerlei materialen of technieken, gespecialiseerde aannemers en architecten.

Voor onroerend erfgoed neemt een organisatie als Monumentenwacht Vlaanderen hierin een bijzondere positie. De dienstverlening van deze ledenorganisatie omvat niet alleen ondersteuning bij het onderhoud van gebouwen, maar ook inspecties en advies over waardevolle interieurs, roerend, varend en zelfs archeologisch erfgoed. Ook overheidsdiensten en privébedrijven die archeologische opgravingen uitvoeren zijn een belangrijke facilitator in de onroerend erfgoedsector.

Voor roerend erfgoed zijn de erfgoeddepots van belang. De notie erfgoeddepot is een

koepelterm voor elk depot waar twee- en driedimensionaal erfgoed bewaard wordt, evenals archiefstukken, oude boeken of documentatie. De term is zowel van toepassing op het traditionele museum- of archeologisch depot, als op opslagruimtes bij heemkundige kringen, kerkfabrieken, erfgoedverenigingen én commerciële bedrijven in kunst- en erfgoedopslag. Een erfgoeddepot bestaat niet enkel uit de fysieke ruimte, maar ook uit een werking: het geheel van handelingen verbonden aan het behoud en beheer van het opgeslagen erfgoedmateriaal, zoals o.a. registratie, inspectie, onderhoud, logistiek, en beveiliging van het opgeslagen erfgoed. Bijzondere types erfgoeddepots zijn gezamenlijke depots (voor collecties van verschillende erfgoedbeheerders), nooddepots (voor tijdelijke bewaring tijdens noodgevallen) en transitdepots (tijdelijke bewaarplaatsen in afwachting van herbestemming van erfgoed).

Bij het **ontsluiten van erfgoed** worden ook allerhande partners betrokken. Zo zijn er verschillende toonplekken zonder eigen collectie, evenementen en festivals. Deze laatste zijn niet noodzakelijk gebonden aan een vaste ruimte. Het zijn vaak grote publiekstrekkingen met een sterke promotiefunctie, denk bijvoorbeeld aan Erfgoeddag, Open Monumentendag, Week van de Smaak en Museumnacht. Daarnaast worden in opbouw van tentoonstellingen ook verschillende freelancers en bedrijven (bv. curatoren, tentoonstellingsbouwers, kunsttransporteurs,...) betrokken. Verder wordt er bij de ontsluiting van het erfgoed ook een beroep gedaan op uitgevers, webdesigners enz. Een bijzonder voorbeeld hiervan is de Archiefbank Vlaanderen. Dit is een duurzaam onlineregister, zeg maar een gouden gids van de Vlaamse private archieven. Sinds april 2005 kan het brede publiek de databank op het internet consulteren. Het register neemt beschrijvingen op van archieven van personen, families en organisaties. De Archiefbank toont niet de archiefdocumenten zelf, maar wel de weg ernaar toe.

Een bijzondere plek in de erfgoedsector verdienen de partners betrokken bij de **digitalisering** van erfgoed. Digitaal erfgoedbeheer is vaak een integraal onderdeel van de werking van alle cultureel erfgoedorganisaties en kan worden omschreven als 'het geheel van de ICT-toepassingen rond het aanmaken, ontsluiten, bewaren, delen en uitwisselen van digitale erfgoedbronnen. Het gaat dus niet enkel over de digitale producten of collecties zelf, maar ook over wat ermee gedaan kan worden (de processen). Doorgaans worden drie vormen van digitaal erfgoed onderscheiden:

- Digital-born erfgoed: erfgoedmateriaal dat van origine al digitaal is;
- Gedigitaliseerd erfgoed: erfgoedmateriaal van origine niet digitaal is, maar waarvan met digitalisering een reproductie gemaakt is;
- Digitale informatie over erfgoed.

Steeds meer erfgoedinstellingen ondernemen structureel of projectmatig allerlei digitaliseringsinitiatieven en via innovatieve projecten worden nieuwe ontwikkelingen rond digitaal erfgoed onderzocht. Volgende projecten zijn hiervan een voorbeeld: Europeana, CEST (Cultureel Erfgoed Standaarden Toolbox van Packed en eDavid in opdracht van het Agentschap Kunsten en Erfgoed), Lukas Arts in Flanders vzw, Flandrica,...

2.2.3. Sectorondersteunende organisaties

De erfgoedsector wordt eveneens ondersteund door een aantal **sector- en beroepsorganisaties**. Daarnaast hebben ook de **overheden** een belangrijke functie binnen de erfgoedsector. De verschillende overheidsniveaus (Vlaams – provinciaal en lokaal) en beleidsdomeinen (Ruimtelijke Ordening en Cultuur) streven een complementair beleid na. Daarnaast treden de verschillende overheden bij cultureel erfgoed op als subsidiënt van erfgoedorganisaties. Ook bij Onroerend Erfgoed is eveneens een stelsel van onderhouds- en restauratiepremies aan archeologisch, bouwkundig en landschappelijk erfgoed. De belangrijkste Vlaamse decreten met betrekking tot het erfgoed zijn enerzijds het cultureel-erfgoeddecreet van 6 juli 2012. Voor het onroerend erfgoed wordt een onroerenderfgoeddecreet voorbereid. Het ontwerp hiervan werd goedgekeurd door de Vlaamse regering op 25 januari 2013 en moet nog door een parlementaire procedure alvorens het gepubliceerd kan worden in het Belgisch Staatsblad.

Een niet-exhaustief overzicht van overheids-, sector en beroepsorganisaties:

- *Agentschap Kunsten en Erfgoed*: Kunsten en Erfgoed draagt als uitvoerder van het beleid van de Vlaamse Regering, actief bij aan de ontwikkeling van een kwalitatief en divers (professioneel) kunsten en cultureel-erfgoedlandschap. Ze gaan het engagement aan om een uniek en centraal knooppunt van expertise te worden.
- *FARO*: FARO is het steunpunt voor de sector van het roerend en immaterieel erfgoed en wordt gesubsidieerd door de Vlaamse overheid. Het is een dienstverlenende organisatie die een intermediaire rol vervult tussen het cultureel erfgoedveld en de overheid, en die als doel heeft cultureel erfgoedorganisaties, lokale en provinciale besturen en beheerders van cultureel erfgoed te ondersteunen en de ontwikkeling van het cultureel erfgoedveld te stimuleren.
- *VVBAD (Vlaamse Vereniging voor Bibliotheek, Archief & Documentatie)*: De VVBAD is de beroepsvereniging in Vlaanderen van bibliothecarissen, archivariissen en documentalisten. De ledenvereniging, ondersteund door een professioneel team, stimuleert overleg en samenwerking in het werkveld, met zin voor verdieping en vernieuwing. Voor de leden is de VVBAD een platform voor uitwisseling van kennis en expertise. Ze streven tevens naar een verdere professionalisering van de sector. De VVBAD vertegenwoordigt de sector bij overheden en andere partners.
- *Agentschap Onroerend Erfgoed*: Onroerend Erfgoed is een agentschap van de Vlaamse overheid binnen het beleidsdomein Ruimtelijke Ordening, Woonbeleid en Onroerend erfgoed. Het agentschap onderzoekt, inventariseert, beheert, beschermt onroerend erfgoed en ontsluit de informatie hierover. Ze bereidt het beleid van de bevoegde minister voor en voert uit.
- *Herita*: Herita vzw is een netwerkvereniging die iedereen met een hart voor erfgoed samenbrengt en ondersteunt. Herita ijvert voor een wereld waarin iedereen zijn erfgoed kan beleven en ervan kan genieten. Herita is enerzijds beheerder van verschillende erfgoedsites (bv. Abdijsite Herkenrode Hasselt, Fort Napoleon Oostende,...). Anderzijds organiseert Herita erfgoedactiviteiten met Open Monumentendag Vlaanderen als jaarlijks hoogtepunt en neemt ze haar rol op als dienstverlener voor de sector.

II. Bedrijfseconomische impact van de culturele erfgoed sector

Het weergeven van de totale bedrijfseconomische impact van de culturele erfgoed sector blijft een lastige zaak. Het ontbreken van geschikte NACE-codes waarin de spelers uit de erfgoedsector gevat worden maakt dat een top-down cijferverzameling niet mogelijk is. Daarnaast is het ook bottom-up niet eenduidig om cijfermateriaal te verzamelen, waardoor berekeningen omtrent de totale bedrijfseconomische impact van deze sector vooral als (ruwe) schattingen dienen worden gezien.

Een belangrijke noot is nog dat we, gezien top-downcijfers voor deze sector ontbreken, voor deze benadering –net als bij de vorige impactmeting- de bottom-upcijfers meegeven. Voor één schakel, de output uitvoeringssector onroerend erfgoed missen we tot slot in bottom-upcijfers nog het aantal werkgevers/zelfstandigen. Daarom dat bij aantal organisaties hoger ligt dan de 148 becijferde organisaties.

Kerncijfers Erfgoedsector in Vlaanderen 2013⁹

Variabele	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (#)	-	-
Organisaties (#)	148+	148+
Werknemers (VTE)	5.208	5.208
Omzet / geïnvesteerde overheidsmiddelen (€) *	675.343.238	675.343.238
Toegevoegde waarde (€)	-	-

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* Deze optelling is louter indicatief

⁹ Een gedeelte van deze cijfers hebben betrekking op referentiejaar 2012, aangezien deze de meest recent beschikbaar waren.

Cultureel Erfgoed		Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet / geïnvesteerde overheidsmiddelen (€)	Toegevoegde waarde (€)
Input overheden onroerend erfgoed	Top-down					
	Bottom-up		35	538	105.663.000	
Output uitvoeringssector onroerend erfgoed	Top-down					
	Bottom-up			2.786	433.490.291	
Cultureel-erfgoedorganisaties (roerend / immaterieel erfgoed)	Top-down					
	Bottom-up		113	1.884	136.189.947	
Totaal	Top-down		148+	5.208	675.343.238	
	Bottom-up		148+	5.208	675.343.238	

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* Deze optelling is louter indicatief

Vergelijking cijfers impactmeting referentiejaar 2013 en impactmeting over referentiejaar 2010:

Variabele	Bottom-up 2013	Bottom-up 2010
Zelfstandigen (#)	-	-
Organisaties (#)	148+	144+
Werknemers (VTE)	5.208	5.897
Omzet / geïnvesteerde overheidsmiddelen (€) *	675.343.238	611.825.030
Toegevoegde waarde (€)	-	-

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

VERSCHIL 2013 / 2010	Bottom-up groei (#)	Bottom-up groei in %
Zelfstandigen (#)		
Organisaties (#)	4	3%
Werknemers (VTE)	-689	-12%
Omzet / geïnvesteerde overheidsmiddelen (€) *	63.518.208	10%
Toegevoegde waarde (€)		

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Vanwege de afhankelijkheid van wisselende externe bronnen bij de dataverzameling is vergelijking tussen verschillende impactmetingen lastig, en moet dit dan ook met de nodige voorzichtigheid worden behandeld. Bij de eindcijfers zien we een lichte stijging van het totaal aantal werkgevers met 3%, terwijl het aantal werknemers juist afneemt (-12%). In termen van omzet / geïnvesteerde overheidsmiddelen maakt de sector toch een behoorlijke stijging door van ruim € 63 miljoen, een stijging van 10%.

In wat volgt geven we een overzicht van zowel de bedrijfseconomische impact via de bottom-up benadering voor volgende schakels van het waardenetwerk:

- Onroerend erfgoed
- Cultureel erfgoed

1. Onroerend erfgoed

In de vorige impactmeting werd gebruik gemaakt van een methodologie uit een studie van De Baerdemaeker, Vastmans en Vandekerckhove (2011). In deze studie werd benadrukt dat de impact van onroerend erfgoed een zeer complexe zaak is. Ze berekenden de impact van onroerend erfgoed vervolgens in drie stappen, een proces dat in deze impactmeting (deels) gerepliceerd zal worden:

- De input van de verschillende overheidsniveaus (Vlaamse overheid, provincies, lokale overheden) in de onroerend erfgoedsector. Hiermee doelen de onderzoekers op de werknemers (uitgedrukt in VTE) en beleidsmiddelen (incl. loonkost) van zowel overheidsdiensten, als in gesubsidieerde middenveldorganisaties en enkele gesubsidieerde vrijwilligersverenigingen. Al zijn deze laatste cijfers voor het gesubsidieerde middenveld en de intergemeentelijke samenwerkingsverbanden slechts gedeeltelijk

beschikbaar. Voor 2013 voorziet het cultureel erfgoeddecreet in ruim € 34 miljoen aan beleidsmiddelen.¹⁰

- Daarnaast keren deze overheden ook premies uit voor het onderhoud en de restauratie van beschermd onroerend erfgoed. Deze premies worden zowel aan private als openbare eigenaren toegekend. Hierbij geven de onderzoekers mee dat dit om een onderschatting gaat, gezien de geïnvesteerde middelen van particulieren buiten dit premiestelsel (bv. in niet-beschermd waardevol erfgoed), niet worden meegenomen. In 2013 spendeerde de Vlaamse overheid € 61,4 miljoen euro aan onderhouds- en restauratiepremie's, en werd € 10 miljoen besteed vanuit het Financieringsfonds voor Schuldafbouw en Eénmalige Investeringsuitgaven.¹¹

Input overheden	Aantal overheden en organisaties ¹²	Beleidsmiddelen	Tewerkstelling erfgoeddiensten en gesubsidieerde middenveldorganisaties (in VTE)	Onderhoud- en restauratiepremie's
Vlaanderen	35	34.263.000	538	71.400.000

- Vervolgens wordt de omzet, toegevoegde waarde en aantal werknemers van de 'uitvoeringssector' bij onroerend erfgoed geschat. Hiermee doelen de onderzoekers op die activiteiten binnen (commerciële) sectoren die zich actief bezig houden met de instandhouding van onroerend erfgoed in Vlaanderen. In concreto spreekt men van een gedeelte van de bouwsector, architectuur, landschapssector, en (private) archeologische bedrijven. Voor deze cijfers wordt beroep gedaan op het onderzoek door Christine Vanhoutte, onderzoeker bij de organisatie Onroerend Erfgoed. In haar studie "Bevraging Vlaamse aannemers met erkenning D23 en/of D24 Erfgoedgerelateerde omzet en tewerkstelling in de restauratiesector in 2013" komt zij tot de volgende kerncijfers (Vanhoutte, 2015).

Output Uitvoeringssector onroerend erfgoed	Aantal bedrijven	Omzet gerelateerd aan onroerend erfgoed	Directe toegevoegde waarde gerelateerd aan erfgoed ¹³	Tewerkstelling (in VTE) gerelateerd aan erfgoed

¹⁰ <http://2013.kunstenenerfgoedjaarsverslag.be/jaarsverslag-2013/over-ons/begroting/de-kijker-beleidsmiddelen-2009-2014/analyse-van-de-begrotingsge>

¹¹ <https://docs.vlaamsparlament.be/docs/stukken/2014-2015/g146-1.pdf>

¹² Deze rekensom is gebaseerd op een update van de organisaties aangeduid door De Baerdemaeker et al 2011. Dit komt neer op 6 entiteiten verbonden aan de Vlaamse overheid (Agentschap Onroerend Erfgoed, expertencommissie, Agentschap Inspectie RWO, SARO, het kabinet van de bevoegde minister en de KCML). Daarnaast rapporteren we 3 gesubsidieerde professionele erfgoedverenigingen (Herita, Monumentenwacht, en Vlaamse Landmaatschappij), 17 Regionale Landschappen, 7 Intergemeentelijke archeologische diensten en 2 intergemeentelijke onroerenderfgoeddiensten. Voor deze organisaties is het aantal VTEs opgezocht, zover beschikbaar.

¹³ In de vorige impactmeting was data beschikbaar over de toegevoegde waarde van de bouwsector gerelateerd aan erfgoed. Aangezien deze data dit maal ontbreekt, wordt deze bij benadering berekend door het percentage toegevoegde waarde / omzet uit de vorige impactmeting toe te passen op de huidige omzetcijfers. Voor de overige drie sectoren werden

Bouwsector	503	382.514.213	137.398.856	2.431
Architectuursector		35.382.565		156
Archeologiesector		13.762.503		151
Landschapssector		1.831.010		48
TOTAAL		433.490.291		2.786

Bron: Vanhoutte 2015 (cijfers m.b.t. referentiejaar 2013)

- Tot slot berekende de studie nog indirecte economische impact van onroerend erfgoed op de toeristische aantrekkelijkheid van de regio, op de recreatiesector en op vastgoedprijzen via hedonistische prijsmethodes. Gezien we dergelijke spill-overeffecten ook bij andere creatieve sectoren niet hebben meegenomen, zullen we deze thema's hier niet behandelen.

2. Cultureel Erfgoed

Het Cijferboek Cultureel Erfgoed 2012 (Walterus, 2014) rapporteert over de gegevensverzameling van cultureel erfgoedorganisaties. Het is een initiatief van het steunpunt FARO (www.faronet.be) en het agentschap Kunsten en Erfgoed (www.kunstenenerfgoed.be). Het cijferboek verzamelt tweejaarlijks cijfergegevens, waarbij het meest recente referentiejaar dat gebruikt kan worden in deze impactmeting 2012 is. Dit cijferboek beperkt zich tot organisaties voor roerend en/of immaterieel erfgoed die:

- Erkend zijn als cultureel-archiefinstelling (op één na enkel privaatrechtelijke archiefinstellingen), erfgoedbibliotheek of museum.
- Als erfgoedorganisaties landelijk gesubsidieerd werden (expertisecentra, organisaties voor volkscultuur, samenwerkingsverbanden m.b.t. cultureel erfgoed en het steunpunt).
- Erkend waren als instellingen van de Vlaamse Gemeenschap.

Zo kwam men tot een groep van 115 organisaties (waarvan er 2 gesloten werden, en dus niet worden meegenomen in dit onderzoek) die de onderzoekers middels een enquête bevraagden. Deze organisaties antwoordden o.a. op vragen m.b.t. tewerkstelling en kosten (personeelskosten, werkingskosten, investeringskosten en andere financiële kosten, bedrijfskosten). Omdat er bij deze organisaties vaak geen omzet of toegevoegde waarde worden gegenereerd in klassiek bedrijfseconomische zin, worden kosten meegegeven als indicatie. Deze kosten worden gedekt door subsidies en toelagen van de inrichtende machten (vaak openbare besturen) en eigen middelen (inkomsten uit exploitatie, lidgelden, schenkingen, sponsoring,...).

Het onderzoek is bovendien gebaseerd op een enquête, dit maakt dat door het non-respons van enkele organisaties op de hele enquête (3) of op enkele deelvragen, de totaalcijfers voor deze subsector onvolledig zijn.

in de vorige keer geen toegevoegde waarde data gemeld.

Dit levert voor referentiejaar 2012 de volgende cijfers op:

Cultureel Erfgoed-organisaties	Subcategorie	Aantal	Tewerkstelling in VTE (N=110)	Kosten (N=101)
Collectiebeherende organisaties	Musea (incl. instellingen Vlaamse Gemeenschap)	62	1.484	€ 127.084.844
	Archiefinstellingen	8	126	
	Erfgoed-bibliotheken	7	125	
Dienstverlenende (ondersteunende) organisaties	Erfgoedcellen	19	70	€ 9.105.103
	Expertisecentra	9	79	
	Organisaties voor volkscultuur	2		
	Andere (ABV, FARO, Lukas, Resonant, VEB, VKC)	6		
TOTAAL		113	1.921	€ 136.189.947

Bron: Walterus 2014, (cijfers m.b.t. referentiejaar 2012)

DESIGN

I. MAPPING VAN DE DESIGN FUNCTIE

In de designsector is noch de sector zelf, noch het waardenetwerk ingrijpend veranderd sinds de vorige impactstudie. Toen werd uitgebreid ingegaan op de afbakening en definitie van het begrip 'design'. Dit overzicht werd voor de huidige impactstudie ingekort en samengevat. Graag verwijzen we naar Guiette et al. (2011) en Schrauwen et al. (2014) voor een overzicht van de verschillende definities en afbakeningen van design. Daarnaast zijn voorbeelden, cijfers, beleidsinformatie geactualiseerd en wordt aandacht geschonken aan recente ontwikkelingen.

1. Afbakening van de sector

1.1 Definitie van Design

Design is een moeilijk te definiëren begrip. Design is een werkwoord, *to design* = ontwerpen, en een zelfstandig naamwoord, *design* = ontwerp. Een designer is bijgevolg iemand die iets ontwerpt. Uit de verschillende interviews en literatuur kunnen we stellen dat een aantal zaken centraal staan in design:

- Design heeft betrekking op het ontwerpen van producten, diensten of processen, ongeacht de sector of industrie. Bijgevolg is design eerder een schakel in een waardeketen dan een sector of industrie op zich.
- Design is een multidisciplinair en co-creatief proces met verschillende betrokken partijen en stakeholders.
- Design bevindt zich op een continuüm tussen engineering enerzijds en kunst anderzijds; design integreert onder meer functionaliteit en esthetiek.
- Design biedt een duidelijke en meetbare meerwaarde voor organisaties en hun producten, diensten en processen op verschillende vlakken: functioneel, esthetisch, economisch, emotioneel, etc...

Flanders Inshape definieert **design** als “een multidisciplinair proces waarin creativiteit, concept denken, continue verificatie van ontwikkelingsstappen, focus op de mens, design thinking en een perfecte balans tussen technologische, economische en menselijke factoren, leiden tot industrieel relevante, zinvolle en duurzame innovaties.”

Design Vlaanderen om haar beurt definieert design ruimer.

“Design is een integrale, multidisciplinaire discipline of ontwerpactiviteit die de cohesie tussen menskundige, technische en economische aspecten creëert binnen de ondernemingen. Het is een systematische aanpak voor ‘user-centered’ en markt gedreven innovatie in alle economische sectoren en helpt ondernemingen om hun ideeën succesvol naar de markt te brengen. Het is met name de verzameling van principes, methodes, instrumenten en technieken die bedrijven in verschillende fasen van innovatieprocessen zouden moeten / kunnen gebruiken om succesvol op een duurzame manier (nieuwe) producten,

diensten, processen, business modellen, systemen,...te ontwikkelen en te verbeteren, en hun waarde te vergroten; alsook hoe deze principes, methodes, instrumenten en technieken kunnen worden gemanaged tijdens het innovatieproces. Design dat gebruikers centraal stelt en dat wordt toegepast op producten, diensten, processen, systemen en organisaties, stimuleert innovatieve bedrijfsmodellen, organisatorische innovatie en andere vormen van niet-technologische innovatie.”

Volgens deze definitie kan design als een proces dat leidt tot innovatie worden gezien. Dit kan eerder worden gezien als de *discipline* van design. Design dient dus beschouwd te worden als een geïntegreerde functie doorheen verschillende sectoren en industrieën. Dit heeft eveneens gevolgen voor de mapping van de designfunctie: design is, zoals eerder gesteld, veelal een schakel of onderdeel binnen waardeketens van andere industrieën en sectoren. Binnen deze impactmeting wordt echter de directe bedrijfseconomische impact van ‘autonome creatieve sectoren’ gemeten. De bredere discipline van het gebruik van design om te komen tot innovatie, wordt hierbij niet als een onafhankelijke sector beschouwd. Wanneer er gekeken wordt naar de autonome sector van design, kan er een onderscheid gemaakt worden tussen **onafhankelijke designers** en **designbureaus** (die als een “design-kern” beschouwd kunnen worden, i.e. hun hoofdactiviteit bestaat uit design) en **in-house designers** die zijn tewerkgesteld binnen organisaties (hoewel design eveneens de hoofdactiviteit is van de individuele designers, is design niet de hoofdactiviteit van de organisatie waarvoor zij werken). In deze laatste context is design een ondersteunende functie binnen de organisatie.

1.2 Disciplines van design

Dat design moeilijk te definiëren is, maakt het bovendien moeilijk af te bakenen welke sectoren en functies design-activiteiten uitvoeren. Ook de pluraliteit aan definities en afbakeningen die gehanteerd worden door (sector)organisaties in binnen- en buitenland draagt bij tot de begripsverwarring omtrent design.

In de eerste impactmeting, gaven we een uitgebreid overzicht van nationale en internationale definities en afbakeningen van design. Op basis hiervan kunnen we enkele algemene disciplines afleiden:

- Ruimtelijk design (het ontwerpen van steden, gebouwen en interieurs)
- Artistiek / Ambachtelijk design (het vormgeven van kunstwerken en ambachtelijke voorwerpen)
- Communicatie design (het ontwerpen van zowel boodschappen als de kanalen om deze over te brengen bv. web design, reclame, copywriting, grafisch ontwerp, ...)
- Industrieel design (het verbeteren van de esthetiek, ergonomie, functionaliteit etc van een product)
- Product design (het creëren van een nieuw product)
- Service design (Het ontwerpen of verbeteren van een dienst)
- Proces & strategie design (het ontwerpen en verbeteren van (business)processen en strategieën)
- Duurzaam / responsible / social design (het inzetten van design voor het

- vinden van oplossingen bij maatschappelijke uitdagingen)
- Co-creatief en open-source design (het gezamenlijk ontwikkelen met (in)direct betrokken partners).




De laatste jaren is er bovendien een toenemende aandacht voor het concept 'design management'. Wat de exacte taak van een design manager is, kan verschillen. Design management omvat meestal overeenstemmen van de (uiterlijke en inhoudelijke) vormgeving van een bedrijf met de bedrijfs- en/of merkstrategie. Deze functie werd recent erkend als dienst die in aanmerking komt voor steun via de KMO-portefeuille. Daarnaast is er recentelijk steeds meer aandacht voor zogenaamde *design-driven innovation*, een aanpak die beschrijft hoe innovaties kunnen worden ontworpen die nieuwe waarde creëert voor de eindgebruiker.

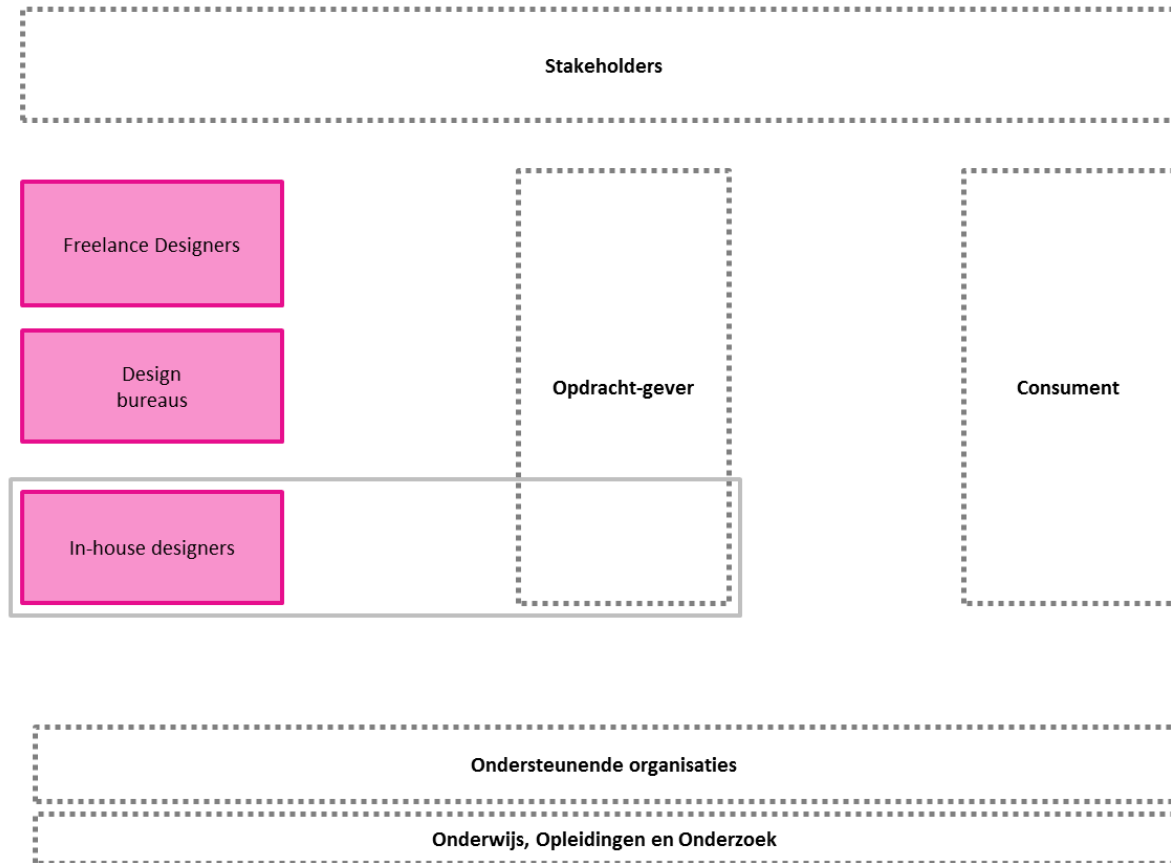
2. Waardenetwerk

2.1. Schematische voorstelling van het waardenetwerk

Het uittekenen van een waardenetwerk voor design is een enigszins moeilijke taak, vermits design zich eerder als een functie binnen waardeketens profileert, dan als een sector. Onderstaand schema geeft een high-level overzicht en geeft op schematische wijze de verschillende betrokken actoren weer van het designveld. Het waardenetwerk maakt abstractie van verschillende genres of verschillende soorten producten en/of diensten door te focussen op de belangrijkste actoren. Deze actoren dienen bovendien geïnterpreteerd te worden als een onderdeel van onderling afhankelijke sectoren, niet alleen in het domein van de Creatieve Industrieën, maar ook in de ruime samenleving, waarbij er tal van interacties en convergentiebewegingen bestaan met andere industrieën. De focus in dit waardenetwerk ligt op het schetsen van de belangrijkste economische actoren en hun rol in de creatie en vermarkting van economische en maatschappelijke waarde. Om redenen van duidelijkheid worden de waardenetwerken als een semi-lineair proces weergegeven, dat in realiteit geïnterpreteerd moet worden als een ecosysteem waarbij interacties tussen de verschillende actoren een complex en iteratief proces volgen. Interactiepatronen volgen dus geen lineair stramien. Voor een verklaring van het onderscheid tussen kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels verwijzen we naar het hoofdstuk methodologie.

Design

-  Kerncreatieve schakels
-  Ondersteunend creatieve schakels
-  Andere sector / facilitatoren / niet becijferd



2.2. Bespreking van de verschillende actoren

Uit het voorgaande blijkt dat design de lading dekt voor een gediversifieerde groep activiteiten, dat designers in veel domeinen en in verschillende hoedanigheden actief zijn: als zelfstandig designer, als werknemer in een designbureau, of als in-house designer binnen een designteam van een organisatie.

In de meeste gevallen werkt een designer in opdracht van een opdrachtgever, i.e. een organisatie die een bepaald proces, product of dienst wenst te ontwerpen, al dan niet samen met de consument en/of andere stakeholders. In een beperkt aantal gevallen werkt een designer in eigen beheer, en zal hij/zij zelf een proces, product of dienst ontwerpen om daarna het eindresultaat te promoten via verschillende kanalen (bv. designbeurzen, professionele beurzen, Design Vlaanderen, etc...).

Dit fenomeen heeft wellicht de laatste jaren aan belang gewonnen, waarbij het er op lijkt dat steeds meer designers zelf bepaalde producten of diensten vermarkten. Dat is altijd zo geweest voor de meer ambachtelijke designers (vb.: juweelontwerpers), maar de laatste jaren is een trend te zien dat bijvoorbeeld ook grafisch ontwerpers eigen uitgeverijen starten, of dat productdesigners een eigen productlijn lanceren (als een spin-off-project). De opkomst van dit fenomeen zou deels verklaard kunnen worden door de opkomst van alternatieve financieringsbronnen zoals crowdfunding, en de verhoogde mogelijkheden van online verkoop. Soms gebeurt dit volledig door de designers zelf, maar vaker ook in partnerschap met private spelers of organisaties. Over het algemeen zou je kunnen stellen dat het traditionele “opdrachtgever-uitvoerder-model” langzaam vervangen wordt door een “partnerschapsmodel”.

Naast de designers die zelfstandig of in een designbureau actief zijn, werken er eveneens veel designers binnen een organisatie. Design, R&D, Ontwikkeling, Marketing en andere functies doen veel beroep op designers om ideeën te genereren en om te vormen tot competitieve en vernieuwende producten en diensten.

De stakeholders zelf kunnen zeer breed zijn: meestal gaat het om de personen die het product of de dienst kopen, gebruiken, de beslissing tot aankoop nemen, het product vervaardigen, vervoeren, verpakken, installeren en de afvalverwerking organiseren. Goed design moet immers aan een aantal criteria voldoen (ergonomisch, psychologisch, esthetisch, etc...) gebaseerd op menselijke waarden. Daarom is het betrekken van deze verschillende stakeholders een belangrijke voorwaarde om te komen tot “goed” design.

Design kan door een organisatie al dan niet als managementinstrument en concurrentievoordeel ingezet worden, en zo deel uitmaken van een bedrijfsfilosofie die design holistisch integreert in andere processen. Design kan ook “slechts” ingezet worden bij het hertekenen of upgraden van bestaande producten of diensten; idealiter is het echter een co-creatieproces tussen consument, designer en producent.

2.3. De rol van de actoren in de schakels van het waardenetwerk

Onderstaand schema geeft een overzicht van de belangrijkste taak / taken van elke actor in het waardenetwerk. Design is echter – net zoals de andere sectoren uit de

Creatieve Industrieën – een dynamische sector / functie waar grensvervaging en vervlechting van verschillende functies zeer kenmerkend is. Het is dan ook vanuit dit opzicht dat onderstaande tabel geïnterpreteerd moet worden.

	Creatie	Productie	Distributie	Exploitatie	Consumptie
Freelance designer					
Design bureau					
In-house designer					
Opdrachtgever					
Stakeholders					
Consument					

De designer speelt de centrale rol in de creatiefase: hij of zij ontwerpt diensten, producten, processen, etc. Dit gebeurt echter niet in een vacuüm, maar eerder in een context waarbij de verschillende stakeholders en de opdrachtgever een belangrijke bijdrage leveren. Het is dan ook de interactie tussen de verschillende betrokken partijen die cruciaal is.

II. BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACT VAN DE DESIGN SECTOR

In dit tweede deel wordt gekeken naar de voetafdruk van design in Vlaanderen op de economie. Hierbij wordt eerst gekeken naar een becijfering van de bedrijfseconomische impact van design aan de hand van een aantal macro-economische indicatoren. Vermits design meer als een functie opgevat wordt dan als sector, is het niet evident om binnen de opdracht van dit onderzoek de bedrijfseconomische impact in kaart te brengen.

In eerste instantie wordt dus stilgestaan bij de directe bedrijfseconomische impact van design in Vlaanderen. Concreet betekent dit dat het aantal zelfstandigen, het aantal werkgevers, het aantal werknemers, de totale omzet en de totale toegevoegde waarde berekend wordt.

In de volgende paragrafen worden de top-down cijfers afkomstig van de NACE-BEL nomenclatuur toegelicht. Daarnaast worden ook enkele cijfers meegegeven – vanuit een bottom-up perspectief – dat als aanvulling beschouwd kan worden voor de top-down benadering. Eerst geven we echter een totaaloverzicht, een vergelijking met de vorige impactmeting en de belangrijkste caveats voor de interpretatie van deze cijfers.

Zo dient opgemerkt te worden dat de voorgestelde impactanalyse betrekking heeft op **zelfstandige designers en designbureaus**. In-house design teams en designers zijn niet vervat in deze analyse. Tijdens het onderzoek zijn we er evenmin in geslaagd om hierover enig cijfermateriaal te bemachtigen. In-house designers maken integraal deel uit van bestaande organisatiestructuren en het aantal tewerkgestelde designers, al dan niet onder deze naam, behoort tot de interne informatiesfeer van organisaties. Zelfs indien deze informatie publiek zou zijn, zal zich nog een probleem stellen met

betrekking tot de identificatie van designers aangezien zij in verschillende afdelingen en onder verschillende titels of hoedanigheden tewerkgesteld kunnen zijn. Dit heeft tot gevolg dat de cijfers gepresenteerd in dit hoofdstuk een **onderschatting** weergeven voor het belang van design in Vlaanderen.

Nog meer dan bij andere sectoren, duiden we nadrukkelijk op het belang van indirecte meerwaarde van design, waarbij – door design van producten, diensten en processen – waarde gegenereerd wordt door toegenomen omzet, toegevoegde waarde en bijgevolg grotere tewerkstellingsopportunities.

We verwijzen naar het hoofdstuk methodologie voor een correctie-interpretatie van deze cijfers, evenals een overzicht van de aandachtspunten waarmee rekening gehouden moet worden om deze cijfers in een juist perspectief te plaatsen.

Kerncijfers Design sector in Vlaanderen, 2013:

Variabele	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	4.916	-
Werkgevers (aantal)	283	-
Werknemers (aantal VTE)	988	-
Omzet (€) *	594.916.608	-
Toegevoegde waarde (€)	223.787.971	-

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Vergelijking cijfers impactmeting referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010

Variabele	Top-down 2013	Top-down 2010
Zelfstandigen (#)	4.916	5.056
Werkgevers (#)	283	237
Werknemers (VTE)	988	834
Omzet (€) *	594.916.608	501.149.549
Toegevoegde waarde (€)	223.787.971	201.322.844

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

VERSCHIL 2013 / 2010	Top-down groei (#)	Top-down groei in %
Zelfstandigen (#)	-140	-3%
Werkgevers (#)	46	19%
Werknemers (VTE)	154	18%
Omzet (€) *	93.767.059	19%
Toegevoegde waarde (€)	22.465.127	11%

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Aangezien de designsector slechts uit een schakel bestaat, en aangezien dataverzameling alleen op de top-down wijze plaatsvindt zijn dit meteen de eindcijfers voor de designsector in Vlaanderen. Omdat de optelling van de omzet louter indicatief is, en daardoor geen bedrijfseconomische betekenis heeft, worden de volgende kerncijfers als eindcijfers voor de totale Reclame en Communicatiesector gezien:

Eindcijfers Designsector referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010

Referentiejaar	Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Toeg. Waarde (€)
2013	4.916	283	988	223.787.971
2010	5.056	237	834	201.322.844

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Cijfers over design moeten met voorzorg geïnterpreteerd worden. Ze hebben enkel betrekking op zelfstandige designers en designbureaus. In-house design teams en designers zijn niet vervat in deze analyse, net zomin als ondersteunende schakels. Vergelijkingen met andere sectoren waar deze schakels wel zijn meegenomen kunnen aldus tot onjuiste conclusies leiden.

*Vanwege de focus op louter zelfstandige designers en designbureaus in de dataverzameling, geven deze cijfers een **onderschatting** weer van design in Vlaanderen.*

Uit de vergelijking van de economische impactcijfers uit 2013 en 2010 blijkt duidelijk dat design in Vlaanderen sterk gegroeid is. Bij gebrek aan bevredigende bottom-upcijfers wordt hier enkel gekeken naar de gegevens die door Bel-First en RSZ worden gerapporteerd op basis van NACE-codes. Hieruit blijkt dat hoewel het aantal zelfstandigen licht is gedaald (-3%), alle andere kengetallen een sterke stijging hebben doorgemaakt. Het aantal werkgevers steeg met 19%, en het aantal werknemers met 18%. Dit had direct zijn effect op de toegevoegde waarde, die is gestegen met 11%.

1. Designer

Top-down benadering:

De functies van designer worden in verschillende NACE-BEL nomenclaturen vervat:

- 74.101 Ontwerpen van textielpatronen, kleding, juwelen, meubels en decoratieartikelen. Deze subklasse omvat: het ontwerpen van textiel, kleding, schoeisel, sieraden, meubelen en overige binnenhuisdecoratie, modeartikelen en overige consumentenartikelen
- 74.102 Activiteiten van industriële designers. Deze subklasse omvat het industrieel design: het ontwerpen en het uitwerken van voorontwerpen en specificaties die de functie, de waarde en het uiterlijk van de producten optimaliseren, dit met inbegrip van de materiaal-, constructie-, mechanisme-, vorm- en kleurenkeuze alsook met inbegrip van de afwerking van de producten. Hierbij dient rekening gehouden te worden met menselijke factoren, met de veiligheid, met de commerciële aantrekkelijkheid en de mogelijkheid tot produceren, met de distributiemogelijkheden alsook met het gebruik en het onderhoud.
- 74.103 Activiteiten van grafische designers. Deze subklasse omvat: het grafisch ontwerp in verband met het maken van gedrukte documenten,

beeldschermpagina's, logo's, folders, enz.

- 74.104 Activiteiten van interieurdecorateurs. Deze subklasse omvat: de activiteiten van de interieurdecorateurs.
- 74.105 Activiteiten van decorateur-etalagisten: Deze subklasse omvat: het ontwerpen en realiseren van etalages voor commerciële en dienstverlenende bedrijven
- 74.109 Overige activiteiten van gespecialiseerde designers. Deze subklasse omvat: het bouwen van maquettes en modellen op schaal, het ontwerpen van tentoonstellingstanden.
- 71.112 Interieurarchitecten. Deze subklasse omvat: de activiteiten van interieurarchitecten: het inrichten van private, commerciële en publieke ruimten (woningen, burelen, winkels, openbare gebouwen ...), het uitvoeren van studies, het ontwerpen, het verlenen van advies, het toezicht houden op de werkzaamheden, ...

Deze codes leveren de volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
3.563	1.636	1.503	219.003.419	151.849.360

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle 1.636 bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	281
Omzet	91
Toegevoegde waarde	1.145

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	283
Werknemers	988

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ-gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor werkgevers die geen omzet of toegevoegde waarde rapporteren, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Omzet per werknemer - ondernemingen	€ 229.957
Toegevoegde waarde per werknemer – ondernemingen	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First.

Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Omzet zelfstandigen	€ 61.124
Toegevoegde waarde zelfstandigen	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
4.916	283	988	594.916.608	223.787.971

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Bottom-up benadering:

Net als de top-down cijferverzameling blijkt een bottom-up overzicht van de designsector in Vlaanderen problematisch, niet in het minst omwille van de complexiteit van de afbakening van design. We geven hierbij een update van de bronnen die ook de vorige impactmeting werden gebruikt om de bedrijfseconomische impact van design te benaderen.

Design Vlaanderen onderhoudt wel een database van designers, die aan een aantal kwaliteitscriteria moeten voldoen om opgenomen te worden. In deze databank zijn 523 erkende en 1.384 niet-erkende ontwerpers (zelfstandig of werkzaam in een bedrijf) opgenomen. Ter vergelijking: De impactstudie over 2010 rapporteert 470 designers in deze databank.

In de **Gouden Gids** vinden we volgende aantallen terug (aantal bedrijven en zelfstandigen in de 5 Vlaamse provincies + 50% van de aantallen voor Brussel):

Industriële vormgeving	179
Grafisch ontwerp	1.913
Interieurarchitecten	1.712

Bron: Gouden Gids

Ter vergelijking: in 2013 rapporteerde Gouden Gids:

- 160 Industriële vormgevers
- 1.538 Grafisch ontwerpers
- 1.448 Interieurarchitecten

Interpretatie en vergelijking van de cijfers met de studie over 2010

Aangezien voor de designsector slechts 1 benadering (top-down) en één schakel becijferd wordt, verwijzen we naar bovenstaande algemene vergelijking van de sector

tussen de jaren 2010 en 2013.

GAMING

I. MAPPING VAN DE GAMING INDUSTRIE

In de gamingsector is het waardenetwerk weinig ingrijpend veranderd op het gebied van aanwezige spelers en schakels sinds de vorige impactstudie. Desalniettemin zit deze sector vandaag de dag in een snel veranderend en steeds complexer wordende onderlinge dynamiek. Onderstaande bespreking is dan ook in hoge mate een herneming van de tekst uit Guiette et al. (2011) en Schrauwen et al. (2014). Niettemin zijn nieuwe nuances aangebracht waaruit de veranderende dynamiek zal blijken. Tenslotte zijn voorbeelden en cijfers geactualiseerd.

1. Afbakening van de sector

De gamingindustrie kan gedefinieerd worden als het geheel van actoren die zich toespitsen op de ontwikkeling en (vaak zelfstandig) verdeling van games. Naast de makers van de games, zijn er ook makers van de apparatuur of consoles waarop de games gespeeld worden of waarin de games vervat zitten en bijbehorende accessoires. In het kader van deze studie wordt gefocust op gaming software, en minder op de ondersteunende hardware. Dit laatste is bovendien een aspect van deze sector die vooral in handen ligt van buitenlandse spelers.

Er kan een onderscheid gemaakt worden tussen verschillende soorten games in functie van hun drager of ondersteunende hardware: consolegames, PC-games, online games (ook wel browser games genoemd) en mobiele games. Deze verschillende segmenten zijn zeer verschillend van elkaar op gebied van businessmodel, financiering en afzetmarkt.

Het belang van de gamingsector in Vlaanderen blijft groeien. Het Digimeter rapport van iMinds over 2014 bevestigt de toename van gaming in Vlaanderen, met name dankzij de sterke toename van de gaming mogelijkheden op mobiele telefoons en tablet computers (Vanhaelewyn, Pauwels, Maes, & De Marez, 2014). Zo is het percentage Vlamingen met een smartphone die tevens gebruikt kan worden voor gaming sterk toegenomen van 38,5% in 2012 tot 57,3% in 2014. Dezelfde trend is merkbaar in het aantal Vlamingen met een tablet computer: 55,8% in 2014 ten opzichte van 27,7% in 2012. Volgens marktonderzoek van Newzoo zijn er 4,6 miljoen actieve gamers in België (Newzoo, 2014).

Sinds 2013 wordt de Vlaamse gamingsector ondersteund door een belangenvereniging genaamd FLEGA (Flemish Games Association), die alle Vlaamse bedrijven en zelfstandigen in de gaming sector (zoals ontwikkelaars, aanverwante technische en creatieve service providers, middleware developers en onderzoekers) groepeerd.

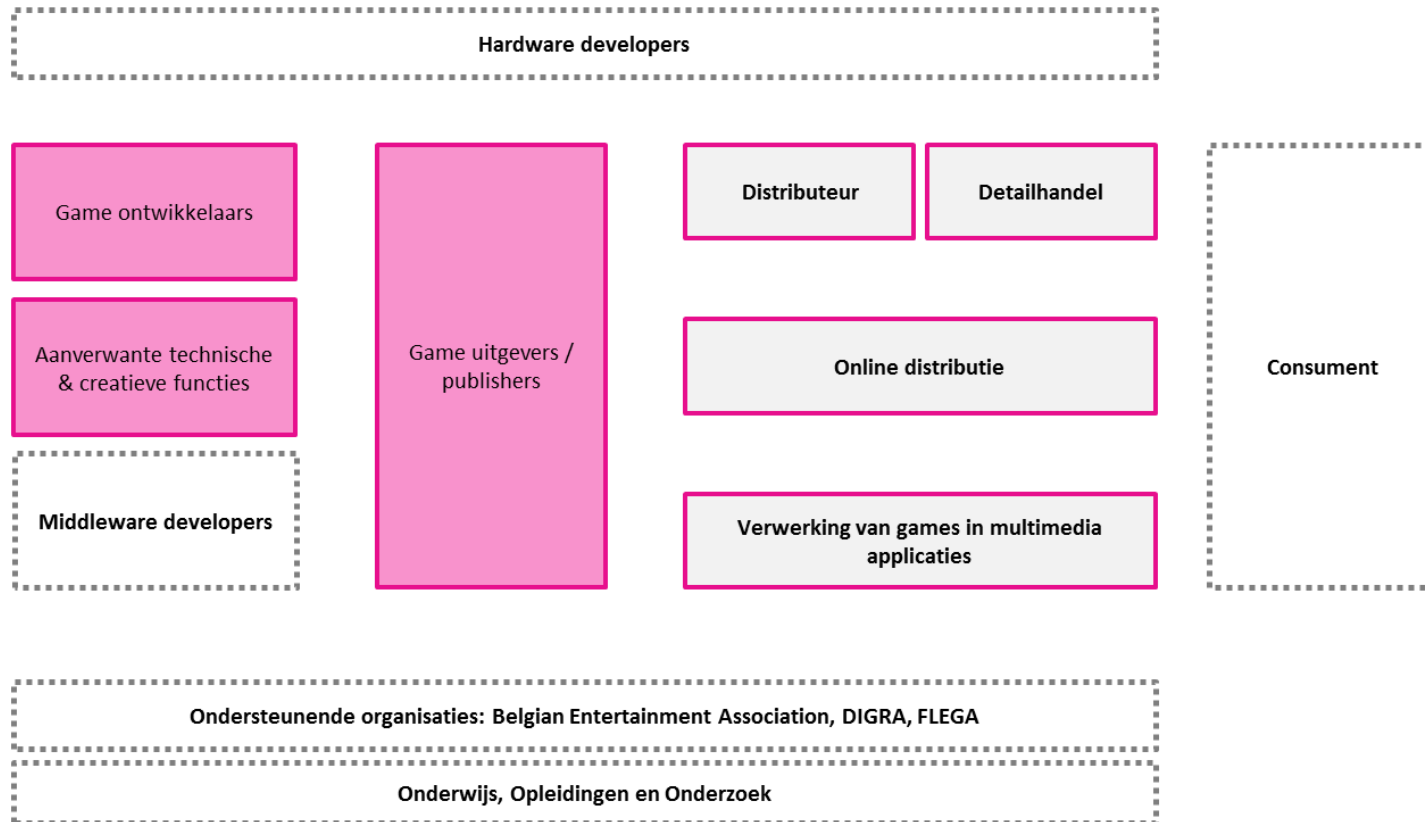
2. Waardenetwerk

2.1. Schematische voorstelling van het waardenetwerk

Onderstaand waardenetwerk geeft op schematische wijze de verschillende betrokken actoren van de gamingsector weer. Het waardenetwerk maakt abstractie van verschillende genres of verschillende soorten games door te focussen op de belangrijkste actoren.

Gaming

- Kerncreatieve schakels
- Ondersteunend creatieve schakels
- Andere sector / facilitatoren / niet becijferd



2.2. Bespreking van de verschillende actoren

In deze paragraaf bespreken we kort de verschillende actoren in het waardenetwerk van de gamingsector. Het is evenwel een uitdaging om de diversiteit van de gamingsector accuraat weer te geven: de diversiteit van de spelers, de cross-overs met andere sectoren, de kleinschaligheid van de sector, de verschillende businessmodellen gekoppeld aan verschillende game soorten, maakt dat er geen eenduidig waardenetwerk opgesteld kan worden. Het “traditionele” model voor de ontwikkeling van PC en console games staat de laatste jaren erg onder druk, met name sinds de opkomst van de smartphones en tablets. Vooral de ontwikkeling van (fysieke) console games is een lastig proces, aangezien 1) consolefabrikanten een stevige vaste vergoeding nemen op elke verkoop, 2) de vergoeding op voorhand betaald moet worden voor elk fysiek exemplaar dat een developer/uitgever van z'n game in de rekken wil zetten, en 3) ook de ontwikkelingskosten van zo'n fysieke release van een console game heel hoog zijn. Ondanks dit alles en ondanks de stijgende digitale verkoop van consolegames, blijft fysieke aanwezigheid in gameshops en supermarkten nog steeds belangrijk voor visibiliteit én verkoop. In de Vlaamse games industrie wordt dan ook eerder de nadruk gelegd op het maken van online en mobile games.

Waardecreatie in de gamingsector start met de **opleiding** van game developers. In Vlaanderen zijn in de laatste 10 jaar game development opleidingen van start gegaan die ondertussen talentvolle game developers klaargestoomd hebben voor de markt. Naast specifieke gameopleidingen zijn er ook andere artistieke, technische en ingenieursopleidingen die vorm hebben gegeven aan het huidige gaminglandschap.

De **ontwikkelaars** (developers, gamestudio's) zijn de makers van de games, een verzamelnaam voor alle beroepen die games ontwikkelen. Het ontwikkelen van games is een uitermate multidisciplinair gebeuren waar tal van functies bij komen kijken. Bij gameontwikkeling zijn specialisten met specifieke profielen nodig op creatief, technologisch en organisatorisch gebied. Tot de jaren tachtig werd een game gemaakt door een programmeur, een graficus en een geluidstechnicus. Vandaag komen er (veelal op zelfstandige basis) projectmanagers, producers, scenaristen/storytellers, concept artists, game designers, 3D modellers, rigger, texturers, animatoren, programmeurs en alsmaar vaker acteurs aan te pas. Bovendien wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen verschillende gamegenres, waardoor de variatie en complexiteit aan functies nog toeneemt. Volgende rollen komen frequent aan bod bij de ontwikkeling van games (De Pauw et al., 2008):

- **Projectmanagers of producers** worden toegewezen in de productiefase en moeten erop toezien dat de ontwikkeling van de game op schema blijft. Zij zijn de eindverantwoordelijken voor het tijdig opleveren en de kwaliteit van de game.
- De rol van **game designers** is het ontwerpen van de 'gameplay', de regels en structuren van de game.
- **Scenaristen/storytellers** schrijven het verhaal van de game, inclusief de geschiedenis van de fantasiewereld waarin de game zich afspeelt.
- **Concept artists** (tekenaars, kunstenaars) tekenen de avatars, de omgeving, de attributen,... kortom de volledige wereld in de game.

- De taak van **3D modellers** is het maken van 3D modellen van alle voorwerpen en personages in de game door middel van gespecialiseerde software.
- **Riggers** maken het skelet van een personage in de game zodat de gamepersonages natuurlijk en precies kunnen bewegen.
- **Texturers** schilderen de buitenkant van de 3D modellen; zij laten de 'huid' van objecten en personages er zo realistisch mogelijk uitzien.
- **Animatoren** zijn de choreografen van de spelwereld en programmeren alle bewegingen. Animatoren zorgen er bijvoorbeeld ook voor dat de lippen van de personages synchroon bewegen met de woorden die ze uitspreken ('motion capture'). Tegenwoordig doet men steeds vaker aan 'performance capture' waarbij mond- en lipbewegingen van een acteur mee worden opgenomen.
- **Programmeurs** zijn software ingenieurs die voornamelijk met de technische kant van de game bezig zijn. Zij schrijven de code op basis waarvan de game wordt gemaakt.
- **Acteurs** spreken de stem in van de verteller of personages in de game en/of spelen hun bewegingen en gezichtsexpressies in. Zoals eerder vermeld wordt de zogenaamde 'motion capture' steeds meer opgevolgd door 'performance capture' omdat niet alleen bewegingen en gezichtsexpressies worden opgenomen maar ook stemgeluid en mondbewegingen, die worden geregistreerd met sensoren die op het lichaam van de acteur worden gekleefd en door speciale camera's. Tegenwoordig wordt hierbij steeds meer een volledige "performance" van een acteur vastgelegd, waarbij de acteur letterlijk een "scène" uit de game speelt.
- **Technical artists** zijn de metsers van de game. Zij brengen alle bouwstenen samen en zorgen dat de virtuele wereld naadloos in elkaar overloopt.
- **Testers** spelen het spel en kijken na waar er fouten (bugs) zitten in het spel, zowel technisch als inhoudelijk.

Zelfs deze opsomming geeft geen exhaustief beeld van de verschillende functies en specialisaties die betrokken zijn bij de ontwikkeling van een game; er wordt ook beroep gedaan op componisten, tekenaars, vertalers, etc. Het is geen uitzondering meer dat bij de ontwikkeling van een grote game honderden specialisten betrokken worden.

Er dient een onderscheid gemaakt te worden tussen de ontwikkeling van AAA games (volwaardige 3D games voor consoles en PC) en andere soorten games die veelal ontwikkeld worden voor een doelgericht(er) en beperkter gebruik. Dit zijn bijvoorbeeld games die worden verwerkt in **specifieke multimedia applicaties** zoals apps en interactieve websites, *branded of adver games* die worden ontwikkeld in opdracht van reclamebureaus of voor grote brands, *serious of applied games* die ondermeer worden ontwikkeld voor educatieve (onderwijs)doeleinden, maar ook verder kunnen gaan waarbij ze worden ingezet bij trainingen, gedragsveranderings- en preventieprogramma's. Daarnaast zijn er games die ontwikkeld worden voor sociale netwerken of mobiele media (e.g. mobiele en casual games, browser games, Facebook games, etc.). De ontwikkeling van AAA games verschilt sterk wat betreft ontwikkelingsproces en businessmodel van deze andere vormen van gameontwikkeling.

Game ontwikkelaars starten met een prototype van het te ontwikkelen game en gaan daarmee op zoek naar financiering, waarbij met name in het verleden vaak een beroep werd gedaan op de uitgever of publisher. De rol van de uitgevers staat echter meer en meer onder druk, waarbij developers fondsen zoeken bij overheden (subsidies), venture capitalists (VC's), kleine privé investeerders en andere bronnen zoals crowdfunding. Zodoende proberen zij steeds meer hun game zelf op de markt te brengen. Ontwikkelaars maken veel gebruik van **middleware**, ontwikkelaars van grafische en auditieve applicaties die de ontwikkeling van games mede mogelijk maken. Een typisch product van middleware providers zijn bijvoorbeeld 3D engines. Deze technologie wordt niet enkel in de gamingsector toegepast, maar eveneens in andere sectoren die gebruikmaken van 3D-toepassingen. Daarnaast worden steeds meer PR- en marketingbureau's ingeschakeld om de marketing van een game op zich te nemen. Deze worden door de ontwikkelaars ingehuurd om de klassieke media én nieuwere mediavormen als YouTubers/bloggers/vloggers te bereiken. YouTubers worden hierbij steeds belangrijker en hebben veel invloed bij vooral de jeugd. Zo heeft YouTube user PewDiePie die veel games bespreekt online het meest populaire kanaal op YouTube met bijna 40 miljoen subscribers.

De **uitgevers** of **publishers** zorgen voor de productie (financiering en het beheer van de intellectuele eigendomsrechten), marketing en promotie. Het is vooral hun label dat op de speldoos staat, al worden sommige gamestudio's ook alsmat bekender, en stellen ze steeds meer voorwaarden aan uitgevers. Hierbij is een duidelijke trend naar machtverschuiving merkbaar waarbij ontwikkelaars steeds meer invloed binnen de waardeketen kunnen uitoefenen. Voor veel gameontwikkelaars treedt de Publisher eveneens op als financieringsbron: kleine(re) ontwikkelaars verkeren vaak niet in de situatie om zelf voldoende financiering te genereren voor hun project. Hierdoor bevinden ze zich in een enigszins zwakke positie aangezien ze van derden afhankelijk zijn voor het financieren van de startup van een nieuw project. Andere bronnen van financiering hebben vaak betrekking op eigen inbreng van de ontwikkelaar, venture capital of fondsen waarop aanspraak gemaakt kan worden, verder komt de laatste jaren het concept van *crowd funding* van gamingprojecten ook steeds vaker voor. Daarnaast is er ook trend waarneembaar waarbij ontwikkelaars de schakel van de uitgeverij omzeilen en zelf de content beschikbaar maken aan de consumenten. Hierbij maakt men vooral gebruik van online platforms waarop games kunnen worden aangeboden en direct verkocht aan de eindgebruiker. De Appstore van iTunes en Google Play maken het mogelijk games aan te bieden die worden gespeeld op mobiele telefoons en tablets. Daarnaast zijn er enkele online platforms waarop PC games direct worden verhandeld, zoals Steam. Digitale uitgevers spelen bij deze digitale kanalen een belangrijke rol om ervoor te zorgen dat een nieuwe game aandacht krijgt binnen de grote stroom aan nieuwe games die maandelijks uitkomen.

Naast het ontwikkelen van de games, wordt ook hardware ontwikkeld om deze games te kunnen spelen. Deze machtige schakel, is noch in Vlaanderen, noch in België actief. Zelfs op Europees niveau betekent ze weinig. De laatste jaren is deze schakel sterk aan verandering onderhevig. Waar voorheen deze schakel uitsluitend bestond uit de makers van de consoles & handhelds (zoals Sony, Nintendo en Microsoft) en de fabrikanten van personal computers en laptops, wordt deze schakel de laatste jaren steeds meer aangevuld met fabrikanten van mobiele telefoons, tablets en phablets. Hardware-makers begeven zich ook steeds meer op de publisher-markt waardoor ze zowel in de hardware- als de gamemarkt domineren (e.g. Nintendo, Microsoft, Sony).

Er kan een onderscheid gemaakt worden tussen verschillende soorten producties, waarbij ontwikkelaar, uitgever en consolemaker een verschillend gewicht hebben (De Pauw et al., 2008):

- Consolemakers die producties van studio's in eigen beheer ontwikkelen en uitgeven (waarbij de consolemaker de rol van ontwikkelaar en uitgever op zich neemt).
- Consolemakers die producties van onafhankelijke ontwikkelaars uitgeven (waarbij de consolemaker de rol van uitgever op zich neemt).
- Uitgevers die producties van onafhankelijke ontwikkelaars uitgeven, waarbij de uitgever verschillend is van de consolemaker.

De **distributeurs** zijn de tussenpersonen tussen uitgever en detailhandel, waarbij zij instaan voor de verdeling van de games. Hoewel zij belangrijk blijven voor de fysieke distributie van games, lijkt hun rol in sommige aspecten wel te evolueren. Enerzijds nemen uitgevers immers deze rol op zich, anderzijds gaan ook consolemakers games distribueren door rechtstreeks contracten af te sluiten met detailhandelaars. Bovendien zijn er digitale platformen waar steeds meer games verdeeld worden, zoals gespecialiseerde websites als Steam en Good Old Games, en de diverse App Stores voor mobiele telefoons. Een evolutie die daarnaast waarneembaar is, is dat distributeurs vaak hun eigen gespecialiseerde winkelketen hebben. Zo is distributeur CLD in Wallonië eigenaar van winkelketen SmartToys, en is distributeur PB Projects in Vlaanderen en Nederland eigenaar van winkelketen Game Mania.

Retailers (detailhandel, winkels) verkopen de games: supermarkten, multimedia winkels, gespecialiseerde gaming winkels en speelgoedwinkels. Daarnaast worden games ook online verdeeld, rechtstreeks via de uitgever, de consolemaker of op online verkoopkanalen (Bv. Amazon, Proxis, Bol.com, etc.). Tot slot worden games ook verwerkt in online applicaties en sociale netwerken.

Ondanks technologische evoluties blijft het retailkanaal belangrijk. Voorspeld wordt echter dat bij de opkomst en integratie van ultrabreedband connecties of games die gespeeld worden via een centrale server (streaming games), de traditionele retailkanalen zullen verdwijnen, of anders opgezet worden waarbij retailers zich zullen moeten focussen op een speciale beleving voor de consument.

De consument of de gamer vertegenwoordigt de laatste schakel in de waardeketen. Uit het Digimeter onderzoek van iMinds, omtrent het bezit en gebruik van media en ICT in Vlaanderen over 2014 komen volgende gegevens naar voor (Vanhaelewyn et al., 2014). Hierin valt vooral de (verwachte) sterke opkomst van tablets en smartphones over de laatste jaren.

- 92,4% heeft een internetverbinding (t.o.v. 91,4% in 2012)
- 29,4% heeft een gameconsole (t.o.v. 35,9% in 2012)
- 14,5% heeft een handheld gameconsole (t.o.v. 24,7% in 2012)
- 55,8% heeft een tablet (t.o.v. 27,7% in 2012)
- 57,3% heeft een smartphone (t.o.v. 38,5% in 2012)
- 62,4% had tenminste een maal een game gespeeld in de afgelopen maand.

De meest populaire apparaten om een game op te spelen zijn de computer (37,0%), tablets (31,3%) en mobiele telefoons (30,4%).

2.3. De rol van de actoren in de schakels van het waardenetwerk

Onderstaand schema geeft een overzicht van de belangrijkste taak / taken van elke actor in het waardenetwerk. De gamingsector is echter – net zoals de andere sectoren uit de Creatieve Industrieën – een dynamische sector waar grensvervaging en vervlechting van verschillende functies zeer kenmerkend is. Het is dan ook vanuit dit opzicht dat onderstaande tabel geïnterpreteerd moet worden.

	Creatie	Productie	Distributie	Exploitatie	Consumptie
Gameontwikkelaars					
Aanverwante functies					
Middleware developers					
Consolemakers					
Uitgevers / Publishers					
Distributeur					
Detailhandel					
Consument					

De **kerncreatieve schakels** in de gamesector zijn deze actoren die actief bijdragen aan de creatie van videogames. Dit zijn in eerste instantie de **gameontwikkelaars** ondersteund door de **aanverwante creatieve en technische specialisten** (ook wel service providers genoemd) die worden ingeschakeld in projecten om games te ontwikkelen. Ook **middleware developers** spelen een belangrijke rol in het creatieproces van games door de grafische technologie en software engines die zij ontwikkelen. **Consolemakers** ontwerpen enerzijds consoles waarop games gespeeld worden maar ontwikkelen in toenemende mate ook zelf games voor hun eigen consoles, die ze dan exclusief voor hun console op de markt brengen. **Uitgevers** voeren verschillende ondersteunende functies uit: financiering, productie, marketing en sales. Uitgevers zijn daarnaast eveneens betrokken bij het ontwikkelen van games zelf, ofwel door het opkopen van gameontwikkelaars, ofwel door het in opdracht laten ontwerpen en creëren van games door ontwikkelaars.

Consolemakers kunnen zowel tot de kerncreatieve als tot de **ondersteunend creatieve schakels** gerekend worden. De consoles zijn immers een noodzakelijk maar eerder ondersteunend element in de ontwikkeling van games. Hoewel de **distributeur** aan belang inboet, behoort deze eveneens tot de ondersteunend creatieve schakels, door de link te vormen tussen de uitgeverij en de detailhandel. De **detailhandel** tenslotte is eveneens een ondersteunend creatieve schakel, in die zin dat de detailhandel de laatste intermediair is tussen creatie en consumptie.

II. BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACT VAN DE GAMING SECTOR

In dit tweede deel wordt gekeken naar de voetafdruk van de gamesector in Vlaanderen op de economie. Hierbij wordt eerst gekeken naar een becijfering van de bedrijfseconomische impact van de sector aan de hand van een aantal macro-economische indicatoren. Concreet betekent dit dat voor elke geïdentificeerde schakel in de waardeketen, het aantal zelfstandigen, het aantal werkgevers, het aantal werknemers, de totale omzet en de totale toegevoegde waarde berekend wordt.

In de volgende paragrafen wordt per schakel de top-down en bottom-up benadering toegelicht. Eerst geven we echter een totaaloverzicht van de sector, een vergelijking met de vorige impactstudie en de belangrijkste caveats voor de interpretatie van onderstaande cijfers.

Voor een correcte interpretatie, verwijzen we allereerst naar het hoofdstuk methodologie Specifiek voor de gamingsector, willen we nog aanstippen dat deze sector onderbecijferd is om volgende redenen:

- Dankzij inspanningen van belangenvereniging FLEGA komt er een steeds beter overzicht van de aanwezige **gameontwikkelaars** die actief zijn in Vlaanderen. Echter, een moeilijkheid blijft dat van de bedrijven die er zijn er vaak weinig financiële gegevens terug te vinden zijn in Bel-First
- **Aanverwante technische en creatieve functies** die betrokken zijn in de ontwikkeling van games zijn zodanig verspreid over verschillende sectoren en bedrijven, dat het in kaart brengen hiervan binnen het tijdsbestek van deze studie een lastige opdracht is. Het betreft een hele reeks freelancers die in hoofd- of bijberoep meewerken aan specifieke aspecten van het gameontwikkelingsproces. Daarnaast zijn er een heel aantal technologische bedrijven actief die technologie ontwikkelen voor onder meer gameontwikkelaars. De ledenlijst van de nieuw opgerichte belangenvereniging voor de gamingsector FLEGA geeft een eerste start om deze aanverwante technische en creatieve functies te becijferen, al moet hierbij de kanttekening worden gemaakt dat dit niet exhaustief overzicht van deze gehele schakel bevat.
- **Game publishers** vertegenwoordigen in de meeste gevallen lokale Benelux filialen van multinationale ondernemingen. Deze filialen zijn bovendien regelmatig gevestigd in Nederland, Enkel Microsoft, Nintendo, Disney en Ubisoft hebben nog een kantoor in België.
- Cijfers die wel beschikbaar zijn betreffen de totale omzet van games in de Belgische markt zoals gerapporteerd door de Belgian Entertainment Association en marktonderzoeksbureau Newzoo. Deze cijfers omvatten echter niet alleen verkopen van lokaal ontwikkelde games, maar van alle internationaal ontwikkelde games die in België verkocht worden.

De gamingsector is eveneens slecht omvat in de beschikbare codes van de NACE-BEL nomenclatuur. Zo wordt de groot- en detailhandel van de gamingsector meegenomen in de algemene computerhandel, en kan in de NACE-BEL code van de

uitgeverijen vele bedrijven worden gevonden die niet als uitgevers van videogames kunnen worden beschouwd. De volgende NACE-BEL codes zouden allen van toepassing kunnen zijn op de gamingsector.

- 46.510: Groothandel in computers, randapparatuur en software: de groothandel in computers en randapparatuur, videospelconsoles, standaardsoftware, met inbegrip van videogames
- 47.410: Detailhandel in computers, randapparatuur en software in gespecialiseerde winkels: de detailhandel in computers, randapparatuur, andere kantoormachines, videospelconsoles, standaardsoftware, met inbegrip van videogames
- 58.210: Uitgeverijen van computerspellen

Specifiek voor gamedevelopers worden vaak volgende NACE-BEL codes gebruikt:

- 58.210 Uitgeverijen van computerspellen
- 58.290 Overige uitgeverijen van software
- 62.0 Ontwerpen en programmeren van computerprogramma's, computerconsultancy-activiteiten en aanverwante activiteiten
- 62.010 Ontwerpen en programmeren van computerprogramma's
- 62.020 Computerconsultancy-activiteiten
- 62.090 Overige diensten op het gebied van informatietechnologie en computer

Vanwege de hoge mate van ruis binnen deze NACE-BEL categorieën, is besloten voor de gamingsector geen top-down analyses uit te voeren. Voor alle schakels zal dus alleen de bottom-up analyse worden uitgevoerd.

Kerncijfers Gamingsector in Vlaanderen, 2013:

Variabele	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)		146
Werkgevers (aantal)		59
Werknemers (aantal VTE)		451
Omzet (€) *		223.948.310
Toegevoegde waarde (€)		75.188.751

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Gamesector	Benadering	Zelfstandigen	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toegevoegde waarde (€)
Gameontwikkelaars	Top-down					
	Bottom-up	66	16	105	27.095.233	8.195.671
Aanverwante creatieve & technische functies	Top-down					
	Bottom-up	13	10	147	33.762.517	16.851.716
Game-uitgevers / Distributeurs	Top-down					
	Bottom-up		3			
Detailhandel	Top-down					
	Bottom-up	67	30	199	163.090.560	50.141.364
TOTAAL	Top-down					

	Bottom-up	146	59	451	223.948.310	75.188.751
--	-----------	-----	----	-----	-------------	------------

Indien we een opsplitsing maken naar kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels van het waardenetwerk, krijgen we volgende onderverdeling:

Kerncreatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)		79
Werkgevers (aantal)		29
Werknemers (aantal VTE)		252
Omzet (€) *		60.857.750
Toegevoegde waarde (€)		25.047.387
Ondersteunend creatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)		67
Werkgevers (aantal)		30
Werknemers (aantal VTE)		199
Omzet (€) *		163.090.560
Toegevoegde waarde (€)		50.141.364

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Volgende actoren zijn evenwel niet vervat in deze cijfers:

- De bedrijfseconomische gegevens van de hardware en middleware developers.
- De tewerkstelling in de ondersteunende organisaties, evenals de tewerkstelling in het onderwijs voor de gaming sector.

Vergelijking cijfers impactmeting referentiejaar 2013 en impactmeting 2010

Variabele	Bottom-up 2013	Bottom-up 2010
Zelfstandigen (#)	146	87
Werkgevers (#)	59	43
Werknemers (VTE)	451	289
Omzet (€) *	223.948.310	215.948.386
Toegevoegde waarde (€)	75.188.751	33.006.941

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Groei van de sector	Bottom-up groei (#)	Bottom-up groei (%)
Zelfstandigen (#)	59	68%
Werkgevers (#)	16	37%
Werknemers (VTE)	162	56%
Omzet (€) *	7.999.924	4%
Toegevoegde waarde (€)	42.181.810	128%

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Net als in de vorige impactstudie is er voor de gaming sector geen top-down benadering mogelijk. Bij de bottom-up zien we een forse stijging in alle kengetallen. Dit kan voornamelijk worden verklaard doordat er steeds betere bronlijsten

beschikbaar zijn voor de huidige meting. De in 2013 opgerichte gamingsector organisatie FLEGA heeft een steeds uitgebreider overzicht van spelers uit de gamingsector opgesteld, welke een rijke bron van informatie vormde om de huidige impactmeting op te baseren. Hierdoor kan worden gesteld dat de huidige benadering wederom een meer betrouwbaar beeld van de sector representeert.

Eindcijfers Gamingsector referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010

Referentiejaar	Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Toeg. Waarde (€)
2013	146	59	451	223.948.310
2010	87	43	289	215.948.386

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

In wat volgt geven we een overzicht van zowel de basis als gecorrigeerde cijfers volgens de bottom-up benadering voor volgende schakels van het waardenetwerk:

- Gameontwikkelaars
- Aanverwante technische en creatieve functies
- Game-uitgevers
- Detailhandel

1. Gameontwikkelaars

Top-down benadering

Er is geen NACE-BEL activiteitencode beschikbaar voor gameontwikkelaars, dus kan de top-down benadering niet worden toegepast.

Bottom-up benadering

De in 2013 opgerichte Vlaamse sectororganisatie FLEGA onderhoudt een databank waarin de Vlaamse spelers in de gamingsector staan opgenomen (zie hiervoor de tab 'directory' op www.flega.be). Deze lijst bevatte op het moment van dataverzameling 54 vermeldingen van Vlaamse ontwikkelaars (Flemish game developers). Daarnaast bevat de databank tevens een (niet exhaustieve) oplijsting van freelancers in de gamingsector, waarvan er 44 kunnen worden aangeduid als ontwikkelaar. Een tweede bron die geraadpleegd werd is een lijst van gameontwikkelaars op de website van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media (<http://www.cjasm.vlaanderen.be/gaming/index.shtml>). Hoewel deze bron reeds sterk verouderd is, zijn er uit deze lijst nog een paar ondernemingen gevonden die aanvullend zijn op de lijsten van FLEGA.

De geconsolideerde lijst is verder geanalyseerd waarbij niet-relevante vermeldingen zijn verwijderd. Voor meer uitleg hierover verwijzen we naar de methodologie.

Totaal aantal gevonden entiteiten	126
Overgebleven entiteiten na opschoning	82

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
66	16	105	1.675.048	7.018.651

Bron: FLEGA, Departement CJSM, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle entiteiten gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	16
Omzet	2
Toegevoegde waarde	37

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
66	16	105	27.095.233	8.195.671

Bron: FLEGA, Departement CJSM, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over 2010

Vanwege de steeds verdere ontwikkelende sectororganisatie FLEGA is voor de huidige impactmeting een meer complete lijst van gameontwikkelaars beschikbaar. De nieuwe data die beschikbaar waren voor de huidige meting heeft tot gevolg dat er wederom een sterke verbetering is in zowel de kwantiteit als kwaliteit van de basis- en gecorrigeerde cijfers. Het aantal entiteiten is bijna verdubbeld (+ 43), het aantal werknemers heeft een stijging gekend van 8 VTE (+ 8%), de omzet is gestegen met 36%, en de toegevoegde waarde is ten opzichte van de vorige meting met 21% gestegen.

2. Aanverwante technische en creatieve functies

Top-down benadering

Er is geen NACE-BEL activiteitencode beschikbaar voor deze functies, dus kan de top-down benadering niet worden toegepast.

Bottom-up benadering

In de directory van FLEGA staan 31 vermeldingen van “service providers” in de gamingsector. Deze lijst is verder geanalyseerd waarbij niet-relevante vermeldingen zijn verwijderd. Reden voor verwijdering uit de lijst kan zijn dat de onderneming nog niet was opgericht in 2013, of dat de onderneming niet gevestigd was in de regio's die relevant zijn voor deze impactmeting. De opgeschoonde lijst van bedrijven hebben we opgezocht in de Bel-First databank. Dit leverde de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	31
Overgebleven entiteiten na opschoning	23

Een verdere analyse in Bel-First leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
-------------------	----------------	------------------	-----------	------------------

13	10	147	14.402.512	16.694.780
----	----	-----	------------	------------

Bron: FLEGA, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle 23 entiteiten gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	10
Omzet	3
Toegevoegde waarde	17

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
13	10	147	33.762.517	16.851.716

Bron: FLEGA, Departement CJSM, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over 2010

Hoewel er in de huidige impactmeting vier minder entiteiten zijn gevonden, zorgen deze wel voor aanzienlijke stijgingen in de verschillende kengetallen. Het aantal werknemers in deze schakel is gestegen met 44% (+45), de omzet is gestegen met 72%, en de toegevoegde waarde is met 84% toegenomen.

3. Game-uitgevers / publishers en distributeurs

Top-down benadering

Zoals eerder aangekaart is de beschikbare NACE-BEL code “58.210: Uitgeverijen van computerspellen” irrelevant vermits er geen enkele uitgever van computerspellen in is opgenomen. De top-down benadering kan dus niet worden toegepast.

Bottom-up benadering

De Belgian Entertainment Association geeft een lijst van haar leden weer inzake gaming.

Organisatie	Locatie
Activision	Nederland
Bethesda Softworks a devision of Zenimax Benelux	Nederland
Disney Interactive Studios	Nederland
Electronic Arts Benelux	België (Brussel)
Microsoft Belgium	België (Brussel)
Nintendo Benelux	België (Vlaanderen)
Rockstar Games	Nederland
Sony Computer Entertainment Benelux	België (Brussel)
Take 2 Interactive Benelux	Nederland
Ubisoft Entertainment	Nederland & België
Warner Bros Interactive	Nederland

Bron: Belgian Entertainment Association

Aanvullend op deze lijst, dienen nog de volgende kanttekeningen geplaatst worden. Disney Interactive Studios heeft ook nog een kantoor in België. De kantoren van Electronic Arts Benelux in Brussel en Amsterdam werd in 2013 en 2014 gesloten, waarna alle activiteiten van EA in de Benelux vanuit Frankrijk aangestuurd worden in samenwerking met een onafhankelijk marketingkantoor in Nederland. Het Brusselse kantoor van Sony Computer Entertainment Benelux werd in december 2012 gesloten en is opgegaan in het Nederlandse kantoor te Hilversum. Take 2 Interactive Benelux verdeelt zowel games van Take 2 zelf als van Rockstar games. Warner Bros Interactive heeft een marketingbureau in België aangeduid dat de marketing voor zijn rekening neemt. Tenslotte ontbreken er enkele spelers in deze lijst: Koch Media in Breda (Nederland) dat zowel eigen IP uitgeeft (uitgeverij) en titels van andere uitgevers verdeelt (distributie); Bigben Interactive in Tubeke (België) brengt zelf games/accessoires uit (Bigben) maar is tevens een grote distributeur van onder andere de games van Square Enix (Japanse uitgever); Global Distributie uit Hoogvliet (Nederland) vertegenwoordigt de games van de Japanse uitgever Capcom worden in de Benelux; CLD brengt vanuit Wallonië de games van Rising Star en Tecmo/KOEI op de markt; en SEGA heeft haar kantoren in België en Nederland gesloten, waarbij de games nu worden verdeeld via een agent vanuit Nederland. Na opschoning van de niet (meer) in Vlaanderen gevestigde entiteiten blijven er nog drie over: Microsoft Belgium, Nintendo Benelux en Ubisoft Entertainment.

In 2013 bedroeg de totale omzet van de gaming industrie in België € 211 miljoen (www.belgianentertainment.be). Marktonderzoeksbureau Newzoo schat dit getal echter veel hoger in. In hun rapportage komt het totaalbedrag dat in België aan games werd uitgegeven in 2012 op € 332 miljoen.¹⁴ Indien een verhouding 60/40 wordt

¹⁴ Dit getal is gebaseerd op een berekening uitgevoerd op basis van informatie verschaft door Newzoo. Zij stellen dat de helft van de 4.6 miljoen Belgische gamers geld uitgeven aan games, gemiddeld \$13.1 (excl btw) per maand. Met een wisselkoers van 0,92 €/€ (27 mei 2015), komt dit neer op ongeveer € 332 miljoen per jaar voor België.

verondersteld voor Vlaanderen/Wallonië, kunnen we de Vlaamse gaming markt inschatten **tussen € 126,60 miljoen en € 199,58 miljoen omzet** voor het jaar 2013. Het betreft hier echter de omzet van de gamemarkt aan retailwaarde, dus niet de omzet die gegenereerd wordt door de uitgevers. Vanwege de grote verscheidenheid in gevonden omzetcijfers, aangevuld met het feit dat dit zeer moeilijk is toe te wijzen tot (Vlaamse) uitgevers, wordt voor deze schakel alleen het aantal werkgevers vermeld zoals ze zijn aangeduid door de Belgian Entertainment Association.

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
-	3	-	-	-

Bron: Gouden Gids, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum.

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over 2010

Vanwege de beperkte data in deze schakel is het moeilijk een gedegen inschatting van de kengetallen te maken in deze schakel. In de vorige impactmeting is dezelfde bron geraadpleegd om tot een lijst van uitgevers te komen. Die lijst telde in de vorige impactmeting negen werkgevers meer, waarvan er verschillende niet (meer) in Vlaanderen aanwezig zijn.

4. Detailhandel

Top-down benadering

Er is geen specifieke NACE-BEL activiteitencode beschikbaar voor deze functies, dus kan de top-down benadering niet worden toegepast.

Bottom-up benadering

Vertrekkend van de verkooppunten opgesteld in de Gouden Gids onder de rubriek “spelcomputers & videospellen” vinden we een totaal van 184 entiteiten. De data uit de Gouden Gids leverde de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	184
Overgebleven entiteiten na opschoning	97

Een verdere analyse in Bel-First leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
67	30	199	40.884.798	18.850.100

Bron: Gouden Gids, Bel-First

Echter, Bel-First rapporteert niet voor alle entiteiten het aantal werknemers, de omzet

<http://www.newzoo.com/infographics/belgium-1-western-world-gaming-regular-phone/>

en de toegevoegde waarde:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	30
Omzet	6
Toegevoegde waarde	43

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit leidt tot de volgende voorlopige cijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
67	30	199	65.906.193	20.262.524

Bron: Gouden Gids, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum.

We merken hierbij onmiddellijk op dat het retailkanaal van gespecialiseerde gameshops slechts tot 1 van de verschillende kanalen behoort. Naast gespecialiseerde zaken worden games eveneens verkocht in grootwarenhuizen, speelgoedwinkels, multimedia winkels (e.g. Fnac, Mediamarkt) en online of via mobiele applicaties. Zoals eerder vermeld schatten de gegevens van Newzoo en de Belgian Entertainment Association over 2013 de retailomzet in de gamingsector in tussen € 126 miljoen en € 199 miljoen, waardoor we kunnen aannemen dat we de bovengenoemde gecorrigeerde cijfers als een minimum inschatting kunnen beschouwen. Ervan uitgaande dat het gemiddelde van de cijfers van Newzoo en BEA representatief is voor de omzet van de gaming retail in Vlaanderen, kan deze worden gesteld op het volgende:

Omzetcijfers BEA 2013	€ 126.600.000
Omzetcijfers NEWZOO 2013	€ 199.581.120
Gemiddelde omzetcijfers	€ 163.090.560

Wanneer dit wordt gebruikt als totale omzet van de detailhandel, en wanneer de toegevoegde waarde in dezelfde verhouding als gevonden in de basiscijfers wordt aangevuld, levert dat de volgende gecorrigeerde cijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
67	30	199	163.090.560	50.141.364

Bron: Gouden Gids, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum.

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting 2011

In vergelijking met de vorige impactmeting is een flinke stijging in het aantal entiteiten te vinden (+ 87%). Deze grotere groep bedrijven is tevens verantwoordelijk voor een flinke stijging in het aantal werknemers (+ 121%). Na het toepassen van de correcties, waarbij de omzet en toegevoegde waarde net als in de vorige impactmeting is afgeleid van externe bronnen, is een lichte daling merkbaar in omzet van bijna € 13 miljoen (- 8%) en een zeer sterke stijging in toegevoegde waarde (+ 193%). Deze stijging is in lijn met de verwachtingen gezien de immer toenemende grootte van de (internationale) gaming sector in het algemeen zoals in de mapping van deze sector is toegelicht.

GESCHREVEN MEDIA – BOEKEN

Uit de beschrijving van zowel de boekensector als de geschreven pers zal blijken dat de term 'gedrukte media' onvoldoende de lading dekt voor deze sector. De voorbije jaren is het belang van online content sterk toegenomen in beide deelsectoren, waardoor de term "gedrukte media" achterhaald is. Daarom werd gekozen de sector te hernoemen naar "Geschreven Media".

I. MAPPING VAN DE BOEKENSECTOR

In tegenstelling tot sommige andere sectoren uit de creatieve industrie beweegt er vandaag veel in het waardenetwerk van het boekenvak. De klassieke schakels in de waardeketen blijven bestaan, maar er komen nieuwe spelers bij, voornamelijk op het gebied van de verkoop van digitale content (e-boeken) en dragers (tablets, e-readers). Deze passen in het netwerk onder de schakels 'retail' en 'e-readers'. Daarnaast verschuiven ook de relaties tussen de verschillende actoren. Het netwerk zelf is niet aangepast aangezien de schakels overeind blijven, maar in de tekst wordt meer aandacht besteed aan digitale content en worden ook de veranderende relaties tussen de actoren nader toegelicht. Daarnaast zijn ook cijfers, beleidsinformatie en voorbeelden geactualiseerd.

1. Afbakening van de boekensector

Onder de term "geschreven media" verstaan we enerzijds de boekensector en anderzijds periodieke en dagbladpers. In dit hoofdstuk behandelen we de boekensector.

Het concept boek blijkt moeilijker eenduidig te beschrijven dan de alledaagsheid van het woord doet vermoeden. UNESCO definieert 'boek' wat arbitrair als volgt: "Non-periodical printed publication of at least 49 pages excluding covers" (UNESCO, 1985). Volgens Van Dale is een boek "een samengebonden of genaaid aantal bedrukte bladeren" (Van Dale, 2013). Wikipedia definieert als volgt: "Een boek in traditionele zin is een samengevoegde stapel papier met tekst en/of afbeeldingen. Daarnaast wordt met de term de betreffende informatie, of een soortgelijke verzameling informatie, aangeduid" (Wikipedia, 2013). Het is opvallend hoe alle drie de definities het boek vooral beschrijven als een fysieke entiteit, terwijl net dat fysische aspect door de huidige ontwikkelingen aan herziening toe is. Geert Lernout, hoogleraar vergelijkende literatuurstudie aan de universiteit Antwerpen en auteur van *Een beknopte geschiedenis van het boek* (2004), hanteert een bredere beschrijving: "Voor mij is alles waarop taal staat een boek en dat kan dus zowel een kleisteen en een koperplaat zijn als een digitale krant of cd" (Lernout, 2004, p.8). Het is vandaag niet langer houdbaar om het concept 'boek' te verbinden aan de vorm van een ingebonden stapel papieren. In principe is elke vorm waarin mensen woorden en ideeën kunnen vastleggen en bewaren, een boek. Wanneer in deze studie wordt gesproken over een boek, wordt dan ook de inhoud ervan bedoeld, ongeacht de drager.

Het boekenlandschap kent een grote diversiteit inzake soorten publicaties. Er wordt

een onderscheid gemaakt tussen “nice to have” en “need to have” boeken (De Voldere & Maenhout, 2007). Het onderscheid tussen een *need to have* en een *nice to have* markt is belangrijk aangezien er andere economische wetmatigheden en andere businessmodellen spelen. *Nice to have* zijn voornamelijk auteursgedreven boeken. Hieronder vallen A(lgemene)-boeken (fictie, non-fictie, jeugd- en kinderboeken) en strips. *Need to have* zijn meestal uitgevergedreven publicaties. Zij omvatten educatieve en schooluitgaven, wetenschappelijk werk, en professioneel/informatieve boeken.

In het persbericht “Het Vlaamse boekenaanbod in cijfers” (Maes, 2015) rapporteren Boek.be en Meta4Books over het totaal aantal verschenen titels in Vlaanderen. Hierin heeft men gevonden dat in 2014 in Vlaanderen in totaal 11.013 nieuwe titels verschenen.¹⁵ Hierbij horen niet alleen de boeken die bij professionele uitgevers zijn uitgegeven. Ook de publicaties van universiteiten, instellingen en andere organisaties horen hierbij. Ten opzichte van 2013 is hierin een stijging van 3,8% (van 10.608 in 2013) merkbaar in het aantal nieuwe titels dat door Vlaamse uitgevers werd uitgegeven en aangemeld in Boekenbank.

Opgesplitst per hoofdcategorie Algemeen, Wetenschappelijk, Schoolboek en Overige, geeft dit het volgende resultaat:

- Algemeen: 5.086 titels (= 46,2%)
- Wetenschappelijk: 3.137 titels (=28,5%)
- Schoolboek: 2.409 titels (=21,8%)
- Overige: 381 titels (=3,5%)

Hoewel deze huidige impactmeting focust op de totaliteit van de boekensector, zal de waardeketen hoofdzakelijk de gang van zaken weerspiegelen voor het algemene boek.

2. Waardenetwerk




Onderstaand waardenetwerk geeft op schematische wijze de verschillende betrokken actoren weer van de boekensector. Hoewel gebaseerd op het algemene boek, maakt het waardenetwerk abstractie van verschillende genres of verschillende soorten boeken door te focussen op de belangrijkste actoren. Het waardenetwerk dient ook geïnterpreteerd te worden als een onderdeel van onderling afhankelijke sectoren, niet alleen in het domein van de Creatieve Industrieën, maar ook in de ruime samenleving, waarbij er tal van interacties en convergentiebewegingen bestaan met andere industrieën. De focus in dit waardenetwerk ligt in het schetsen van de belangrijkste economische actoren en hun rol in de creatie en vermarkting van economische en maatschappelijke waarde. Om redenen van duidelijkheid worden de waardenetwerken als een semi-lineair proces weergegeven, dat in realiteit geïnterpreteerd moet worden als een ecologie waarbij interacties tussen de verschillende actoren een complex en iteratief proces volgen. Interactiepatronen volgen dus geen lineair stramien. Voor een

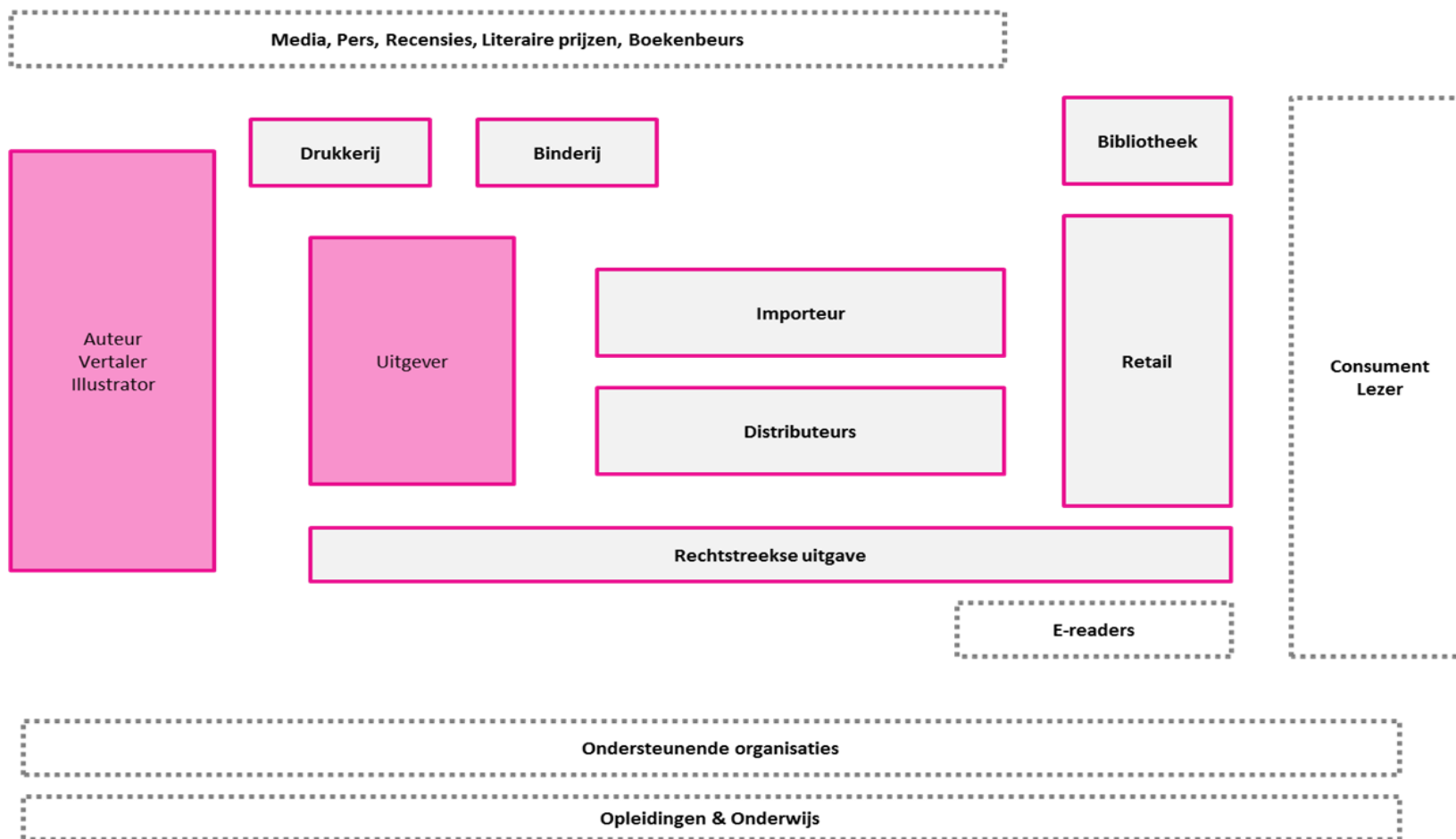
¹⁵ Dit zijn het aantal nieuwe boeken die in 2014 gepubliceerd werden in Vlaanderen door Vlaamse uitgevers. Hierbij rekenen we niet de nieuwe titels van Nederlandse uitgevers die in Vlaanderen worden verdeeld, zelfs als het titels van Vlaamse auteurs zijn.

verklaring van het onderscheid tussen kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels verwijzen we naar het hoofdstuk methodologie.

2.1. Schematische voorstelling van het waardenetwerk

Boekensector

-  Kerncreatieve schakels
-  Ondersteunend creatieve schakels
-  Andere sector / facilitatoren / niet becijferd



2.2. Bespreking van de verschillende actoren

Het creatieproces van het boek ontstaat bij de **auteur**. Al dan niet creërend in opdracht van een uitgeverij zal deze een idee of verhaal ontwikkelen tot een manuscript. De auteur kan eveneens een vertaler, illustrator of striptekenaar zijn. In essentie gaat het om de creatie van een auteursrechtelijk beschermd werk. Deze auteursrechten worden verder door de uitgeverijen geëxploiteerd, steeds frequenter in gemeenschappelijk beheer met de auteur. Auteurs- en nevenrechten zullen steeds belangrijker worden. In het buitenland zijn professionele auteurs dikwijls vertegenwoordigd door een **literair agent** die een intermediaire rol speelt tussen auteur en uitgever. In Vlaanderen echter is de functie van literair agent, vrijwel onbestaande en neemt de uitgever de meeste activiteiten op zich. Wel hebben enkele populaire auteurs een agent die hun publieke optredens regelt.

Net zoals bij vele creatieve beroepen is het moeilijk om een definitie te geven van een professionele auteur. Gezien de beperkte afzetmarkt in Vlaanderen, zijn de meeste auteurs hoofdzakelijk actief in bijberoep. Slechts enkelen kunnen als auteur een voltijdse en volwaardige professionele loopbaan uitbouwen. Een bevraging van Boek.be (de vakvereniging van het Vlaamse boekenvak) leidde tot de schatting dat een 40-tal auteurs kunnen leven van hun auteurschap alleen. Uit onderzoek van de VAV onder 133 auteurs blijkt dat voor 79% van de Vlaamse auteurs het inkomen uit hun literaire activiteiten niet volstaat om rond te komen. 87% van de auteurs gaf aan nog andere bronnen van inkomsten te hebben, hetzij het inkomen van de partner (30%), hetzij het eigen pensioen (21%) of ander werk (51%). Onder 'literaire activiteiten' werden in dit onderzoek royalty's en honoraria, subsidies, lezingen en workshops, bijdragen aan kranten, magazines en tijdschriften, leenrecht en reprografierecht verstaan (Elzinga, 2011).

Een auteur werkt samen met een uitgeverij om zijn werk uit te geven en te verdelen. De uitgeverij bewerkt en corrigeert de tekst van het manuscript en zorgt voor redactionele begeleiding om het vervolgens uit te geven. De uitgever beslist over de vormgeving van het boek en stuurt het volledige productieproces aan. Aansluitend zorgt de uitgever voor marketing en promotie naar de tussenhandel, de media en de lezers. Ook scouting is een wezenlijk onderdeel van het takenpakket van een uitgeverij. Uitgevers zitten niet zonder meer achter hun bureau te wachten tot een meesterwerk op de deurmat valt. De slush pile, zoals de stapel ongevraagde manuscripten wordt genoemd, bevat slechts een minderheid aan publicabel materiaal. "Slechts 1 op 250 manuscripten die bij een klassieke uitgever terechtkomt, wordt uiteindelijk gepubliceerd als een echt boek" (Uniboek, 2010). Veel mensen zijn dan ook met schrijven bezig als hobby, tijdens hun pensioen, etc... zonder de ambitie ervan te kunnen leven. In de praktijk nemen uitgevers vandaag dan ook vaak het initiatief tot nieuw werk.

Het uitgeven van boeken wordt gekenmerkt door een hoge vaste kostenstructuur. Dit heeft als gevolg dat er een groot aantal boeken verkocht moeten worden vooraleer deze vaste kosten terugverdiend worden. Ondanks deze grote vaste kost, kent de boekensector een overaanbod, waarbij de return op investeringen laag ligt.

Een minderheid van alle boeken die op de Vlaamse markt verkocht worden, zijn

werken geschreven door Vlaamse auteurs. De Nederlandstalige markt is zeer ontvankelijk voor vertaalde werken. In bepaalde segmenten maken ze meer dan de helft van de omzet uit. Een aanzienlijk deel van het aanbod op de Vlaamse markt wordt geïmporteerd uit het buitenland (vnl. Nederland) via een **importeur**.

Nadat in opdracht van een uitgeverij een **drukkerij** het boek gedrukt en een **binderij** het boek ingebonden heeft, zal een **distributeur** instaan voor de logistieke verdeling van de werken naar het retailnetwerk: traditionele (al dan niet gespecialiseerde) **boekhandels**, grootwarenhuizen, speciaalzaken, boekenclubs. We merken bovendien een tendens van rechtstreekse verkoop van uitgever naar consument. Scholen en bedrijven kopen boeken bijvoorbeeld vaak rechtstreeks bij de uitgever aan. Daarnaast zetten steeds meer uitgevers in op rechtstreekse verkoop via hun eigen webshop, of door het opzetten van evenementen rond boeken. Ook rechtstreekse verkoop van ramsj naar het publiek (hetzij zelf, hetzij ism Boekenfestijn) neemt toe. Tot slot zijn er verschillende kinderboekenuitgevers die de voorbije jaren ook zelf boekhandels hebben opgericht.

Hoe dan ook is het de marketingopdracht van de uitgever om bestellingen uit te lokken en te zorgen dat de juiste boeken in de juiste kanalen terechtkomen. Veelal wordt dus een push-strategie gebruikt om door gerichte aanwezigheid in de markt, lezers/kopers te bereiken. Een pull-strategie is onbetaalbaar gezien de lage eenheidswaarde per product, de afwezigheid van herhalingsaankopen en de hoge logistieke kosten. Bovendien is het boek zelden een massaproduct en ontbreken de middelen en de gerichte media om de juiste segmenten te bereiken en te overtuigen.

Het begrip 'distributie' houdt een dubbele rol in: enerzijds een actieve commerciële rol van "verdeling" (*diffusion*), anderzijds een logistieke rol (*distribution*) waarbij de uitgever aangeeft waar wat moet toegestuurd worden op basis van geplaatste bestellingen of geplande uitzetten voor elk retailkanaal.

Ook de boekhandel speelt een rol in de promotie van het boek: passief door de presentatie van de boeken in de winkel, en actief door het promoten van werken met alle interne en externe media die hij daarvoor ter beschikking heeft. De jaarcijfers van de boekenverkoop in Vlaanderen van GfK Retail and Technology Benelux tonen dat veruit de grootste afzet gebeurt via boekhandelketens zoals Fnac en Standaard Boekhandel. Op de tweede plaats komen de grootwarenhuizen en op de derde plaats de zogenaamde *entertainmentstores*, waaronder speelgoedwinkels. Onderaan de lijst valt op dat online verkoop de verkoop in zelfstandige boekhandels heeft ingehaald. Het marktaandeel van de online winkels groeit bovendien jaar na jaar, zo meldt Boek.be. In 2012 steeg hun omzet met 7%, in het eerste kwartaal van 2013 met ongeveer 20%. Hoewel hun aandeel 'maar' 8 à 9% bedraagt in Vlaanderen is dat aandeel dus sterk groeiend.

Een belangrijke, zo niet de belangrijkste uitdaging voor de boekensector is de opkomst van het **digitale boek** of **e-boek**. Het digitale boek is het product van de technologische en digitale evolutie van de voorbije decennia en is, net zoals in andere sectoren, het traditionele businessmodel drastisch aan het omgooien. Hoewel digitaal lezen in Vlaanderen nog steeds in de marge blijft, lanceert Boek.be initiatieven om het

digitaal boek in Vlaanderen op een professionele wijze te promoten. Zo werd in oktober 2009 www.e-boek.org gelanceerd, de e-boekwinkel van boek.be. Hoewel de verkoop van digitale content nog steeds een kleine minderheid van de totale boekenomzet uitmaakt, kent deze toch een belangrijke groei (een verdubbeling van de omzet per jaar). Hier komen een aantal spelers in het netwerk die ten tijde van de impactstudie uit 2011 nog niet aan bod kwamen. Bijna 80% van de omzet van e-boeken wordt vandaag gerealiseerd door twee nieuwe spelers: Apple en Kobo. Zij zijn in oorsprong producenten van hardware (tablets, e-readers) maar koppelen hier een eigen shop en ecosysteem aan vast. Consumenten die een tablet of e-reader kopen, kopen doorgaans hun content ook via de shop van deze producenten. Deze digitale kanalen behoorden, in tegenstelling tot online (boeken)winkels, in het verleden niet tot het klassieke waardenetwerk, maar zijn dat nu wel. Bovendien zullen ze volgens Boek.be in de toekomst een steeds grotere rol gaan spelen. Dit blijkt ook uit verkoopcijfers. Zo meldt Boekenvak.be dat de verkoop van e-books in Vlaanderen steeg in 2014 van 1,2% naar 2,9% van de totale boekenmarkt. Een opvallende stijging van 140%, meer dan een verdubbeling. Deze trend zet zich ook door in 2015, waarbij in het eerste kwartaal in Vlaanderen 132.000 e-books zijn verkocht. Hiermee haalt het e-book 3,8% van het totaal aantal verkochte boeken in deze periode. Dat is een stijging met 11 procent tegenover dezelfde periode in 2014.

Ten slotte spelen ook **bibliotheken** een rol in het waardenetwerk door het ter beschikking stellen van werken voor leen. Naast de openbare bibliotheek die in elke gemeente vertegenwoordigd is, zijn er ook wetenschappelijke en andere thematische bibliotheken. Het boekenaanbod wordt bepaald door de bibliotheek zelf en wordt afgestemd op de noden van het (lokale) publiek. De bibliotheek koopt zijn boeken in de detailhandel. De openbare bibliotheek vervult eveneens een leesbevorderende en cultuurspreidende functie door het aanbieden van een groot en gevarieerd aanbod aan boeken voor een groot publiek tegen een lage kostprijs in de onmiddellijke omgeving van het publiek. Daarnaast bevordert de openbare bibliotheek ook de leescultuur door de organisatie van lokale literaire activiteiten, het ondersteunen van leesclubs, participatie aan boek- en leescampagnes, diensten aan onderwijs, ziekenhuizen, gevangenen, mensen met een leeshandicap, mensen met een lage opleiding, een laag inkomen, etc.

Kenmerkend voor educatieve boeken is het feit dat de lezer of de consument niet beslist over de titel (wordt bepaald door de docent), niet betaalt (gebeurt meestal door de ouders) en enkel de gebruiker is. Voor het algemene boek zijn beslisser, betaler en lezer/koper meestal dezelfde persoon. Enkel in het – niet onbelangrijke – cadeausegment zijn lezer en koper niet gelijk. Duidelijk is dat er een grote variatie aan businessmodellen binnen de boekensector bestaat die varieert afhankelijk van het soort boek dat uitgegeven wordt en het daaraan gekoppeld doelpubliek en het potentiële bereik van dit publiek.

Een aantal **ondersteunende factoren** zijn eveneens belangrijk in het waardenetwerk van de boekensector:

- Media en Pers zijn een grotendeels gratis promotiekanaal waar de uitgave van nieuwe boeken wordt aangekondigd en boeken gerecenseerd worden. Zij spelen een toenemende rol in de verspreiding en het aanzetten tot lezen van

boeken in het kader van promotionele acties, uitgave van speciale boekenreeksen, etc. Op deze wijze is er een verstrengeling van de boekensector en de dagblad- en periodieke pers.

- Literaire prijzen in Vlaanderen en Nederland hebben eveneens invloed op de boekenverkoop. Door de bekroning en de daaraan gekoppelde media-aandacht worden deze titels meer verkocht en groeien de auteurs tot BV's.
- De jaarlijkse Boekenbeurs is een belangrijk evenement dat elk jaar meer bezoekers trekt: zo kreeg de 76ste Boekenbeurs in 2012 ruim 170.000 bezoekers over de vloer (Boek.be). Daarnaast genereert de Boekenbeurs gedurende twee weken heel veel media-aandacht rond het boek, wat de verkoop en de zichtbaarheid van boeken sterk bevordert.

De Boekensector wordt professioneel ondersteund door een reeks van sector- en beroepsorganisaties, waarvan we enkele belangrijke opsommen:

- Boek.be: Boek.be is de confederatie van de belangenverenigingen van het Vlaamse boekenvak, nl. de Vlaamse boekverkopers (VVB), de uitgevers (VUV) en de boekenimporteurs (VBI). De kerntaak van Boek.be is het bevorderen van het boek in Vlaanderen door haar ledenverenigingen een optimale inhoudelijke en logistieke steun te verlenen.
- Vlaams Fonds voor de Letteren: is een Vlaamse Openbare Instelling met als missie de Nederlandstalige letteren en de vertaling in en uit het Nederlands van literair werk in de brede zin van het woord te ondersteunen, en daardoor bij te dragen tot de verbetering van de sociaaleconomische positie van Vlaamse auteurs en vertalers.
- Vlaamse Auteursvereniging: belangenvereniging van en voor Vlaamse auteurs, vertegenwoordigt zowel auteurs van proza, poëzie, toneel, scenario's, kinder- en jeugdliteratuur, literaire non-fictie en strips als illustratoren en literaire vertalers. De Vlaamse Auteursvereniging behartigt de collectieve belangen van de Vlaamse auteurs.
- Vereniging van Wetenschappelijke en Educatieve Auteurs (Vewa): richt zich tot alle wetenschappelijke en educatieve auteurs, al dan niet verbonden aan het universitair, hoger, secundair of basisonderwijs. Vewa heeft tot doel de auteursrechtelijke belangen van deze auteurs in binnen- en buitenland te behartigen, in het bijzonder met betrekking tot het innen, beheren en uitkeren van reproductie-rechten, de digitale kopie inbegrepen, het leenrecht en de thuiskopie.
- Stichting Lezen: werkt aan een betere leescultuur in Vlaanderen, organiseert leesbevorderingscampagnes en projecten, en stimuleert onderzoek naar lezen en leescultuur.
- Bibnet: een projectorganisatie van de Vlaamse Overheid met als doel er voor te zorgen dat bibliotheken ook in een digitale omgeving een meerwaarde kunnen betekenen voor hun publiek.
- LOCUS: het steunpunt voor bibliotheken, cultuur- en gemeenschapscentra en lokaal cultuurbeleid in Vlaanderen. Locus ondersteunt de gemeenten bij de uitbouw van een integraal cultuurbeleid.
- Vlaamse Vereniging voor Bibliotheek-, Archief- en Documentatiewezenen (VVBAD): beroepsvereniging in Vlaanderen van bibliothecarissen, archivariissen en documentalisten. De VVBAD vertegenwoordigt de sector bij

overheden en andere partners en treedt op als adviseur en belangenbehartiger.

2.3. De rol van de actoren in de schakels van het waardenetwerk

Onderstaand schema geeft een overzicht van de belangrijkste taak / taken van elke actor in het waardenetwerk. De boekensector is echter – net zoals de andere sectoren uit de Creatieve Industrieën – een dynamische sector waar grensvervaging en vervlechting van verschillende functies zeer kenmerkend is. Het is dan ook vanuit dit opzicht dat onderstaande tabellen geïnterpreteerd moeten worden.

	Creatie	Productie	Distributie	Exploitatie	Consumptie
Auteur					
Uitgeverij					
Drukkerij					
Binderij					
Importeur					
Distributeur					
Detailhandel					
Bibliotheek					
Consument					

In het kader van dit onderzoek rekenen we de auteur samen met de uitgever tot de **kerncreatieve schakels** in het waardenetwerk. Het is immers de interactie tussen de auteur en de uitgever of redacteur die het finale product, i.e. het boek doet ontstaan. Deze creatie vindt zijn weg naar de consument of de lezer dankzij verschillende kanalen, waarbij de andere besproken actoren de rol toebedeeld krijgen van **ondersteunende creatieve schakels**.

II. BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACT VAN DE BOEKENSECTOR

In dit tweede deel wordt gekeken naar de voetafdruk van de boekensector in Vlaanderen op de economie. Hierbij wordt eerst gekeken naar een becijfering van de bedrijfseconomische impact van de sector aan de hand van een aantal macro-economische indicatoren, aantal zelfstandigen, werkgevers, werknemers, omzet en toegevoegde waarde. De diversiteit van de sector, evenals de onaangepaste financiële statistieken hebben deze opdracht zodanig bemoeilijkt dat het een haast onmogelijke taak is om eenduidige cijfers te kunnen poneren. Vandaar dat systematisch verschillende bronnen met elkaar vergeleken worden om te komen tot een zo realistisch mogelijke weergave van de situatie inzake tewerkstelling, omzet en toegevoegde waarde.

In wat volgt wordt per schakel de top-down en bottom-up benadering toegelicht. De resultaten van de gecorrigeerde cijfers per schakel zijn opgenomen in de tabel op de volgende pagina. Onderstaande tabel geeft de kerncijfers weer van de boekensector

in Vlaanderen. De bottom-up cijfers worden beschouwd als een ondergrens, de top-down cijfers als een bovengrens. Hoewel in dit geval echter blijkt dat de bottom-up cijfers hoger liggen dan de top-down cijfers.

We verwijzen naar het hoofdstuk methodologie voor een correcte interpretatie van deze cijfers. Voor het berekenen van de totaalcijfers per sector beschikken we niet voor iedere schakel van de waardeketen over een top-down en bottom-up cijferreeks. Indien voor één schakel een bepaalde reeks ontbreekt, wordt de beschikbare cijferreeks overgenomen voor de berekening van het totaal teneinde een representatieve range te kunnen construeren. Concreet:

- Het top-down totaal omvat de top-down cijfers van de schakels waarvoor er een top-down benadering beschikbaar is. Indien géén top-down benadering beschikbaar is, worden de bottom-up cijfers gebruikt.
- Het bottom-up totaal omvat de bottom-up cijfers van de schakels waarvoor er een bottom-up benadering beschikbaar is. Indien géén bottom-up benadering beschikbaar is, worden de top-down cijfers gebruikt.

Kerncijfers Boeken sector in Vlaanderen, 2013:

Variabele	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	3.397	2.865
Werkgevers (aantal)	201	486
Werknemers (aantal VTE)	2.962	10.161
Omzet (€) *	898.369.062	1.418.357.177
Toegevoegde waarde (€)	316.110.931	481.415.008

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Boekensector	Benadering	Zelfstandigen (# personen)	Werkgevers	Werknemers (VTE)	Omzet	Toegevoegde waarde
Auteurs	Top-down					
	Bottom-up	2.643			92.908.480	39.757.120
Uitgeverijen & Importeurs	Top-down	431	63	1.638	400.011.954	192.840.033
	Bottom-up	50	68	2.183	508.937.069	204.481.605
Drukkerijen	Top-down	125	28	371	64.373.946	24.149.015
	Bottom-up	73	26	3.766	120.290.142	111.999.155
Binderijen	Top-down					
	Bottom-up	1	5	390	94.364.486	27.589.767
Detailhandel	Top-down	145	77	389	246.710.197	31.774.996
	Bottom-up	98	44	454	601.857.000	97.587.361
Bibliotheken	Top-down	52	28	173		
	Bottom-up		343	3.368		
TOTAAL	Top-down	3.397	201	2.962	898.369.062	316.110.931
	Bottom-up	2.865	486	10.161	1.418.357.177	481.415.008

Indien we een opsplitsing maken naar kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels van het waardenetwerk, krijgen we volgende onderverdeling:

Kerncreatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	3.074	2.693
Werkgevers (aantal)	63	68
Werknemers (aantal VTE)	1.638	2.183
Omzet (€) *	492.920.434	601.845.549
Toegevoegde waarde (€)	232.597.153	244.238.725
Ondersteunend creatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	323	172
Werkgevers (aantal)	138	418
Werknemers (aantal VTE)	1.323	7.978
Omzet (€) *	405.448.629	816.511.628
Toegevoegde waarde (€)	83.513.778	237.176.283

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Volgende actoren zijn evenwel niet vervat in deze cijfers:

- De ondersteunende organisaties
- Het onderwijs
- De vervaardiging en verkoop van e-readers
- Het gebruik van applicaties voor e-boeken

Vergelijking cijfers impactmeting referentiejaar 2013 met referentiejaar 2010

Variabele	Top-down 2013	Top-down 2010	Bottom-up 2013	Bottom-up 2010
Zelfstandigen (#)	3.397	3.305	2.865	2.877
Werkgevers (#)	201	204	486	550
Werknemers (VTE)	2.962	3.165	10.161	10.301
Omzet (€) *	898.369.062	886.999.755	1.418.357.177	1.431.368.448
Toegevoegde waarde (€)	316.110.931	310.071.907	481.415.008	480.462.387

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

VERSCHIL 2013 / 2010	Top-down groei (#)	Top-down groei in %	Bottom-up groei (#)	Bottom-up groei in %
Zelfstandigen (#)	92	3%	-12	0%
Werkgevers (#)	-3	-1%	-64	-12%
Werknemers (VTE)	-203	-6%	-140	-1%
Omzet (€) *	11.369.307	1%	-13.011.271	-1%
Toegevoegde waarde (€)	6.039.024	2%	952.621	0%

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Op basis van de inzichten van de onderzoekers wordt in deze sector voor de kerncreatieve schakels auteurs en uitgeverijen als ook voor de ondersteunende schakels van drukkerijen en bibliotheken de bottom-up cijferverzameling als meest betrouwbaar beschouwd. Voor de schakels binderijen en detailhandel wordt de top-down wijze meegenomen in de berekening van de eindcijfers. Aangezien de optelling van de omzet louter indicatief is, en daardoor geen bedrijfseconomische betekenis heeft, worden de volgende kerncijfers als eindcijfers voor de totale Geschreven media

- boeken gezien:

Eindcijfers Geschreven media - boeken referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010

Referentiejaar	Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Toeg. Waarde (€)
2013	2.964	521	6.702	327.752.503
2010	2.888	534	6.948	348.298.432

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Bij de eindcijfers zien we een kleine groei van het aantal zelfstandigen (+3%), en een kleine daling in het aantal werkgevers (-2%). Het aantal teruggevonden werkgevers is hierbij ook gedaald met 246 VTE (-4%). Deze dalingen in werkgevers en werknemers uiten zich ook in de financiële kengetallen van deze sector, waarbij de totale toegevoegde waarde in de sector een daling doormaakt van ruim € 20 miljoen (-6%).

In wat volgt geven we een overzicht van zowel de basis als gecorrigeerde cijfers volgens de top-down en bottom-up benadering voor volgende schakels van het waardenetwerk:

- Auteurs
- Uitgeverijen en Importeurs
- Binderijen
- Drukkerijen
- Detailhandel
- Bibliotheken

1. Auteurs

Top-down benadering:

Voor auteurs (en aanverwante beroepen zoals vertalers, striptekenaars, illustratoren e.d.) bestaat geen afzonderlijke NACE-BEL code.

Auteurs worden zonder verdere onderverdeling samen met beeldhouwers, schilders, tekenaars, karikaturisten, etsers, graveerders en journalisten opgenomen in NACE-BEL code "90.031 Scheppende kunsten, m.u.v. ondersteunende diensten"

Bottom-up benadering:

Een aantal factoren bemoeilijken de inschatting van het aantal auteurs in Vlaanderen:

- De term auteur verwijst naar een aantal beroepen die overlappend kunnen zijn: schrijver, dichter, auteur-scenarist, illustrator, vertaler, (strip)tekenaar, etc.
- Naast het schrijven, zijn auteurs eveneens betrokken bij aanverwante literaire activiteiten die ook vergoed (kunnen) worden.
- De grens tussen professioneel auteur en "amateur" auteurs is moeilijk te trekken. Vanaf wanneer kan men immers spreken over een professioneel auteur? Duidelijke afbakeningscriteria ontbreken. Bovendien bestaat er een grote en diverse groep mensen die schrijven (onder verschillende vormen) tot hun "hobby" rekenen.
- Het aantal "auteurs" geeft geen indicatie over de mate van tewerkstelling: in Vlaanderen zijn slechts enkelen die als auteur in hoofd- en enig beroep een inkomen kunnen verwerven. Naast deze kleine kern, is er een grote groep auteurs die in bijberoep actief zijn, of zelfs als gepensioneerde of in hun vrije tijd.
- Auteurs zijn bovendien dikwijls sector overschrijdend actief, door niet enkel in de sector van de geschreven media actief te zijn, maar ook in andere sectoren zoals onderwijs, audiovisuele media, etc.

Voor Vlaanderen hebben we volgende databronnen kunnen identificeren:

- De Vlaamse Auteursvereniging (VAV) is de belangenvereniging van Vlaamse auteurs. Ze vertegenwoordigt zowel auteurs van proza, poëzie, toneel, scenario's, kinder- en jeugdliteratuur, literaire non-fictie en strips als illustratoren en literaire vertalers. De VAV telt **meer dan 600 leden**.
- De Vereniging van Educatieve en Wetenschappelijke Auteurs (VEWA) richt zich tot alle wetenschappelijke en educatieve auteurs, al dan niet verbonden aan het universitair, hoger, secundair of basisonderwijs. De VEWA telt meer dan **6.000 leden**.

Rekening houdend met de grote diversiteit en verschijningsvormen van auteurs, heeft het onderzoeksteam van de vorige impactmeting deze problematiek in 2011 voorgelegd aan de focusgroep. Deze werd gehouden met verschillende vertegenwoordigers van de boekensector in Vlaanderen. Tijdens de focusgroep was er een akkoord om het aantal auteurs in Vlaanderen in te schatten rond 1.520 voltijds

equivalenten.

Dit aantal is tot stand gekomen door volgende veronderstellingen:

- Van de 20.000 Nederlandstalige titels die jaarlijks verschijnen in Nederland en België, zijn er ca. 8.000 afkomstig uit Vlaanderen. Waarbij de assumptie gemaakt wordt dat er ongeveer 8.000 auteurs actief zijn binnen een jaar.
- De veronderstelling wordt gemaakt dat ongeveer 10% van deze 8.000 auteurs als voltijds auteur gelabeld kan worden, ofwel een totaal van 800 voltijds equivalenten.
- Van de resterende 7.200 auteurs, wordt verondersteld dat ze deeltijds in bijberoep actief zijn à rato van 10% van een voltijdse functie. Dit levert bijkomend 720 voltijds equivalenten.
- Beide categorieën geven een totaal van **1.520 voltijds equivalente auteurs**.

Bij gebrek aan nieuw datamateriaal, wordt er vanuit gegaan dat deze assumptie nog steeds geldt.

Dit levert de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1.520	-	-	-	-

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum.

Vermits we voor deze groep auteurs geen financiële cijfers hebben bekomen, moeten we een inschatting maken van hun omzet en toegevoegde waarde. Op deze basiscijfers worden volgende correcties doorgevoerd om een inschatting te bekomen van de totale omzet en totale toegevoegde waarde van het totaal aantal auteurs:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Net als bij de vorige impactmeting wordt, om de consistentie te waarborgen met de andere sectoren van de Creatieve Industrieën waar voor de creatieve crews het aantal zelfstandigen in aantallen gerapporteerd wordt (en niet in voltijds equivalenten), wordt hier de omrekening gemaakt van aantal voltijds equivalenten, naar aantal zelfstandigen, volgens de sleutel van 0,575 zoals toegelicht in het hoofdstuk methodologie. Deze omrekening wordt enkel toegepast voor de weergave van het aantal zelfstandigen, niet voor de inschatting van hun omzet en toegevoegde waarde, waar wel met voltijds equivalenten gerekend wordt.

Indien deze correcties toegepast op de basiscijfers, bekomen we de volgende gecorrigeerde cijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
-------------------	----------------	------------------	-----------	------------------

2.643	-	-	92.908.480	39.757.120
-------	---	---	------------	------------

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Aangezien de inschatting van het aantal zelfstandigen werd behouden, is de vergelijking met de studie over referentiejaar 2010 voor de schakel auteurs snel gemaakt. Het aantal zelfstandigen blijft gelijk, terwijl de omzet en de toegevoegde waarde stijgt door de stijging in de assumpties. Hier moet worden opgemerkt dat het werken met assumpties voor auteurs betwistbaar is. De toegevoegde waarde kan bezwaarlijk 1/3^{de} van de omzet bedragen aangezien een auteur vrijwel geen kosten maakt.

2. Uitgeverijen en importeurs

Top-down benadering

Uitgeverijen van boeken behoren tot de NACE-BEL code "58.110 Uitgeverijen van boeken". Deze subklasse omvat: "de uitgeverijen van boeken, schoolboeken, brochures, folders en dergelijke publicaties, de uitgeverijen van atlanten, kaarten en plannen, de uitgeverijen van audioboeken, en - de uitgeverijen van woordenboeken, encyclopedieën en dergelijke werken op cd-rom."

Deze code levert in Bel-First volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
122	372	2.431	479.360.419	237.565.996

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	103
Omzet	54
Toegevoegde waarde	242

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	63
Werknemers	1.638

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
431	63	1.638	400.011.954	192.840.033

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

We merken hierbij op dat de totale omzet (en bijgevolg ook de totale toegevoegde waarde) van de uitgeverijen van boeken, eveneens inkomsten vertegenwoordigen die niet uit de uitgave van boeken voortvloeit. Zo zijn uitgeverijen ook actief in tal van stationary-activiteiten. Binnen het bereik van deze studie was het echter niet mogelijk om de omzet op te splitsen naargelang de verschillende activiteiten van de uitgeverijen, gezien die enkel mogelijk is door de websites of jaarverslagen individuele bedrijven te raadplegen of door de bedrijven rechtstreeks te contacteren.

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Uit een vergelijking van de top-downcijfers Uitgeverijen en Importeurs tussen referentiejaar 2013 en 2010 is het vooral opvallend dat het aantal werkgevers (op basis van officiële RSZ cijfers) een flinke daling heeft doorgemaakt van 74 naar 63 (-15%). Het aantal werknemers maakt ook een daling door, zij het minder sterk (-2%). Het aantal zelfstandigen maakt daarentegen een kleine stijging door van 13 zelfstandigen (+3%). De toegevoegde waarde in deze schakel blijft uiteindelijk ongeveer gelijk en maakt een kleine stijging door van € 2 miljoen (+1%).

Bottom-up benadering

Uitgeverijen en importeurs van boeken worden opgesomd door de VUV (Vlaamse Uitgevers Vereniging) en VBI (Verenigde Boeken Importeurs) respectievelijk, die beide onder Boek.be gegroepeerd zijn. De VUV telt 114 leden, de VBI 30 leden, samen **118** uitgeverijen en importeurs (een aantal leden zijn zowel uitgever als

importeur en dus lid van beide organisaties).

De samenvoeging van beide ledenlijsten levert volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
50	68	2.183	450.982.270	203.618.457

Bron: VUV, VBI, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	68
Omzet	32
Toegevoegde waarde	85

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
50	68	2.183	508.937.069	204.481.605

Bron: VUV, VBI, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

We merken hier eveneens op dat de totale omzet (en bijgevolg ook de totale toegevoegde waarde) van de uitgeverijen van boeken, eveneens inkomsten vertegenwoordigen die niet uit de uitgave van boeken voortvloeit.

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Bottom-up worden voor de schakel uitgeverijen en importeurs hetzelfde aantal werkgevers en slechts 2 meer zelfstandigen gevonden. Ook het aantal werknemers blijft nagenoeg gelijk (+45, een stijging van 2%). Ondanks deze weliswaar kleine stijgingen, neemt de toegevoegde waarde echter af met € 23 miljoen, een daling van 10%.

3. Binderijen

Top-down benadering

Binderijen vallen onder de NACE-BEL code "18.140 Binderijen en aanverwante diensten". Het gaat echter niet uitsluitend om boekbinderijen, maar om een hele reeks activiteiten die verband houden met het binden van papierwerk. Vermits deze code de enige is die binderijen omvat, kunnen we enkel met deze code werken. De klasse omvat:

- het industrieel binden, het opmaken van proefstukken en het uitvoeren van 'post press' ondersteunende diensten zoals: het binden en afwerken van boeken, brochures, tijdschriften, catalogi, enz. door het vouwen, het ver- en bijsnijden, het samenbrengen, het nieten, het binden (al dan niet met garen), het snijden en plaatsen van de omslag, het verlijmen, het verzamelen, het goudstempelen, het binden met spiraal of kunststofdraad
- het binden en het afwerken van bedrukt papier of karton, door het vouwen, stansen, stempelen, perforeren, lijmen en lamineren
- het afwerken van cd-roms
- afwerking bij briefwisselingen: personalisering of voorbereiding van briefomslagen
- andere afwerkingsactiviteiten zoals graveren, stansen en stempelen

Deze code levert in Bel-First volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
74	79	488	24.905.839	29.310.787

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	31
Omzet	10
Toegevoegde waarde	59

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	28
Werknemers	371

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaarmzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
125	28	371	64.373.946	24.149.015

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Het aantal werkgevers en werknemers dat RSZ voor de NACE-code binderijen rapporteert daalt tussen beide flink, met respectievelijk 18% en 11%. Het aantal zelfstandigen maakt daarentegen een lichte stijging door van 6 (+5%). De daling in RSZ cijfers heeft een klein effect op de uiteindelijke toegevoegde waarde, dat met ruim € 1 miljoen daalt (-5%).

Bottom-up benadering

In de Gouden Gids hebben we een totaal van 99 boekbinderijen in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest teruggevonden.

Deze geven volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
73	26	3.766	86.454.718	110.455.951

Bron: Gouden Gids, Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	26
Omzet	13
Toegevoegde waarde	40

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
73	26	3.766	120.290.142	111.999.155

Bron: Gouden Gids, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Net als in de vorige impactmeting is ook ditmaal een daling in het aantal entiteiten merkbaar, van 104 naar 99. Deze daling uit zich vooral bij de werkgevers, die een daling van 15 entiteiten doormaken. De werknemers nemen echter wel toe, waarbij vooral een aantal van de beschutte werkplaatsen die onder meer dienst doen als binderij meer werknemers rapporteren. De toegevoegde waarde neemt uiteindelijk ook toe met ruim € 12 miljoen (+13%).

4. Drukkerijen

Top-down benadering

Drukkerijen van boeken vallen onder NACE-BEL code 18.120 “overige drukkerijen”.

Deze categorie is een restcategorie waar naast het drukken van boeken allerhande drukactiviteiten worden opgenomen (bijvoorbeeld: tijdschriften, reclamedrukwerk, postzegels, kalenders, formulieren, bedrukken van textiel e.d.m.). We vinden het bijgevolg niet opportuun om deze code te gebruiken.

Bottom-up benadering

Er bestaan slechts een beperkt aantal boekdrukkerijen in Vlaanderen. Het is echter moeilijk om te achterhalen welke drukkerijen hoofdzakelijk boeken drukken. In vorige impactstudies werden bij een rondvraag volgende namen genoemd: Proost Innovative Book Production, Erasmus-Euroset drukkerij, Drukkerij Newgoff, Lannoo, Die Keure, Deckers-Snoeck, Danneels, Smits, Ter Roye (Flin Graphic Group) en Schaubroeck. Intussen zijn Erasmus-Euroset en Smits niet meer als zodanig actief. Daarnaast is er ook een belangrijke nieuwe speler ontstaan, de groep Graphius die enkele drukkerijen onder zich verenigt: Geers Offset, New Goff, Deckers-Snoeck, Druk In De Weer, De Duurzame Drukker, Sint Joris, en Boone-Roosens. De Graphius groep zal als een afzonderlijke speler worden meegenomen. Met uitzondering van Die Keure (die als uitgeverij wordt meegerekend), geeft deze input volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1	5	390	94.303.362	27.589.767

Bron: Boek.be, Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	5
Omzet	5
Toegevoegde waarde	6

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1	5	390	94.364.486	27.589.767

Bron: VIGC, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Door de oprichting van drukkerij Graphius die een aantal voorheen onafhankelijke drukkerijen onder zich verenigt is het aantal werkgevers in deze schakel gedaald naar 5. Ook het aantal werknemers maakt een flinke daling door (van 505 naar 390), een daling die zich ook in de vorige impactmeting al manifesteerde. De toegevoegde waarde maakt mede hierom dan ook een daling door, zij het minder sterk, van ongeveer € 2 miljoen (-8%).

5. Detailhandel

Top-down benadering

De verkoop van boeken in de gespecialiseerde handel valt onder NACE-BEL code "47.610 Detailhandel in boeken in gespecialiseerde winkels".

Deze code levert in Bel-First volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
45	177	675	274.026.129	48.394.872

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor allebedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	54
Omzet	16
Toegevoegde waarde	112

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	77
Werknemers	389

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
145	77	389	246.710.197	31.774.996

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Een opvallende vaststelling is dat Bel-First bijna dubbel zoveel entiteiten rapporteert voor de top-downbenadering geschreven media – boeken /detailhandel. Het aantal zelfstandigen stijgt maar liefst met 88%, het aantal werkgevers met 40% (op basis van RSZ cijfers). Daarnaast rapporteert RSZ nagenoeg hetzelfde aantal werknemers (3 minder). Mede door de stijging in entiteiten is ook de toegevoegde waarde toegenomen. Deze toegevoegde waarde kent een groei van ruim € 3 miljoen (+13%).

Bottom-up benadering

De cijfers in de bottom-up benadering bevatten de beschikbare cijfers van de Vereniging Vlaamse Boekverkopers (VVB) leden (267 winkels), evenals de bedrijfsnamen in Bel-First waar “Boekhandel” in voorkomt (60 entiteiten).

Teneinde de impactanalyse zo representatief mogelijk te houden, hebben we Fnac geweerd uit de cijfers, vanwege het groot aantal activiteiten buiten boekenverkoop.

We wijzen er op dat veel verkooppunten van boeken niet zijn opgenomen, zoals grootwarenhuizen, speciaalzaken en (internationale) internetboekhandels.

Ook de boekhandels die in handen zijn van (kinder- en jeugdboeken) uitgeverijen worden niet meegenomen in de bottom-up benadering aangezien zij reeds bij het uitgeverssegment werden verwerkt.

Voor wat de leden van de VVB betreft, exclusief Fnac, levert dit volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
98	44	454	236.402.520	41.307.532

Bron: VVB, Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	44
Omzet	15
Toegevoegde waarde	78

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- De gerapporteerde cijfers in Bel-First inzake de totale omzet van de detailhandel wordt vervangen door de rapportering van de door Boek.be gerapporteerde GfK cijfers.
- De totale toegevoegde waarde wordt berekend à rato van het percentage omzet / toegevoegde waarde voor de bedrijven binnen de bottom-up analyse (16%).

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
98	44	454	200.619.000	32.529.120

Bron: VVB, Bel-First Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

De tewerkstellingscijfers hebben enkel betrekking op de boekhandels (met uitzondering van Fnac). Tewerkstelling gegenereerd door boekenverkoop in andere verkooppunten dan boekhandels zijn niet meegerekend (bv. grootwarenhuizen, entertainment stores, etc...).

Bovendien dekken de GfK cijfers niet de volledige boekenmarkt in Vlaanderen. De GfK cijfers hebben betrekking op de verkoop van het algemene boek in boekhandels (boekenclubs, directe verkoop (vnl. educatieve markt) is niet meegerekend). Bij interpretatie dient dus rekening gehouden te worden met (1) de verkoop van de educatieve, de wetenschappelijk en de informatieve uitgaven, en (2) de verkoop van

alle uitgaven via andere kanalen dan boekhandels.

Analyse van Boek.be duidt op het feit dat verkoop buiten de boekhandel ca. 50% van de boekhandel verkoop bedraagt. Bovendien zou het Algemene Boek ook slechts 50% van de totale markt uitmaken.

Indien we deze extrapolaties toepassen komen we op volgende geëxtrapolerde omzet en toegevoegde waarde:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
98	44	454	601.857.000	97.587.361

Bron: VVB, Boek.Be, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Net als in de vorige impactmeting is in deze schakel in het totaal aantal entiteiten te vinden (-24%). Deze daling doet zich voor bij zowel de zelfstandigen (-20%) als bij de werkgevers (-31%). Ook het aantal werknemers maakt in deze meting een flinke daling door (-48%). Deze dalingen zijn wellicht toe te wijzen aan de opkomst van online boekverkoop sinds de vorige impactmeting. Totale omzetcijfers nemen tevens een kleine daling (-2%), maar de toegevoegde waarde maakt daarentegen desondanks een stijging door (-13%). Deze stijging heeft te maken met een hogere verhouding toegevoegde waarde / omzet in de bottom-up cijfers.

6. Bibliotheken

Top-down benadering

Bibliotheken worden door de NACE-BEL nomenclatuur gecapteerd onder code "91.011 Bibliotheken, mediatheken en ludotheken", met inbegrip van: "alle soorten bibliotheken, leeszalen, gehoorzalen en mediatheken, die diensten verlenen aan het brede publiek in het algemeen of aan een speciaal cliënteel (studenten, wetenschappers, personeel, leden, enz.)".

Deze code levert in Bel-First volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
19	61	129	1.450.396	9.174.171

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	17
Omzet	7
Toegevoegde waarde	27

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	28
Werknemers	173

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- In tegenstelling tot de andere schakels, laten we de omzet en toegevoegde waarde – voorlopig althans – buiten beschouwing. De impact van een bibliotheek situeert zich noch in de gerealiseerde omzet, noch in de bedrijfseconomische toegevoegde waarde. Bovendien is het niet mogelijk om op basis van de gerapporteerde cijfers in Bel-First betrouwbare extrapolaties te maken, vermits slechts 7 bibliotheken een omzet gerapporteerd hebben.

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
52	28	173	-	-

Bron: Bel-First, RSZ

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Net als in de vorige impactmeting, wordt in de huidige analyse een totaal aantal van 80 entiteiten gevonden. RSZ cijfers geven echter een kleine daling aan in het aantal werkgevers (-5). Ook het aantal gerapporteerde werknemers valt iets lager uit op basis van RSZ cijfers (-2). Net als bij de vorige impactmeting wordt voor deze schakel geen omzet of toegevoegde waarde berekening uitgevoerd in de top-down benadering.

Bottom-up benadering

Voor openbare bibliotheken zijn statistieken beschikbaar inzake aantal instellingen en tewerkstelling op de website van bibliotheekstatistieken.be.

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
-	311	2.482	-	-

Hierbij moeten evenwel het aantal wetenschappelijke bibliotheken geteld worden. Het Vlaams Overlegorgaan inzake Wetenschappelijk Bibliotheekwerk (VOWB) rapporteert als lid 5 universiteitsbibliotheken, 18 bibliotheken van hogescholen, 7 bibliotheken van wetenschappelijke instellingen en 2 overige bibliotheken. Aangezien exacte tewerkstellingsstatistieken van deze bibliotheken ontbreken, wordt het aantal werknemers van deze bibliotheken ingevuld aan de hand van de volgende assumpties.¹⁶

	Tewerkstelling gemiddeld	Aantal bibliotheken
Bibliotheek hoger onderwijs	17	30
Overheidsbibliotheek of informatiedienst	8	2

Bron: Puype en Kerstens (2009), VOWB.

Dit levert volgend totaal op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
-	343	3.368	-	-

Bron: Bibliotheekstatistieken.be, VOWB, Vlabidoc, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum.

Om dezelfde reden als bij de top-down benadering, beperken we ons hier tot de rapportering van het aantal instellingen en het aantal werknemers. Voor bibliotheken bieden de concepten van omzet en bedrijfseconomische toegevoegde waarde weinig meerwaarde in onze analyse. In een verdiepend onderzoek kan het evenwel verhelderend zijn om de toegekende budgetten van de openbare en wetenschappelijke bibliotheken te analyseren naar hun bestedingspatroon, waardoor dezelfde logica van bedrijfseconomische toegevoegde waarde toegepast kan worden.

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de bottom-up dataverzameling is een lichte daling merkbaar in de kengetallen. Het aantal bibliotheken neemt af met 26, met name doordat er het Vlaams Overlegorgaan inzake Wetenschappelijk Bibliotheekwerk (VOWB) minder leden rapporteert. Ook het totaal aantal werknemers kent een kleine daling van 3.495 naar 3.368, een daling van 4%.

¹⁶ Deze assumpties zijn gebaseerd op Puype, G., en Kerstens, V. (2009). Enquete tewerkstelling en competenties. *Bibliotheek- & archiefgids*, 85(2), p. 4-11.

GESCHREVEN MEDIA – DAGBLAD- EN PERIODIEKE PERS

In de sector van de geschreven pers is noch de sector zelf, noch het waardenetwerk ingrijpend veranderd sinds de vorige impactstudie. Onderstaande bespreking is dan ook in hoge mate een herneming van de teksten uit Guiette et al. (2011) en Schrauwen et al. (2014). Niettemin zijn voorbeelden, cijfers, beleidsinformatie en informatie over online-activiteiten geactualiseerd.

I. MAPPING VAN DE DAGBLAD- EN PERIODIEKE PERS

1. Afbakening van de sector

In dit hoofdstuk wordt stilgestaan bij de periodieke pers, dat samen met de boekensector de industrie van de geschreven media vormt.

Onder geschreven pers verstaan we de dagbladpers (kranten) en de periodieke pers (tijdschriften). Hoewel gedrukte kranten en tijdschriften traditioneel het medium bij uitstek waren voor de periodieke pers, zijn er nu andere media of kanalen die jaarlijks aan belang winnen: digitale kranten en tijdschriften die via verschillende kanalen of media ter beschikking worden gesteld. Het is bijgevolg moeilijk om de pers op een homogene wijze te definiëren vanwege het zeer gevarieerde en diverse titelaanbod dat verschilt inzake vorm, formaat, inhoud, prijs, lezerspubliek, productiestructuur, etc. In de perswetenschap bestaat een diversiteit aan definities over persmedia in het algemeen en 'kranten' in het bijzonder. Vijf kenmerken worden als essentieel beschouwd: uniciteit, periodiciteit, continuïteit, openbaarheid, universaliteit (Van Den Bulck, 2010).

Om de geschreven pers op te delen wordt een onderscheid gemaakt in functie van de publicatiefrequentie: enerzijds de dagbladpers en anderzijds de periodieke pers. De dagbladpers verschijnt minstens vier maal per week, de periodieke pers heeft een publicatiefrequentie die kan variëren van wekelijks tot jaarlijks.

Vlaanderen telt zeven betalende dagbladen: De Morgen, Het Laatste Nieuws, De Standaard, Het Nieuwsblad / De Gentenaar, Gazet van Antwerpen, Het Belang van Limburg en De Tijd. De markt voor tijdschriften is met in totaal meer dan 250 titels diverser en kan verder opgesplitst worden in vakbladen, publiekbladen, customer media, etc.




2. Waardenetwerk

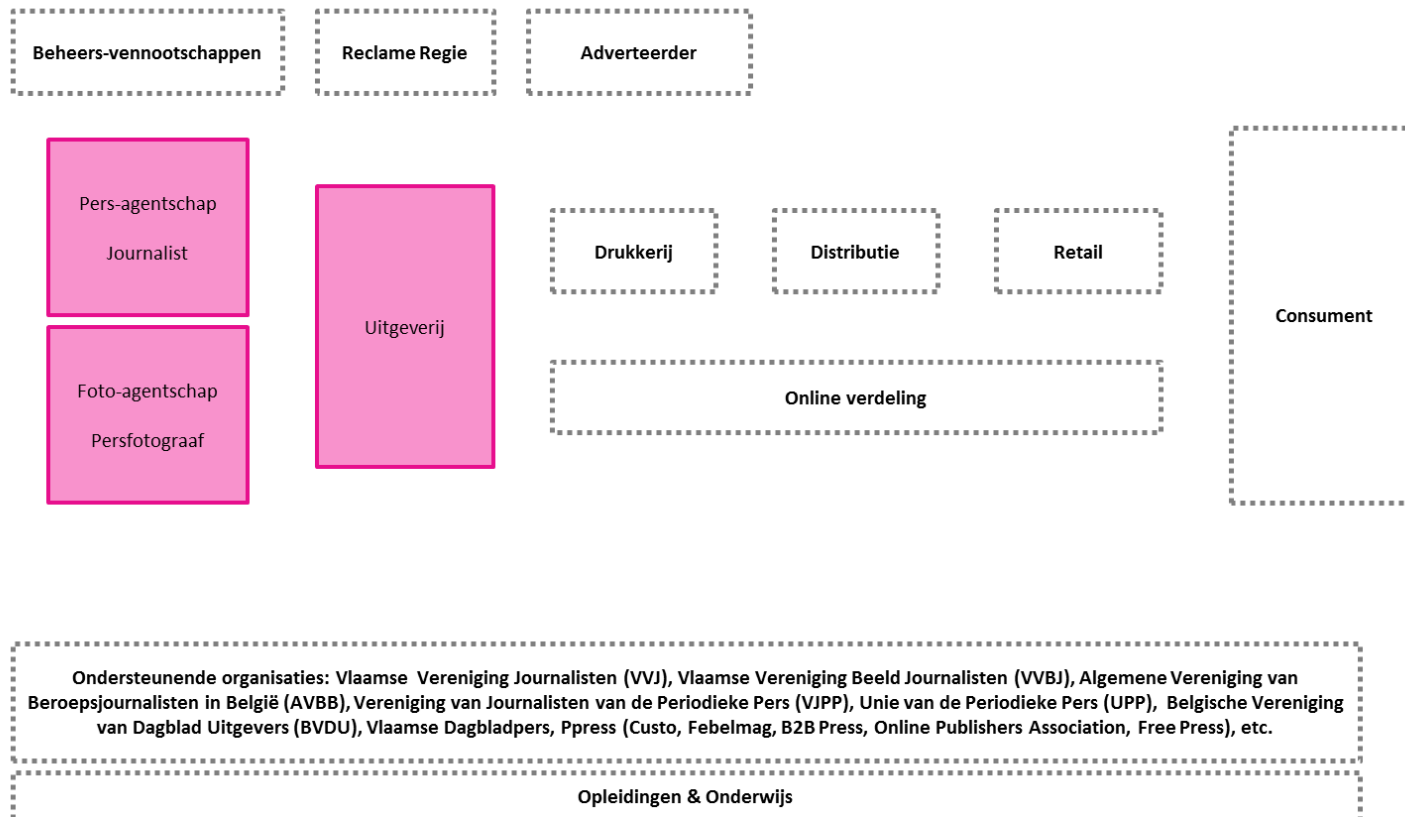
Onderstaand waardenetwerk geeft op schematische wijze de verschillende betrokken actoren weer van de dagblad- en periodieke pers. Het waardenetwerk maakt abstractie van verschillende genres of verschillende soorten pers door te focussen op de belangrijkste actoren. Het waardenetwerk dient ook geïnterpreteerd te worden als een onderdeel van onderling afhankelijke sectoren, niet alleen in het domein van de

Creatieve Industrieën, maar ook in de ruime samenleving, waarbij er tal van interacties en convergentiebewegingen bestaan met andere industrieën. De focus in dit waardenetwerk ligt in het schetsen van de belangrijkste economische actoren en hun rol in de creatie en vermarkting van economische waarde. Om redenen van duidelijkheid worden de waardenetwerken als een semi-lineair proces weergegeven, dat in realiteit geïnterpreteerd moet worden als een ecologie waarbij interacties tussen de verschillende actoren een complex en iteratief proces volgen. Interactiepatronen volgen dus geen lineair stramien. Voor een verklaring van het onderscheid tussen kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels verwijzen we naar het hoofdstuk methodologie.

2.1. Schematische voorstelling van het waardenetwerk

Dagblad- en Periodieke Pers

-  Kerncreatieve schakels
-  Ondersteunend creatieve schakels
-  Andere sector / facilitatoren / niet becijferd



2.2. Bespreking van de verschillende actoren

In wat volgt bespreken we kort de verschillende schakels uit het waardenetwerk van de dagblad- en periodieke pers. Zoals andere sectoren uit de Creatieve Industrieën, is de dagblad- en periodieke pers geen geïsoleerde sector, en zijn er tal van cross-overs met andere sectoren en industrieën. In dit hoofdstuk concentreren we ons echter op de belangrijkste schakels. Bovendien is het proces van nieuwsgaring, filtering en verwerking een complex proces waar veel factoren een rol spelen en dat op verschillende wijzen georganiseerd kan worden. De beschrijving en analyse van dit proces valt echter buiten het bereik van dit onderzoek.

Persagentschappen hebben als functie om informatie, nieuws en actualiteit op te sporen, te verzamelen, te verwerken en te verdelen. Ze zijn handelaars in 'nieuws'. Tegen een vergoeding leveren persagentschappen nieuws aan journalisten en redacties van uitgeverijen. Naast een groot aantal internationale persbureaus zijn in België drie grote persbureaus actief: Agentschap Belga, Press News, en Marc Goossens Persbureau (VRM, 2014). Uit het rapport Mediaconcentratie in Vlaanderen (2014) blijkt dat veel zelfstandige journalisten of fotografen zich als persbureau laten opnemen in de goudengids. Daarnaast zijn er tal van internationale en regionale persagentschappen die nieuws leveren aan wereldwijde redacties.

Het beroep van **journalist** is in België wettelijk erkend. Aan beroepsjournalisten wordt een officiële perskaart uitgereikt. Het beroep dekt de lading voor een diverse groep professionele activiteiten: journalisten, persfotografen, correspondenten, hoofdredacteuren, cameramannen, etc. (Van Den Bulck, 2010). Journalisten kunnen op drie verschillende manieren tewerkgesteld zijn:

- In loondienst bij een uitgeverij (en dit over verschillende media heen: dagbladen, tijdschriften, omroepen, productiemaatschappijen, etc.)
- Als zelfstandige of freelancer, waar de journalist volledig voor één uitgeverij of één medium, dan wel voor verschillende uitgeverijen of media werkt. Zij kunnen vaak niet exclusief worden toegewezen aan de geschreven media.
- Tenslotte zijn er nog correspondenten (binnenlandse en buitenlandse) die in bijberoep (of zelfs als hobby) over bepaalde, vaak gespecialiseerde thema's, verslag uitbrengen.

Journalisten maken gebruik van diverse bronnen om hun nieuwsverslaggeving op te stellen: eigen berichtgeving, persagentschappen, persconferenties, correspondenten en andere media (Verleyen, 2006).

Naast redactionele bijdragen door journalisten wordt eveneens content geleverd door **persfotografen**, die beeldmateriaal aanleveren ter ondersteuning van de content. Deze persfotografen werken als zelfstandige of in dienst van **fotoagentschappen**.

Persondernemingen of **uitgeverijen** zijn in Vlaanderen door de jaren heen geëvolueerd van een pluraliteit aan familiebedrijven en belangengroepen naar een concentratie van enkele grote multimediaconglomeraten, bv. uitgeverijen. Vier verschillende uitgevers (Mediahuis, De Persgroep, Mediafin en De Persgroep), geven samen

zeven kranten uit.

De grote persuitgroepen in Vlaanderen zijn holdings die actief zijn binnen verschillende sectoren: dagbladen, tijdschriften, televisie, radio, reclame en grafische centra.

Kranten en tijdschriften zijn duale producten. Enerzijds zijn het journalistieke producten die aan de lezers verkocht worden (verkoop van content aan de publiekmarkt), en anderzijds advertentionele producten die op de advertentiemarkt verkocht worden (verkoop van toegang tot publiek op de reclamemarkt). Uitgeverijen hebben dan ook twee belangrijke bronnen van inkomsten: enerzijds de verkoop van kranten en tijdschriften, anderzijds de verkoop van advertentieruimte (bv. alles wat tegen betaling in een krant of tijdschrift verschijnt: rubrieksadvertenties en merkreclame). Dit duale model van inkomsten verklaart meteen het belang van oplage en circulatie voor kranten en tijdschriften: hoe meer een titel gelezen wordt, hoe interessanter voor de adverteerder. Nog belangrijker is echter de mogelijkheid van een titel om een welbepaald doelpubliek te bereiken. Advertentie-inkomsten zijn van cruciaal belang voor de overleving van een krantentitel; ongeveer 50% van de inkomsten van een krant komt van de advertentiemarkt. De andere helft komt uit losse verkoop en abonnementen. In het geval van gratis pers vloeit 100% van de inkomsten voort uit advertenties.

In een uitgeverij kunnen een aantal vaste functies onderscheiden worden, die verbonden zijn aan het productieproces van kranten en tijdschriften (Van den Bulck, 2010): redactie, technische productie, commerciële diensten en ondersteunende diensten. Dankzij technologische evoluties kunnen uitgeverijen het redactionele werk en de productie aan elkaar linken, wat schaalvoordelen en tijdsbesparingen oplevert.

Het verhandelen van reclameruimte in kranten en tijdschriften gebeurt via **reclameregies**, die advertentieruimte verkopen aan adverteerders. Uitgeverijen hebben vaak een aparte bedrijfseenheid of dochteronderneming die de regie voor haar rekening neemt. Een op zichzelf bestaand bedrijf dat niet exclusief aan één uitgeverij kan worden gelinkt is een externe regie. In de dagbladsector was tot voor kort slechts één externe regie aanwezig, namelijk Scripta NV, een joint venture van de uitgeversgroepen Corelio, Concentra Media en IPM, dat vanaf begin 2014 is overgegaan in de interne regie van Mediahuis. De overige regies voor dagbladen zijn intern. Wat de tijdschriften betreft, zijn wel externe reclameregies actief die verschillende titels in hun portfolio hebben.

Uitgeverijen zijn eveneens verantwoordelijk voor het **drukken** van de kranten en tijdschriften, ofwel via een eigen drukkerij ofwel via een drukkerij in onderaanneming. Uitgeverijen van kranten beschikken over een interne drukkerij, die ook tegen betaling door derden gebruikt wordt om de structuur te rentabiliseren. Zo worden ze gebruikt voor het drukken van buitenlandse kranten voor de Vlaamse markt, bepaalde soorten tijdschriften met compatibele grafische voorschriften, reclamefolders, etc. Uitgeverijen van tijdschriften maken daarnaast ook gebruik van private drukkerijen die niet verbonden zijn aan hun uitgeverij (bv. kleinere private spelers of drukkerijen van andere uitgeverijen).

De **distributie** van de kranten en tijdschriften naar de detailhandel verloopt via B-Post of via gespecialiseerde distributeurs (waarvan AMP de grootste is). Wat de markt van de dagbladen betreft kan men een onderscheid maken tussen de losse verkoop en de abonnementen:

- De losse verkoop wordt hoofdzakelijk verdeeld via een gespecialiseerde distributeur, AMP. In uitzonderlijke gevallen verloopt de distributie via B-Post of via een eigen distributiekanaal van de uitgever (bv. voor de verdeling binnen een gebied dat van groot strategisch belang is voor de uitgever, die niet afhankelijk wenst te zijn van een derde partij voor de verdeling).
- De abonnementen worden hoofdzakelijk verdeeld via een gespecialiseerde distributeur, of via een eigen distributienetwerk (bv. in samenwerking met krantenrondes van krantenwinkels, e.d.)

Distributie van kranten en tijdschriften is echter opgedeeld in verschillende etappes, waarbij het transport of de verdeling tussen verschillende partijen overbrugd moet worden: uitgeverij, drukkerij, distributiecentrum, postsorteercentra, detailhandel, en tenslotte de consument thuis.

De dagblad- en periodieke pers wordt via verschillende kanalen verdeeld naar de consument: enerzijds is er de rechtstreekse distributie naar lezers die een abonnement hebben, anderzijds is er de distributie naar de **retailkanalen**: krantenwinkels, grootwarenhuizen, tankstations en tal van andere verkooppunten waar kranten en tijdschriften verkocht worden. Naast de fysieke distributie van kranten en tijdschriften, wordt de digitale consumptie van geschreven pers steeds belangrijker, zowel op vaste als mobiele toestellen. Het aantal Vlamingen dat minstens eenmaal per week online de actualiteit volgt stijgt jaarlijks. In 2007 was dit nog 25%, in 2011 al 39% (VRM, 2012). Naast de traditionele detailhandel en de online kranten, zijn er ook **content aggregatoren** die de berichten uit de dagblad- en periodieke pers gebruiken in hun medium: dit kan gaan van nieuwswebsites tot allerhande blogs en websites van verenigingen die nieuws dat gecreëerd werd door de geschreven pers ter beschikking stellen aan hun leespubliek.

Internationale **technologische spelers** – zoals Apple – beginnen ook een rol te spelen in het waardenetwerk van de dagblad- en periodieke pers door onder andere de verkoop van applicaties om online kranten te kunnen lezen op hun hardware. Internationale spelers werpen zich - op het niveau van de online kranten – op als tussenschakels in de waardeketen op het niveau van de distributie en de consumptie van krantencontent.

De dagblad- en periodieke pers wordt vertegenwoordigd door een aantal beroepsorganisaties die de belangen van de sector behartigen en de sector professioneel ondersteunen. Een niet-exhaustief overzicht:

- **Vlaamse Vereniging Journalisten (VVJ)**: beroepsvereniging van de in Vlaanderen actieve beroepsjournalisten
- **Vlaamse Vereniging Beeldjournalisten (VVB)**: beroepsvereniging die de personen groepeerd werkend in en voor de 'beeldpers': erkende en

stagedoende persfotografen, camera- en klankmensen.

- **Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België (AVBB):** overkoepelende beroepsvereniging van erkende beroepsjournalisten in België.
- **Vereniging van Journalisten van de Periodieke Pers (VJPP):** vereniging voor alle journalisten van de periodieke pers
- **Unie van de Periodieke Pers (UPP):** groepeert de uitgevers van periodieke publicaties in België, ongeacht hun periodiciteit
- **Vereniging der Uitgevers van de Katholieke Pers (VUKPP):** vereniging van katholieke Belgische uitgevers.
- **Vlaamse Dagbladpers:** overkoepelende organisatie van de Vlaamse dagbladuitgevers, met name Concentra Uitgeversmaatschappij, Corelio Publishing, De Lloyd, De Persgroep Publishing, De Vlijt en Mediafin. Vlaamse Dagbladpers behartigt hun gemeenschappelijke professionele belangen op regionaal, federaal en Europees niveau.
- **The Ppress:** vereniging van uitgevers van de Belgische periodieke pers en telt vijf departementen: B2B Press (vakbladen), Custo (Customer media), OPA (online publishers association), Febelmag (publieksbladen) en Free Press (gratis pers).
- **Raad voor de Journalistiek:** onafhankelijke instelling voor zelfregulering van de media, opgericht door de Vlaamse journalistenverenigingen, de uitgevers en de mediahuizen.
- **Reprocopy:** beheersvennootschap ter bescherming van de auteursrechten van de Vlaamse krantenuitgevers; kijkt toe op het correct gebruik van auteursrechtelijk beschermd krantenartikels.
- **Repropress:** beheersvennootschap ter bescherming van de auteursrechten van de Belgische magazinepers.
- **Journalisten Auteursmaatschappij (JAM):** beheersvennootschap om de auteursrechten van journalisten te verdedigen

2.3. De rol van de actoren in de schakels van het waardenetwerk

Onderstaand schema geeft een overzicht van de belangrijkste taak / taken van elke actor in het waardenetwerk. De dagblad- en periodieke pers is echter – net zoals de andere sectoren uit de Creatieve Industrieën – een dynamische sector waar grensvervaging en vervlechting van verschillende functies zeer kenmerkend is. Het is dan ook vanuit dit opzicht dat onderstaande tabel geïnterpreteerd moet worden.

	Creatie	Productie	Distributie	Exploitatie	Consumptie
Persagentschappen					
Journalisten					
Fotoagentschappen					
Persfotografen					
Uitgeverijen					
Reclameregies					
Drukkerij					
Distributie					
Detailhandel					
Online aggregatoren					
Consument					

Contentcreatie in de dagblad- en periodieke pers is een proces waarbij verschillende actoren betrokken zijn. Deze actoren vormen gezamenlijk de kerncreatieve schakels binnen de sector: persagentschappen en journalisten, fotoagentschappen en persfotografen en uitgeverijen die content aggregeren in een finaal product. Journalisten hebben in dit proces een zeer belangrijke rol op het gebied van selectie, captatie, filtering en verslaggeving van informatie. Anderzijds bepalen uitgeverijen welke content, welke onderwerpen, welke bijdragen er finaal gepubliceerd worden. Zowel de journalisten als de uitgeverijen kunnen als gatekeepers van het waardenetwerk beschouwd worden.

De andere actoren in het waardenetwerk vormen de ondersteunend creatieve schakels en leveren een belangrijke bijdrage in de vermarkting en ondersteuning van de gecreëerde content: drukkerijen, distributeurs, verkooppunten en online aggregatoren verschaffen de consument toegang tot het medium en de content. Hier dient evenwel benadrukt te worden dat ook de ondersteunend creatieve schakels (drukkerijen, distributeurs, e.d.) creatief zijn in hun processen, in die zin dat ze samen met de uitgeverijen de creatieve productie moeten ondersteunen.

II. BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACT VAN DE GESCHREVEN MEDIA: DAGBLAD- EN PERIODIEKE PERS

In dit tweede deel wordt gekeken naar de voetafdruk van de dagblad- en periodieke pers in Vlaanderen op de economie. Hierbij wordt eerst gekeken naar een becijfering van de bedrijfseconomische impact van de sector aan de hand van een aantal macro-economische indicatoren. De diversiteit van de sector, evenals de onaangepaste financiële statistieken hebben deze opdracht zodanig bemoeilijkt dat het een haast onmogelijke taak is om eenduidige cijfers te kunnen poneren. Vandaar dat systematisch verschillende bronnen met elkaar vergeleken worden om te komen tot een zo realistisch mogelijke weergave van de situatie inzake tewerkstelling, omzet en toegevoegde waarde.

In wat volgt wordt per schakel de top-down en bottom-up benadering toegelicht. De resultaten van de gecorrigeerde cijfers zijn opgenomen in onderstaande tabel. De bottom-up cijfers worden beschouwd als een ondergrens, de top-down cijfers als een bovengrens. Er dient evenwel opgemerkt te worden dat de top-down en bottom-up methode niet voor elke schakel uit de waardeketen uitgevoerd kon worden. Indien voor een schakel slechts één methode werd toegepast, werd deze methode voor zowel het bottom-up als het top-down totaal meegeteld.

We verwijzen naar het hoofdstuk *methodologie* voor een correctie-interpretatie van deze cijfers, evenals een overzicht van de aandachtspunten waarmee rekening gehouden moet worden om deze cijfers in een juist perspectief te plaatsen.

Kerncijfers Geschreven Media Pers in Vlaanderen, 2013:

Variabele	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	3.652	2.783
Werkgevers (aantal)	743	629
Werknemers (aantal VTE)	5.959	6.599
Omzet (€) *	2.597.055.725	2.705.487.832
Toegevoegde waarde (€)	685.105.166	679.704.179

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Geschreven Media pers	Benadering	Zelfstandigen (# personen)	Werkgevers	Werknemers (VTE)	Omzet	Toegevoegde waarde
Journalisten	Top-down					
	Bottom-up	271			16.574.255	7.092.406
Persagentschappen	Top-down	618	19	55	41.179.538	23.559.806
	Bottom-up	1	2	131	19.016.173	11.478.882
Persfotografen	Top-down	208	1	1	13.022.320	5.623.327
	Bottom-up					
Uitgeverijen	Top-down	260	137	3.756	1.266.963.694	428.309.986
	Bottom-up	8	40	4.319	1.397.559.166	434.989.923
Drukkerijen	Top-down	265	15	474	169.793.809	59.848.503
	Bottom-up					
Distributie	Top-down					
	Bottom-up	0	5	538	422.287.496	47.786.416
Groothandel	Top-down	287	33	364	197.654.445	27.035.468
	Bottom-up					
Detailhandel	Top-down	1.743	533	772	469.580.167	85.849.255
	Bottom-up					
TOTAAL	Top-down	3.652	743	5.959	2.597.055.725	685.105.166
	Bottom-up	2.783	629	6.599	2.705.487.832	679.704.179

Voor het berekenen van de totaalcijfers per sector beschikken we echter niet voor iedere schakel van de waardeketen over een top-down en bottom-up cijferreeks. Indien voor één schakel een bepaalde reeks ontbreekt, wordt de beschikbare cijferreeks overgenomen voor de berekening van het totaal teneinde een representatieve range te kunnen construeren.

Concreet:

- Het top-down totaal omvat de top-down cijfers van de schakels waarvoor er een top-down benadering beschikbaar is. Indien géén top-down benadering beschikbaar is, worden de bottom-up cijfers gebruikt.
- Het bottom-up totaal omvat de bottom-up cijfers van de schakels waarvoor er een bottom-up benadering beschikbaar is. Indien géén bottom-up benadering beschikbaar is, worden de top-down cijfers gebruikt.

Indien we een opsplitsing maken naar kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels van het waardenetwerk, krijgen we volgende onderverdeling:

Kerncreatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	1.357	488
Werkgevers (aantal)	157	43
Werknemers (aantal VTE)	3.811	4.451
Omzet (€) *	1.337.739.808	1.446.171.915
Toegevoegde waarde (€)	464.585.525	459.184.538
Ondersteunend creatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	2.295	2.295
Werkgevers (aantal)	586	586
Werknemers (aantal VTE)	2.148	2.148
Omzet (€) *	1.259.315.917	1.259.315.917
Toegevoegde waarde (€)	220.519.642	220.519.642

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Vergelijking cijfers impactmeting referentiejaar 2013 en impactmeting 2010

Variabele	Top-down 2013	Top-down 2010	Bottom-up 2013	Bottom-up 2010
Zelfstandigen (#)	3.652	3.720	2.783	2.842
Werkgevers (#)	743	863	629	714
Werknemers (VTE)	5.959	6.476	6.599	7.421
Omzet (€) *	2.597.055.725	2.743.332.075	2.705.487.832	2.911.557.066
Toegevoegde waarde (€)	685.105.166	806.829.730	679.704.179	854.131.369

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

VERSCHIL 2013 / 2010	Top-down groei (#)	Top-down groei in %	Bottom-up groei (#)	Bottom-up groei in %
Zelfstandigen (#)	-68	-2%	-59	-2%
Werkgevers (#)	-120	-14%	-85	-12%
Werknemers (VTE)	-516	-8%	-822	-11%
Omzet (€) *	-146.276.349	-5%	-206.069.234	-7%
Toegevoegde waarde (€)	-121.724.564	-15%	-174.427.190	-20%

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Op basis van de inzichten van de onderzoekers wordt in deze sector voor de schakels journalisten en distributie de bottom-up cijferverzameling als meest betrouwbaar beschouwd. Voor de overige schakels worden de top-down cijferverzamelingen meegenomen. Aangezien de optelling van de omzet louter indicatief is, en daardoor geen bedrijfseconomische betekenis heeft, worden de volgende kerncijfers als eindcijfers voor de totale Geschreven Media Pers sector gezien:

Eindcijfers Geschreven Media Pers sector referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010

Referentiejaar	Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Toeg. Waarde (€)
2013	3.652	743	5.959	685.105.166
2010	3.720	863	6.476	806.829.730

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Bij de eindcijfers zien we een dalende lijn in alle kengetallen. Zowel het aantal zelfstandigen (-2%) als het aantal werkgevers (-14%) maakt een daling door, waardoor er 168 minder entiteiten in de sector aanwezig zijn. Dit heeft ook zijn weerslag op het aantal werknemers dat met 516 daalt (-8%). De toegevoegde waarde volgt de dalende tendensen en laat een daling van ruim € 120 miljoen zien, een daling van 15%. Wanneer er in meer detail naar de verschillende schakels wordt gekeken, valt met name op dat vooral de ondersteunende schakels zoals de drukkerijen, detailhandel, en uitgeverijen dalingen doormaken.

Volgende actoren zijn evenwel **niet** vervat in deze cijfers:

- Externe reclameregies
- Adverteerders
- Beheersvennootschappen
- De verwerking van content geproduceerd door de pers door aggregatoren.

In wat volgt geven we een overzicht van zowel de basis als gecorrigeerde cijfers volgens de top-down en bottom-up benadering voor volgende schakels van het waardenetwerk:

- Journalisten
- Persagentschappen
- Persfotografen
- Uitgeverijen
- Drukkerijen
- Distributeurs
- Groothandel in kranten en tijdschriften
- Detailhandel in kranten en tijdschriften

1. Journalisten

Top-down benadering

In de NACE-BEL nomenclatuur zijn (zelfstandig werkende journalisten) vervat onder de code “90.031: Scheppende kunsten, m.u.v. ondersteunende diensten”. Uit deze

categorie is het niet mogelijk om de journalisten uit te filteren, waardoor de top-down methode niet kan worden toegepast. Journalisten in loondienst vallen onder de nomenclatuur van de uitgeverijen en/of persagentschappen, en worden in deze respectievelijke hoofdstukken behandeld.

Bottom-up benadering

Om een inschatting te maken van het aantal journalisten in Vlaanderen, maken we een onderscheid tussen:

- Journalisten in loondienst enerzijds, en zelfstandige journalisten anderzijds. Journalisten in loondienst worden meegerekend bij de uitgeverijen en persagentschappen en worden hier dus uitgesloten. Hier kijken we dus enkel naar zelfstandige of freelance journalisten.
- Zelfstandige journalisten werken in het algemeen voor verschillende media. Het exact afzonderen van het aandeel journalisten dat voor de geschreven media werkt is niet mogelijk. Wel kan een inschatting gemaakt worden door een aantal bronnen naast elkaar te leggen.

De VVJ (Vlaamse Vereniging voor Journalisten) schatte in de vorige impactstudie dat er ongeveer 570 zelfstandige journalisten actief zijn in Vlaanderen, waarvan een 240 zouden werken voor de geschreven media. Deze cijfers worden opnieuw bevestigd.

De VRM (Vlaamse Regulator voor de Media) stelt dat de VVJ voor het jaar 2013 melding maakt van 644 journalisten die als loontrekkenden in dienst zijn van dagbladen. Daarnaast waren er 227 beroepsjournalisten in loondienst van periodieke bladen. Bovendien zijn er ook nog 434 freelancejournalisten aangesloten bij de VVJ. In totaal zijn er 2.399 geregistreerde Vlaamse beroepsjournalisten. Bovendien zijn er nog "journalisten van beroep" die werken voor gespecialiseerde, periodieke informatiemedia. Gezien journalisten vaak voor verschillende media werken, is het moeilijk te achterhalen hoeveel van hen voornamelijk bijdragen aan dagbladen of tijdschriften leveren, en hoeveel dubbeltellingen er zijn. Vandaar wordt het getal 644 als basiscijfer gebruikt.

Hierdoor bekomen we volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
644	-	-	-	-

Bron: VVJ

In de vorige impactmeting werd melding gemaakt van 570 zelfstandige journalisten, waarvan er 240 zouden werken voor de geschreven media. Deze zelfde verhouding zal worden toegepast op de beschikbare cijfers voor 2013.

De omzet en toegevoegde waarde van deze zelfstandigen wordt ingeschat aan de hand van volgende assumpties:

Gemiddelde jaarmzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
271	-	-	16.574.255	7.092.406

Bron: VVJ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de schakel journalisten is het aantal zelfstandigen toegenomen met 31, wat samen met hogere assumpties leidt tot een stijging van de toegevoegde waarde met € 1,3 miljoen (+23%).

2. Persagentschappen

Top-down benadering

Persagentschappen vallen onder NACE-BEL code “63.910: Persagentschappen”, omschreven als “de activiteiten van persbureaus en persagentschappen, die nieuwsberichten, nieuwsfoto’s en speciale artikelen leveren aan de media”.

Deze code levert volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
399	238	241	29.836.460	23.046.549

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	23
Omzet	19
Toegevoegde waarde	151

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	19
Werknemers	55

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
618	19	55	41.179.538	23.559.806

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Een top-downvergelijking van de persagentschappen toont meteen dat net als in het vorige rapport minder entiteiten worden gerapporteerd in Bel-First (-4%). Deze daling stelt zich voor bij zowel de zelfstandigen (20 minder, -3%) als bij de werkgevers zoals gerapporteerd in RSZ cijfers (-7 werkgevers, -27%). Samen met het aantal werkgevers, daalt ook het aantal VTE werknemers van 73 naar 55 (-25%). Ondanks deze dalende cijfers in entiteiten en werknemers, blijven de financiële kengetallen relatief stabiel, waarbij de omzet stijgt met ruim € 1 miljoen (+3%) en de toegevoegde waarde met slechts € 319.000 (+1%).

Bottom-up benadering

De Vlaamse Regulator voor de Media geeft in haar Mediaconcentratie rapport 2013 een overzicht van de belangrijkste persagentschappen in België: dit zijn Agentschap Belga, Press News NV en Marc Goossens Persbureau. Daarnaast zijn er nog een aantal kleine persbureaus actief en zijn er eveneens journalisten die als persbureau onder de rubriek persagentschappen in de Gouden Gids zijn opgenomen. De Gouden Gids rapporteert 120 bureaus in Vlaanderen en 78 in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Deze entries zijn echter een verzameling van allerhande organisaties en zelfstandigen.¹⁷ Voor de scope van dit rapport beperken we ons tot de bureaus

¹⁷ Veel journalisten laten zich als persagentschap opnemen in Gouden Gids

geciteerd door de VRM.

Hierdoor bekomen we volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1	2	131	18.955.049	11.478.882

Bron: VRM, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle 3 bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	2
Omzet	2
Toegevoegde waarde	3

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1	2	131	19.016.173	11.478.882

Bron: VRM, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In deze schakel blijft het aantal zelfstandigen en werkgevers gelijk. Het aantal werknemers daalt wel licht van 136 naar 131 (-4%). De toegevoegde waarde maakt wel een lichte stijging door van ongeveer € 1 miljoen (+10%).

3. Persfotografen

Top-down analyse

Persfotografen vallen onder de NACE-BEL code "74.202 Activiteiten van persfotografen" die de activiteiten van zelfstandig werkende persfotografen omvat.

Dit levert volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
183	26	2	174.189	546.573

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	2
Omzet	1
Toegevoegde waarde	13

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	1
Werknemers	1

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
208	1	1	13.022.320	5.623.327

Bron: Bel-First, Antwerp Management School-Flanders DC Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

De kengetallen van de huidige impactmeting toont veel gelijkenis met de kengetallen over referentiejaar 2010. Het totaal aantal entiteiten blijft nagenoeg gelijk (214 in 2010 om 209 in 2013), waarbij er in de huidige impactmeting op basis van RSZ cijfers echter wel een werkgever wordt geteld, waarbij dat in de vorige impactmeting niet was. Deze RSZ cijfers geven tevens aan dat er 1 werknemer VTE te vinden is. De toegevoegde waarde maakt een kleine stijging door van € 5,3 miljoen naar € 5,6 miljoen (+5%).

Bottom-up analyse

Met uitzondering van de NACE-BEL nomenclatuur, hebben we geen beroepsorganisatie of overkoepelende organisatie gevonden die data verzamelt over persfotografen. We hebben bijgevolg de bottom-up benadering niet uitgevoerd.

4. Uitgeverijen

Top-down benadering

- Uitgeverijen van kranten vallen onder NACE-BEL code “58.130: Uitgeverijen van kranten” (omschreven als “de uitgeverijen van kranten en periodieken, die tenminste vier maal per week gepubliceerd worden en die zowel in gedrukte als in elektronische vorm, alsook via het internet, gepubliceerd kunnen worden”);
- Uitgeverijen van tijdschriften vallen onder NACE-BEL code “58.140 Uitgeverijen van tijdschriften” (omschreven als “de uitgeverijen van tijdschriften, revues en andere periodieken die minder dan vier maal per week gepubliceerd worden, met inbegrip van reclamebladen en streekkranten, en die zowel in gedrukte als in elektronische vorm, alsook via het internet, gepubliceerd kunnen worden”).

Deze codes leveren volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
23	374	4.307	1.282.723.996	460.000.103

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	133

Omzet	58
Toegevoegde waarde	229

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	137
Werknemers	3.756

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
260	137	3.756	1.266.963.694	428.309.986

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met de vorige impactmeting is een daling merkbaar in deze schakel. Het totaal aantal entiteiten daalt licht omdat het aantal werkgevers volgens RSZ statistieken afneemt met 17 (-11%). Daarnaast werd in de vorige impactmeting een flinke stijging gerapporteerd in het aantal werknemers volgens RSZ cijfers. De huidige impactmeting corrigeert dit enigszins, waarbij het aantal werknemers daalt naar 3.756 (-9%). Deze daling zet zich tevens door in de financiële kengetallen, waarbij de toegevoegde waarde daalt met ruim € 72 miljoen (-15%).

Bottom-up benadering

Voor de bottom-up benadering hebben wij ons gebaseerd op volgende bronnen:

- De leden van de Vlaamse Dagbladpers voor de dagblad en gratis pers
- De leden van de koepelorganisatie The Ppress:
 - B2B Press voor de vakbladen
 - Custo voor Customer Magazines
 - OPA (Online Publishers Association) voor online uitgevers
 - Febelmag, de federatie van de Belgische Magazines
 - Free Press voor de gratis pers

Na opschoning werden 48 leden teruggevonden.

De gecombineerde bronnen leveren volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
8	40	4.319	1.364.078.614	434.885.299

Bron: Vlaamse Dagbladpers, The Ppress, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	40
Omzet	27
Toegevoegde waarde	44

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
8	40	4.319	1.397.559.166	434.989.923

Bron: Vlaamse Dagbladpers, The Ppress, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Hoewel er een stijging in het aantal entiteiten teruggevonden is, is de algemene tendens die van een flinke daling, met name in werknemers en in de financiële kengetallen. Het aantal werkgevers stijgt van 29 naar 40, echter deze 40 werkgevers rapporteren flink minder VTE werknemers. Dit aantal daalt (net als in de vorige impactmeting) met 13% (674 VTE). Een dergelijke daling is ook merkbaar in de toegevoegde waarde. Deze daalt met zo'n € 130 miljoen (- 23%).

5. Drukkerijen

Top-down analyse

Voor de drukkerijen van dagbladen maken we gebruik van NACE-BEL code "18.110: Krantendrukkerijen".

Drukkerijen van tijdschriften zitten vervat in NACE-BEL code "18.120: Overige drukkerijen" naast allerhande andere drukkerijen. Omdat we de drukkerijen van tijdschriften niet kunnen onderscheiden van de andere drukkerijen, nemen we deze drukkerijen niet mee in onze analyse.

Bovendien maken (kranten)drukkerijen vaak integraal deel uit van de uitgeverijen, waardoor het overblijvende segment niet van significant belang zal zijn.

De code levert volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
47	233	2.015	409.059.557	156.557.939

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	96
Omzet	26
Toegevoegde waarde	167

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	15

Werknemers	474
------------	-----

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
265	15	474	169.793.809	59.848.503

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

De schakel drukkerijen maakt een flinke daling door in de huidige impactmeting. Hoewel het aantal werkgevers gelijk blijft, en het aantal zelfstandigen zoals gerapporteerd in Bel-First toeneemt, neemt het totaal aantal VTE flink af (-100, een daling van 17%). In de vorige impactmeting was ook al een flinke daling in het aantal werknemers in deze schakel waarneembaar, destijds maar liefst -54%. Deze daling in het aantal werknemers komt ook terug in de financiële kengetallen, waarbij de toegevoegde waarde een flinke duik neemt en ongeveer halveert (-53%). Mogelijk is dit een gevolg van de toenemende digitalisering van de geschreven pers.

Bottom-up analyse

Met uitzondering van de NACE-BEL nomenclatuur, hebben we geen beroepsorganisatie of overkoepelende organisatie gevonden die data verzamelt over drukkerijen voor de dagblad- en periodieke pers. We hebben bijgevolg de bottom-up benadering niet uitgevoerd.

6. Distributie

Top-down benadering

Vermits er geen NACE-BEL nomenclatuur bestaat voor distributiebedrijven van dagbladen en tijdschriften, kan er geen top-down benadering worden toegepast.

Bottom-up benadering

De Vlaamse Regulator voor de Media geeft een oplijsting van de distributeurs die gespecialiseerd zijn in de distributie van dagbladen en tijdschriften: AMP, Belgische Distributiedienst, Bpost, Deltamedia, Imapress en Press Shop. Aangezien van Bpost geen onafhankelijke cijfers voor alleen geschreven media / pers voorhanden zijn, wordt deze net als in de vorige impactmetingen niet meegenomen in de analyse.

Deze ondernemingen geven volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
-	5	896	703.812.493	79.644.027

Bron: VRM, Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden voor de bedrijven gerapporteerd. De enige correctie die doorgevoerd moet worden heeft betrekking op de verhouding van de activiteiten van beide ondernemingen tussen Vlaanderen en Wallonië, gezien de organisaties nationaal actief zijn. Hiervoor gebruiken we de 60/40 verhouding.

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
-	5	538	422.287.496	47.786.416

Bron: VRM, Bel-First

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Het belangrijkste verschil ten opzichte van de studie over referentiejaar 2010 is dat we er twee extra bedrijven worden meegeteld: de Belgische Distributiedienst en Press Shop die in de vorige impactmeting werd meegerekend bij de detailhandel. Aangezien deze laatste dit jaar niet in de top-down cijfers van de detailhandel voorkwam, is besloten deze entiteit in deze schakel mee te nemen om accuraat te garanderen. We gaan dus van drie naar vijf werkgevers. Hierdoor stijgt ook het aantal werknemers van 370 naar 538 (+45%). Deze stijging in meegenomen entiteiten heeft ook een effect op de toegevoegde waarde, die een stijging van ruim € 23 miljoen doormaakt (+93%).

7. Groothandel

Top-down benadering

Groothandel in kranten en tijdschriften valt onder de NACE-BEL code "46.491:

Groothandel in kranten, boeken en tijdschriften”. Deze code zal een overschatting vertegenwoordigen door het feit dat boeken eveneens deel uitmaken van deze nomenclatuur.

Deze code levert volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
33	287	841	235.200.652	53.386.601

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	82
Omzet	35
Toegevoegde waarde	172

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	33
Werknemers	364

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
287	33	364	197.654.445	27.035.468

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de schakel groothandel zien we vooral een daling in de officiële cijfers van RSZ. Deze geven aan dat het aantal werkgevers in deze schakel daalt van 54 naar 33 (-29%) en het aantal werknemers van 479 naar 364 (-24%). Het aantal zelfstandigen neemt daarentegen wel behoorlijk toe van 182 naar 287. Net als in de vorige impactmeting kent de toegevoegde waarde een daling, dit maal van ruim € 3 miljoen (-11%).

Bottom-up benadering

Met uitzondering van de NACE-BEL nomenclatuur, hebben we geen beroepsorganisatie of overkoepelende organisatie gevonden die data verzamelt over drukkerijen voor de dagblad- en periodieke pers. We hebben bijgevolg de bottom-up benadering niet uitgevoerd.

8. Detailhandel

Top-down benadering

Detailhandel van kranten en tijdschriften vallen onder de NACE-BEL code “47.620: Detailhandel in kranten en kantoorbehoefte in gespecialiseerde winkels”. Op deze code zit evenwel ruis veroorzaakt door de verkoop van andere artikelen in deze gespecialiseerde winkels. De code omvat:

- de detailhandel in kranten en tijdschriften
- de detailhandel in kranten en tijdschriften in kiosken
- de detailhandel in kantoorbehoefte, zoals schrijf- en drukpapier, printerpapier, carbon papier, enveloppen, pennen, potloden en ander schrijfgerei, stempels, enz.

Deze code levert volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1.024	1.252	1.423	306.856.602	98.444.330

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	377
Omzet	99
Toegevoegde waarde	956

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	533
Werknemers	772

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1.743	533	772	469.580.167	85.849.255

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Bij de detailhandel zien we een soortgelijke trend als bij de andere ondersteunend creatieve schakels in deze sector. In al deze schakels noteren we een daling van de officiële cijfers van RSZ inzake werkgevers en werknemers. In de schakel detailhandel daalt het aantal werkgevers van 611 naar 533 (-13%) en daalt het aantal VTE werknemers van 869 naar 772 (-11%). Mede vanwege hogere broncijfers vanuit de Bel-First databank kent deze schakel echter wel een lichte stijging in de toegevoegde waarde die toeneemt met ruim € 1 miljoen (+2%).

Bottom-up benadering

Met uitzondering van de NACE-BEL nomenclatuur, hebben we geen beroepsorganisatie of overkoepelende organisatie gevonden die data verzamelt over

de detailhandel voor de dagblad- en periodieke pers. We hebben bijgevolg de bottom-up benadering niet uitgevoerd.

MODE

I. MAPPING VAN DE MODESECTOR

1. Afbakening van de sector

In dit hoofdstuk wordt stilgestaan bij de modesector in Vlaanderen, een sector met een grote internationale uitstraling. Sinds de jaren '80 staat België immers internationaal op de modekaart, mede dankzij het Textielplan en de opkomst van de Belgische onafhankelijke ontwerpers met als koplopers de 'Zes van Antwerpen'. Mode wordt ook geassocieerd met de steden Antwerpen, Gent en Brussel. Dit is onder meer te danken aan het feit dat elk van deze steden een internationaal erkende modeopleiding aanbiedt en aldus beschikt over een groot creatief potentieel.

De modesector in Vlaanderen is echter niet enkel te reduceren tot de onafhankelijke ontwerpers die onder hun eigen naam een label opzetten. Deze onafhankelijke ontwerpers zitten samen met de luxemerken van de multinationale concerns in een duurdere prijscategorie. Daarnaast zijn er nog vele Belgische modemerken in het middensegment en kent Vlaanderen nog verschillende kledingketens (Schrauwen & Schramme, 2013a). Omdat we de hele modesector in kaart willen brengen, worden deze verschillende segmenten meegenomen in de studie.

Na een schematische weergave van het waardenetwerk, worden de verschillende actoren bondig besproken. Vervolgens staan we stil bij de rol van iedere speler in de creatie en bij de bedrijfseconomische kenmerken van het waardenetwerk.

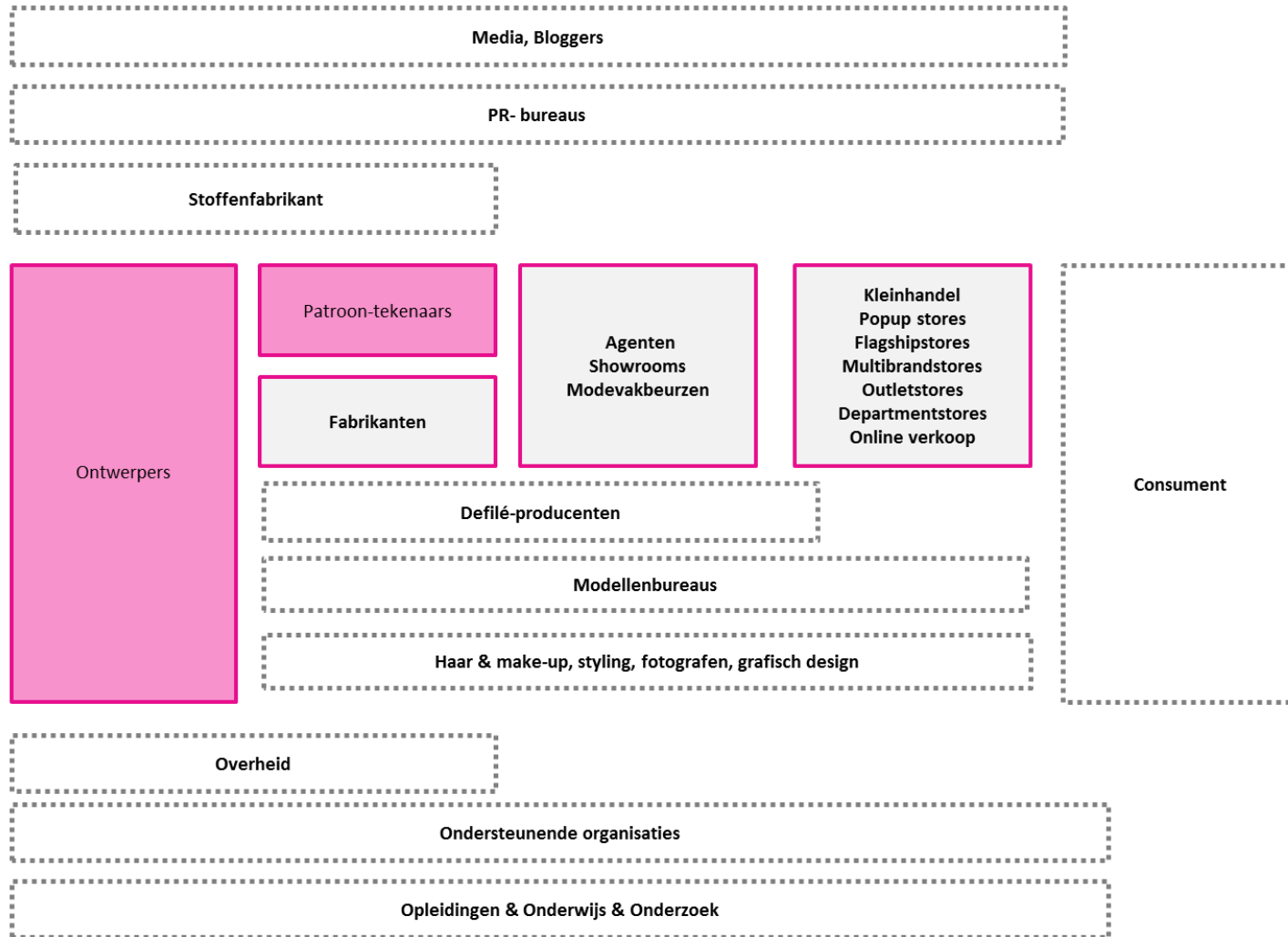
2. Waardenetwerk

2.1. Schematische voorstelling van het waardenetwerk

Onderstaand schema geeft een overzicht van de belangrijkste taak/taken van elke schakel in het waardenetwerk, waarbij de grootte van de verschillende blokjes niet van belang is. De modesector is echter – net zoals de andere sectoren uit de Creatieve Industrieën – een dynamische sector waar grensvervaging en hybridisering van verschillende functies zeer kenmerkend is. Het is dan ook vanuit dit opzicht dat onderstaand schema geïnterpreteerd moet worden.

Mode

- Kerncreatieve schakels
- Ondersteunend creatieve schakels
- Andere sector / facilitatoren / niet becijferd



2.2. Bespreking van de verschillende actoren

In deze paragraaf bespreken we kort de verschillende actoren in het waardenetwerk van de modesector. Zoals andere sectoren uit de Creatieve Industrieën is de modesector geen geïsoleerde sector, er zijn tal van cross-overs met andere sectoren en industrieën. In dit hoofdstuk concentreren we ons echter op de belangrijkste schakels binnen het waardenetwerk van de mode.

Mode vindt zijn oorsprong bij de ontwerper. Een **modeontwerper** “ontwerpt kleding, schoenen en accessoires voor vrouwen, mannen en kinderen. Hij of zij noteert ideeën, schetst aanwijzingen op papier of maakt eventueel een basispatroon, kiest kleuren en stoffen, drapeert gekozen stoffen op een levend model, en geeft richtlijnen voor de praktische realisatie. Hij of zij tracht eventueel nieuwe trends op te zetten” (SERV, beroepsprofielen). In Vlaanderen zien we twee soorten ontwerpers: de ontwerpers die anoniem collecties ontwerpen in opdracht van een modemerke, en zij die onder eigen naam collecties ontwerpen. De ‘*anonieme*’ ontwerpers ontwerpen collecties mee in opdracht van een onderneming, doorgaans een label, maar blijven naar de consument toe in de anonimiteit (De Voldere, Maenhout, & Debruyne, 2007). Deze ontwerpers werken vaak in teamverband. Daarnaast zijn er uiteraard ook ontwerpers die *collecties onder eigen naam* ontwerpen. De naam van deze ontwerper staat naar de consument toe duidelijk voor een welbepaalde stijl. Veel beginnende ontwerpers combineren beiden bij de start van hun eigen label. Gevestigde ontwerpers nemen regelmatig ontwerporders aan van derden (Schrauwen & Schramme, 2013a).

De creatieve input van de ontwerper wordt mede tot een product gerealiseerd door de patroontekenaars. Zij vertalen de ideeën van ontwerpers naar concrete patronen, met andere woorden, de vertaling van de creatieve input naar een hanteerbaar model dat voor industriële productie gebruikt kan worden. De patroontekenaars werken in nauw overleg met de ontwerpers, doen waar nodig suggesties voor verbetering en beschikken over heel wat kennis met betrekking tot de nodige materialen. Daarnaast bereiden ze de eerste stalen, of samples van de collectie voor. Deze samples zijn niet enkel van belang als voorbeeld voor de productie, maar ze worden ook gebruikt in het B2B-verkoopproces. In Vlaanderen zijn slechts enkele patroontekenaars op zelfstandige basis actief. De meerderheid is werkzaam in een onderneming van een modelabel of van een fabrikant (Schrauwen & Schramme, 2013a).

De toelevering van stoffen gebeurt door de **stoffenfabrikanten**. Voor de modesector zijn de fabrikanten van kledingtextiel van belang. Deze productgroep omvat weefsels en gebreide stoffen. De laatste jaren ondervindt men binnen deze industrie veel concurrentie van de lageloonlanden. Deze schakel is typisch een andere sector en wordt binnen deze studie dan ook niet verder besproken.

Na input van de ontwerper en de patroontekenaar start de **fabrikant** met de (industriële) productie van het ontwerp. Kleinschalige productie, of productie die om handenarbeid vraagt, kan gebeuren in het atelier van de ontwerper zelf, of wordt uitbesteed aan kleine Vlaamse ateliers. Productie op grote schaal gebeurt bijna steeds in lageloonlanden. Sinds de jaren 1970 is de concurrentie in kledingproductie wereldwijd toegenomen (o.a. Hilger, 2008). Daarom hebben de meeste Belgische kledingfabrikanten zich geheroriënteerd. Verschillende focussen op niche (bv.

bedrijfskleding, maatwerk, gelegenhidsmode, uniformen,...). Andere zijn een kop-staartbedrijf geworden waarbij ze focussen op productievoorbereiding- en/of afwerking in België. De serieproductie vindt plaats in eigen ateliers in lageloonlanden of bij onderaannemers aldaar. Nog andere hebben hun eigen modelabels opgericht (Schrauwen & Schramme, 2013a).

In het distributieproces spelen, vooral bij de onafhankelijke ontwerpers en bij de luxemerken van de concerns, modeshows en showrooms een belangrijke rol. Deze hebben een tweeledig doel: enerzijds worden de collecties voorgesteld aan inkopers van multimerkenwinkels. Anderzijds zijn ook media en bloggers aanwezig op deze events. Via hen bereiken de collecties een breed publiek. Bij het opzetten van een show of showroom komen er heel wat aanverwante industrieën kijken zoals defilé-producenten, scenografen, PR-bureaus, modellenbureaus, styling, haar en make-up, fotografen,... Veel shows en tijdelijke showrooms zijn geïntegreerd in de zogenaamde modeweeken. Wereldwijd worden er elk jaar tientallen of zelfs honderdtallen modeweeken georganiseerd, al blijven de belangrijkste modeweeken die van Londen, Milaan, New York en Parijs. Het is tijdens de modeweeken dat de ontwerper zijn/haar omzet moet realiseren. Een aantal ontwerpers, kiezen uit financiële redenen enkel voor een showroom in plaats van een defilé en showroom, om hun collecties te presenteren. Een showroom kan ontstaan op initiatief van een individuele label, een collectief van ontwerpers of een modeagent. Showrooms kunnen ingericht worden tijdens de modeweeken, maar vele merken uit het middensegment hebben vaak een eigen, permanente showroom.

Ontwerpers en labels uit het middensegment kunnen eveneens een standplaats huren op heel wat **modevakbeurzen**. Zeker in het middensegment hebben deze modebeurzen een belangrijke rol. Nog een andere manier om de collectie te distribueren is via een **modeagent** of via eigen vertegenwoordigers. Zij regelen de verkoop van de collectie op basis van commissieloon. Ook via de groothandel komen modeartikelen in de kleding- en schoenzaken terecht (Schrauwen & Schramme, 2013a).

Via de **kleinhandel** worden kleding, schoenen en andere modeartikelen verkocht aan de eindconsument. In de moderetail onderscheidt men doorgaans verschillende types van winkels. De **flagshipstore** is een éénmerk Winkel. Het betreft toonaangevende winkels waar de volledige collectie van één merk of één ontwerper wordt aangeboden in een winkelruimte die in de geest van de collectie is vormgegeven. Zo is er ook de **pop-up store**, een tijdelijk Winkel met één of meerdere merken. In **multimerkenwinkels** wordt kledij van verschillende merken of ontwerpers aangeboden. Een bijzonder type hiervan is de **department stores**. Deze winkels zijn doorgaans zeer groot en verkopen naast kledij en andere modeartikelen ook bed- en badlinnen, stoffen, enz. **Outletstores** zijn dan weer winkels waar de consument aan sterk verminderde prijs merk kledij vindt van de vorige seizoenen. Tevens wint de **online verkoop** meer en meer aan belang. Ook hier hebben de merken de keuze tussen een eigen e-tailsite, generieke multimerkensites zoals bv. amazon.com of zalando.com of gecureerde websites, waar een websitebeheerder beslist welke merken en stukken via de site verkocht worden. Tot slot zijn er nog zogenaamde 'brick & mortarwinkels'. Deze hebben een klassieke Winkel, maar bieden hun merken ook online aan- via een eigen of via een gecureerde website (Schrauwen & Schramme,

2013a).

Zowat iedereen is consument binnen de modesector. Een bijzonder type consument is de 'fashion addict' of 'fashionista'. Hij of zij is een kritische consument die experimentele collecties opzoekt en kleding als esthetisch object verzamelt (Maenhout, De Voldere, Onkelinx, & Sleuwaegen, 2006). Het laatste decennium is echter het belang van uitgaven aan modeartikelen in het totale huishoudbudget jaar na jaar gedaald. Toch zien we dat binnen België in Vlaanderen duidelijk meer besteed wordt aan modeartikelen dan in andere gewesten. In 2014 was 80% van de Vlaamse gezinnen een modeconsument. Deze gezinnen gaven gemiddeld 4,57% van hun totale huishoudbudget uit aan de aankoop van kleding en schoeisel. (http://statbel.fgov.be/nl/modules/publications/statistiques/arbeidsmarkt_levensomstandigheden/huishoudbudgetonderzoek_2014.jsp).

In het waardenetwerk is een aparte rol weggelegd voor de media en bloggers. Gespecialiseerde modemagazines hebben een belangrijke bijdrage in de visibiliteit en promotie van de Vlaamse mode. Zeker voor de segmenten van onafhankelijke ontwerpers en ook voor het middensegment is 'earned media attention' het belangrijkste communicatie- en promotiekanaal. De laatste jaren winnen de blogs aan credibiliteit binnen de modewereld. In Vlaanderen zijn er slechts enkelen die professioneel bloggen en die erin slagen om inkomsten door het bloggen te verwerven. De meeste bloggers zijn echter liefhebbers (Schrauwen & Schramme, 2013a).

De **overheid** kan binnen de modesector een ondersteunende financiële partner zijn. Zo zijn er investeringsmogelijkheden via het investeringsinstrument 'CultuurInvest'. Verder zijn er ook nog andere steunmaatregelen ontwikkeld bij de Vlaamse overheid om ondernemingen in het algemeen te ondersteunen en te laten groeien.

De modesector wordt eveneens ondersteund door een aantal sector- en beroepsorganisaties. Een niet-exhaustief overzicht:

- **Comeos** vertegenwoordigt de Belgische handel en diensten. Comeos levert diensten op maat van zijn leden, en wil als kennis- en netwerkingplatform de dynamiek van de handel stimuleren. Mode is één van de sectoren die door Comeos opgenomen zijn.
- **Creamoda** is de kruispuntorganisatie van modemerken en kledingfabrikanten die contacten onderhoudt met de andere actoren in de modewereld.
- **FFI** (Flanders Fashion Institute) stimuleert ondernemerschap in de mode-industrie in Vlaanderen, sensibiliseert en informeert ontwerpers rond zakelijke vaardigheden, begeleidt hen in hun loopbaan en promoot mode uit Vlaanderen nationaal en internationaal.
- **IVOC** (Instituut voor Vorming en Onderzoek in de Confectie) legt de nadruk op het in kaart brengen en het ontwikkelen van de competenties van de werknemers uit de sector.
- **Mode Unie**, de UNIZO organisatie van de zelfstandige modedetailhandel, heeft als centrale doelstelling de zelfstandige modedetailhandelszaken te verenigen, te informeren en te adviseren, hun belangen te behartigen en

- **Mode And Design Center Brussels** (MAD Brussels, vroeger Modo Brussels) promoot de Brusselse mode en designers naar het publiek, de media en de mode professionals.

2.3. De rol van de actoren in de schakels van het waardenetwerk

	Creatie	Productie	Distributie	Exploitatie	Consumptie
Ontwerper					
Patroontekenaars					
Fabrikanten					
Distributie, agenten, showrooms, beurzen					
Retail					
Consument					

Voor deze studie rekenen we twee schakels tot de **kerncreatieve actoren** binnen de modesector, namelijk de ontwerpers en de patroontekenaars. Voor het ontwikkelen van een modeartikel is de creatieve input van de ontwerper uiteraard van zeer groot belang. Als schepper is de vrijheid van de ontwerper echter veel beperkter dan bijvoorbeeld die van een kunstenaar in de sector van de beeldende kunsten. Van modeontwerpers wordt immers verwacht dat hun product op een vooraf bepaald tijdstip aan bepaalde verwachtingen voldoet. Ook de patroontekenaars behoren tot de kerncreatieve schakel. Zij helpen de ontwerper om ideeën en ontwerpen te vertalen naar patronen. Ook daar komt uiteraard een creatief denkproces bij kijken.

De **ondersteunende creatieve schakels** binnen de modesector zijn de fabrikanten, distributeurs en handel. Deze schakels zijn voornamelijk functioneel en ondersteunend om de creatie te vervaardigen, distribueren aan de detailhandel en uiteindelijk af te leveren aan de consument. Over de handel als ondersteunende creatieve schakel kan gediscussieerd worden. Op zich zorgt handel enkel voor de verkoop van producten. De laatste jaren wordt de handel in de modesector echter meer en meer tot de belevingsindustrie gerekend. Winkels worden ingericht en gestructureerd in de lijn van de collecties die er verkocht worden, waardoor het winkelen zelf als het ware een ervaring wordt. De rol van creativiteit is sterk toegenomen in deze schakel om zoveel mogelijk in te spelen op de meerwaarde van de producten (De Voldere et al., 2007).

Andere ondersteunende creatieve schakels zijn de overheid, media en bloggers. De overheid fungeert als financieel ondersteunende partner. Media en blogs zijn dan weer belangrijk voor de ontwerpers om zich op de modekaart te zetten.

Er zijn tevens een aantal andere **aanverwante schakels** belangrijk binnen de modesector. De stoffenfabrikanten zijn cruciaal en leveren diverse stoffen zodat de modeartikelen vervaardigd kunnen worden. Bij het organiseren van defilés kan de ontwerper niet zonder modellenbureaus, haar en make-up, styling, scenografen, grafisch design, enz.

II. BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACTANALYSE

In dit tweede deel wordt gekeken naar de voetafdruk van de modesector in Vlaanderen op de economie. Hierbij wordt eerst gekeken naar een becijfering van de bedrijfseconomische impact van de sector aan de hand van een aantal macro-economische indicatoren. Concreet betekent dit dat voor elke geïdentificeerde schakel in de waardeketen, het aantal zelfstandigen, het aantal werkgevers, het aantal werknemers, de totale omzet en de totale toegevoegde waarde berekend wordt. De diversiteit van de sector, evenals de onaangepaste financiële statistieken, hebben deze opdracht zodanig bemoeilijkt dat het een haast onmogelijke taak is om eenduidige cijfers te kunnen poneren. Vandaar dat systematisch verschillende bronnen met elkaar vergeleken worden om te komen tot een zo realistisch mogelijke weergave van de situatie inzake tewerkstelling, omzet en toegevoegde waarde.

In de volgende paragrafen worden per schakel de top-down en bottom-up benadering toegelicht. De resultaten van de gecorrigeerde cijfers zijn opgenomen in onderstaande tabel. We verwijzen nog naar het hoofdstuk methodologie voor een correcte interpretatie van deze cijfers. Voor het berekenen van de totaalcijfers per sector beschikken we echter niet voor iedere schakel van de waardeketen over een top-down en bottom-up cijferreeks. Indien voor één schakel een bepaalde reeks ontbreekt, wordt de beschikbare cijferreeks overgenomen voor de berekening van het totaal teneinde een representatieve range te kunnen construeren. Concreet:

- Het top-down totaal omvat de top-down cijfers van de schakels waarvoor er een top-down benadering beschikbaar is. Indien géén top-down benadering beschikbaar is, worden de bottom-up cijfers gebruikt.
- Het bottom-up totaal omvat de bottom-up cijfers van de schakels waarvoor er een bottom-up benadering beschikbaar is. Indien géén bottom-up benadering beschikbaar is, worden de top-down cijfers gebruikt.

Kerncijfers Modesector in Vlaanderen, 2013:

Variabele	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (#)	7.723	2.996
Werkgevers (#)	3.577	3.396
Werknemers (VTE)	26.887	32.121
Omzet (€) *	9.255.595.288	9.018.202.171
Toegevoegde waarde (€)	2.027.881.641	2.470.332.744

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis.

Mode		Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toegevoegde waarde (€)
Creatie en vervaardiging	Top-down	1.953	278	2.951	1.991.557.793	335.282.607
	Bottom-up	522	130	4.367	2.300.325.734	463.203.177
Distributie	Top-down	2.474	510	4.676	2.637.876.437	482.379.058
	Bottom-up					
Handel	Top-down	3.296	2.789	19.260	4.626.161.058	1.210.219.976
	Bottom-up		2.756	23.079	4.080.000.000	1.524.750.509
TOTAAL	Top-down	7.723	3.577	26.887	9.255.595.288	2.027.881.641
	Bottom-up	2.996	3.396	32.121	9.018.202.171	2.470.332.744

Indien we een opsplitsing maken naar kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels van het waardenetwerk, krijgen we volgende onderverdeling:

Kerncreatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (#)	1.953	522
Werkgevers (#)	278	130
Werknemers (VTE)	2.951	4.367
Omzet (€) *	1.991.557.793	2.300.325.734
Toegevoegde waarde (€)	335.282.607	463.203.177
Ondersteunend creatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (#)	5.770	2.474
Werkgevers (#)	3.299	3.266
Werknemers (VTE)	23.936	27.754
Omzet (€) *	7.264.037.495	6.717.876.437
Toegevoegde waarde (€)	1.692.599.034	2.007.129.567

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Volgende actoren zijn evenwel niet vervat in deze cijfers:

- De ambtenaren die werk verrichten voor de modesector.
- De tewerkstelling in de ondersteunende organisaties, evenals de tewerkstelling in het onderwijs voor de modesector.
- De bedrijfseconomische gegevens van modebeurzen
- De bedrijfseconomische gegevens van het hele defilégebeuren
- De bedrijfseconomische gegevens van de stoffenfabrikanten

Vergelijking cijfers impactmeting referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010.

Variabele	Top-down 2013	Top-down 2010	Bottom-up 2013	Bottom-up 2010
Zelfstandigen (#)	7.723	7.272	2.996	2.686
Werkgevers (#)	3.577	3958	3.396	4282
Werknemers (VTE)	26.887	27.927	32.121	35.642
Omzet (€) *	9.255.595.288	8.559.411.399	9.018.202.171	9.648.688.882
Toegevoegde waarde (€)	2.027.881.641	1.935.460.116	2.470.332.744	2.379.944.791

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Groei van de sector	Top-down groei (#)	Top-down groei (%)	Bottom-up groei (#)	Bottom-up groei (%)
Zelfstandigen (#)	451	6%	310	12%
Werkgevers (#)	-381	-10%	-886	-21%
Werknemers (VTE)	-1.040	-4%	-3.521	-10%
Omzet (€) *	696.183.889	8%	-630.486.711	-7%
Toegevoegde waarde (€)	92.421.525	5%	90.387.953	4%

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Op basis van de inzichten van de onderzoekers wordt in deze sector voor alle schakels de top-down cijferverzameling als meest betrouwbaar beschouwd. Aangezien de optelling van de omzet louter indicatief is, en daardoor geen bedrijfseconomische betekenis heeft, worden de volgende kerncijfers als eindcijfers voor de totale Modesector gezien:

Eindcijfers Modesector referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010

Referentiejaar	Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Toeg. Waarde (€)
2013	7.723	3.577	26.887	2.027.881.641
2010	7.272	3.958	27.927	1.935.460.116

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Als we top-downcijfers van deze impactmeting (voor referentiejaar 2013) vergelijken met die van de vorige impactmeting (voor referentiejaar 2010), dan zien we een trend naar afname van het aantal werkgevers (-10%) en werknemers (-4%). Niettemin zijn er meer zelfstandigen waarneembaar (+6%), waardoor er in totaal meer entiteiten teruggevonden zijn. De toegevoegde waarde maakt daarbij tevens een positieve ontwikkeling door, waarbij een stijging van ruim € 90 miljoen (+4%) waargenomen is.

In wat volgt geven we een overzicht van zowel de basis als gecorrigeerde cijfers en een interpretatie en vergelijking met de vorige impactmeting, volgens de top-down en bottom-up benadering voor volgende schakels van het waardenetwerk:

- Creatie en vervaardiging
- Distributie
- Handel

1. Creatie en vervaardiging

De creatie en vervaardiging omvat volgende schakels van het waardenetwerk:

- Ontwerpers
- Patroontekenaars
- Fabrikanten

Wegens de grote vervlechting van deze spelers was het onmogelijk om op een betrouwbare en volledige wijze deze schakels apart te becijferen. Veel ontwerpers, voornamelijk ontwerpteams van labels, zitten vervat in een bedrijfsstructuur tezamen met patroontekenaars en de fabricage van ontwerpen.

Top-down benadering

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur wordt de creatie en vervaardiging in de modesector omvat in verschillende codes volgende codes:

- 74.101: Ontwerpen van textiel patronen, kleding, juwelen, meubels en decoratieartikelen
- 14.110: vervaardiging van kleding en leer;
- 14.120: vervaardiging van werkkledij;
- 14.130: vervaardiging van andere bovenkledij;
- 14.140: vervaardiging van onderkledij;
- 14.191: vervaardiging van hoeden en petten;
- 14.199: vervaardiging van andere kleding en toebehoren;
- 14.200: vervaardiging van artikelen van bont;
- 14.310: vervaardiging van gebreide en gehaakte kousen en sokken;
- 14.390: vervaardiging van andere gebreide en gehaakte kleding;
- 15.200: vervaardiging van schoeisel.

Deze codes leveren na verwijdering van dubbele vestigingen volgende basiscijfers voor 2013 op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
1.228	1.003	6.892	2.363.993.213	553.540.539

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle entiteiten gerapporteerd in Bel-First:

Variabele	Aantal Entiteiten
Werknemers	359
Omzet	104
Toegevoegde waarde	703

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	278
Werknemers	2.951

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ-gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
1.953	278	2.951	1.991.557.793	335.282.607

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met de impactmeting over het referentiejaar 2010 is in top-downcijfers Mode/ creatie het aantal entiteiten (werkgevers + zelfstandigen) gestegen met 7% gedaald (+146). Deze stijgende trend zet zich vooral in bij de zelfstandigen, die met 200 stijgen. Het aantal werkgevers en werknemers daarentegen maakt een daling door. RSZ rapporteert 16% minder werkgevers in vergelijking met de vorige impactstudie en het aantal werknemers daalt met 17% (-589). Een soortgelijke trend was in de vorige impactmeting ook waarneembaar. Ondanks deze daling in officiële RSZ cijfers, neemt de toegevoegde waarde een positieve groei aan. Deze stijgt met € 23 miljoen (+8%).

Bottom-up benadering

Voor de bottom-up benadering baseren we ons, net als in de vorige impactmetingen op volgende bronnen:

- Databank Flanders Fashion Institute
- Leden van Creamoda
- Gouden Gids: modeontwerpers en stylisten.

De gecombineerde bronnen leveren 756 bedrijven op. Na opschoning (bv. bedrijven die volgens Bel-First pas na 2013 werden opgericht of organisaties die zowel onder hun merknaam/naam van de ontwerper als onder hun bedrijfsnaam waren toegevoegd), blijven er nog 652 entiteiten over.

Deze entiteiten rapporteren in Bel-First volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
522	130	4.367	2.119.022.619	451.903.785

Bron: FFI, Creamoda, Gouden Gids, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet door alle

bedrijven en zelfstandige entiteiten gerapporteerd in Bel-First.

Variabele	Aantal Bedrijven
Werknemers	130
Omzet	50
Toegevoegde waarde	220

Bron: Bel-First

Voor de andere bedrijven en zelfstandigen extrapoleerden we a.d.h.v. volgende assumpties:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First of niet teruggevonden werden, in Bel-First, worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dat levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
522	130	4.367	2.300.325.734	463.203.177

Bron: FFI, Creamoda, Gouden Gids, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie van deze gecorrigeerde cijfers

In vergelijking met de vorige impactmeting (referentiejaar 2008) liggen het aantal gerapporteerde entiteiten bij de bottom-up cijfers Mode/creatie hoger (van 603 in 2010 naar 652 in 2013). Deze toename komt met name door een stijging in het aantal zelfstandigen (+27%), het aantal werkgevers maakt juist een daling door (-33%). Mede veroorzaakt door deze daling in werkgevers, maakt ook het aantal werknemers een flinke daling door (-43%). Deze dalingen hebben hierdoor een direct gevolg op de toegevoegde waarde. Deze daalt in vergelijking tot de vorige impactmeting met ruim € 70 miljoen (-13%).

2. Distributie

De distributieschakel binnen het waardenetwerk van de modesector omvat volgende spelers:

- Groothandel
- Mode-agenten

- Showrooms
- Modosalons
- Beurzen

Top-down benadering

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur wordt de distributie in de modesector omvat in volgende codes:

- 46.160: Handelsbemiddeling in textiel, kleding, bont, schoeisel en lederwaren;
- 46.421: Groothandel in werkkleding;
- 46.422: Groothandel in onderkleding;
- 46.423: Groothandel in kleding, m.u.v. werk- en onderkleding;
- 46.424: Groothandel in kledingaccessoires;
- 46.425: Groothandel in schoeisel;
- 46.498: Groothandel in lederwaren en reisartikelen.

Deze codes leveren, na verwijdering van dubbele vestigingen en overlap met de top-downlijst creatie en vervaardiging, volgende basiscijfers voor 2013 op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
630	2.354	8.262	2.786.765.490	680.549.588

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle entiteiten gerapporteerd in Bel-First:

Variabele	Aantal Entiteiten
Werknemers	756
Omzet	258
Toegevoegde waarde	1.748

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	510
Werknemers	4.676

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ-gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.

- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
2.474	510	4.676	2.637.876.437	482.379.058

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met de impactmeting over het referentiejaar 2010 is in de top-downcijfers Mode/distributie het aantal entiteiten (werkgevers + zelfstandigen) met 4% gestegen (+4%), vooral veroorzaakt door een stijging in het aantal zelfstandigen (+198). Het aantal werkgevers dat de RSZ rapporteert in 2013 is met 94 gedaald t.a.v. 2010 (-16%). Ook het aantal gerapporteerde werknemers is gedaald (-6%). De financiële kengetallen maken desondanks wel een positieve ontwikkeling door. De toegevoegde waarde stijgt hierbij met ruim € 28 miljoen (+6%).

Bottom-up benadering

Bij gebrek aan bottom-up informatie over de distributie in de mode sector werd de analyse niet uitgevoerd.

3. Handel

De retailschakel binnen het waardenetwerk van de modesector omvat volgende spelers:

- Detailhandel
- Popup stores
- Flagshipstores
- Multimerkenwinkels
- Department stores
- Outlet stores
- Online verkoop

Top-down benadering

Volgens de NACE-BEL 2008 wordt de retail binnen de modesector omvat in volgende codes:

- 47.711: Detailhandel in damesbovenkleding in gespecialiseerde winkels;
- 47.712: Detailhandel in herenbovenkleding in gespecialiseerde winkels;
- 47.713: Detailhandel in baby- en kinderbovenkleding in gespecialiseerde winkels;
- 47.714: Detailhandel in onderkleding, lingerie en strand- en badkleding in gespecialiseerde winkels;
- 47.715: Detailhandel in kledingaccessoires in gespecialiseerde winkels;
- 47.716: Detailhandel algemeen assortiment in gespecialiseerde winkels;
- 47.721: Detailhandel in schoeisel in gespecialiseerde winkels;
- 47.722: Detailhandel in lederwaren en reisartikelen in gespecialiseerde winkels.

Deze codes leveren na verwijdering van dubbele vestigingen en overlap met de top-downlijsten mode/creatie en vervaardiging en mode / distributie volgende basiscijfers voor 2013 op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
2.167	3.918	14.641	2.000.040.348	855.356.145

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle entiteiten gerapporteerd in Bel-First:

Variabele	Aantal Entiteiten
Werknemers	1.681
Omzet	295
Toegevoegde waarde	3.077

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	2.789
Werknemers	19.260

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ-gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1

zelfstandige meegerekend.

- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
3.296	2.789	19.260	4.626.161.058	1.210.219.976

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met de impactstudie over 2010 zijn de officiële RSZ cijfers van zowel het aantal werkgevers als het aantal werknemers gedaald. Het aantal werkgevers daalt hierbij met 233 organisaties (-8%) en het aantal werknemers met 134 VTE (-1%). Deze daling in werkgevers wordt echter wel licht gecorrigeerd door een stijging in het aantal zelfstandigen (+2%), waardoor het totaal aantal entiteiten slechts met 3% daalt. Onder meer door hogere basiscijfers teruggevonden in Bel-First maken de financiële kengetallen echter wel een stijging door, waarbij de toegevoegde waarde stijgt met ruim € 40 miljoen (+3%).

Bottom-up benadering

Voor de bottom-up benadering hebben wij ons gebaseerd op volgende bronnen:

- Sectordata Fashion van Comeos
- Gouden Gids:
 - Kleding – Haute Couture
 - Kleding – Dames
 - Kleding – Heren
 - Kleding – Kinderen
 - Kleding – Zwangerschapskleding
 - Kleding – Grote Verkoopruimten
 - Leder & Daim

In de Gouden Gids werden in totaal 3.975 verschillende bedrijven en zelfstandigen teruggevonden. Dit zijn er 490 meer dan bij de vorige impactmeting. Echter, vanwege redenen van betrouwbaarheid is er ook bij deze impactmeting voor gekozen gebruik te maken van de sectordata Fashion 2013 van Comeos m.b.t. de omzet. Comeos

rapporteert echter gegevens voor België. Voor de herberekening naar Vlaams niveau werd de 60%-regel toegepast. Aangezien er voor dit jaar geen nieuwe werknemerscijfers zijn gerapporteerd, worden deze cijfers uit de vorige impactmeting overgenomen, rekening houdend met een correctie, gebaseerd op de trend voor de gehele retailsector in België. Deze maakte in de periode 2010-2013 een stijging door van 0,42% (van 421.865 naar 423.618). Eenzelfde stijging toepassend op het aantal werknemers in de modesector in 2010 (22.983) komt uit tot een totaal van 23.079 werknemers.

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
-	-	23.079	4.080.000.000	-

Comeos, sectordata Fashion 2011

Comeos meldt dat er voor deze categorie in België 12.894 winkels zijn. Met de 60%-regel (pro-rata verhouding voor Vlaanderen en Brussel) blijven er zo nog 7.736 winkels over. Hierin zijn echter verschillende vestigingsplaatsen van dezelfde ketens opgenomen. Bij de top-downlijst handel vonden we zo bijvoorbeeld voor Vlaanderen 17.083 entiteiten.

Als we er de vestigingsplaatsen uifilteren en enkel de hoofdvestigingen overhouden, bleven nog 6.085 entiteiten, oftewel 36% over. Als we dezelfde verhouding toepassen om het aantal door Comeos vermelde winkels te reduceren tot het aantal hoofdzetels, komen we tot 2.756 hoofdvestigingen, wat redelijk overeenkomt met het totaal aantal werkgevers volgens de top-down benadering (2.789). Dit cijfer houden we dus aan om het aantal werkgevers te beschrijven.

	Incl. vestigingen	Enkel hoofdzetels	Verhouding hoofdzetels/vestigingen
Top-down	17.083	6.085	36%
Bottom-up	7.736	2.756	36%

Bron: Bel-First, Comeos, Gouden Gids

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie wordt, aangezien de toegevoegde waarde ontbreekt, volgende correctie doorgevoerd:

- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068
--	----------

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

Dit levert volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (€)	Toeg. waarde (€)
-	2.756	23.079	4.080.000.000	1.524.750.509

Bron: Comeos, Gouden Gids, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First.

Interpretatie en vergelijking met de vorige impactanalyse

Bij de vergelijking met de bottom-upcijfers Mode/ handel uit impactanalyse over referentiejaar 2010, zien we in de cijfers voor 2013 een daling in het aantal werkgevers met 729 (-21%). In de vorige impactmeting werd juist een spectaculaire stijging gevonden, wat klaarblijkelijk in de huidige meting een beetje wordt gecorrigeerd. Het aantal werknemers maakt een kleine stijging door, waarbij moet worden opgemerkt dat dit kengetal grotendeels wordt bepaald op basis van het kengetal uit de vorige studie. Mede door deze lichte stijging in het aantal werknemers en in een hogere assumptie van toegevoegde waarde per werknemer, stijgt deze toegevoegde waarde met 10%.

MUZIEK

I. MAPPING VAN DE MUZIEKINDUSTRIE

In de muzieksector is noch de sector zelf, noch het waardenetwerk ingrijpend veranderd sinds de vorige impactstudie. Onderstaande bespreking is dan ook in hoge mate een herneming van de teksten uit Guiette et al. (2011) en Schrauwen et al. (2014). Niettemin zijn voorbeelden, cijfers en beleidsinformatie geactualiseerd.

1. Afbakening van de sector

De muziekindustrie verenigt alle actoren die rechtstreeks betrokken zijn bij het creëren, produceren, exploiteren, distribueren en verkopen van muziek. De sector omvat zowel het traject van de opgenomen muziek (op fysieke dragers of online), als de live-muziek gaande van grote concerten tot kleine optredens.

De muziekindustrie is gekenmerkt door een grote verstrengeling met andere sectoren. In dit hoofdstuk staan we hoofdzakelijk stil bij de kernactiviteiten en directe actoren van de muziekindustrie, en verwijzen we regelmatig naar de link met andere waardenetwerken. De diversiteit van de sector is onder meer herkenbaar aan het groot aantal genres muziek, de verwevenheid met andere sectoren zoals televisie, radio, film, gaming, podiumkunsten, enz., en de verschillende belevings- of ervaringsvormen van muziek (zelf spelen, live-optredens, actief/passief luisteren, enz.), zowel bewust als onbewust.

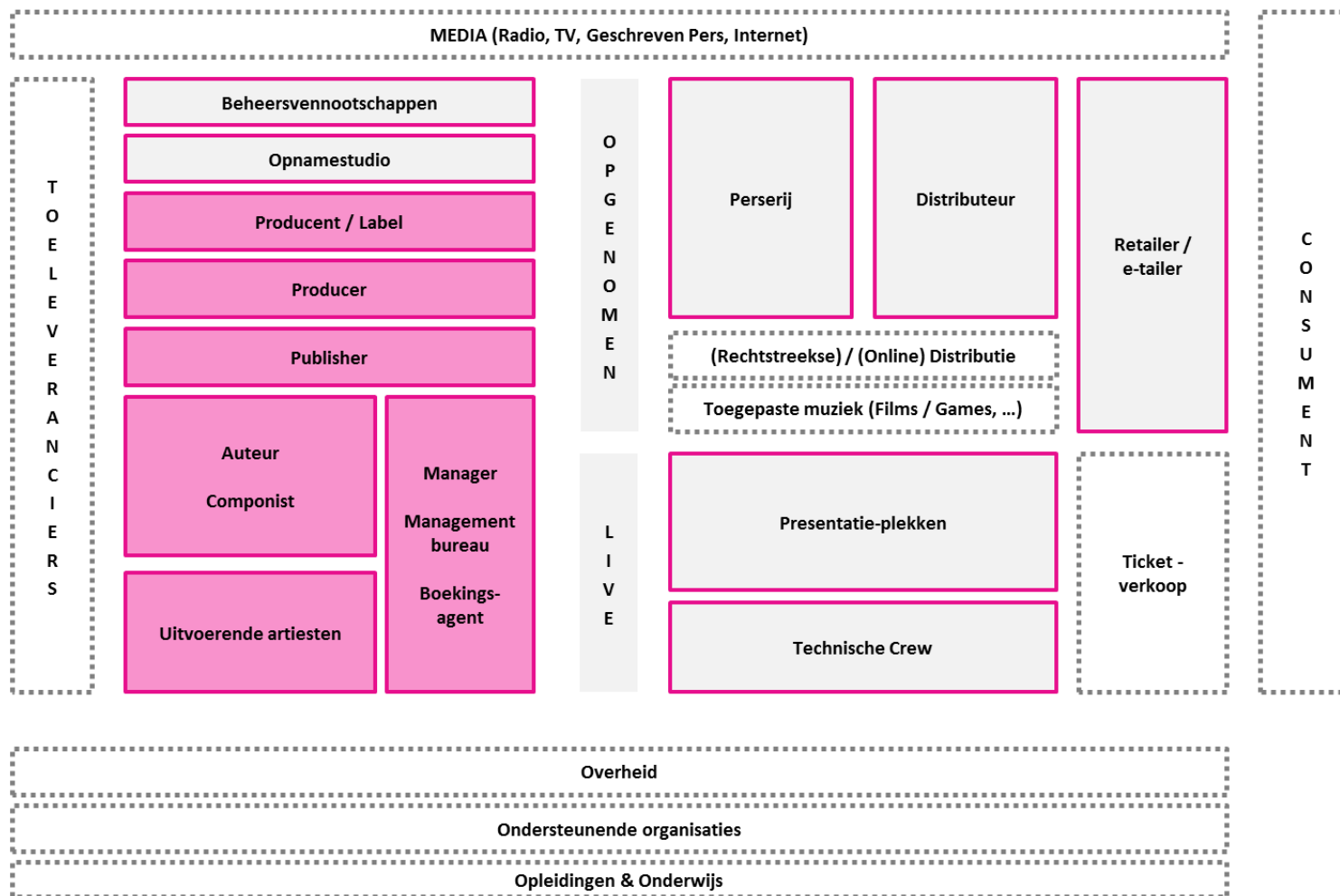
2. Waardenetwerk

Onderstaand waardenetwerk geeft op schematische wijze de verschillende betrokken actoren weer van de muzieksector. Het waardenetwerk maakt abstractie van verschillende genres of verschillende soorten muziek door te focussen op de belangrijkste actoren. Het waardenetwerk dient ook geïnterpreteerd te worden als een onderdeel van onderling afhankelijke sectoren, niet alleen in het domein van de Creatieve Industrieën, maar ook in de ruime samenleving, waarbij er tal van interacties en convergentiebewegingen bestaan met andere industrieën. De focus in dit waardenetwerk ligt in het schetsen van de belangrijkste economische actoren en hun rol in de creatie en vermarkting van economische en maatschappelijke waarde. Om redenen van duidelijkheid worden de waardenetwerken als een semi-lineair proces weergegeven, dat in realiteit geïnterpreteerd moet worden als een ecologie waarbij interacties tussen de verschillende actoren een complex en iteratief proces volgen. Interactiepatronen volgen dus geen lineair stramien. Voor een verklaring van het onderscheid tussen kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels verwijzen we naar het hoofdstuk methodologie.

2.1. Schematische voorstelling van het waardenetwerk

Muziek

- Kerncreatieve schakels
- Ondersteunend creatieve schakels
- Andere sector / facilitatoren / niet becijferd



2.2. Bespreking van de verschillende actoren

De waardeketen van de muzieksector start bij de creatie van muziek. Hoewel het creatieproces zeer gediversifieerd kan verlopen en er een groot aantal verschillende actoren bij betrokken zijn, spelen enkele “functies” een doorslaggevende rol. **Auteurs** schrijven muziketeksten en **componisten** creëren muziek; niet zelden zal een muzikant zowel tekst als muziek schrijven. Nauw verwant aan de auteur en componist zijn de **uitvoerende artiesten** (zowel “main artist”, “sideman” als musicus). Deze functies zijn echter niet strikt gescheiden, integendeel, in de praktijk is er veel overlap: een uitvoerend artiest kan zelf zijn tekst schrijven en muziek componeren, een auteur kan eveneens muziek componeren of zingen, etc. Een componist kan door verschillende partijen gecontacteerd worden om in opdracht een bepaald nummer te schrijven. Er is sprake van een creatieve dynamiek tussen verschillende creatoren waarbij creaties op veel verschillende manieren tot stand kunnen komen.

Deze creaties komen mede tot stand door toeleveranciers: instrumentenbouwers, verkoop en verhuur van instrumenten, uitgeverij en verkoop van bladmuziek, muzieksoftware, etc. Hoewel het belang van deze toeleveranciers niet onderschat mag worden, focust deze studie zich hoofdzakelijk op de gegenereerde waardecreatie die plaatsvindt bij de creatoren van het finaal product waar de industrie om draait. Uiteraard is hierbij een grote mate van vervlechting met toeleveranciers en andere actoren, die buiten de scope van dit onderzoek vallen.

De artiest wordt mogelijk vertegenwoordigd door zijn **manager** of door een **managementbureau**, die de tussenschakel vormt tussen de artiest en de platenmaatschappij, uitgeverij of een boekingsagentschap. Een manager:

- brengt de artiest onder de aandacht van en bemiddelt tussen de verschillende spelers in het muziekveld (platenmaatschappijen, muziekuitgevers, boekingskantoren, etc.)
- behandelt de zakelijke en financiële aspecten van de artiest en helpt bij operationele taken (planning van studio-opnamen, plaatreleases, tournees, radio- en televisieoptredens, etc.)
- verdedigt de belangen van de artiest en speelt de rol van klankbord.

De manager moet ervoor zorgen dat de artiest zich maximaal kan concentreren op het creatieproces. Gemiddeld krijgt een manager ongeveer 20% van alle inkomsten van een artiest, in functie van de gemaakte afspraken tussen artiest en manager (Poppunt). Bij ensembles voor klassieke en hedendaagse muziek, waarvan er heel wat gesubsidieerd worden, vervult de zakelijke leider meestal de rol van manager (Maenhout et al., 2006).

Naast de manager speelt de producer eveneens een rol in het creatieproces door - onder meer en verschillend voor elk concreet geval - beslissingen te nemen op het gebied van compositie, arrangement, samenstelling van de muziekgroep, klank, e.d. Een producer begeleidt eveneens het opnameproces van de artiest. Niet te verwarren met de producer (wiens rol artistiek en creatief is), is de **producent**: deze staat in voor de financiering van de opnamen van een artiest en neemt zo het financieel risico. In de praktijk is de producent als licentiegever nauw verbonden met de

platenmaatschappij (via een licentiecontract) of is het de platenmaatschappij zelf (artiestencontract).

De functies van een **platenmaatschappij** lopen zeer uiteen. Een onderscheid wordt gemaakt tussen de grote / internationale labels of majors (Universal Music, Sony Music en Warner Music) en de kleine (lokale) labels of independents. Een major vervult verschillende functies voor een artiest waarbij A&R (Artist & Repertoire), productie, marketing & promotie en distributie centraal staan. Kleine labels of independents focussen zich hoofdzakelijk op A&R en productie. Marketing, promotie en distributie kunnen overgedragen worden aan een andere speler (een major, een gespecialiseerde verdeler of een onafhankelijke promotionele organisatie). De platenmaatschappijen capteren de creativiteit van de artiest door de creatie om te vormen tot een finaal product.

Een platenmaatschappij kan instaan voor de volgende functies en taken (Poppunt):

- Artist & Repertoire (A&R) zoekt nieuw talent, onderhoudt contact met de artiesten die bij de maatschappij onder contract liggen, en begeleidt de keuze van repertoire en opnames
- Creative services verzorgt hoezen, ontwerpt advertenties, en begeleidt videoclipps.
- Product management zorgt voor de aanmaak en exploitatie van de opnamen.
- Internationale exploitatie brengt eigen producties onder de aandacht bij buitenlandse vestigingen en andere internationale contacten
- Promotie brengt de producten bij de media via verschillende kanalen (pers, radio, internet, etc.)
- Verkoop en distributie stuurt vertegenwoordigers (sales managers) naar verkooppunten en zorgt voor de opvolging van bestellingen, facturatie en verdeling.
- Finance zorgt onder meer voor verrekening en uitbetaling van vergoedingen aan artiesten en het algemeen financieel beheer.
- Juridische dienst onderhandelt contracten met de artiesten, licentiegevers en andere actoren en neemt in het algemeen de taak van huisjurist waar (o.a. voor opvolging van rechtszaken).
- Royaltymanager: zorgt voor de afdracht van de auteursrechten aan een collectieve beheersvennootschap van auteurs (bijvoorbeeld SABAM) en de betaling van royalties aan de artiest.

Met betrekking tot de omvang van de *Vlaamse* muziekmarkt houdt het Muziekcentrum Vlaanderen een overzicht bij van uitgaven door platenmaatschappijen. Hierbij telt men vinyl of (geperste) cd releases met tenminste 1 Vlaamse hoofdartiest en compilaties

met een groot/relevant aandeel Vlaamse artiesten.^{18 19}

	Totaal	platenlabel major	platenlabel niet-major / independent	platenlabel mini	eigen beheer	accidentele uitgever
2010	673	122	296	88	142	25
2011	691	82	314	111	166	18
2012	668	89	318	94	149	18
2013	625	67	263	95	190	10
2014	580	60	254	86	175	5

Bron: Muziekcentrum Vlaanderen

De **A&R manager** is een belangrijke functie binnen de platenmaatschappij met een dubbele rol: het identificeren van nieuw talent, en het inschatten van het (commercieel) potentieel van de artiest. De A&R manager is de schakel tussen creatie en de eerste stap in het vermarktingsproces, en treedt op als gatekeeper in de waardeketen. De digitalisering van de muziekindustrie heeft er evenwel voor gezorgd dat artiesten rechtstreeks hun werk kunnen aanbieden aan de consument, waardoor de gatekeeping functie van de platenmaatschappij en de A&R manager in het bijzonder wordt overgeslagen. Om op voldoende nationale en internationale schaal door te breken is de tussenkomst van de platenmaatschappij – of een andere professionele intermediair – evenwel onontbeerlijk, niet in het minst met het oog op marketing en promotie.

De laatste tijd doen grote platenfirma's meer aan **all rights** of **360° management**, waarbij de maatschappij investeert in alle mogelijke verschijningsvormen van (de muziek van) de artiest en daar dus ook in participeert. Zo zullen platenlabels bv. ook gaan optreden als boekingskantoor, manager, evenementenbureau, mediabedrijf, uitgever, etc. Hoewel dit een trend is, is dit nog steeds niet de huidige algemene gang van zaken.

De vergoeding die de platenmaatschappij voor haar rekening neemt varieert volgens het soort overeenkomst met de artiest (Poppunt):

- Bij een artiestenovereenkomst neemt de platenfirma de opnames, promotie en de andere productiekosten volledig voor haar rekening. Het grootste deel van alle opbrengsten wordt dan ook ingehouden door de

¹⁸ Enkele belangrijke opmerkingen m.b.t. deze data: 1) Releases met 2 labels van hetzelfde labeltype worden 1 keer geteld. 2) Dezelfde release in verschillende varianten (CD, vinyl, deluxe cd...) worden allemaal geteld. 3) (!) Varianten van eenzelfde release worden enkel aan databank toegevoegd indien we van allebei een ex. in huis hebben. 4) (!) Aantallen niet-exhaustief; hoe recenter het jaartal, hoe waarschijnlijker dat er nog releases zullen opduiken en 'postscriptum' worden toegevoegd aan de databank.

¹⁹ Stand van zaken op 7 mei 2015 via <http://dev.muziekcentrum.be/frontend/stats5.php>

platenmaatschappij: de artiest krijgt gewoonlijk een royalty die kan ruwweg variëren van 5% tot 15% van de PPD (bruto groothandelsprijs of Published Price to Dealer), waar doorgaans ook nog de kortingen van de maatschappij aan haar afnemers worden afgetrokken.

- Bij een licentieovereenkomst neemt de artiest zijn plaat in eigen beheer op (of via een kleine producent) en ontvangt de platenmaatschappij een licentie om de opnamen te exploiteren. De platenmaatschappij neemt de persings-, distributie-, promotie- en andere kosten op zich. Hier krijgt de artiest/licentiegever 15% tot 25% van de PPD minus kortingen.

De Belgische markt wordt gedomineerd door de drie majors: Universal Music Group (sinds 2012 is EMI recorded music division opgenomen in UMG), Warner Music group en Sony Music Entertainment, die in 2011 ca. 80% van de muziekverkoop vertegenwoordigen (BEA). Hierin zit ook de omzet van de verkoop die werd gerealiseerd door als distributeur te fungeren voor kleinere (lokale) labels. Het vermelde percentage slaat enkel op de verkoop van muziek, niet op het eigenlijke aanbod aan muziek. Dit aanbod is erg versnipperd in een landschap dat gekenmerkt wordt door de aanwezigheid van een bijzonder groot aantal kleine organisaties

De **publisher** of **uitgever**, die al dan niet deel uitmaakt van de platenmaatschappij (zij het dikwijls als afzonderlijke juridische entiteit), speelt een rol in de exploitatie van de auteursrechten van auteurs / componisten, evenals in het collecteren, controleren en administreren van hun auteursrechten. De uitgever spoort bijvoorbeeld uitvoerende artiesten op die een song willen vertolken en een auteur of componist nodig hebben, of promoten het gebruik van de muziek van de auteur of componist in reclamefilms, games of soundtracks. De publisher kan verder nog volgende taken vervullen: begeleiden van opnames, aanbieden van songs aan platenmaatschappijen in binnen- en buitenland en op beurzen, promotie in de sector van reclame en film, promotie bij festivalorganisatoren, aanbieden muziek voor covergebruik, etc. (Deneuter & De Mot, 2006). De rol van publishers is de laatste jaren erg verminderd, waarbij die rol vaak door andere schakels in het veld (zoals de muzikanten zelf) wordt opgenomen.

Muziek wordt opgenomen in een **opnamestudio**. Artiesten kunnen een eigen opnamestudio bezitten, of een opnamestudio huren voor de opname van hun nummers. Zoals zal blijken uit de impactanalyse is er slechts een beperkt aantal opnamestudio's actief in Vlaanderen. Dit heeft onder meer te maken met het feit dat de opnamefunctie van muziek zeer gediversifieerd is en door tal van andere actoren op zich kan worden genomen (e.g. opnamefaciliteiten in repetitieruimten, etc.), los van een opnamestudio sensu strictu. Bovendien hebben technologische evoluties gezorgd voor een democratisering van de opnamefunctie waardoor "home recording" frequenter voorkomt.

Perserijen drukken de cd's of vinylplaten. Deze schakel in de waardeketen is amper actief in Vlaanderen.

Een **distributeur** zorgt voor de verdeling van de muziek naar de handel. Dit kan zowel door de platenmaatschappij gebeuren, als door onafhankelijke distributeurs. Verkopers of vertegenwoordigers "verkopen" de muziek aan de groot- of kleinhandel.

Een distributeur factureert op basis van effectieve verkoop en betaalt 70% à 82% van de bruto groothandelsprijs aan de artiest (in rechtstreekse lijn artiest – distributeur, zonder tussenkomst van een platenmaatschappij). Eventueel via een groothandel, komen de cd's terecht in de retail verkooppunten (winkelketens, grootwarenhuizen, detailhandel, CD- en boekenclubs).

Tenslotte komt de muziek terecht in de **detailhandel**. Deze handel is door de jaren heen geëvolueerd naar een zeer divers en versnipperd geheel van gespecialiseerde muziekwinkels, multimedia stores, grootwarenhuizen, distributie via gedrukte media, online winkels (voor zowel digitale als fysieke verkoop), etc. De online muziekmarkt kent hierbij sinds 2011 een duidelijke opwaartse trend, vooral dankzij de komst van nieuwe spelers zoals streamingdiensten, “bundled offers” of de voorbeluistering van albums. Ook de sterke stijging in verkoop van tablets en smartphones speelt hier een grote rol. Niettemin vertegenwoordigde de fysieke markt in België in 2012 nog altijd meer dan 80% van de totale verkoop.
(http://www.belgianentertainment.be/nl/bea_nieuws_detail/record_industry_in_numbers/)

Voor het **live-circuit** spelen volgende actoren een rol in de waardeketen:

Artiesten die veel optreden of op tournee gaan, maken gebruik van een **tourmanager**, een “plaatsvervangende” manager. De tourmanager regelt accommodatie, fungeert als centraal aanspreekpunt, regelt praktische en organisatorische zaken, zorgt voor merchandising, en zorgt voor het welzijn van de artiest. De meeste tourmanagers zijn freelancers die door het management van de artiesten worden aangesteld en betaald.

Een **boek** of **boekingsagent** brengt vraag en aanbod bij elkaar. Een boeker onderhandelt met organisatoren, maakt contracten op, en communiceert over alle gemaakte afspraken en de opvolging van de betaling. Soms treedt de manager of het managementbureau van de artiest op als boekingsagent (Maenhout et al., 2006).

Een **concertpromotor** staat in voor de organisatie van concerten en festivals, de promotie van de evenementen en de verkoop van tickets. De concertpromotor kan eveneens optreden als boekingsagent van artiesten.

Presentatieplekken (concertzalen, operahuizen, clubs, festivals, kunstencentra, discotheken, cultuur-en gemeenschapscentra) vertegenwoordigen tenslotte de infrastructuur nodig voor live-uitvoeringen. Deze infrastructuur varieert van grootschalige concerten, festivals en evenementen tot kleine optredens in clubs of cultuurcentra. Soms treedt hier nog een extra tussenpersoon op: de **programmatoren**. Programmatoren werken meestal (niet altijd) voor één presentatieplek en verzorgen het artistieke programma. Zij zijn dus een extra gatekeeper in het muziekveld.

Het live circuit maakt eveneens gebruik van **evenementenbouwers** en tal van **technici** die zorgen voor de opbouw van podia en bijhorende technische infrastructuur (klank, beeld, video, speciale effecten, etc.).

Artiesten die geen zelfstandigenstatuut hebben noch in dienst zijn als werknemer, zijn vaak aangesloten bij een **Sociaal Bureau voor Kunstenaars** (SBK). Een SBK biedt de opportuniteit om te werken met de flexibiliteit van een zelfstandige en de sociale zekerheid van een werknemer. In de praktijk wordt een artiest gecontacteerd door een organisator voor een optreden, en verloopt de facturatie via het SBK. Het SBK vervult daarna de patronale plichten. (Poppunt).

In België is de basis van de auteurswetgeving terug te vinden in de Wet van 30 juni 1994 betreffende het auteursrecht en de naburige rechten. De naleving en opvolging van die wet gebeurt aan de hand van verschillende **beheersvennootschappen**. Het **auteursrecht** geeft een auteur een aantal voorrechten op de werken die hij creëert. Het ontstaat vanzelf op het ogenblik dat een werk tot stand komt. Een auteur moet zijn werken dus niet deponeren of registreren om auteursrechtelijke bescherming te verkrijgen. Wel moeten een aantal voorwaarden vervuld zijn: (1) het werk moet een concrete vorm (uitdrukkingswijze) hebben; en (2) het werk moet "origineel / oorspronkelijk" zijn. Is aan deze voorwaarden voldaan dan geniet een auteur van de bescherming van de auteurswet. Deze maakt een onderscheid tussen twee grote categorieën van auteursrechten: vermogensrechten en morele rechten. De vermogensrechten stellen een auteur in staat zijn werken te exploiteren en te commercialiseren, terwijl de morele rechten de persoonlijke band tussen de auteur en zijn werk beschermen (www.sabam.be). **SABAM**, de grootste beheersvennootschap, zorgt ervoor dat iedereen die van beschermde auteurswerken gebruik maakt, daar de juiste vergoedingen voor betaalt. Bij live-uitvoeringen, achtergrondmuziek of gebruik op radio of televisie, noemt men dit het **uitvoeringsrecht**. Daarnaast geeft SABAM namens de rechthebbenden toestemming om muziek te reproduceren op bv. cd, dvd, digitale file, etc. Dit heet het **(mechanisch) reproductierecht**. Ook het gebruik van nummers in een audiovisuele productie (bv. reclamefilmpjes, bedrijfsfilms etc.) valt hieronder.

Op opgenomen muziek rusten naast auteursrechten ook **naburige rechten** t.b.v. uitvoerende kunstenaars en producenten. Deze zijn van toepassing bij:

- elke 'mededeling' op een openbare plaats: telkens een fonogramnummer wordt gespeeld of gedraaid, in een publieke plaats, het als wachtmuziek aan de telefoon te horen is, of wordt gespeeld op de radio (de zgn. billijke vergoeding).
- het kopiëren voor eigen gebruik (thuiskopie).

Naburige rechten worden voor uitvoerende kunstenaars geïnd en beheerd door **PlayRight** en voor producenten door **SIMIM**. PlayRight keert uit op basis van de Ultratop-hitlijsten en van airplay op tv en radio. Daarbij telt o.a. het publieksbereik van het betreffende station. PlayRight heeft ook overeenkomsten met vele buitenlandse zusterorganisaties.

Voorts is er ook nog **Auvibel**, de collectieve beheersvennootschap die belast is met het innen en verdelen van de vergoedingen voor het kopiëren voor eigen gebruik van geluidswerken en audiovisuele werken; en **Reprobel**, de overkoepelende organisatie die in België belast is met de inning en het beheer van de kopieerrechten en het

leenrecht en tevens met de verdeling ervan naar auteurs en uitgevers (weliswaar bijna uitsluitend voor letteren en beelden).

De muziekindustrie wordt in Vlaanderen ondersteund door een groot aantal organisaties: steunpunten, belangenbehartigers, beroepsorganisaties, etc. Teneinde mogelijke verwarring te vermijden, en gezien de grote diversiteit aan organisaties die verschillende belangen vertegenwoordigen, verkiezen we om geen selectie op te nemen van voorbeelden van **ondersteunende organisaties**. Voor een overzicht van verschillende organisaties verwijzen we naar de “Wegwijsbrochure. Wegwijs in de zakelijke aspecten van de muzieksector” uitgegeven door Muziekcentrum Vlaanderen en online te raadplegen op de website van Muziekcentrum Vlaanderen.

2.3. De rol van de actoren in de schakels van het waardenetwerk

Onderstaand schema geeft een overzicht van de belangrijkste taak / taken van elke actor in het waardenetwerk. De muzieksector is echter – net zoals de andere sectoren uit de Creatieve Industrieën – een dynamische sector waar grensvervaging en vervlechting van verschillende functies zeer kenmerkend is. Het is dan ook vanuit dit opzicht dat onderstaande tabel geïnterpreteerd moet worden.

	Creatie	Productie	Distributie	Exploitatie	Consumptie
Artiest					
Manager					
Producer					
Producent					
Opnamestudio					
Perserijen					
Publisher					
Platenmaatschappij					
Beheersvennootschap					
Fabrikant					
Distributeur					
Handel					
Online distributie					
Agent – Promotor					
Presentatieplekken					
Technische Crew					
Consument					

De **auteur, uitvoerend artiest, componist en muzikant** vormen de spil van de creatieve schakel: zij vormen het creatief talent dat aan de oorsprong ligt van muzikale producties. Indien een nauwe kijk gehanteerd wordt op het creatief proces, zou men kunnen stellen dat dit de enige kerncreatieve schakel in het waardenetwerk is. Een ruimere kijk op de realiteit, mede gebaseerd op systeemtheorie inzake creativiteit, leert ons dat creativiteit niet het resultaat is van één enkel individu, maar van de interactie tussen een creatief individu of artiest en zijn omgeving. Creativiteit komt met andere woorden tot stand door de interactie van een aantal partijen in de omgeving van de artiest, zowel zakelijke partners die in het waardenetwerk mee zijn opgenomen, als meer persoonlijke factoren (emoties, ervaringen, vrienden,

gebeurtenissen, etc.). Naast de artiest beschouwen we de **manager, de producer, de producent, de publisher en de platenmaatschappij** als onderdeel van de kerncreatieve schakels. De interdependentie tussen deze actoren zorgt immers voor het tot stand komen van muzikale producties. Hoewel de platenmaatschappij aan belang in het creatief proces inboet, zijn vele artiesten nog afhankelijk van de opportuniteiten en kansen geboden door labels. Bovendien zijn de platenmaatschappijen grote investeerders in talent, waardoor de creativiteit in de sector – na een eerste kans te hebben gekregen - wordt vermarkt (IFPI).

De andere schakels in het circuit van opgenomen muziek behoren tot de **ondersteunend creatieve schakels** van het waardenetwerk: de fabrikant, de distributeur, en de groot- en kleinhandel van opgenomen muziek, evenals de online distributie. Handel en online distributie behoren tevens tot andere sectoren (distributie en technologie), en worden in dit rapport niet becijferd. Ook de opnamestudio is een ondersteunend creatieve schakel die de artiest de mogelijkheid biedt om zijn creaties te produceren.

In het live-circuit zorgen de ondersteunend creatieve schakels er voor dat de artiest kan optreden. Deze omvatten: de agent & promotor, de presentatieplekken, evenementenbouwers en technische crew.

Net zoals in andere creatieve sectoren, dient onderstreept te worden dat de scheiding tussen kerncreatieve en ondersteunend creatieve schakels slechts een algemene richtlijn vertegenwoordigt, en geenszins een normatief waardeoordeel uitspreekt. Het tot stand komen van een muzikale creatie vraagt inspanningen van vele betrokken partijen, waarbij het vaak moeilijk te oordelen is wie de meest creatieve is. Het zijn trouwens vaak de ondersteunend creatieve schakels die mede het succes van de creatie bepalen: bij een live-optreden bijvoorbeeld, zijn - naast het talent van de artiest - klank, beeldeffecten, podia, infrastructuur, technische ondersteuning, marketing en promotie doorslaggevend in het succes van het optreden.

II. BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACT VAN DE MUZIEKSECTOR

In dit tweede deel wordt gekeken naar de voetafdruk van de muziekindustrie in Vlaanderen op de economie. Hierbij wordt eerst gekeken naar een becijfering van de bedrijfseconomische impact van de sector aan de hand van een aantal macro-economische indicatoren. Concreet betekent dit dat voor elke geïdentificeerde kerncreatieve en ondersteunend creatieve schakel in de waardeketen, het aantal zelfstandigen, het aantal werkgevers, het aantal werknemers, de totale omzet en de totale toegevoegde waarde berekend wordt. De diversiteit van de sector, evenals de onangepaste financiële statistieken hebben deze opdracht zodanig bemoeilijkt dat het een haast onmogelijke taak is om eenduidige cijfers te kunnen poneren. Vandaar dat systematisch verschillende bronnen met elkaar vergeleken worden om te komen tot een zo realistisch mogelijke weergave van de situatie inzake tewerkstelling, omzet en toegevoegde waarde.

In wat volgt wordt per schakel de top-down en bottom-up benadering toegelicht. De resultaten van de gecorrigeerde cijfers per schakel zijn opgenomen in de tabel op de volgende pagina. Onderstaande tabel geeft de kerncijfers weer van de muzieksector in Vlaanderen. De bottom-up cijfers worden beschouwd als een ondergrens, de top-down cijfers als een bovengrens.

We verwijzen naar het hoofdstuk methodologie voor een correcte interpretatie van deze cijfers. We wijzen er nog op dat we voor het berekenen van de totaalcijfers per sector beschikken niet voor iedere schakel van de waardeketen over een top-down en bottom-up cijferreeks. Indien voor één schakel een bepaalde reeks ontbreekt, wordt de beschikbare cijferreeks overgenomen voor de berekening van het totaal teneinde een representatieve range te kunnen construeren.

Concreet:

- Het top-down totaal omvat de top-down cijfers van de schakels waarvoor er een top-down benadering beschikbaar is. Indien géén top-down benadering beschikbaar is, worden de bottom-up cijfers gebruikt.
- Het bottom-up totaal omvat de bottom-up cijfers van de schakels waarvoor er een bottom-up benadering beschikbaar is. Indien géén bottom-up benadering beschikbaar is, worden de top-down cijfers gebruikt.

Kerncijfers Muzieksector in Vlaanderen, 2013:

Variabele	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	10.271	9.551
Werkgevers (aantal)	582	565
Werknemers (aantal VTE)	3.329	3.219
Omzet (€) *	1.471.507.778	1.432.820.959
Toegevoegde waarde (€)	525.812.037	592.365.981

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum²⁰

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

²⁰ De afronding van getallen maakt het mogelijk dat kleine verschillen in totaalcijfers ontstaan

		Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toegevoegde waarde (€)
Creatieve Crew	Top-Down					
	Bottom-up	6.042			212.353.945	90.869.867
Beheersvennootschappen	Top-Down					
	Bottom-up		5	215	143.422.784	127.798.786
Managementbureaus & Boekingskantoren	Top-Down	763	110	313	146.098.124	34.933.099
	Bottom-up	196	29	76	31.251.195	11.889.996
Opnamestudio's	Top-Down	58	5	3	4.554.448	1.601.976
	Bottom-up	62	3	3	4.428.963	2.796.149
Publishers	Top-Down					
	Bottom-up	34	9	85	51.156.906	12.962.366
Platenmaatschappij	Top-Down	277	14	290	74.103.631	27.869.135
	Bottom-up	143	12	212	56.686.986	12.537.642
Perserijen	Top-Down	221	2	3	6.040.446	2.621.137
	Bottom-up	2	1	2	582.162	154.726
Groothandel	Top-Down	28	6	37	21.518.469	5.387.660
	Bottom-up					
Detailhandel	Top-Down	51	11	109	28.270.021	7.294.302
	Bottom-up	121	15	75	77.400.000	27.869.006
Live circuit	Top-Down	726	252	1.501	419.976.198	104.480.971
	Bottom-up		425	1.329	364.167.885	119.948.216
Technische crew	Top-Down	2.071	168	772	364.012.806	109.992.738
	Bottom-up	2.923	60	1.185	469.851.664	180.151.566
TOTAAL ²¹	Top-down	10.271	582	3.329	1.471.507.778	525.812.037
	Bottom-up	9.551	565	3.219	1.432.820.959	592.365.981

²¹ De afronding van getallen maakt het mogelijk dat kleine verschillen in totaalcijfers ontstaan

Indien we een opsplitsing maken naar kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels van het waardenetwerk, krijgen we volgende onderverdeling:

Kerncreatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	7.116	6.415
Werkgevers (aantal)	133	50
Werknemers (aantal VTE)	688	373
Omzet (€) *	483.712.606	351.449.032
Toegevoegde waarde (€)	166.634.467	128.259.871
Ondersteunend creatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	3.155	3.136
Werkgevers (aantal)	449	515
Werknemers (aantal VTE)	2.641	2.846
Omzet (€) *	987.795.172	1.081.371.927
Toegevoegde waarde (€)	359.177.570	464.106.109

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum²²

Volgende actoren zijn evenwel niet vervat in deze cijfers:

- Ontwerpers, fabrikanten, importeurs, en handelaren in muziekinstrumenten
- Actoren uit de audiovisuele en geschreven media die muziek vermarkten of verdelen
- Online distributie van muziek door internationale spelers en actoren die muziek verwerken in hun applicaties of producten (e.g. games)
- Ondersteunende organisaties
- Onderwijsinstellingen
- Overheidsdiensten die betrokken zijn bij de muziekindustrie.

Vergelijking cijfers impactmeting referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010.

Variabele	Top-down 2013	Top-down 2010	Bottom-up 2013	Bottom-up 2010
Zelfstandigen (#)	10.271	9.302	9.551	6.655
Werkgevers (#)	582	567	565	170
Werknemers (VTE)	3.329	3.614	3.219	2.288
Omzet (€) *	1.471.507.778	1.588.998.123	1.432.820.959	944.242.456
Toegevoegde waarde (€)	525.812.037	715.055.144	592.365.981	404.795.035

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Groei van de sector	Top-down groei (#)	Top-down groei (%)	Bottom-up groei (#)	Bottom-up groei (%)
Zelfstandigen (#)	969	10%	2.896	44%
Werkgevers (#)	15	3%	395	232%
Werknemers (VTE)	-285	-8%	931	41%
Omzet (€) *	-117.490.345	-7%	488.578.503	52%
Toegevoegde waarde (€)	-189.243.107	-26%	187.570.946	46%

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

²² De afronding van getallen maakt het mogelijk dat kleine verschillen in totaalcijfers ontstaan

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Op basis van de inzichten van de onderzoekers wordt in deze sector voor de schakels creatieve crew, beheersvennootschappen, managementbureaus & boekingskantoren, opnamestudio's, publishers, detailhandel, live circuit en technische crew de bottom-up cijferverzameling als meest betrouwbaar beschouwd. Voor de overige schakels wordt voor de top-down benadering gekozen. Aangezien de optelling van de omzet louter indicatief is, en daardoor geen bedrijfseconomische betekenis heeft, worden de volgende kerncijfers als eindcijfers voor de totale Muzieksector gezien:

Eindcijfers Muzieksector referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010

Referentiejaar	Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Toeg. Waarde (€)
2013	9.904	568	3.298	610.163.884
2010	9.084	511	3.472	692.072.020

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Als we de top-downcijfers van deze impactmeting (voor referentiejaar 2013) vergelijken met die van de vorige impactmeting (voor referentiejaar 2010), dan zien we een wisselend beeld. Zowel het aantal werkgevers als het aantal zelfstandigen maakt een stijging door in de huidige meting. Het aantal zelfstandigen stijgt met ruim 800 (+ 9%), wat met name te verklaren is door een stijging in het aantal muzikanten (zoals afgeleid van data van muziekcentrum Vlaanderen), en een stijging in de technische crew waarin bij deze meting de bottom-up analyse meer betrouwbaar wordt beschouwd. Hoewel het aantal werkgevers tevens stijgt met 57, rapporten zij in totaal wel 174 minder werknemers (-5%). Deze daling zet zich ook door in de financiële cijfers. Hierbij daalt de totale toegevoegde waarde in de sector met ruim € 80 miljoen tot € 610 miljoen.

In wat volgt geven we een overzicht van zowel de basis als gecorrigeerde cijfers volgens de top-down en bottom-up benadering voor volgende schakels van het waardenetwerk:

- Artiesten
- Beheersvennootschappen
- Managementbureaus & Boekingskantoren
- Opnamestudio's
- Publishers
- Platenmaatschappijen
- Perserijen
- Groothandel
- Detailhandel
- Live circuit: presentatieplekken
- Technische crew

1. Artiesten

Onder de term "artiesten" verstaan we auteurs, componisten, uitvoerend artiesten, muzikanten, en de (creatieve) producer.

Top-down benadering

Artiesten zitten deels vervat in de NACE-BEL code “90.011 Beoefening van uitvoerende kunsten door zelfstandig werkende artiesten”, verder omschreven als “de activiteiten die uitgeoefend worden door zelfstandig werkende kunstenaars op het gebied van de dramatische kunst en de muziek: acteurs, dansers, dichters, musici, personen die lezingen of redevoeringen houden, voordrachtskunstenaars en vertellers, music-hallartiesten en andere zelfstandig werkende artiesten”.

Gezien de grootte en diversiteit van deze nomenclatuur, is het niet mogelijk om abstractie te maken van deze artiesten die actief zijn in de muzieksector. Bijgevolg wordt de top-down benadering niet toegepast.

Bottom-up benadering

De diversiteit en verscheidenheid van de muziekindustrie zorgt ervoor dat er een veelheid bestaat aan informatiebronnen die een deel van de muzieksector toelichten.

Muziekcentrum Vlaanderen heeft een uitgebreide database opgebouwd waarin tal van creatieve functies terug te vinden zijn, meerbepaald artiesten, uitvoerders en componisten. Per categorie werden de respectievelijke aantallen opgezocht. Dit leidde evenwel tot een situatie waarbij individuen en groepen werden opgeteld, waardoor geen totaal “aantal personen” kon worden bekomen. Voor de categorieën die meer dan 1 persoon vertegenwoordigen, werd aan de hand van een inschatting van het gemiddeld aantal personen per entry het aantal personen berekend. Dit geeft volgende resultaten:

Functie	Aantal	# Personen	Totaal
Symfonische orkesten	6	60	360
Kamer orkesten	8	25	200
Koren	7	16	112
Dirigenten	92	1	92
Ensembles	230	5	1.150
Groepen / artiesten	921	2	1.842
Muzikanten	2.012	1	2.012
Koorleiders	20	1	20
Solisten	252	1	252
Operaregisseur	2	1	2
TOTAAL	3.550		6.042

Bron: Muziekcentrum Vlaanderen, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Het gebruik van ongeconsolideerde bronnen houdt een groot risico van dubbeltellingen in, gezien de verschillende werkterreinen niet wederzijds exclusief zijn. Daarom baseren wij ons voor de inschatting van de tewerkstelling op de databank van het Muziekcentrum Vlaanderen, dat een overzicht geeft van de verschillende functies zoals ze gedefinieerd zijn in deze schakel.

Naast vertaalslag van het aantal elementen of “entries” in de databank naar het aantal personen, moet eveneens een inschatting gemaakt worden van hoeveel voltijds equivalenten deze groep vertegenwoordigt. Door de grote variatie aan tewerkstellingspercentage is het buitengewoon moeilijk om een gefundeerde assumptie te maken omtrent de verhouding aantal personen / voltijds equivalenten.

Bovendien is het aantal entries evenmin exhaustief waardoor het reële aantal niet in te schatten valt. Zoals in het hoofdstuk methodologie toegelicht werd, hanteren we een omslagsleutel van 0,575 om het aantal “voltijds equivalent zelfstandigen” in te schatten vertrekkend van het aantal zelfstandigen.

Bij gebrek aan meer exhaustieve cijfers, baseren we ons hier op het totaal aantal entries in de databank van Muziekcentrum Vlaanderen om een inschatting te maken van het aantal artiesten. Het is evenmin duidelijk welk deel van dit totaal als werknemer is tewerkgesteld, en welk deel als zelfstandige. **Vermits de verdere opsplitsing ongekend is, geven we de entries van de databank het label zelfstandige entiteit.** We benadrukken hier dat dit totaal als het ware “kunstmatig” is, vermits het in de realiteit gaat om verscheiden statuten, dus ook werknemers.

Hierdoor bekomen we volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
6.042	-	-	-	-

Bron: Muziekcentrum Vlaanderen, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Om de omzet en toegevoegde waarde voor deze creatieve crew in te schatten, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaarmzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
6.042			212.353.945	90.869.867

Bron: Muziekcentrum Vlaanderen, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Hoewel 2013 als referentiejaar gebruikt wordt in deze studie, weerspiegelen deze cijfers echter de toestand zoals opgenomen in de databank van Muziekcentrum Vlaanderen op het ogenblik van downloaden in augustus 2015.

Een andere indicator voor de bedrijfseconomische impact voor de schakel muziek/artiesten kunnen de geïnde auteursrechten zijn. In 2013 ontving SABAM voor € 145.683.222 aan auteursrechten, waarvan € 105,2 miljoen werd uitgekeerd. Hierbij moet echter worden opgemerkt dat deze auteursrechten van SABAM niet alleen over muziek gingen, maar ook over de andere kunstvormen waarvan SABAM de rechten beheerd.

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met de vorige impactmeting is een lichte stijging van het aantal muzikanten waar te nemen met 5% (+ 289), wat samen met veranderde assumpties direct leidt tot

een stijging in de financiële kengetallen. Hierbij stijgt de toegevoegde waarde met € 11 miljoen (+14%).

2. Beheersvennootschappen

Top down benadering

Beheersvennootschappen worden in de NACE-BEL nomenclatuur niet gegroepeerd onder een welbepaalde code, daardoor kunnen we de top-down benadering niet uitvoeren.

Bottom-up benadering

Van de besproken beheersvennootschappen die actief zijn in de muzieksector, hebben we 5 spelers teruggevonden in Bel-First: SABAM, SIMIM, PlayRight, Reprobel en Auvibel, met volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
	5	358	239.037.974	212.997.976

Bron: Bel-First

Vermits deze beheersvennootschappen op nationaal grondgebied actief zijn, en er geen gepubliceerde cijfers voor Vlaanderen beschikbaar zijn, maken we de assumptie dat 60% van de tewerkstelling, omzet en toegevoegde waarde aan Vlaanderen kan worden toegeschreven.

Deze beheersvennootschappen zijn eveneens actief in andere sectoren (audiovisuele kunsten, podiumkunsten, etc.), toch veronderstellen we dat het grootste deel van hun activiteiten betrekking heeft op muziek. Dit is conform de vorige twee impactmetingen, en maakt vergelijking tussen de beide metingen mogelijk.

Voor 60% geprorateerd naar Vlaanderen, geeft dit volgende gecorrigeerde cijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
	5	215	143.422.784	127.798.786

Bron: Bel-First

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking tot de vorige impactmeting zijn twee beheersvennootschappen meer meegenomen in de dataverzameling (PlayRight en Reprobel). In vergelijking met de impactmeting over 2010, rapporteren deze entiteiten gezamenlijk 32 werknemers meer (+17%), en stijgt de toegevoegde waarde met € 5 miljoen (+5%).

3. Managementbureaus en boekingskantoren

Hoewel de functie van een managementbureau en boekingskantoor of boekingsagent essentieel verschillend en gescheiden is, worden deze 2 functies in het kader van de

bedrijfseconomische impactanalyse samengenomen vanwege het groot aantal organisaties dat actief is in beide activiteiten. Het enigszins kunstmatig opsplitsen van deze entiteiten in 2 componenten zou de analyse onnodig complex en ondoorzichtig maken.

Top-down benadering

Managers van artiesten en boekingskantoren vallen grosso modo onder verschillende NACE-BEL nomenclaturen:

- *74.901: Activiteiten van managers van artiesten, sportlui en overige bekende personaliteiten:* deze klasse omvat echter een heel aantal activiteiten: “de activiteiten van impresariaten en agenten ten behoeve van individuen, gewoonlijk met het oog op het aangaan van verplichtingen bij de film, bij theaterproducties of elders in de amusementswereld of in de sport, alsmede het onderbrengen van boeken, toneelstukken, kunstwerken, foto's, enz., bij uitgevers, producenten, enz.”, waardoor het niet mogelijk is om abstractie te maken van managers van artiesten in de muziekindustrie.
- *79.909 Overige reserveringsactiviteiten:* reserveringsactiviteiten in verband met reizen (het reserveren van transport, hotels en restaurants, het huren van voertuigen, spektakels en sportieve evenementen), de diensten in verband met timesharing, de verkoop van tickets voor spektakels, sportieve manifestaties en alle overige ontspanningsevenementen
- *90.021 Promotie en organisatie van uitvoerende kunstevenementen:* de activiteiten van promotors, producenten of organisatoren van uitvoerende kunstevenementen, met inbegrip van alle soorten muziekfestivals, die al dan niet over hun eigen accommodatie beschikken.

Code 74.901 en 79.909 zijn veel te ruim gedefinieerd waardoor we deze niet kunnen gebruiken voor deze impactanalyse. We baseren ons bijgevolg op code 90.021.

Deze code levert de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	1737
Overgebleven entiteiten na opschoning	873

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
152	721	388	49.220.767	23.022.204

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	48
Omzet	20

Toegevoegde waarde	166
--------------------	-----

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	110
Werknemers	313

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
763	110	313	146.098.124	34.933.099

Bron: RSZ, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de schakel managementbureaus en boekingskantoren is net als in de vorige impactmeting het aantal entiteiten (werkgevers + zelfstandigen) sterk toegenomen, waarbij het aantal werkgevers steeg met 47% (+35) en het aantal zelfstandigen met 97% (+375). Ook in het aantal werknemers is een stijging merkbaar: van 224 naar 313 in RSZ-cijfers. Deze groei zet zich ook verder in de financiële cijfers, waarbij de toegevoegde waarde ligt stijgt met 2% (ruim een half miljoen euro).

Bottom-up benadering

Voor de bottom-up benadering baseren we ons op volgende bronnen:

- Muziekcentrum Vlaanderen: boekingskantoren en managementbureaus
- Poppunt: management en boekingen
- Music Management Federation (MMaF): ledenlijst

De gecombineerde bronnen leveren de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	403
Overgebleven entiteiten na opschoning	225

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
196	29	76	7.388.790	7.626.568

Bron: Muziekcentrum Vlaanderen, Poppunt, MMaF, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	29
Omzet	10
Toegevoegde waarde	62

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
196	29	76	31.251.195	11.889.996

Bron: Muziekcentrum Vlaanderen, Poppunt, Music Management Federation, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de bottom-up benadering van deze schakel zijn ruim meer entiteiten gevonden als in de vorige impactmeting (+57, een toename van 34%). Deze entiteiten rapporteren ook meer werknemers, waardoor dit totaal stijgt met 8 (+12%). Dit werkt direct door op de toegevoegde waarde dat stijgt met ruim € 2,5 miljoen (+29%).

4. Opnamestudios

De schakel van opnamestudio's komt niet volledig overeen met de reële praktijk van opname van muziek. Naast het gebruik van opnamestudio's zijn er tal van andere mogelijkheden om muziek op te nemen: veel artiesten of andere professionals in de muziekindustrie beschikken over eigen of gehuurde apparatuur om muziek op te nemen, opnames worden ook in het buitenland gemaakt, etc. Vandaar dat deze schakel ook in de context van zuivere "opnamestudio's" geïnterpreteerd moet worden, en niet volledig overeenstemt met de volledige opnamefunctie in de muziekindustrie.

Top-down benadering

Opnamestudio's worden opgenomen in de NACE-BEL nomenclatuur "59.202: Geluidsoptoneemstudio's".

Deze code levert de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	235
Overgebleven entiteiten na opschoning	63

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
35	28	2	525.753	391.651

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	2
Omzet	3
Toegevoegde waarde	16

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes

volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	5
Werknemers	3

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
58	5	3	4.554.448	1.601.976

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de schakel opnamestudio is sprake van slechts een klein aantal werkgevers en werknemers. Deze hebben, volgens officiële RSZ cijfers kleine veranderingen ondergaan. Hierbij zijn de werkgevers met 1 toegenomen, en het aantal werknemers met 1 afgenomen. In de toegevoegde waarde is (net als in de vorige impactmeting) een stijging waarneembaar van ruim een half miljoen euro.

Bottom-up benadering

Om het aantal opnamestudio's in Vlaanderen in te schatten hebben we ons, wegens een gebrek aan andere bronnen die een totaalbeeld zouden kunnen bieden, gebaseerd op het aantal dat opgenomen is in de databank van Muziekcentrum Vlaanderen.

Deze bron levert de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	79
Overgebleven entiteiten na opschoning	65

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
62	3	3	10.528	1.462.193

Bron: Muziekcentrum Vlaanderen, Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	3
Omzet	1
Toegevoegde waarde	14

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
62	3	3	4.428.963	2.796.149

Bron: Muziekcentrum Vlaanderen, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Vanwege de kleine omvang van deze schakel, kunnen veranderingen relatief grote

impact hebben. Hoewel het aantal zelfstandigen (met 6) en werkgevers (met 1) stijgt, daalt het aantal werknemers flink met 15 (-83%). De toegevoegde waarde maakt uiteindelijk een lichte daling door met ruim € 400.000, een daling van 13%.

5. Publishers

Top-down benadering

Publishers worden niet in een afzonderlijke NACE-BEL nomenclatuur geregistreerd. De code "59.203 Uitgeverijen van muziekopnamen" zou eventueel betrekking kunnen hebben op publishers of uitgevers, maar in werkelijkheid dekt deze code een aantal van de platenlabels. De top-down benadering kan bijgevolg niet worden uitgevoerd.

Bottom-up benadering

Om een overzicht samen te stellen van het aantal publishers, hebben we twee bronnen geconsolideerd: de adressengids van Poppunt en de databank van Muziekcentrum Vlaanderen.

De gecombineerde bronnen leveren de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	81
Overgebleven entiteiten na opschoning	43

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
34	9	85	43.620.846	12.334.622

Bron:, Poppunt, Muziekcentrum Vlaanderen, Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	9
Omzet	4
Toegevoegde waarde	19

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
-----------------------------	-----------

Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068
--	----------

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
34	9	85	51.156.906	12.962.366

Bron: Poppunt, Muziekcentrum Vlaanderen, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met de vorige impactmeting zijn relatief grote stijgingen waarneembaar in alle kengetallen. Dit wordt mede veroorzaakt door een meer uitgebreide lijst van basisdata. Het aantal werkgevers stijgt in deze schakel van 4 naar 9, en het aantal zelfstandigen van 27 naar 34. Bij de werkgevers zijn flink meer werknemers teruggevonden, waardoor dit kengetal fors stijgt van 8 naar 85. Ook in de toegevoegde waarde is de stijging zeer evident met een toename van ruim € 10 miljoen.

6. Platenmaatschappijen

Top-down benadering

Platenmaatschappijen of labels vallen onder de NACE-BEL nomenclatuur “59.203 Uitgeverijen van muziekopnamen”.

De omschrijving van deze code doet echter vermoeden dat ook publishers in deze code vervat zitten: “de activiteiten van uitgeverijen van muziekopnamen, d.w.z. het verwerven en registreren van auteursrechten voor muziekcomposities, de promotie van die composities, het toestemming verlenen voor het gebruikmaken van deze composities in opnamen, op radio en televisie, in bioscoopfilms, bij liveoptredens of in pers en andere media. De eenheden die deze activiteiten uitvoeren kunnen eigenaar zijn van de muzikale auteursrechten of ze beheren namens de eigenaar.”

Deze code levert de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	622
Overgebleven entiteiten na opschoning	291

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
107	184	218	28.824.890	18.033.350

Bron: Bel-First

We merken onmiddellijk op dat van de internationale labels niet vervat zitten in deze NACE-BEL code. Andere grote labels (Sony Music Entertainment, Universal Music en Warner Music Benelux) vallen onder de NACE-BEL nomenclatuur 46.431. - Groothandel in elektrische huishoudelijke apparaten en audio- en videoapparatuur, wat vanwege de rest van deze code niet in deze analyse wordt meegenomen.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	33
Omzet	10
Toegevoegde waarde	116

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	14
Werknemers	290

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
277	14	290	74.103.631	27.869.135

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Twee kanttekeningen bij deze gecorrigeerde cijfers:

- De enigszins arbitraire samenstelling van deze NACE-BEL code maakt het moeilijk om een waarheidsgetrouw beeld weer te geven van de platenlabels aan de hand van de top-down benadering.
- De gerapporteerde cijfers zijn nationale cijfers. Labels die nationaal opereren zijn volledig meegenomen in de analyse. Inzake tewerkstelling is het aan de hand van de RSZ statistieken niet mogelijk om de “majors” te identificeren en hun werknemersaantallen procentueel toe te wijzen aan Vlaanderen. Bovendien is de meerderheid van de majors niet opgenomen in deze NACE-BEL code.

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de top-down benadering van deze schakel is er op basis van de RSZ cijfers een daling in het aantal bedrijven (-4) en werknemers (-29) gevonden. Het aantal zelfstandigen is echter wel gestegen met 12% ten opzichte van de vorige impactmeting.

Niettemin zijn de gecorrigeerde cijfers in vergelijking met de vorige impactmeting gedaald, waarbij de toegevoegde waarde is gedaald met ruim € 3 miljoen (-10%).

Bottom-up benadering

Voor de bottom-up benadering baseren we ons op een geconsolideerde lijst van labels afkomstig van verschillende bronnen: de ledenlijst van de Belgian Entertainment Association, de ledenlijst van de Belgian Independent Music Association, de databank van Muziekcentrum Vlaanderen, en de addressengids Poppunt.

De gecombineerde bronnen leveren de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	331
Overgebleven entiteiten na opschoning	155

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
143	12	212	43.929.276	9.241.986

Bron: Belgian Entertainment Association, Belgian Independent Music Association, Muziekcentrum Vlaanderen, Poppunt, Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	12
Omzet	7
Toegevoegde waarde	29

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
143	12	212	56.686.986	12.537.642

Bron: Belgian Entertainment Association, Belgian Independent Music Association, Muziekcentrum Vlaanderen, Poppunt, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

De bottom-up benadering van deze schakel laat een sterke daling zien in de meeste kengetallen. Zo daalt het totaal aantal entiteiten (-5%), het aantal zelfstandigen (-5%) en het aantal werkgevers (-14%). Het aantal werknemers daarentegen maakt wel een forse stijging door (+101%), wat wordt veroorzaakt door een speler die in de vorige impactmeting niet was meegenomen. De toegevoegde waarde valt, veroorzaakt door de dalingen in entiteiten, dan ook flink lager uit: een verlies van ruim € 7 miljoen (-38%).

7. Perserijen

Top-down benadering

Perserijen vallen onder de code “18.200: Reproductie van opgenomen media”, omschreven als:

- de reproductie vanaf een origineel van grammofoonplaten, compact discs, dvd's, en banden met muziek- of andere geluidsopnamen
- de reproductie vanaf een origineel van dvd's en videobanden met films en andere video-opnamen
- de reproductie vanaf een origineel van programmatuur en gegevens op schijven en banden

Deze code levert de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	716
Overgebleven entiteiten na opschoning	223

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
118	105	54	7.420.192	5.724.797

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	16
Omzet	5
Toegevoegde waarde	77

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	2
Werknemers	3

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- De totale cijfers hebben betrekking op een populatie van opgenomen media en behelst zowel muziek als video. Om enigszins de data voor muziek te abstraheren hebben we de totaalcijfers geprorateerd à rato van 60/40 volgens de verhouding van de verkoopcijfers in de gespecialiseerde detailhandel (60% video vs. 40% muziek).
- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
221	2	3	6.040.446	2.621.137

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de schakel perserijen zien we, in tegenstelling tot de vorige impactmeting, een stijging in zowel werkgevers (+1) als werknemers (+2) op basis van RSZ cijfers. Ook het aantal zelfstandigen neemt toe (+38, een stijging van 21%). Deze stijgingen werken direct door op de financiële kengetallen, waarbij de toegevoegde waarde meer dan verdubbeld (+119%).

Bottom-up benadering

Om een overzicht samen te stellen van het aantal perserijen, hebben we de databank van Muziekcentrum Vlaanderen geraadpleegd.

Deze levert de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	8
Overgebleven entiteiten na opschoning	3

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
2	1	2	-	128.570

Bron: Muziekcentrum Vlaanderen, Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	1
Omzet	0

Toegevoegde waarde	2
--------------------	---

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
2	1	2	582.162	154.726

Bron: Muziekcentrum Vlaanderen, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Net als in de vorige impactmeting waren acht perserijen teruggevonden in de bronnen van Muziekcentrum Vlaanderen. Echter, aangezien een aantal van deze entiteiten in Franstalig Brussel, Wallonië, of Nederland gevestigd zijn, blijven uiteindelijk slechts drie entiteiten over voor analyse. Vanwege deze lager aantal entiteiten, vallen alle kengetallen lager uit: zelfstandigen (-4), werkgevers (-1), werknemers (-4), en toegevoegde waarde (€ -100.000) maken allen een daling door.

8. Groothandel

Top-down benadering

De groothandel van opgenomen muziekdragers zit vervat in NACE-BEL code "46.432: Groothandel in opgenomen beeld- en geluidsdragers", omschreven als "de groothandel in opgenomen beeld- en geluidsdragers: grammofoonplaten, cassettes, cd's, dvd's en videobanden".

Deze code levert de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	226
Overgebleven entiteiten na opschoning	34

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
10	24	88	48.290.409	12.582.657

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	7
Omzet	3
Toegevoegde waarde	15

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	6
Werknemers	94

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- De totale cijfers hebben betrekking op een populatie van opgenomen media en behelst zowel muziek als video. Om enigszins de data voor muziek te abstraheren hebben we de totaalcijfers geprorateerd à rato van 60/40 volgens de verhouding van de verkoopcijfers in de gespecialiseerde detailhandel (60% video vs. 40% muziek).
- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
28	6	37	21.518.469	5.387.660

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

De officiële RSZ cijfers geven in deze schakel een lichte daling in werkgevers (- 3) en in aantal werknemers (- 4). Na correcties, die vanwege de proratering naar de verhouding video/audio negatief uitvallen, is nog altijd een stijging merkbaar ten opzichte van de vorige impactmeting, waarbij de toegevoegde waarde met ruim € 1 miljoen toeneemt (+ 23%).

Bottom-up benadering

Voor de groothandel in opgenomen muziekdragers hebben wij, net als in de vorige impactmeting, geen ondernemingen kunnen identificeren via andere bronnen. De Gouden Gids geeft wel een overzicht van “CD en DVD Fabricatie en Groothandel”, echter niet van de groothandel afzonderlijk.

9. Detailhandel

De detailhandel van “muziek” is een uitermate versnipperde activiteit, niet alleen omdat muziek via verschillende dragers verhandeld wordt, maar ook omdat er een diversiteit bestaat aan verkooppunten waar muziek al dan niet het grootste aandeel in vormt. Een goed beeld krijgen van de tewerkstelling in deze detailhandel is dan ook problematisch. Tewerkstellingscijfers over de gespecialiseerde detailhandel zijn weliswaar beschikbaar. Maar het is net dit kanaal dat in toenemende mate aan belang inboet. Steeds meer verloopt de fysische verkoop via de niet-gespecialiseerde detailhandel: multimedia stores, grootwarenhuizen, en online verkoop. Bovendien neemt het aandeel van digitale downloads elk jaar toe, met een nog grotere toename aan distributiekanaalen.

Top-down benadering

De detailhandel van muziek en video zit vervat in NACE-BEL code “47.630: Detailhandel in audio- en video-opnamen in gespecialiseerde winkels”. Deze code omvat “de detailhandel in grammofoonplaten, cd’s, dvd’s en andere al dan niet opgenomen beelden geluidsdragers.”

Deze code levert de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	422
Overgebleven entiteiten na opschoning	62

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
20	42	22	-	527.352

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	6
Omzet	-
Toegevoegde waarde	19

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	11
Werknemers	109

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
51	11	109	28.270.021	7.294.302

Bron: Bel-First, RSZ.

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

De schakel detailhandel lijkt flink te krimpen in deze impactmeting. Hoewel het aantal werkgevers nog met 2 entiteiten stijgt, neemt vooral het aantal werknemers volgens RSZ cijfers flink af van 328 naar 109 werknemers (- 67%). Ook in de financiële cijfers is een daling merkbaar, waarbij de toegevoegde waarde daalt tot onder de helft van de vorige meting (een daling van € 8 miljoen euro, - 52%).

Bottom-up benadering

Voor de bottom-up benadering baseren we ons op de rubriek "CD & DVD Kleinhandel" van de Gouden Gids.

Deze bron levert de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	164
Overgebleven entiteiten na opschoning	136

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
121	15	75	983.500	6.401.902

Bron: Gouden Gids, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	15
Omzet	4
Toegevoegde waarde	36

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- De gerapporteerde cijfers in Bel-First inzake de totale omzet van de detailhandel muziek wordt vervangen door de rapportering van de Belgian Entertainment Association gebaseerd op GfK onderzoek, omgerekend naar Vlaanderen.²³

²³ BEA geeft een totale omzet in de Belgische detailhandel van de muzieksector van € 129 miljoen. Aangezien Vlaanderen voor 60% van dit totaal wordt meegenomen, komt dit neer op € 77,4 miljoen omzet voor Vlaanderen. In de ongecorrigeerde cijfers is een verhouding toegevoegde waarde / omzet in deze schakel waarneembaar van 36%. Wanneer dit percentage wordt toegepast op de BEA cijfers, komt dit neer op een gecorrigeerde toegevoegde waarde van

- De totale toegevoegde waarde wordt berekend à rato van het percentage omzet / toegevoegde waarde voor de muziek-detailhandel bedrijven binnen de creatieve industrieën die beide gegevens rapporteren.
- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
121	15	75	77.400.000	27.869.006

Bron: Belgian Entertainment Association, Gouden Gids, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Als we de bedrijfseconomische impactmeting van de schakel muziek/detail handel uit referentiejaar 2013 vergelijken met die van 2010, zien we een stijging van het aantal entiteiten (van 102 naar 136, een stijging van 33%), dat zich zowel uit in de zelfstandigen (+26) en werkgevers (+8). Het aantal werknemers maakt echter een forse daling door (-42, een daling van -36%). In de bottom-up benadering heeft net als in de vorige impactmeting een correctie plaatsgevonden op basis van de cijfers van de Belgian Entertainment Association inzake omzet in de muziek detailhandel sector. Geprorateerd naar Vlaanderen en Brussel kende de toegevoegde waarde een stijging van bijna € 4 miljoen (+ 16%).

10. Live circuit: Presentatieplekken

Het Live circuit is evenzeer een uitermate gediversifieerd landschap. De berekening van de totale economische impact van het hele live circuit is een studie op zich en valt buiten de scope van dit onderzoek. We trachten echter om binnen de beschikbare tijdspanne en gecentraliseerde databronnen de geschetste methodologie te volgen om een basis te leggen voor verdere uitdieping.

Inzake tewerkstelling dient opgemerkt te worden dat het live-circuit veel beroep doet op vrijwilligers en jobstudenten, met name bij de (grote) festivals. Zeker voor grotere evenementen is het niet ongewoon dat op 1 avond enkele honderden vrijwilligers tewerkgesteld zijn om het event te organiseren en in goede banen te leiden. Bij clubs en concertzalen is deze verhouding minder scherp. Cijfers over de totale omvang van deze tijdelijke tewerkstelling zijn niet beschikbaar.

€ 27,8 miljoen.

Top-down benadering

In de NACE-BEL nomenclatuur baseren we ons op volgende nomenclaturen:

- 90.041: Exploitatie van schouwburgen, concertzalen en dergelijke
- 90.042: Exploitatie van culturele centra en multifunctionele zalen ten behoeve van culturele activiteiten
- 56.302: Discotheken, dancings en dergelijke

Deze codes leveren de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	1.994
Overgebleven entiteiten na opschoning	978

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
146	832	2.358	205.581.762	146.684.666

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	179
Omzet	45
Toegevoegde waarde	354

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	252
Werknemers	1.501

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
726	252	1.501	419.976.198	104.480.971

Bron: Bel-First, RSZ, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de schakel Muziek / live circuit is een wisselend beeld te zien. In vergelijking tot de vorige impactmeting is het aantal werknemers gedaald met 134 VTE (-8%). Het aantal werkgevers, daarentegen, stijgt met 11 entiteiten (+ 5%). Ook het aantal zelfstandigen stijgt flink, met maar liefst 288 entiteiten (+66%). Ook in de financiële kengetallen is een wisselend beeld waarneembaar, waarbij de omzet een stijging doormaakt (+11%) en de toegevoegde waarde daarentegen flink daalt (-17%).

Bottom-up benadering

Om een overzicht te krijgen van de verschillende actoren in het live circuit, hebben we ons gebaseerd op de beschikbare informatie van de databank van het Muziekcentrum Vlaanderen:

- Grote concertzalen
- Kleine concertzalen & clubs
- Cultuurcentra
- Kunstencentra
- Operahuizen
- Festivals

Wat de muziekfestivals betreft, hebben we enkel een overzicht van de namen van de verschillende festivals. Daarmee kunnen we echter geen financiële en tewerkstellingsgegevens verkrijgen. De enige beschikbare informatie voor festivals kan worden afgeleid uit de weinige (gesubsidieerde) festivals die officiële cijfers rapporteren.

De gecombineerde bronnen leveren de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	489
-----------------------------------	-----

Overgebleven entiteiten na opschoning	425
---------------------------------------	-----

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
359	66	1.329	196.844.960	110.819.772

Bron: Muziekcentrum Vlaanderen, Bel-First.

Met uitzondering van de concertzalen en muziekfestivals, hebben de andere categorieën echter betrekking op meer dan alleen maar muziek. Cultuurcentra zijn bijvoorbeeld ook actief in het circuit van de podiumkunsten. Echter, gezien het beperkt aantal beschikbare gegevens, is de impact hiervan op de resultaten miniem.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	66
Omzet	23
Toegevoegde waarde	76

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- Gezien de type organisaties worden alle entiteiten als werkgever meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de werkgevers die geen werknemers rapporteren, worden de standaard assumpties van een zelfstandige doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
	425	1.329	364.167.885	119.948.216

Bron: Muziekcentrum Vlaanderen, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Bij de bottom-up benadering van de schakel live-circuit valt op dat hoewel het aantal entiteiten niet veel veranderd (20 minder, een daling van 4%), er flinke stijgingen waarneembaar zijn in het aantal werknemers (+11%), en uiteindelijk toegevoegde waarde (+ € 23 miljoen, een stijging van 25%).

11. Technische crew

Onder technische crew plaatsen we evenementenbouwers, oftewel het geheel van actoren en toeleveranciers die instaan voor de opbouw van podia en de technische en ondersteunende dienstverlening die daarmee gepaard gaat. Ook deze schakel in de waardeketen dekt een diversiteit aan spelers die niet allemaal in een NACE-BEL nomenclatuur vervat zitten, of die niet worden gegroepeerd door sector- of beroepsverenigingen.

Top-down benadering

Hoewel ze niet uitsluitend betrekking hebben op muziek, komen 2 NACE-BEL codes in aanmerking:

- 90.022: Ontwerp en bouw van podia
- 90.023: Gespecialiseerde beeld-, verlichtings- en geluidstechnieken

Deze codes leveren de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	3.760
Overgebleven entiteiten na opschoning	2.239

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
894	1.345	1.151	140.551.534	91.123.193

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	176
Omzet	65
Toegevoegde waarde	568

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	168
Werknemers	772

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Geschatte gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Geschatte toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van Den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
2.071	168	772	364.012.806	109.992.738

Bron: Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Deze schakel maakt een flinke daling door in de top-down benadering. Een belangrijke reden hiervoor is dat enkele grote spelers die volgens NACE-bel classificatie in deze schakel thuishoren inhoudelijk eigenlijk niet bij deze schakel passen. Deze zijn in de huidige impactmeting dan ook niet meer meegenomen. De resulterende cijfers benaderen dan ook beter de huidige realiteit, al zijn ze niet vergelijkbaar met voorgaande impactmetingen.

Bottom-up benadering

Zoals reeds eerder aangekaart, is deze schakel zeer versnipperd, en bestaat er niet één overkoepelende sector- of beroepsorganisatie die de actoren herenigt. Het gaat immers om tal van technici, ingenieurs op gebied van licht, klank, special effects, etc. en allerhande toeleveranciers van goederen en diensten in het kader van muzikale evenementen.

De bottom-up benadering is gebaseerd op cijfergegevens verkregen via volgende bronnen. Dit zijn dezelfde bronnen die ook bij de schakel “technische crew” in de sector podiumkunsten wordt gebruikt.

- STEPP, het steunpunt voor de producerende, ontwerpende, en technische krachten van de brede culturele sector
- Belgian Event Supplier Association
- Gouden Gids: Schouwburgen – Uitrusting & Benodigdheden

In de vorige impactmeting werd reeds gemeld dat het kenniscentrum Podiumtechnieken aangeeft dat het niet evident is om concrete gegevens te verzamelen over het aantal podiumtechnici en hun tewerkstelling. Podiumtechnici werken in verschillende sectoren en worden niet als een specifieke groep in statistieken opgenomen. Verder is het meten van tewerkstelling geen evidente zaak, gezien het grote verloop, overlappende opdrachten en het grote aandeel tijdelijke tewerkstelling. Als we daarbij nog de professionelen rekenen die tussen verschillende functies 'swoppen' bv. scenograaf – technicus, al dan niet afwisselend of tegelijkertijd, dan is het snel duidelijk dat een juist beeld een hopeloze zaak is.

In opdracht van de European Social Partners voeren TEAD vzw en Accademia Teatro alla Scala een onderzoek uit naar de situatie van de opleiding podiumtechnieken in Europa. Het kenniscentrum Podiumtechnieken werkt mee aan dit TTF project (Theatre technical Forum). In het kader van dat onderzoek maakten ze in 2009 een 'gefundeerde' gok van het aantal technici in Vlaanderen. Zij kwamen tot een inschatting van 5.224 technici in Vlaanderen, waarvan 1.116 werkzaam binnen cultuurcentra (deze worden in de schakel live circuit meegenomen). Er is intussen geen nieuw onderzoek gebeurd inzake aantallen. Bij gebrek aan meer recente cijfers worden deze cijfers opnieuw gebruikt in deze meting. Aangezien alle bronnen tezamen 1.185 VTE werknemers rapporteren, gaan wij uit van 2.923 (5.224 – 1.116 – 1.185) zelfstandigen.

De gecombineerde bronnen leveren volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
2.923	60	1.185	219.101.962	104.299.166

Bron: STEPP vzw, BESA, Gouden Gids, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle organisaties gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	60
Omzet	20
Toegevoegde waarde	83

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Antwerp Management School – Flanders DC Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaarmzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Antwerp Management School-Flanders DC Kenniscentrum gebaseerd op RSZ

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
2.923	60	1.185	469.851.664	180.151.566

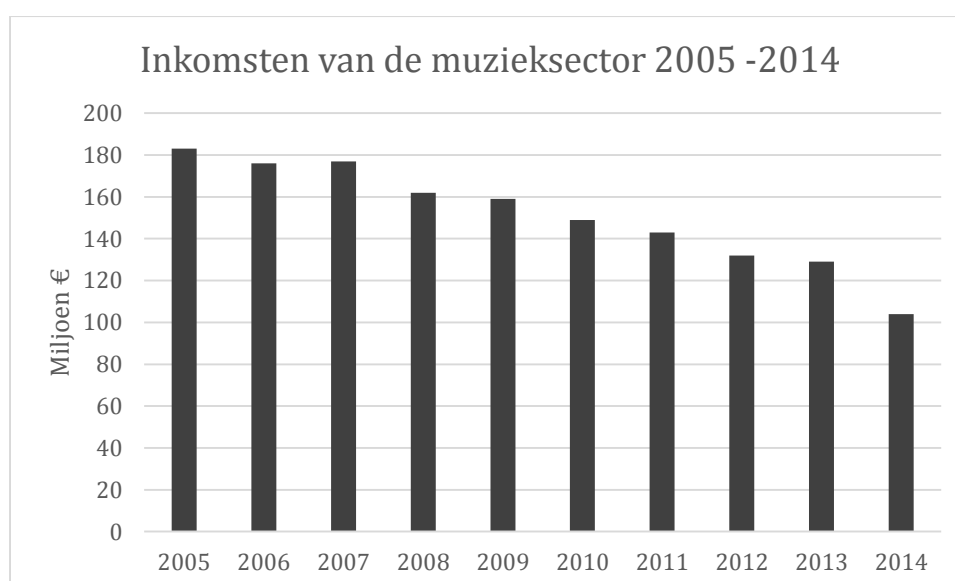
Bron: Stepp vzw, BESA, Gouden Gids, Bel-First

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Aangezien in de huidige impactmeting andere bronnen worden meegenomen, is geen vergelijking mogelijk met de vorige studie.

12. Consumptie

De volgende figuur geeft de muziekmarkt in België met betrekking tot de verkoop van audiodragers (CD, single, muziekvideo) en downloads (albums en singles) van 2005-2014 (in miljoen EUR) weer. In de figuur is duidelijk een dalende totaal verkoop merkbaar.



Bron: Belgian Entertainment Association, GfK Groep.

NIEUWE MEDIA

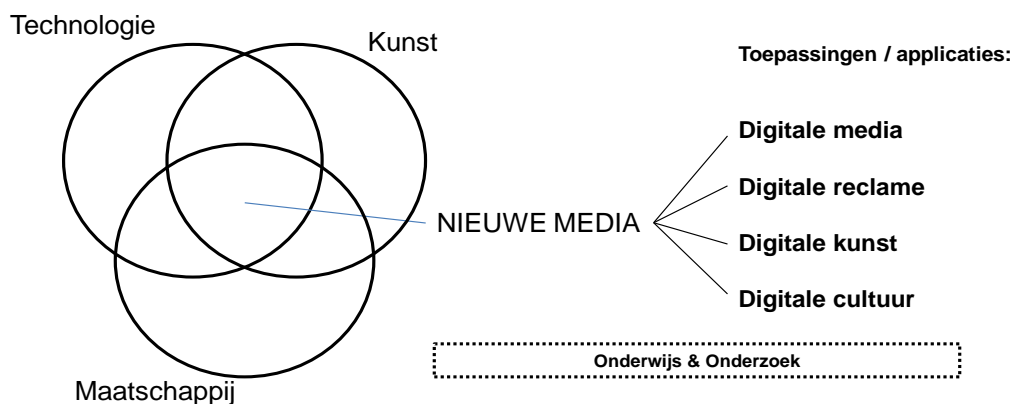
De nieuwe media sector is het meest recent opgekomen onderdeel van de creatieve industrieën. In de vorige twee impactmetingen werd deze sector al omschreven als een bijzonder geval binnen de afbakening van de Creatieve Industrieën in Vlaanderen (Guiette et al., 2011a; Schrauwen et al., 2014). Aangezien het gedachtengoed rondom deze sector sinds de vorige impactmeting weinig is veranderd, is onderstaande bespreking dan ook in hoge mate een herneming van de tekst uit Schrauwen et al., (2014).

Er bestaat nog altijd onduidelijkheid over een precieze definitie van wat nieuwe media precies inhouden, met name omdat de sector zich eigenlijk meer als een transversaal gegeven manifesteert, dat zich uit over verschillende sectoren, verschillende waardenetwerken en verschillende functies. Als dusdanig wordt het *begrip* nieuwe media vaak gezien als een *catchall* verzamelterm voor een grote hoeveelheid van verschillende interpretaties. UNCTAD (2010) definieert nieuwe media bijvoorbeeld als “*architectural, advertising, cultural and recreational, creative research and development (R&D), digital and other related creative services*” (Guiette et al., 2011a). In internationale onderzoeksrapporten wordt nieuwe media veelal omschreven als de digitalisering van bestaande processen, producten en diensten. Daarbij worden vaak ook sociale medianetwerken en nieuwe ICT-ontwikkelingen meegerekend. Wat duidelijk is, is dat nieuwe media zowel als een product beschouwd kan worden dat uitgedrukt wordt door digitale content (zoals bv. software, videogames, digitale muziek, etc.) en als een “enabler” van connectiviteit van andere creatieve producten zoals muziek, films, boeken, media, reclame, architectuur (Guiette et al., 2011a).

Aangezien veel projecten en initiatieven rond nieuwe media dus al worden gedragen door organisaties die reeds deel uitmaken van andere sectoren (en dus reeds meegeteld zijn), en andere projecten worden gedragen door organisaties die niet in beschouwing worden genomen (zoals bv. technologiebedrijven) waarvan het moeilijk is te schatten is welk deel de nieuwe media projecten uitmaken van de te totale activiteiten van deze organisatie, werd in de eerste impactstudie uit 2011 een anders dan gangbare interpretatie van deze sector in de Vlaamse context gebruikt (vanwege deze zelfde reden werd ook besloten geen bedrijfseconomische impactanalyse uit te voeren).

De nadruk werd daarbij gelegd op de faciliterende en bevorderende rol van cross-overprojecten en initiatieven waarbij gestreefd wordt naar creatie van meerwaarde voor de maatschappij door nadruk te leggen op de convergentie van technologie, media en kunst. Deze rol valt niet onder de andere al eerder beschreven vormen van nieuwe media, en is daardoor additief op de mapping van de andere sectoren. Hierbij werd nieuwe media aldus gedefinieerd als “*een divers en multidisciplinair geheel van projecten, initiatieven, en organisaties die actief zijn op het kruisvlak van technologie, kunst en maatschappij met als doel innoverende en experimentele producten, diensten, processen en applicaties te creëren*” (Guiette et al., 2011a).

Schematisch werd dit als volgt weergegeven:



De vraag stelt zich of de nieuwe media sector als een aparte sector binnen de creatieve industrieën moet worden gezien, óf dat het verschijnsel al dusdanig is geïntegreerd als *medium* binnen de traditionele sectoren dat het niet meer correct is om deze als een autonome sector binnen de creatieve industrieën op te nemen? Dit laatste zou niet betekenen dat nieuwe media niet bestaat, maar dat het fenomeen juist verder is geëvolueerd waardoor het als integraal onderdeel van de creatieve industrieën kan worden beschouwd. De exponenten van deze nieuwe media (haar producten en diensten) zijn dan als het ware extra componenten van bestaande sectoren geworden.

Wanneer de verschillende praktijken die UNCTAD (2010) definieert als zijnde nieuwe media verder worden geanalyseerd, valt op dat deze vooral kunnen worden geschaard onder de noemer '*digitale of interactieve vormen van media en communicatie*'. Deze 'nieuwe' media zijn echter al dusdanig ingeburgerd als onderdeel van de andere creatieve sectoren, dat ze niet per se als anders beschouwd kunnen worden. De onderstaande tabel geeft de verschillende praktijken die UNCTAD (2010) definieert weer, waarbij tevens wordt aangegeven in welke sector in de impactmeting deze praktijken terug te vinden zijn.

Unctad Nomenclatuur	In impactmeting:
Online boeken	Geschreven media
Online kranten en tijdschriften	Geschreven media
Downloadbare audio	Muziek
Streaming audio	Muziek en audiovisuele kunsten
Downloadbare films en video	Audiovisuele kunsten

Streaming video	Audiovisuele kunsten
Online games	Gaming
Online software	Valt niet onder creatieve industrieën in onze definitie

Andere praktijken die veel met nieuwe media worden geassocieerd zijn interactieve apps en websites (worden meegenomen in de reclame- en communicatiesector) en technologische (installatie)kunst (die wordt meegenomen bij de beeldende kunsten). Wat nog overblijft, is de faciliterende en bevorderende rol van cross-overprojecten en initiatieven zoals gedefinieerd in de vorige impactmeting. Een voorbeeld van een organisatie die in een dergelijke rol actief is, zou wellicht het Brusselse collectief CREW kunnen zijn. Zij exploreren al enkele jaren de band tussen technologie en theater. Aan de hand van de 'immersieve technologie' die het gezelschap ontwikkelde, in samenwerking met de Universiteit Hasselt, creëert CREW interactieve installaties en hybride performances die de deelnemers of immersanten onderdompelen in een fictionele wereld.

Wanneer louter de faciliterende en bevorderende rol van cross-overprojecten en initiatieven verder wordt beschouwd als zijnde de nieuwe media sector, stellen zich hierbij de vragen of dit 1) een rol is die valt te beschouwen als (*kern*)*creatief* en 2) of deze projecten een aparte sector vormen. Net als in de vorige impactmeting, is ons aanvoelen dat actoren die deze rol op zich nemen en dus als doel hebben meerwaarde voor de maatschappij te creëren door te werken op het snijvlak tussen technologie, media en kunst, meestal óók actoren zijn die nieuwe media producten en diensten creëren en daardoor al integraal deel uitmaken van een van de andere creatieve sectoren. Zo wordt het hiervoor aangehaalde collectief CREW eigenlijk onder de podiumkunsten geschaard. Vanuit deze redenering is het daarom te beargumenteren om nieuwe media binnen de Vlaamse context in de toekomst niet als *sector*, maar eerder als een nieuwe vorm drager voor creatieve content binnen bestaande sectoren te zien.

Gezien de snelle ontwikkelingen in zowel de sector zelf als in het denken over de sector, wordt aanbevolen bij de volgende impactanalyse een nieuwe inschatting te maken waarbij de keuze wordt gemaakt of 1) nieuwe media zich heeft doorgezet als volwaardige sector die kan worden gemapt en becijferd, of 2) nieuwe media een volledige integratie in andere sectoren heeft doorgemaakt waardoor de sector definitief zal wegvallen als apart onderdeel van de creatieve industrieën in de Vlaamse context.

PODIUMKUNSTEN

In de podiumkunstensector is noch de sector zelf, noch het waardenetwerk ingrijpend veranderd sinds de vorige impactstudie. Onderstaande bespreking is dan ook in hoge mate een herneming van de teksten uit Guiette et al. (2011) en Schrauwen et al. (2014). Niettemin zijn voorbeelden, cijfers en beleidsinformatie geactualiseerd.

I. MAPPING VAN DE PODIUMKUNSTENSECTOR

1. Afbakening van de sector

De podiumkunstensector verenigt alle actoren die rechtstreeks betrokken zijn bij het creëren, produceren, presenteren en omkaderen van de podiumkunsten. Binnen de podiumkunsten wordt om diverse redenen wel eens een onderscheid gemaakt tussen verschillende subdisciplines of werk voor diverse doelgroepen (bijvoorbeeld theater, dans, muziektheater, het aanbod voor kinderen en/of jongeren), maar uit onderzoek van VTi blijkt dat die traditionele grenzen tussen de disciplines in de praktijk steeds moeilijker te trekken zijn (Vlaams Theater Instituut, 2007).

Voor deze studie beperken we ons tot professionele organisaties, kunstenaars en andere medewerkers binnen de podiumkunstensector. 'Professioneel' staat in de eerste plaats voor de capaciteit om een professionele werking uit te bouwen maar doet *an sich* geen uitspraak over de kwaliteit van het werk van de kunstenaar of zijn organisatie (Vlaams Theater Instituut, 2007). Hierbij moet rekening gehouden worden met het feit dat loopbanen van podiumkunstenaars steeds meer 'hybride' zijn, met name dat ze zich afspelen bij steeds meer verschillende werkgevers en in verschillende sectoren (Segers, Schramme, & Devriendt, 2010; Vlaams Theater Instituut, 2007).

We maken hierbij tevens geen onderscheid tussen de gesubsidieerde en de niet-gesubsidieerde initiatieven in de sector. De grens tussen profit sector en non-profit sector binnen de podiumkunsten is overigens moeilijk te trekken. Algemeen wordt aangenomen dat het profitgericht initiatief in Vlaanderen eerder marginaal is tegenover het non-profitgericht initiatief. Profitgerichte podiumkunsten zijn eerder te vinden binnen het musical-, variété en circusgenre. Ook stand-up comedians kunnen tot de profitgerichte sector van de podiumkunsten worden gerekend, maar zij maken vaak gebruik van gesubsidieerde infrastructuur (Maenhout et al., 2006). Anderzijds blijkt uit de nieuwe veldanalyse van de kunstensteunpunten dat structureel gesubsidieerde kunstorganisaties toch heel wat opbrengsten uit de markt verwerven. Tegenover elke euro subsidie zou een halve euro andere subsidie staan en een euro andere opbrengsten. Met andere woorden, dankzij de Vlaamse (en lokale) subsidie kunnen deze organisaties tot 40% andere inkomsten genereren uit hun economische bedrijvigheid. De subsidies genereren overigens ook tewerkstelling, waardoor een deel van deze financiële middelen terugkeren naar de overheid (Janssens & Moreels, 2008).

De podiumkunstensector wordt gekenmerkt door heel wat cross-overs met andere

sectoren, zoals de muziekindustrie, audiovisuele sector, enz. In dit hoofdstuk staan we hoofdzakelijk stil bij de kernactiviteiten en de directe actoren van de podiumkunstensector, en verwijzen we regelmatig naar de link met andere waardenetwerken.

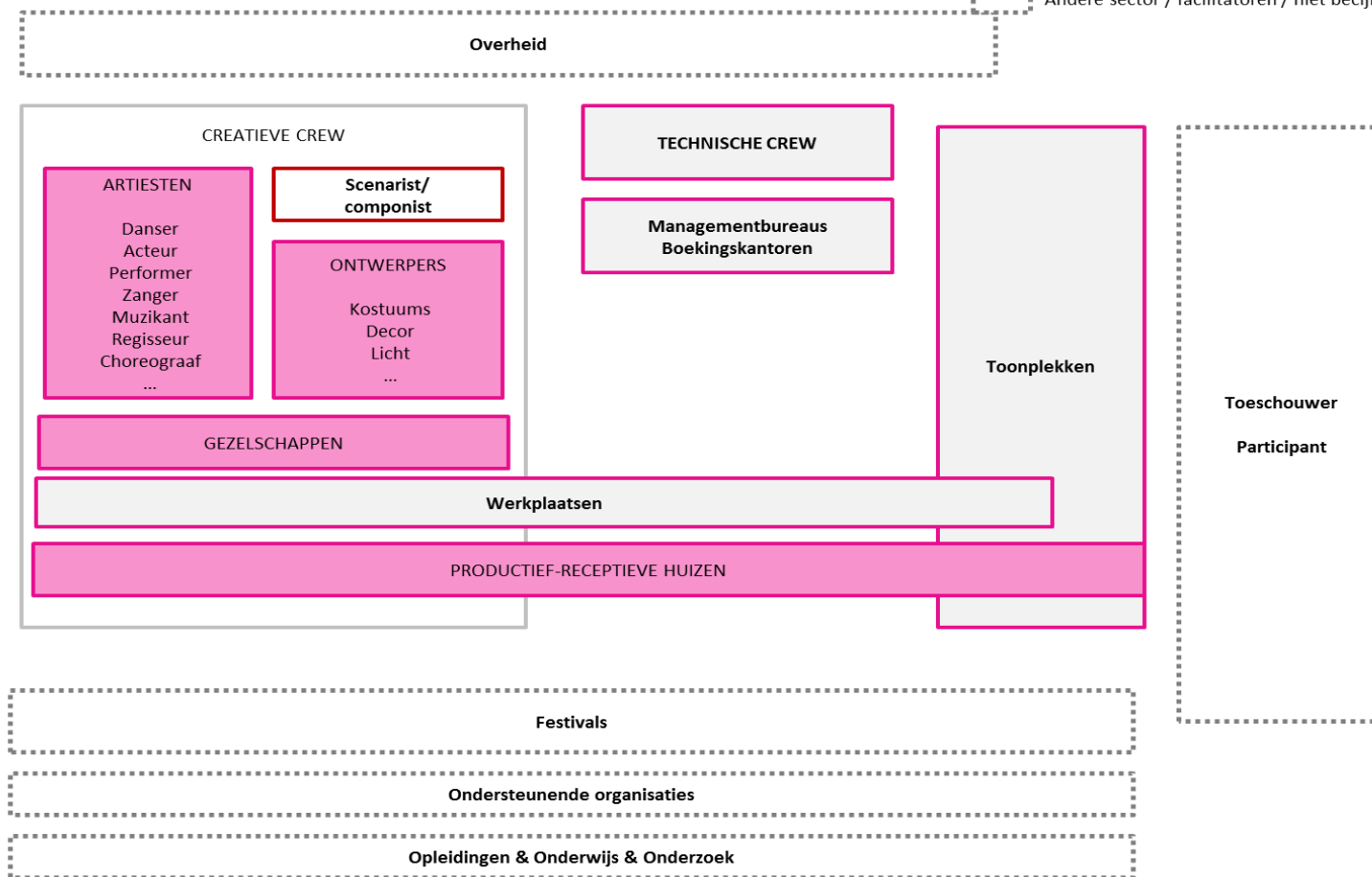
2. Waardenetwerk

2.1. Schematische voorstelling van het waardenetwerk

Onderstaand schema geeft een overzicht van de belangrijkste taak/taken van elke schakel in het waardenetwerk, waarbij de grootte van de verschillende blokjes niet van belang is. De podiumkunstensector is echter – net zoals de andere sectoren uit de Creatieve Industrieën – een dynamische sector waar grensvervaging en hybridisering van verschillende functies zeer kenmerkend is. Het is dan ook vanuit dit opzicht dat onderstaand schema geïnterpreteerd moet worden.

Podiumkunsten

- Kerncreatieve schakels
- Ondersteunend creatieve schakels
- Andere sector / facilitatoren / niet becijferd



2.2. Bespreking van de verschillende actoren

Het waardenetwerk van de podiumkunstensector start bij de creatie van een 'podiumproductie'. Hoewel het creatieproces op diverse manieren kan verlopen en een groot aantal verschillende actoren betrokken zijn, spelen enkele functies een doorslaggevende rol.

Eén van de belangrijkste actoren is uiteraard de **speler** zelf. Binnen het podiumkunstenveld kan een speler zowel acteur, danser, zanger, performer, clown, ... zijn. De grootste groep spelers bestaat nog steeds uit acteurs, maar ze nemen een minder centrale plek in (Janssens, 2010). De loopbaan van de speler binnen de podiumkunsten is er één met gaten (Janssens & Moreels, 2008). Dit doet vermoeden dat de (gesubsidieerde) podiumkunst in Vlaanderen voor heel wat spelers maar één van de vele contexten is waarin ze werken. Een continue loopbaan binnen het gesubsidieerde circuit lijkt niet evident. Bovendien zijn spelers steeds minder trouw aan een enkel huis, steeds vaker zijn ze jobhoppers die bij verschillende organisaties aan de slag zijn. Een van de oorzaken is dat in de podiumkunstensector vaak projectmatig gewerkt wordt. Dit vertaalt zich in een hoge in- en uitstroomgraad. Onderzoek naar de mobiliteit bij werknemers onder PC 304 (hieronder vallen niet enkel acteurs, dansers etc., maar ook muzikanten) wees uit dat 1 op 5 werknemers, zowel bij de gesubsidieerde als bij niet-gesubsidieerde werkgevers, na één jaar niet meer actief is bij dezelfde werkgever in de sector (Bresseleers, 2012). De 'participatieve praktijk' (kunsteducatie, sociaal-artistieke praktijk) wint de laatste jaren aan belang. Hierbij worden niet-professionelen zeer intens bij het creatie- en speelproces betrokken. Voor de sociaal-artistieke praktijk gaat het vaak om mensen in precare administratieve en/of financiële situatie. Maar ook zij worden, voor de duur van het artistieke proces, zo mogelijk ook economisch betrokken bij de rest van de 'creatieve crew'.

Naast de speler is een belangrijke rol weggelegd voor de regisseurs, choreografen, auteurs en componisten. Bij veel producties hebben **regisseurs/choreografen** de touwtjes in handen. Traditioneel waren zij voornamelijk achter de schermen actief, maar dit is hoe langer hoe minder het geval in de gesubsidieerde podiumkunsten. Vele podiumkunstenaren zijn er speler én maker tegelijk. Steeds minder creatieprocessen zijn met andere woorden op een hiërarchische manier georganiseerd. De regisseurs en choreografen begeleiden de spelers, decorbouwers, kostuum- en lichtontwerpers en bepalen de inhoudelijke lijn en de uiteindelijke voorstelling. Soms wordt er ook samengewerkt met een dramaturg. **Scenaristen en componisten** daarentegen spelen meestal vooraf een belangrijke rol. Ze schrijven de teksten, voor het teksttheater, en creëren de muziek. Deze functies komen eveneens aan bod in het hoofdstuk over de audiovisuele en de muzieksector, en zij worden ook in deze sectoren meegenomen in de bedrijfseconomische impactanalyse. Bijgevolg nemen we ze niet op in dit hoofdstuk om dubbeltellingen te voorkomen.

Een andere schakel binnen de creatieve crew vormen de **ontwerpers**. In deze studie onderscheiden we kostuumontwerp, lichtontwerp, decorontwerp, beeld/video-ontwerp, geluidsontwerp, en pyrotechnisch ontwerper. Deze actoren hebben een eigen creatieve inbreng in het tot stand komen van de voorstelling.

Bij de realisatie van een voorstelling zijn een heleboel technische middelen nodig. De **technische crew** ondersteunt hierin de creatieve crew. We verstaan hieronder lichttechniek, podiummechanica, decorbouw, geluidstechniek, maar ook bijvoorbeeld transport.

Voor de productie binnen de podiumkunstensector maken we een onderscheid tussen de gezelschappen en de productief-receptieve huizen. **Gezelschappen** bestaan over het algemeen uit een groep artistieke medewerkers waaronder artiesten, regisseurs/choreografen, technici, ... en een groep productiemedewerkers die de publiekswerking, communicatie, educatieve activiteiten, internationale werking, boekingen, administratie en financiering behandelen. Alle gezelschappen hebben een eigen artistieke visie die ook in de producties tot uiting komt. Hierbij is de spilfiguur de regisseur/choreograaf dan wel een kern van makers die vast aan het gezelschap verbonden zijn. Deze artiesten hebben daarnaast vaak de vrijheid om andere engagementen aan te gaan. Doorgaans hebben gezelschappen geen eigen presentatieplek en maken ze gebruik van de circuits van de kunsten- en cultuurcentra. Qua structuur is het model van een gezelschap met een relatief groot vast ensemble de jongste jaren meer en meer in de verdrinking gekomen ten voordele van de gezelschappen met een kleine kern die een beroep doen op los-vaste acteurs. Makers en spelers opereren steeds meer op freelance basis (Vlaams Theater Instituut, 2007). Om die reden lijkt het begrip 'gezelschap' enigszins uit de courante woordenlijst te verdwijnen, en is steeds meer sprake van 'ensembles', 'collectieven' of 'artistieke kernen'.

Onder **productief-receptieve huizen** verstaan we in deze studie organisaties met een eigen presentatieplek en een eigen productie. Daarnaast zijn ze ook een toonplek voor andere gezelschappen of producties. De stadstheaters (NTGent, KVS en Toneelhuis) zijn hiervan een mooi voorbeeld. Ze hebben zich ontwikkeld als dynamische, open huizen die elk, weliswaar vanuit een ander perspectief, inzetten op de stad van waaruit ze werken (Vlaams Theater Instituut, 2010). Ook de kunstencentra (zoals De Werf, Vooruit, Buda) rekenen we tot deze categorie. Ze bieden een podium en/of werkplek aan gezelschappen en (co)produceren zelf voorstellingen. Vaak treden ze op als coproducent of partner voor creaties van individuele kunstenaars en gezelschappen uit binnen- en buitenland. Uit de veldanalyses van VTi blijkt telkens weer dat de productie van podiumkunsten steeds minder in een 'keten' gebeurt, maar in een complex netwerk waar functies op een complexe manier met elkaar verweven zijn.

Nog zo'n speler in dat netnetwerk zijn de **werkplaatsen**. Deze werkplaatsen zijn organisaties waar theatermakers, dansers, choreografen etc. terecht kunnen voor steun en begeleiding van professionals doorheen het gehele maakproces. Werkplaatsen bieden repetitieruimte aan, organiseren toonmomenten, helpen in de zoektocht naar (co)productiemiddelen en projectmatige subsidiëring, bieden logistieke en zakelijke ondersteuning etc. De diversiteit binnen de werkplaatsen is groot en heeft tot gevolg dat ze in onze bedrijfseconomische analyse zowel top-down als bottom-up onder allerlei andere categorieën vallen zoals creatieve crew en management- en artiestenbureaus. Ze worden dus niet apart opgenomen. Tussen de 'werkplaatsen' en de 'management- en boekingskantoren' situeren zich de 'alternatieve managementbureaus'. Zij zoeken niet enkel naar de geschikte voorstellingsplekken

voor de kunstenaars of collectieven die zij onder de vleugels hebben, maar spelen ook een bijzonder belangrijke rol bij de zoektocht naar financiering en bij alle aspecten van de productie.

Managementbureaus en boekingskantoren brengen vraag en aanbod bij elkaar. Hun kerntaken zijn het vertegenwoordigen van gezelschappen en artiesten, promotionele ondersteuning van voorstellingen en het verzorgen van de tourneeplanning.

De **toonplekken** hebben in hoofdzaak een organiserende rol. Ze hebben doorgaans geen eigen productie, maar bieden een podium aan om voorstellingen te tonen. De toonplekken in deze studie worden voornamelijk vertegenwoordigd door de cultuur- en gemeenschapscentra. Volgens het Decreet Lokaal Cultuurbeleid is een gemeenschapscentrum: 'culturele infrastructuur door de gemeente beheerd met het oog op cultuurparticipatie, gemeenschapsvorming en cultuurspreiding ten behoeve van de lokale bevolking en met bijzondere aandacht voor de culturele diversiteit' (titel I, artikel 2, 3°). En een cultuurcentrum: 'een gemeenschapscentrum met daarnaast een breed en eigen cultuurspreidingsaanbod, gericht op de bevolking van een streekgericht werkingsgebied' (titel I, artikel 2, 4°). De cultuurcentra worden ingedeeld in drie categorieën:

- Categorie A voor de centrumgemeenten in de regionaalstedelijke gebieden
- Categorie B voor de centrumgemeenten in de structuurondersteunende kleinstedelijke gebieden
- Categorie C voor de centrumgemeenten in de kleinstedelijke gebieden op provinciaal niveau

Het is belangrijk op te merken dat het decreet lokaal cultuurbeleid momenteel aan een grondige herziening toe is. In het kader van de Interne Staatshervorming vervalt bovendien de verplichting van steden en de gemeenten - en dus ook van de cultuur- en gemeenschapscentra om in te zetten op de spreiding van professionele kunsten.

Binnen de podiumkunsten is een speciale plaats weggelegd voor **festivals**. Festivals hebben allen een tijdelijk karakter en zijn niet noodzakelijk gebonden aan een vaste ruimte, hoewel veel kunstencentra, cultuurcentra of producenten met een eigen infrastructuur het festivalformat in hun jaarprogrammering inpassen. Deze evenementen worden georganiseerd door kleine organisaties of tijdelijke constructies. De artistieke lijn kan bepaald worden door een curator, jury, programmator, ... en volgt een duidelijk artistiek concept. Dankzij van hun flexibele karakter kunnen ze meteen inspelen op hedendaagse tendensen. Voorbeelden zijn Theater aan Zee, het Theaterfestival en KunstenfestivaldesArts. Daarnaast zijn er ook belangrijke buitenlandse festivals binnen de podiumkunsten, zoals het Festival van Avignon.

De **overheid** is een zeer belangrijke facilitator binnen de podiumkunstensector en het belang van subsidies mag zeker niet onderschat worden. Zo'n 80 organisaties binnen de podiumkunsten (dans, theater, muziektheater) ontvingen werkingssubsidies voor de periode 2013-14 voor een totaalbedrag van € 37.551.000. Daarnaast was er in 2014 sprake van ruim €2,3 miljoen aan subsidies (structureel, meerjarig, projecten en

individuele beurzen) op basis van het circusdecreet.

De sector wordt in Vlaanderen ondersteund door een groot aantal organisaties: steunpunten, belangenbehartigers, beroepsorganisaties, ... Een niet-exhaustief overzicht:

- *STEPP* is het steunpunt voor de producerende, ontwerpende, en technische krachten van de brede culturele sector. Wij verenigen technisch personeel uit de brede culturele sector (theaters, culturele centra, gezelschappen, musea, ...), alsook ontwerpend personeel binnen diezelfde sector (scenografen, ontwerpers, kostuumontwerpers, tentoonstellingsontwerpers, architecten, ...) over alle sectorale barrières heen. STEPP staat garant voor degelijke ondersteuning van zijn leden en de sector door middel van thematische symposia, advies, spreiding van expertise, opleidingen, sensibilisering en het driemaandelijks tijdschrift STEPP magazine. STEPP vertegenwoordigt zowel individuele leden als cultuurhuizen”.
- *Kunstenloket*: informatie en advies aan kunstenaars, en creatieven en kunstorganisaties met eerstelijnsvragen over zakelijke en juridische aspecten van de artistieke activiteit.
- *LOCUS*: dit is het steunpunt voor bibliotheken, cultuur- en gemeenschapscentra en lokaal cultuurbeleid in Vlaanderen. LOCUS ondersteunt de gemeenten bij de uitbouw van een integraal en kwaliteitsvol cultuurbeleid en bij de opmaak en de uitvoering van een gemeentelijk cultuurbeleidsplan.
- *oKo* (Overleg Kunstenorganisaties): dit is een ledenorganisatie van meer dan 200 organisaties uit de professionele podiumkunsten- en muzieksector, beeldende en audiovisuele kunst, kunsteducatie en sociaal-artistieke praktijk. oKo treedt op als hun representatieve spreekbuis, verdedigt hun belangen en is de officiële werkgeversfederatie van de organisaties die ressorteren, onder PC 304.
- *SBK* (Sociaal Bureau voor Kunstenaars): Een SBK biedt de opportuniteit voor freelance werkende artiesten om toch één werkgever te hebben, namelijk een gespecialiseerd uitzendkantoor die de administratie op zich neemt en waardoor de freelancer rechten opbouwt in het werknemersstelsel van de sociale zekerheid.
- *Sociaal Fonds voor Podiumkunsten*: dit is het Fonds voor Bestaanszekerheid van het Vermakelijkheidsbedrijf (PC 304), meer bepaald van de Vlaamse Gemeenschap. Ze zijn actief op twee domeinen, namelijk opleiding en tewerkstelling, met een bijzondere aandacht voor risicogroepen.
- *VTi* (Vlaams Theater Instituut): het VTi is het steunpunt voor de podiumkunsten. Het is een documentatie- en onderzoekscentrum voor dans, theater en muziektheater, een landschappelijke denktank in een divers en internationaal Vlaanderen en een kritische interface tussen makers, publiek en beleid.

2.3. De rol van de actoren in de schakels van het waardenetwerk

	Creatie	Productie	Distributie	Exploitatie	Consumptie
Creatieve crew					
Technische crew					
Management-bureaus/boekings-kantoren					
Toonplekken					
Consument					

Voor deze studie rekenen we de spelers van de creatieve crew tot de **kerncreatieve actoren** binnen de podiumkunstensector. Zij staan in voor de creatie van de voorstelling, maar evengoed doen ze zelf de productie en omkadering. Productief-receptieve huizen nemen ook de presentatie voor hun rekening.

De **ondersteunende creatieve schakels** binnen de podiumkunstensector zijn de technische crew, managementbureaus, boekingskantoren en de toonplekken. Deze schakels zijn voornamelijk functioneel en ondersteunend om de productie of voorstelling tot bij de consument te brengen. De overheid fungeert als een financieel ondersteunende partner.

II. BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACT VAN DE PODIUMKUNSTENSECTOR

In dit tweede deel wordt gekeken naar de voetafdruk van de podiumkunstensector in Vlaanderen op de economie. Hierbij wordt eerst gekeken naar een becijfering van de bedrijfseconomische impact van de sector aan de hand van een aantal macro-economische indicatoren. De diversiteit van de sector, evenals de onaangepaste financiële statistieken, hebben deze opdracht zodanig bemoeilijkt dat het een haast onmogelijke taak is om eenduidige cijfers te kunnen poneren. Vandaar dat systematisch verschillende bronnen met elkaar vergeleken worden om te komen tot een zo realistisch mogelijke weergave van de situatie inzake tewerkstelling, omzet en toegevoegde waarde.

In wat volgt wordt per schakel de top-down en bottom-up benadering toegelicht. De resultaten van de gecorrigeerde cijfers zijn opgenomen in onderstaande tabel. De bottom-up cijfers worden beschouwd als een ondergrens, de top-down cijfers als een bovengrens.

We verwijzen naar het hoofdstuk methodologie voor een correcte interpretatie van deze cijfers, evenals een overzicht van de aandachtspunten waarmee rekening gehouden moet worden om deze cijfers in een juist perspectief te plaatsen.

Kerncijfers Podiumkunstensector in Vlaanderen, 2013:

Variabele	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	8.526	4.400
Werkgevers (aantal)	641	312
Werknemers (aantal VTE)	3.744	4.779
Omzet (€) *	1.442.206.541	1.328.939.948
Toegevoegde waarde (€)	500.921.067	446.464.093

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Podiumkunsten	Benadering	Zelfstandigen (# personen)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toegevoegde waarde (€)
Creatieve crew	Top-down	5.057	226	1.415	550.475.612	247.184.221
	Bottom-up	1.210	95	1.157	262.914.765	87.228.781
Technische crew	Top-down	2.060	168	772	433.020.401	112.674.137
	Bottom-up	2.980	58	1.128	462.613.423	178.726.943
Managementbureaus en boekingskantoren	Top-down	1.005	147	390	152.359.637	51.423.388
	Bottom-up	210	12	275	95.465.106	35.456.635
Toonplekken	Top-down	404	100	1.166	306.350.891	89.639.321
	Bottom-up	-	147	2.219	507.946.654	145.051.734
TOTAAL	Top-down	8.526	641	3.744	1.442.206.541	500.921.067
	Bottom-up	4.400	312	4.779	1.328.939.948	446.464.093

Indien we een opsplitsing maken naar kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels van het waardenetwerk, krijgen we volgende onderverdeling:

Kerncreatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	5.057	1.210
Werkgevers (aantal)	226	95
Werknemers (aantal VTE)	1.415	1.157
Omzet (€) *	550.475.612	262.914.765
Toegevoegde waarde (€)	247.184.221	87.228.781
Ondersteunend creatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	3.469	3.190
Werkgevers (aantal)	415	217
Werknemers (aantal VTE)	2.328	3.622
Omzet (€) *	891.730.929	1.066.025.183
Toegevoegde waarde (€)	253.736.846	359.235.312

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Volgende actoren zijn evenwel **niet** vervat in deze cijfers:

- De scenaristen en componisten. Deze worden becijferd in respectievelijk de audiovisuele sector en de muzieksector.
- De ambtenaren die werk verrichten voor de podiumkunstensector.
- De tewerkstelling in de ondersteunende organisaties, evenals de tewerkstelling in het onderwijs voor de podiumkunstensector.
- De bedrijfseconomische gegevens van de festivals

Vergelijking cijfers impactmeting referentiejaar 2013 en impactmeting over referentiejaar 2010:

Variabele	Top-down 2013	Top-down 2010	Bottom-up 2013	Bottom-up 2010
Zelfstandigen (#)	8.526	7.930	4.400	4.733
Werkgevers (#)	641	677	312	431
Werknemers (VTE)	3.744	3.932	4.779	4.814
Omzet (€) *	1.442.206.541	1.506.307.817	1.328.939.948	1.242.467.105
Toegevoegde waarde (€)	500.921.067	678.801.815	446.464.093	444.457.315

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

VERSCHIL 2013 / 2010	Top-down groei (#)	Top-down groei in %	Bottom-up groei (#)	Bottom-up groei in %
Zelfstandigen (#)	596	8%	-333	-7%
Werkgevers (#)	-36	-5%	-119	-28%
Werknemers (VTE)	-188	-5%	-35	-1%
Omzet (€) *	-64.101.276	-4%	86.472.843	7%
Toegevoegde waarde (€)	-177.880.748	-26%	2.006.778	0%

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Op basis van de inzichten van de onderzoekers wordt in deze sector voor alle schakels de bottom-up cijferverzameling als meest betrouwbaar beschouwd. Aangezien de optelling van de omzet louter indicatief is, en daardoor geen bedrijfseconomische betekenis heeft, worden de volgende kerncijfers als eindcijfers

voor de totale Podiumkunstensector gezien:

Eindcijfers Podiumkunstensector referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010

Referentiejaar	Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Toeg. Waarde (€)
2013	4.400	312	4.779	446.464.093
2010	4.733	431	4.814	444.457.315

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Bij de eindcijfers zien we een daling van het totaal aantal entiteiten met 9%. Een daling die zich uit bij zowel de zelfstandigen als met name bij de werkgevers. Ook het aantal werknemers laat een (beperkte) daling zien van minder dan 1%. Ondanks deze dalingen, kent de podiumkunstensector wel een kleine stijging in toegevoegde waarde. Deze stijgt met zo'n € 2 miljoen naar een totaal van € 446 miljoen, een stijging van een half procent.

In wat volgt geven we een overzicht van zowel de basis als gecorrigeerde cijfers volgens de top-down en bottom-up benadering voor volgende schakels van het waardenetwerk:

- Creatieve crew
- Technische crew
- Managementbureaus en boekingskantoren
- Toonplekken

1. Creatieve crew

De creatieve crew bestaat uit volgende spelers in het waardenetwerk:

- Spelers
- Regisseur/choreograaf
- Scenarist/componist (maar hier niet becijferd)
- Ontwerpers
- Gezelschappen
- Productief-receptieve huizen

Wegens de grote hybridisering van deze spelers was het onmogelijk om op een betrouwbare en volledige wijze deze spelers apart te becijferen. Ze zijn dan ook becijferd onder de grote noemer van 'creatieve crew'.

Top-down benadering

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur wordt de creatie omvat in verschillende codes:

- 90.011: Beoefening van uitvoerende kunsten door zelfstandig werkende artiesten;
- 90.012: Beoefening van uitvoerende kunsten door artistieke ensembles;

- 90.029: Overige ondersteunende activiteiten voor de uitvoerende kunsten.

De codes leveren volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
3.016	2.267	1.591	97.755.458	138.688.641

Bron: Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	136
Omzet	68
Toegevoegde waarde	601

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	226
Werknemers	1.415

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.²⁴
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

• Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: AMS-FDC Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaarmzet zelfstandige	€ 61.124
----------------------------------	----------

²⁴ Aangezien podiumartiesten vaak projectmatig werken kunnen de cijfers van het laatste kwartaal een vertekening (onderschatting) van de werkelijke tewerkstelling veroorzaken. Accurater zou zijn om het gemiddelde te nemen van de 4 kwartalen. Teneinde de vergelijkbaarheid met referentiejaar 2008 te waarborgen, baseren we ons toch op de cijfers van het vierde kwartaal.

Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156
--	----------

Bron: AMS-FDC Kenniscentrum gebaseerd op RSZ

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
5.057	226	1.415	550.475.612	247.184.221

Bron: Bel-First, RSZ

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de vorige impactmeting was een flinke daling merkbaar in alle kengetallen. De huidige impactmeting corrigeert deze daling enigszins. Het totaal aantal entiteiten neemt in de huidige meting toe met 608 (+13%), voornamelijk bij de zelfstandigen. De werkgevers en werknemers op basis van RSZ statistieken blijft echter wel dalen, met respectievelijk 5% en 6%. De toegevoegde waarde herstelt zich echter sinds de vorige impactmeting. Toentertijd werd een flinke daling geconstateerd, terwijl deze nu weer stijgt met ruim € 37 miljoen (+18%).

Bottom-up benadering

De bottom-up benadering is gebaseerd op cijfergegevens verkregen via volgende bronnen:

- Agentschap Kunsten en Erfgoed
- Sociaal Fonds voor Podiumkunsten
- Aanbod Podium
- oKo

De gecombineerde bronnen leveren volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1.210	95	1.157	27.294.155	69.181.141

Bron: Agentschap Kunsten en Erfgoed, Sociaal Fonds voor Podiumkunsten, Beton vzw, Aanbod Podium, oKo, Gouden Gids, Bel-First

Het *aantal zelfstandigen* is net als in de vorige impactmeting gebaseerd op statistieken van de RSVZ, verkregen bij het Sociaal Fonds voor Podiumkunsten. In deze statistieken werd aangegeven dat in 2007 in totaal 1.210 zelfstandigen actief waren die geklasseerd werden onder een artistieke functie. De statistieken zijn gebaseerd op de werkingsverslagen van theaters, dansgezelschappen en muziektheaters. Bij gebrek aan meer recente cijfers wordt ditzelfde aantal zelfstandigen aangehouden bij deze impactmeting. Het *aantal werkgevers* is gebaseerd op eigen bottom-up research bij de volgende organisaties. Organisaties die meerdere keren voorkomen, werden slechts één keer meegenomen.

- Agentschap Kunsten en Erfgoed: organisaties die een meerjarige subsidie

- van de Vlaamse Gemeenschap ontvangen (dans, theater, muziektheater).
- Aanbod Podium: Theater, Dans, Musical & Opera, Cabaret & Variété, Circus & Straattheater
- Ledenlijst oKo via website, categorieën (muziek)theater, dans, en sociaal-artistiek.
- Sociaal Fonds voor de Podiumkunsten heeft een lijst van PC 304. Aangezien hierin zowel muziek als podiumkunsten organisaties staan vermeld, is deze lijst case per case opgeschoond voor relevante organisaties.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle organisaties gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	95
Omzet	22
Toegevoegde waarde	105

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Antwerp Management School – Flanders DC Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Antwerp Management School – Flanders DC Kenniscentrum gebaseerd op RSZ

- De inkomsten van kunstenaars zijn zeer divers. Het Kunstenloket (2008) stelde vast dat 42% van de kunstenaars voltijds bezig is met zijn/haar artistieke praktijken. Op basis van dat onderzoek herleiden we het aantal zelfstandigen naar het aantal VTE zelfstandigen aan de hand van een sleutel van 57,5% waarbij 1 zelfstandige voor de berekening van omzet en toegevoegde waarde wordt omgerekend naar 0,575 voltijds equivalente zelfstandigen.

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1.210	95	1.157	262.914.765	87.228.781

Bron: Agentschap Kunsten en Erfgoed, Sociaal Fonds voor Podiumkunsten, Beton vzw, Aanbod Podium, oKo, Gouden Gids, Bel-First

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de bottom-up analyse van de creatieve crew zien we een neerwaartse lijn.

Aangezien het aantal zelfstandigen gebaseerd is op dezelfde assumptie als in de vorige impactmeting, blijft deze gelijk. Echter, door een daling in het aantal werkgevers daalt het totaal aantal entiteiten met 55 (-4%). Ook het aantal werknemers maakt een daling door van 160 VTE (-12%). Deze dalingen hebben direct een effect op de verdiende toegevoegde waarde in deze schakel, dat met € 27 miljoen daalt (-24%).

2. Technische crew

De technische crew binnen het waardenetwerk van de podiumkunstensector omvat volgende spelers:

- Podiumtechnici
- Lichttechnici
- Decortechnici
- Geluidstechnici
- Transport

Top-down benadering

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur worden de technici omvat in verschillende codes:

- 90.022: Ontwerp en bouw van podia;
- 90.023: Gespecialiseerde beeld-, verlichtings- en geluidstechnieken.

De codes leveren volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
891	1.337	1.347	230.237.752	106.910.856

Bron: Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	187
Omzet	67
Toegevoegde waarde	574

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	168
Werknemers	772

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Antwerp Management School-Flanders DC Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Antwerp Management School-Flanders DC Kenniscentrum gebaseerd op RSZ

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
2.060	168	772	433.020.401	112.674.137

Bron: Bel-First, RSZ

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Deze schakel maakt een flinke daling door in de top-down benadering. Een belangrijke reden hiervoor is dat enkele grote spelers die volgens NACE-bel classificatie in deze schakel thuishoren inhoudelijk eigenlijk niet bij deze schakel passen. Deze zijn in de huidige impactmeting dan ook niet meer meegenomen. De resulterende cijfers benaderen dan ook beter de huidige realiteit, al zijn ze niet vergelijkbaar met voorgaande impactmetingen.

Bottom-up benadering

De bottom-up benadering is gebaseerd op cijfergegevens verkregen via volgende bronnen. Dit zijn dezelfde bronnen die ook bij de schakel “technische crew” in de sector muziek wordt gebruikt.

- STEPP, het steunpunt voor de producerende, ontwerpende, en technische krachten van de brede culturele sector
- Belgian Event Supplier Association
- Gouden Gids: Schouwburgen – Uitrusting & Benodigdheden

Door het kenniscentrum Podiumtechnieken wordt aangegeven dat het niet evident is om concrete gegevens te verzamelen over het aantal podiumtechnici en hun

tewerkstelling. Podiumtechnici werken in verschillende sectoren en worden niet als een specifieke groep in statistieken opgenomen. Verder is het meten van tewerkstelling geen evidente zaak, gezien het grote verloop, overlappende opdrachten en het grote aandeel tijdelijke tewerkstelling. Als we daarbij nog de professionelen rekenen die tussen verschillende functies 'swoppen' bv. scenograaf – technicus, al dan niet afwisselend of tegelijkertijd, dan is het snel duidelijk dat een juist beeld een hopeloze zaak is.

In opdracht van de European Social Partners voeren TEAD vzw en Accademia Teatro alla Scala een onderzoek uit naar de situatie van de opleiding podiumtechnieken in Europa. Het kenniscentrum Podiumtechnieken werkt mee aan dit TTF project (Theatre technical Forum). In het kader van dat onderzoek maakten ze in 2009 een 'gefundeerde' gok van het aantal technici in Vlaanderen. Zij kwamen tot een inschatting van 5.224 technici in Vlaanderen, waarvan 1.116 werkzaam binnen cultuurcentra (deze worden in de schakel live circuit meegenomen). Er is intussen geen nieuw onderzoek gebeurd inzake aantallen. Bij gebrek aan meer recente cijfers worden deze cijfers opnieuw gebruikt in deze meting.

Verder vonden we in de databank van STEPP vzw (het steunpunt voor theatertechnici), Belgian Event Supplier Association, en de Gouden Gids 132 technische organisaties terug met betrekking tot de podiumkunsten. Aangezien de databank van STEPP erg uitgebreid is, hebben we de rubrieken gescand op de woorden 'elektrische installatie', 'beeld', 'podiummechanica', 'speciale effecten', 'theatertechniek', 'geluid', 'belichting' en 'decorbouw' en dat voor de Vlaamse provincies. Aangezien deze bronnen 1.128 VTE werknemers rapporteren, gaan wij uit van 2.980 (5.224 – 1.116 – 1.128) zelfstandigen.

De gecombineerde bronnen leveren volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
2.980	58	1.128	208.609.610	101.383.651

Bron: STEPP vzw, Belgian Event Supplier Association, Gouden Gids, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle organisaties gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	58
Omzet	19
Toegevoegde waarde	81

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
-----------------------------	-----------

Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068
--	----------

Bron: Antwerp Management School – Flanders DC Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Antwerp Management School-Flanders DC Kenniscentrum gebaseerd op RSZ

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
2.980	58	1.128	462.613.423	178.726.943

Bron: Stepp vzw, Belgian Event Supplier Association, Gouden Gids, Bel-First

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de schakel technische crew is een kleine daling merkbaar in het totaal aantal entiteiten (-6%). Deze daling uit zich zowel in het aantal zelfstandigen (-175, een daling van 6%) en in het aantal werkgevers (-27, een daling van 32%). Dit lagere aantal werkgevers rapporteert echter wel een hoger aantal werknemers (+175, een stijging van 18%). Ook in de financiële kengetallen is een stijging merkbaar, waarbij de toegevoegde waarde stijgt met ruim € 16 miljoen (+ 10%).

3. Managementbureaus en boekingskantoren

Top-down benadering

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur worden de managementbureaus en de boekingskantoren binnen de podiumkunstensector omvat in volgende codes:

- 90.021: Promotie en organisatie van uitvoerende kunstevenementen;
- 74.901: Activiteiten van managers van artiesten, sportlui en overige bekende personen.

De codes leveren volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
247	905	252	14.465.159	21.060.725

Bron: Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	58
Omzet	29
Toegevoegde waarde	251

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	147
Werknemers	390

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Antwerp Management School – Flanders DC Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Antwerp Management School – Flanders DC Kenniscentrum gebaseerd op RSZ

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
1.005	147	390	152.359.637	51.423.388

Bron: Bel-First, RSZ

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Uit de top-downcijfers blijkt duidelijk dat managementbureaus een groeiende schakel zijn in het waardenetwerk wanneer wordt gekeken naar officiële RSZ statistieken. Hierin groeit het aantal werkgevers met 14 (+11%) en het aantal VTE werknemers met liefst 103 (+36%). Ook het aantal zelfstandigen groeit met 59 (+6%). Ondanks deze stijgingen in entiteiten en werknemers, kent de schakel echter wel een daling in financiële zin, waarbij de toegevoegde waarde een daling van zo'n € 4 miljoen doormaakt (-8%).

Bottom-up benadering

De bottom-up benadering is gebaseerd op cijfergegevens verkregen via volgende bronnen:

- Lijst bureaus die beschikken over een erkenning voor bemiddeling van schouwspelartiesten van de Vlaamse Overheid²⁵
- Gouden Gids
 - Theaterbureaus

De gecombineerde bronnen leveren volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
210	12	275	74.012.948	30.774.711

Bron: lijst erkende bureaus, Gouden Gids, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle organisaties gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	12
Omzet	4
Toegevoegde waarde	43

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: AMS-FDC Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: AMS-FDC Kenniscentrum gebaseerd op RSZ en Atos Consulting

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
210	12	275	95.465.106	35.456.635

Bron: lijst erkende bureaus, Gouden Gids, Bel-First

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met de vorige impactmeting worden er flink lagere kengetallen

²⁵ Hiervoor gebruiken we de lijst Private bemiddeling - Erkende uitzendbureaus voor artiesten van het Departement Werk & Sociale Economie. Uit deze lijst worden wel de bemiddelingsbureaus uitgefilterd waarvan met zekerheid kan worden gesteld dat hun inkomsten grotendeels niet voorkomen uit activiteiten gerelateerd aan podiumkunsten.

teruggelaten. Het totaal aantal entiteiten daalt met 194, een verlies van 47%. Deze daling is merkbaar bij zowel het aantal zelfstandigen (-43%) en het aantal werkgevers (-75%). Ook het aantal werknemers daalt, al is het minder sterk, met 50 VTE (-15%). Ondanks al deze dalende kengetallen, maakt de toegevoegde waarde wel een positieve stijging door, vooral veroorzaakt door hogere basiscijfers. Dit zorgt door in de eindcijfers voor een stijging van ruim € 19 miljoen (+118%).

4. Toonplekken

Top-down benadering

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur worden de toonplekken binnen de podiumkunstensector omvat in volgende codes:

- 90.041: Exploitatie van schouwburgen, concertzalen, ed.;
- 90.042: Exploitatie van culturele centra en multifunctionele zalen ten behoeve van culturele activiteiten.

De codes leveren volgende basiscijfers

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
85	419	909	69.824.189	64.321.756

Bron: Bel-First.

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	66
Omzet	24
Toegevoegde waarde	152

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	100
Werknemers	1.166

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.

- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Antwerp Management School – Flanders DC Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaronzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Antwerp Management School-Flanders DC Kenniscentrum gebaseerd op RSZ

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
404	100	1.166	306.350.891	89.639.321

Bron: Bel-First, RSZ

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Het globale beeld bij de toonplekken is er een van sterke daling sinds 2010, een daling die zich in de vorige impactmeting ook al uitte. Hoewel er meer zelfstandigen worden gerapporteerd (11%), dalen het aantal werkgevers (-3%) en het aantal werknemers (-8%). De krimp uit zich ook in de financiële cijfers, waarbij de omzet licht daalt (-1%), maar vooral de toegevoegde waarde een flinke neergang laat zien (-22%).

Bottom-up benadering

Voor de bottom-up benadering van de toonplekken worden volgende categorieën in rekening gebracht:

- Cultuurcentra
- Gemeenschapscentra

De bottom-up benadering is gebaseerd op cijfergegevens verkregen via volgende bronnen:

- cultuurcentra.be. De vereniging Vlaamse Cultuur- en gemeenschapscentra

We beseffen dat de toonplekken voor podiumkunsten ruimer zijn dan enkel gemeentelijke cultuur- en gemeenschapscentra. Andere schouwburgen en dergelijke zijn echter opgenomen onder bij de muzieksector onder de schakel tooncircuit en worden hier dus niet meegenomen.

De gecombineerde bronnen leveren volgende basiscijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
137	10	189	661.512	11.012.162

Bron: Locusnet, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle organisaties gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	10
Omzet	2
Toegevoegde waarde	14

In de vorige impactmeting werd, gebaseerd op onderzoek door Vandervoort (2010), een assumptie toegepast dat in cultuurcentra in Vlaanderen 2.219 werknemers actief zijn. Wegens gebrek aan meer recente bronnen wordt dezelfde assumptie opnieuw toegepast.

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- Voor het aantal werknemers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Personeel in VTE in de cultuurcentra	2.219 werknemers
--------------------------------------	------------------

Bron: Vandervoort (2010)

- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Antwerp Management School – Flanders DC Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
-	147	2.219	507.946.654	145.051.734

Bron: Locusnet, Bel-First

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Uit de bottom-up analyse blijkt dat de schakel toonplekken nagenoeg gelijk is gebleven in alle kengetallen. Uit de verzamelde data blijkt dat er 1 toonplek minder kan worden teruggevonden in vergelijking met de vorige analyse. Daarnaast blijft het aantal werknemers gelijk vanwege het gebruik van dezelfde assumptie. De totale toegevoegde waarde, echter, maakt wel een kleine wijziging door. Deze daalt met ruim € 5 miljoen, een daling van 4%.

RECLAME- EN COMMUNICATIESECTOR

I. MAPPING VAN DE RECLAME- EN COMMUNICATIESECTOR

In de reclame- en communicatiesector is noch de sector zelf, noch het waardenetwerk ingrijpend veranderd op het gebied van aanwezige spelers en schakels sinds de vorige impactstudie. Desalniettemin zit deze sector vandaag de dag in een snel veranderend en steeds complexer wordende onderlinge dynamiek. Onderstaande bespreking is dan ook in hoge mate een herneming van de teksten uit Guiette et al. (2011) en Schrauwen et al. (2014). Er zijn wel nieuwe nuances aangebracht waaruit de veranderende dynamiek zal blijken. Tenslotte zijn voorbeelden en cijfers geactualiseerd.

1. Afbakening van de sector

Reclame en communicatie zijn nauw verweven begrippen. Reclame is een vorm van commerciële communicatie. Dat blijkt eveneens uit de definitie van reclame op Wikipedia: 'Reclame is een vorm van communicatie met het doel potentiële klanten informatie te geven over producten en diensten. Veel reclame is ook bedoeld consumptie aan te wakkeren door het creëren en versterken van een merkimago en een getrouwheid aan een merk. Het is ook het promoten van een product, dienst, bedrijf of idee door middel van een meestal gesponsorde boodschap.'

Bovendien is de rol van reclame de laatste 30 jaar drastisch veranderd. Daar waar adverteerders in de jaren '70 nog uitsluitend reclame voerden om hun producten en merken kenbaar en aantrekkelijk te maken, integreren dezelfde adverteerders nu hun reclame-inspanningen binnen een bredere waaier van communicatie-instrumenten om de effectiviteit ervan op te drijven en om nieuwe communicatiekanalen aan te boren (Cotton, 2004). De laatste trend in de reclame- en communicatiesector is het sterk toegenomen belang van het verzamelen en analyseren van data, zowel voor de adverteerders als de uitgevers / media. Vanwege deze trend wordt door mediacentrales de laatste tijd veel geïnvesteerd in datasystemen, waardoor zij hun media-aankoop verder kunnen automatiseren. Verder ontstaat er ruimte voor technologie-aanbieders als Google, Facebook en Microsoft die trachten adverteerders en media met elkaar in contact te brengen (ad exchanges) om te komen tot meer individuele content per consument. Op dit moment is dit reeds het geval voor online display (bannering en online video), maar de trend zal zich in de toekomst ook gaan doorzetten naar digitale en lineaire televisie. Deze evolutie heeft een impact op de rol van reclamebureaus en media-agentschappen en op onderlinge machtsverhoudingen in het waardenetwerk als totaal. Adverteerders kunnen door via deze online platformen rechtstreeks hun media doelgericht aan te kopen, zoals dit vandaag reeds het geval is voor zoekmotormarketing en display (via Google Ad Exchange, Microsoft/MSN Exchange, Facebook...). Hierdoor krijgen zij meer vat op hun mediabudget. Reclamebureaus moeten nog meer inzetten op creativiteit en de kennis van digitale innovaties. Aangezien deze kennis zodanig technisch en gespecialiseerd wordt, zijn zij steeds meer genoodzaakt een beroep te doen op kleinere partijen met specialisatie in online video, search, social media en content marketing.

De reclamebranche is marktgedreven en kenmerkt zich door sterke concurrentie. De reclamemarkt is bij uitstek een internationale markt. Overheidssubsidies zijn niet of nauwelijks aan de orde in deze branche. De overheid is overigens wel een belangrijke klant van de branche (Senternovum, 2009). De Belgische reclame- en mediamarkt is zeer complex. Belangrijke reclamecampagnes worden vaak nationaal en internationaal gepland. Voor België is dit een complexe opgave, gezien ons land bestaat uit drie gemeenschappen, met drie verschillende talen, culturen en een verschillend mediagebruik (De Bens, 2001; De Pelsmacker, 2001). 60% van alle Belgische media-investeringen gaan naar de Vlaamse markt.

Na een schematische weergave van het waardenetwerk, worden de verschillende actoren bondig besproken. Vervolgens staan we stil bij de rol van iedere speler in de creatie, de dynamiek en bedrijfseconomische kenmerken van het waardenetwerk, evenals de sterkten, zwakten, opportuniteiten en bedreigingen.

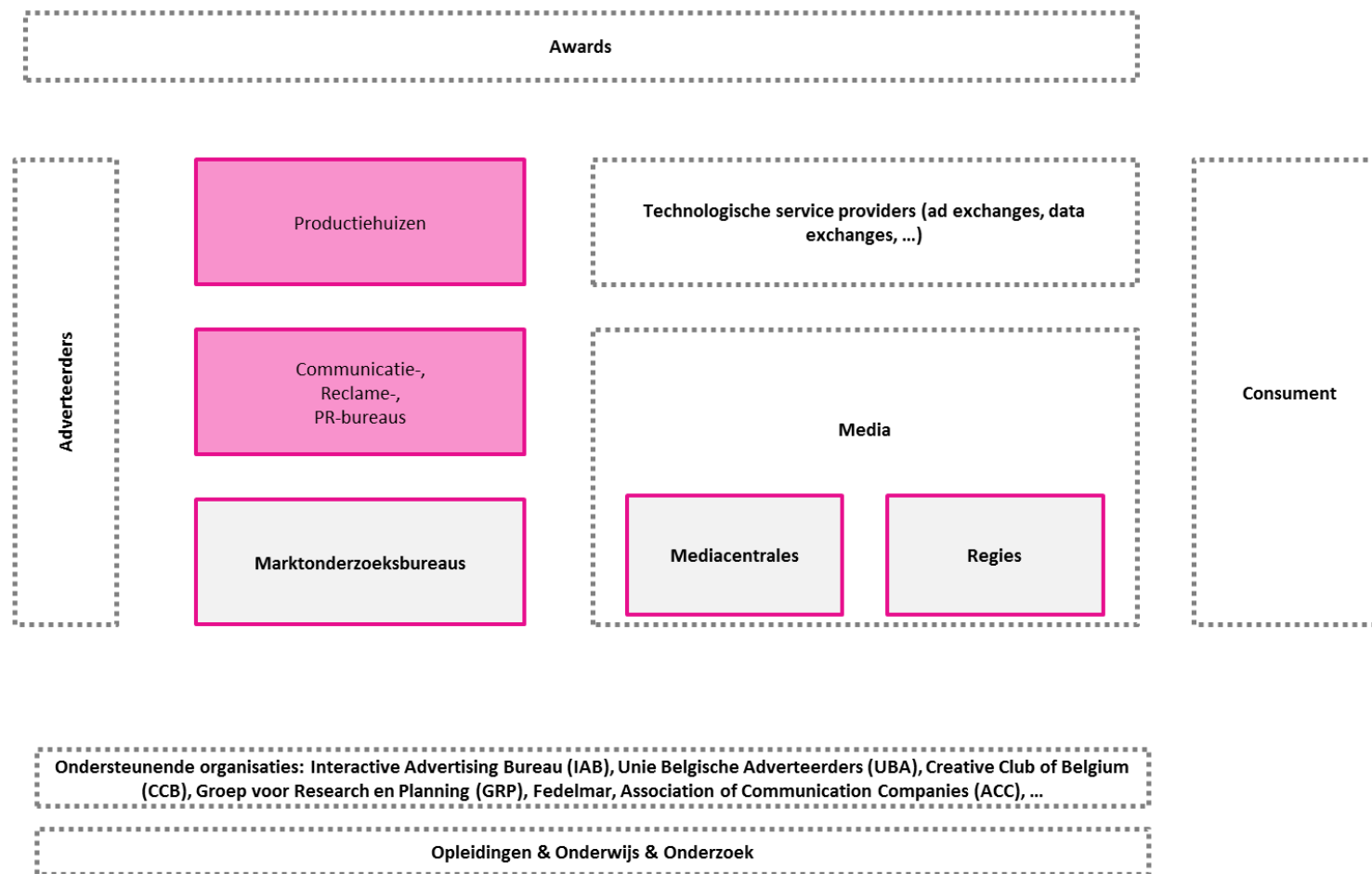
2. Waardenetwerk

2.1. Schematische voorstelling van het waardenetwerk

Onderstaand schema geeft een overzicht van de belangrijkste taak/taken van elke schakel in het waardenetwerk, waarbij de grootte van de verschillende blokjes niet van belang is. De reclame & communicatie sector is echter – net zoals de andere sectoren uit de Creatieve Industrieën – een dynamische sector waar grensvervaging en vervlechting van verschillende functies zeer kenmerkend is. Het is dan ook vanuit dit opzicht dat onderstaand schema geïnterpreteerd moet worden.

Reclame & Communicatie

- Kerncreatieve schakels
- Ondersteunend creatieve schakels
- Andere sector / facilitatoren / niet becijferd



2.2. Bespreking van de verschillende actoren

In deze paragraaf bespreken we kort de verschillende actoren in het waardenetwerk van de reclame- en communicatiesector. Zoals andere sectoren uit de Creatieve Industrieën is deze sector geen geïsoleerde sector: er zijn tal van cross-overs met andere sectoren en industrieën. In dit hoofdstuk concentreren we ons echter op de belangrijkste schakels binnen het waardenetwerk van reclame en communicatie.

Het proces van reclame en communicatie start bij een **adverteerder**. De Belgische advertentiemarkt wordt net zoals andere nationale markten gekenmerkt door de dominantie van enkele grote, vaak internationale spelers zoals Procter & Gamble, Danone, ... die een globale marketingstrategie hanteren. Deze strategie zorgt ervoor dat de afzetmarkt groter wordt, waardoor er via allerlei schaaffecten kostenbesparend gewerkt kan worden (Berte, 2010). Adverteerders in België investeerden in 2013 bijna 3,7 miljard euro in de verschillende communicatiekanalen (UBA, 2014). Meer dan ooit worden hun keuzes en hun beslissingen geleid door de te verwachten doeltreffendheid van hun acties. Hun aandacht overstijgt reeds geruime tijd de kloof tussen de verschillende types van kanalen. De behoefte aan differentiatie wordt steeds belangrijker voor merken gezien de cruciale rol die media spelen in hun communicatie naar de consument (Chaudoir & Cools, 2011).

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de top 10 van de Belgische adverteerders op basis van de investeringen in 2013:

Plaats	Adverteerder	Investering 2013 (per duizend euro)
1	Procter & Gamble Benelux	107.240
2	Unilever	78.409
3	D'leteren Group	68.125
4	PSA Peugeot Citroën	60.317
5	Coca-Cola Company	59.745
6	Reckitt & Benckiser	58.246
7	L'Oreal Group	53.055
8	Belgacom Group	53.036
9	VMMA (thans Medialaan)	52.410
10	Colruyt Group	38.594

Bron: (UBA, 2014)

Grote adverteerders beschikken doorgaans over interne communicatie-, PR- en reclameverantwoordelijken. Daarnaast werkt men samen met **externe reclame-, PR- en communicatiebureaus**. Op vlak van bureaus en agentschappen wordt de sector gekenmerkt door een doorgedreven internationalisatie en concentratie. Overnames en fusies in de reclamewereld zorgen ervoor dat vele reclameagentschappen vandaag tot grote groepen behoren, die bestaan uit reclamebureaus, marktonderzoeksbureaus, gespecialiseerde PR-agentschappen, enz. (Berte, 2010). Een aantal grote bureaus leveren dan ook 'full service'. Zij beheersen alle onderdelen op het traject van conceptontwikkeling tot uitvoering met inbegrip van promotiecampagnes, media- en verkoopplan, en eventueel marktonderzoek. Grote adverteerders binden zich vaak voor langere tijd aan wereldwijd werkende reclamebureaus. Tegelijk zijn kleinere, onafhankelijke bureaus in opkomst. Deze bureaus concurreren vooral op creatief talent (Senternovum, 2009). Een relatief recent fenomeen is de 'interactieve communicatie'. De meeste bureaus hebben dit tegenwoordig in hun dienstenpakket geïntegreerd. Vaak gaat het om een specifieke afdeling of een interactief filiaal dat al dan niet dezelfde naam draagt als het moederbedrijf. Anderzijds zijn er ook een aantal zeer gespecialiseerde reclameagentschappen die vanuit het interactieve kanaal reclamecampagnes opzetten en zo een volledige communicatiestrategie uitrollen (IAB, 2010).

De **productiehuizen** dragen bij aan de uitvoering van reclamecampagnes. Het kan hierbij gaan om reclamespots op tv, radio, internet,... Vaak zijn ze tevens betrokken in het creatief denkproces. Functies zoals acteurs, actrices, decor, monteurs, voice-overs, visagisten, kostuummakers, ... vertegenwoordigen een cruciale schakel in elke productie. In Vlaamse context schakelen productiehuizen naast hun vaste medewerkers vaak freelancers (zelfstandigen) in om deze taken uit te voeren. Reputatie, ervaring en kunde spelen hier een belangrijke rol. Voor de online wereld vervullen de productiehuizen doorgaans een andere rol. Het gaat hier dan om meer technische jobs zoals het ontwikkelen van creatieve banners, mini-sites, mobile en tablet apps, mobile sites, e-mail campagnes, search optimalisatie, enz. Daarnaast zijn ook de communicatieve profielen belangrijk bij de adverteerder, mediabureau of reclameagentschap die de dialoog met de consument beheren via online platforms, social media, e.a., wat niet altijd uitbesteed kan worden.

De **mediacentrale** houdt zich bezig met de plaatsing van de door het reclamebureau gemaakte spots of advertenties in de verschillende media. In de jaren '60 ontstond de eerste mediacentrale, Carat. De meeste mediacentrales zijn gegroeid vanuit en zijn nog steeds verbonden aan de grote reclamebureaus. Mediacentrales hebben een zeer grote invloed op het reclameland, zowel op de media zelf als op de adverteerders. De centrales kopen jaarlijks grote hoeveelheden mediaruimte aan voor hun klanten. Op deze manier kunnen ze interessante kortingen afdwingen en genieten van schaalvoordelen. Grote klanten die veel mediaruimte nodig hebben, halen op jaarbasis zeer veel voordelen uit dit systeem. Dankzij de complexiteit van het medialandschap is vandaag het beroep van mediaplanner uitermate belangrijk voor adverteerders en media. Elk beschikbaar medium heeft immers zijn eigen specifieke kenmerken waarmee men dient rekening te houden. Velen hebben hun activiteiten ook uitgebreid naar andere aspecten zoals pr, marktonderzoek,... waardoor de term media-agentschap of mediacentrale eigenlijk niet meer voldoet, maar men ze best kan omschrijven als volwaardig communicatieagentschap (Berte, 2010). Binnen de mediaplanning kan men twee grote fasen identificeren, namelijk de strategische planning en de tactische invulling. In de strategische fase zal de mediaplanner in overleg met het reclamebureau de media kiezen die in de campagne gebruikt zullen worden. Hij zal de keuze motiveren en het budget verdelen over de verschillende media. De mediaplanner zal zich laten leiden door analyses op basis van grootschalige studies die een inzicht geven in zowel het mediagebruik als het consumptiegedrag. In de tactische fase gaat men per geselecteerd medium de specificaties bepalen.

De grootschalige bereikstudies, zoals hierboven beschreven, worden uitgevoerd door **marktonderzoekbureaus** in opdracht van het CIM (Centrum voor Informatie over de Media, opgericht in 1971). Het CIM is een vzw waarvan de leden het triumviraat media, adverteerders en tussenpersonen (reclame- en mediabureaus) vertegenwoordigen. Adverteerders en reclamebureaus zoeken een antwoord op vragen als: 'Hoe en waar de doelgroep bereiken? Op welk moment en hoe vaak? Wat zijn socio-demografische elementen waarmee we rekening moeten houden?' Op basis van deze studies wordt de reclamestrategie verder gespecificeerd. Marktonderzoek kan op verschillende momenten in het waardenetwerk voorkomen. Zo kan marktonderzoek de adverteerder algemene informatie bezorgen en kunnen pre- en posttesten uitgevoerd worden.

Verder in het waardenetwerk komen de **reclameregies** aan bod. Reclameregies beheren de beschikbare advertentieruimte. Sommige uitgevers beschikken over een eigen interne regie die al dan niet verschillende mediavormen aanbiedt. Anderen doen hiervoor beroep op diensten van externe regies. Het grootste verschil tussen offline-regies en hun online-tegenhangers is dat deze laatsten zich ook bezighouden met de technische uitvoering van de campagnes op de

sites (IAB, 2010).

Technologische service providers en platforms spelen een steeds belangrijkere faciliterende rol in deze sector. Deze platforms faciliteren het kopen en verkopen van online reclame. Deze aanpak is zeer technologie-gedreven, in tegenstelling tot de historische benadering van het onderhandelen op prijs met verschillende media-partners. Meer en meer online reclame wordt verhandeld via dergelijke ad exchanges, waardoor deze ad exchanges (online beurzen waarop reclame gekocht en verkocht wordt) en ad netwerken (aankoop en verkoop handelshuizen) ook meer belang hebben dan ooit te voren.

In dit hoofdstuk zijn de **media** de dragers van de reclame en communicatie. De media worden hierbij gekenmerkt door een unieke, maar ook complexe structuur. De media produceren immers producten en diensten zowel voor private als voor publieke doelstellingen, maar tegelijk functioneren zij volgens de principes van de vrije markt. Voor alle media is reclame onontbeerlijk omdat de prijs die gevraagd wordt aan de consument de kosten niet kan dekken. Sommige media zijn zelfs gratis en leven enkel van reclame-inkomsten. Deze afhankelijkheid van reclame wordt nog versterkt in het digitale mediatijdperk omdat het aantal marktspelers aangroeit (Berte, 2010). Onderstaande tabel geeft de reclamedruk weer per mediumtype:

Medium	Investeringsaandeel									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Bioscoop	1,1%	1,2%	1,0%	0,8%	0,8%	0,8%	0,7%	0,9%	0,9%	1,0%
Dagbladen	23,1%	24,8%	24,5%	24,2%	23,3%	23,0%	22,1%	21,2%	20,6%	21,8%
Brochures	0,0%	0,0%	6,1%	5,0%	4,8%	4,8%	4,1%	3,9%	4,0%	3,4%
Magazines	12,3%	11,7%	10,0%	9,7%	9,5%	8,9%	8,6%	7,6%	7,3%	7,0%
Online	0,0%	0,0%	1,6%	2,7%	3,8%	4,1%	4,9%	5,3%	5,6%	5,8%
Buitenreclame	8,9%	9,0%	7,9%	7,7%	7,9%	7,8%	7,3%	8,2%	8,7%	8,4%
Radio	11,0%	12,1%	11,4%	12,2%	11,9%	11,3%	11,5%	12,4%	12,9%	13,1%
Televisie	43,7%	41,1%	37,4%	37,6%	38,1%	39,3%	40,8%	40,5%	40,1%	39,6%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Bron: (UBA, 2014)

Vervolgens overlopen we kort elk medium (OMD, 2010):

- **Televisie:** België kende een bekabelingsgraad die tot de hoogste ter wereld gerekend kon worden, maar door de komst van de digitale televisie lijkt deze af te nemen. Deze ontwikkeling draagt bij tot de fragmentatie van het aanbod, aangezien digitale tv voor een breder aanbod zorgt. Anderzijds brengt dit ook meer interactiemogelijkheden met zich mee. De tarieven voor reclame zijn slechts voor een korte periode geldig, variërend van een week tot een maand.
- **Radio:** Het radiolandschap in Wallonië is erg verschillend aan dat van Vlaanderen. In Vlaanderen is er een dominantie van publieke zenders. We zien tevens een geleidelijke ontwikkeling van het radio luisteren via internet, voornamelijk bij de jongeren.
- **Magazines:** De markt voor magazines is in afgelopen jaren dalende in populariteit. Hoewel er de laatste jaren wel sprake is van een groot aantal lanceringen van 'special interest' magazines, heeft de vergaande beschikbaarheid van informatie online gezorgd voor een daling in verkoop van magazines, zowel in abonnementsvorm als in losse verkoop.

- Internet: De dekking van de Belgische huishoudens met een basisbreedbandverbinding is bijna totaal in 2014, omdat dit 99,9 % bereikt. De dekking van een breedbandverbinding van ten minste 30 Mbps (of NGA), bereikte 98,3 %, oftewel de op twee na beste prestatie van de EU. De online media-investeringen kunnen onderverdeeld worden in 3 pijlers: display (bannering en online videos), search (aankoop van sleutelwoorden in zoekmotoren) en classifieds/directories (online zoekertjes en gidsen). Mobile en e-mail als media vertegenwoordigen op dit moment nog kleine omzetten. Meer en meer sites worden gecommmercialiseerd door regio's die naast internet ook andere mediumtypes in de portefeuille hebben, zoals mobile, tablet, print, tv, etc. De tarieven voor reclame schommelen van website tot website met twee businessmodellen: CPM (Cost per Mille; per duizend impressies) en CPC (Cost per Click; tarieven per klik). Variaties van deze laatste bestaan eveneens, zoals CPL (Cost per Lead), CPA (Cost per Action), CPS (Cost per Sale), enz. De online media-investeringen geven geen globaal beeld van de reclame-investeringen van de adverteerder, daar de investeringen in de ontwikkeling van web- en campagne sites, interactieve applicaties, optimalisatie voor zoekmotoren, social media activiteiten, soms een groter budget vertegenwoordigen dan de media-investeringen, in tegenstelling tot alle andere traditionele media.
- Bioscoop: De kwaliteit en het comfort van de Belgische bioscoopzalen zijn uniek in de wereld: ze beschikken onder andere over een hoge geluid- en beeldkwaliteit, ultrabrede schermen en digitale systemen. Het bioscoopbezoek wordt daarnaast in een breder onderdeel van het vrijetijdsspectrum geïntegreerd; naast bioscoop worden ook shopping-, drink- en eetgelegenheden aangeboden. Bioscoopreclame wordt per week gecommmercialiseerd en start reeds op woensdag, de dag van de filmreleases. De reclameruimte wordt niet per zaal verkocht, maar per 'park' of geografische zaalcombinatie en per ritme van aanwezigheid.
- Kranten: De laatste jaren krijgen de kranten te maken met dalende bereikcijfers, maar uitgeverij ondernemen allerlei acties om deze trend tegen te gaan. De krant is meer en meer een nieuwsmerk geworden waarbij de uitgeverij door een crossmediale aanpak proberen nieuwe doelgroepen te bereiken. De reclametarieven van de kranten zijn gebaseerd op een tarifiering per module waarbij de adverteerder de keuze heeft uit verschillende vaste modules. Steeds meer bladen worden niet langer huis aan huis verspreid, maar zijn ter beschikking op druk bezochte plaatsen zoals tankstations, openbare gebouwen, warenhuizen en parkings. Net als bij kranten wordt er bij de gratis regionale bladen in de meeste gevallen met vaste formaten gewerkt.
- Affichage: De Belgische affichagemarkt is traditioneel één van de meest ontwikkelde in Europa. De reclameruimte kan per stuk of in netwerk worden aangekocht. Affichage wordt meer doelgericht en probeert de consumenten op steeds meer verschillende plekken te bereiken. Beetje bij beetje ontwikkelt zich ook een digitaal aanbod (digital signage).

Doorheen het hele waardenetwerk van reclame en communicatie is er een sterke focus op de eindgebruiker, namelijk de consument. Het ultieme doel is namelijk dat hij of zij overtuigd is van de producten van de adverteerder. Naarmate de media veranderen, wijzigt ook het gedrag van de consument. Nieuwe media bieden de consument interactieve mogelijkheden waardoor hij controle krijgt over de content en de reclame waarmee hij via de media in contact komt (Musschoot & Lombaerts, 2008). Door de fragmentatie van het medialandschap zijn er overal nieuwe kanalen, titels, ... ontstaan die allemaal sterk afhankelijk zijn van reclame. Ook de adverteerder zelf als de consument (bv. blogs) ontwikkelen hun eigen media, waarbij ook reclame gebruikt wordt. Deze grote hoeveelheid reclame die dagelijks op de consument

afkomt, zorgt voor een gevoel van reclamemoetheid en een stijgend vermijdingsgedrag (Ha & McCann, 2008).

Ook de awards zijn een belangrijk onderdeel binnen het waardenetwerk van de reclame en communicatie. Ze zijn een erkenning voor de ontvanger, een financieel duwtje in de rug of een stevige promotionele troef. Een aantal voorbeelden zijn de EFFIE-awards, de CCB-awards en de MIXX-awards.

De sector wordt eveneens ondersteund door een aantal sector- en beroepsorganisaties. Een niet-exhaustief overzicht:

- ACC (Association of Communication Companies): De missie van ACC is het verbeteren, promoten en verdedigen van het beroep van marketing-communicatie ten opzichte van professionals in de communicatiesector, de adverteerders, het publiek, de overheid en de pers.
- CCB (Creative Club of Belgium): De leden van deze club zijn iedereen die betrokken is bij creativiteit. CCB wil creativiteit zichtbaarder maken en verbeteren in de communicatie met adverteerders. Ze geloven dat creativiteit het meest winstgevende pad is om efficiënt te communiceren.
- CIM (Centrum voor Informatie over de Media, opgericht in 1971). Het CIM is een vzw waarvan de leden het triumviraat media, adverteerders en tussenpersonen (reclame- en mediabureaus) vertegenwoordigen.
- Febelmar: Dit is een vereniging voor marktonderzoeksbureaus. Febelmar is op diverse terreinen actief. Altijd staan de belangen van de leden en de sector voorop. Concreet zet Febelmar zich in voor: de ontwikkeling en de promotie van het marktonderzoek en van opiniepeilingen in België, de verdediging van de belangen van de sector, een correcte toepassing van de deontologische regels voor marktonderzoek zowel wat betreft het verzamelen, verwerken en doorzenden van gegevens, als het publiceren ervan en een doorgedreven kwaliteit van de dienstverlening in het marktonderzoek.
- GRP (Groep voor Research en Planning): De GRP staat in voor het bevorderen van alles wat verband houdt met mediaplanning en mediaonderzoek. De GRP richt zich daarbij tot een ruim publiek van mensen die bij de sector betrokken zijn: reclamebureaus, mediacentrales, de media zelf, regies, onderzoeksinstituten en adverteerders. Alle disciplines die verband houden met media komen daarbij aan bod en geen enkel onderdeel van de communicatie of de mediakennis wordt over het hoofd gezien.
- IAB (Interactive Advertising Bureau): IAB brengt als beroepsvereniging alle actoren binnen de digitale en interactieve communicatiemarkt (internet, interactieve digitale televisie, mobile marketing,...) in België samen. Het vertegenwoordigt de belangen van meer dan 200 adverteerders, uitgeverij, aankoopcentrales van mediaruimte, agentschappen en andere dienstverleners van de informatiemaatschappij.
- UBA (Unie van Belgische Adverteerders): De UBA is een dienstverlenende organisatie die de belangen van Belgische adverteerders behartigt en hen een uniek kennis- en communicatieplatform biedt. Sinds de oprichting in 1949 is de vzw UBA uitgegroeid tot een professioneel en eigentijds ledennetwerk van meer dan 170 Belgische adverteerders. Samen nemen de leden het overgrote deel van de nationale mediabestedingen voor hun rekening. De UBA bundelt hierdoor een schat aan kennis en ervaring en is dus het uitgelezen platform om kennis te verwerven en uit te wisselen.
- UMA (United Media Agencies): De doelstellingen van de vereniging zijn het

promoten van het beroep van media-agentschap, en het verzekeren van de officiële vertegenwoordiging van haar leden bij alle instanties, organisaties en gevestigde waarden die op een directe of indirecte manier de evolutie binnen de media- en communicatiesector beïnvloeden of hier mee geconfronteerd worden.

2.3. De rol van de actoren in de schakels van het waardenetwerk

	(Boodschap strategie)	Creatie	Productie	Distributie	Exploitatie	Consumptie
Adverteerders						
Reclame, comm en PR bureaus						
Productiehuizen						
Marktonderzoeksbureaus						
Mediacentrales						
Regies						
Media						
Consument						

Voor deze studie rekenen we twee schakels tot de kerncreatieve actoren binnen de reclame & communicatie sector, namelijk de reclame-, communicatie- en PR-bureaus en de productiehuizen. Dat zijn de schakels waar de creatieve input uitermate belangrijk is en tevens de corebusiness vormt. Naast deze schakels kunnen we ook de adverteerders tot de kerncreatieve actoren rekenen. Zij hebben vaak interne reclame-, communicatie- en PR-medewerkers die creatieve input leveren aan het reclame- en communicatieproces.

De ondersteunende creatieve schakels binnen de sector zijn de marktonderzoeksbureaus, mediacentrales en regies. Deze schakels hebben voornamelijk een functionele rol en zijn ondersteunend bij de creatie en aflevering aan de consument.

De media zelf vormt een aanverwante schakel. Het is de drager die ervoor zorgt dat de reclame tot bij de consument komt. Deze schakel staat in nauw verband met andere sectoren die elders in dit rapport beschreven worden, zoals de gedrukte media en audiovisuele sector.

II. BEDRIJFSECONOMISCHE IMPACT VAN DE RECLAME & COMMUNICATIE SECTOR

In dit tweede deel wordt gekeken naar de voetafdruk van de reclame & communicatie sector in Vlaanderen op de economie. Hierbij wordt eerst gekeken naar een becijfering van de bedrijfseconomische impact van de sector aan de hand van een aantal macro-economische indicatoren. Concreet betekent dit dat voor elke geïdentificeerde schakel in de waardeketen, het aantal zelfstandigen, het aantal werkgevers, het aantal werknemers, de totale omzet en de totale toegevoegde waarde berekend wordt.

De diversiteit van de sector, evenals de onaangepaste financiële statistieken, hebben deze opdracht zodanig bemoeilijkt dat het een haast onmogelijke taak is om eenduidige cijfers te kunnen poneren. Vandaar dat systematisch verschillende bronnen met elkaar vergeleken worden om te komen tot een zo realistisch mogelijke weergave van de situatie inzake tewerkstelling en toegevoegde waarde.

In de volgende paragrafen, wordt per schakel de top-down en bottom-up benadering toegelicht. De resultaten van de gecorrigeerde cijfers zijn opgenomen in onderstaande tabel. De bottom-

up cijfers worden beschouwd als een ondergrens, de top-down cijfers als een bovengrens. We verwijzen naar het hoofdstuk methodologie voor een correcte interpretatie van deze cijfers. Daarnaast willen we er u op wijzen dat we voor het berekenen van de totaalcijfers per sector niet voor iedere schakel van de waardeketen over een top-down en bottom-up cijferreeks beschikken. Indien voor één schakel een bepaalde reeks ontbreekt, wordt de beschikbare cijferreeks overgenomen voor de berekening van het totaal teneinde een representatieve range te kunnen construeren. Concreet:

- Het top-down totaal omvat de top-down cijfers van de schakels waarvoor er een top-down benadering beschikbaar is. Indien géén top-down benadering beschikbaar is, worden de bottom-up cijfers gebruikt.
- Het bottom-up totaal omvat de bottom-up cijfers van de schakels waarvoor er een bottom-up benadering beschikbaar is. Indien géén bottom-up benadering beschikbaar is, worden de top-down cijfers gebruikt.

Kerncijfers Reclame & Communicatie sector in Vlaanderen, 2013:

Variabele	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	10.653	3.891
Werkgevers (aantal)	1.026	658
Werknemers (aantal VTE)	6.810	7.751
Omzet (€) *	3.482.225.800	2.331.580.689
Toegevoegde waarde (€)	1.065.121.133	714.270.743

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Reclame & Communicatie	Benadering	Zelfstandigen (# personen)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toegevoegde waarde (€)
Reclame-, comm-, en PR-bureaus	Top-down	8.047	758	4.602	2.519.195.885	727.614.717
	Bottom-up	2.910	505	6.600	1.929.798.690	569.167.673
Productiehuizen	Top-down					
	Bottom-up	96	22	139	44.020.545	13.899.581
Marktonderzoeksbureaus	Top-down	2.340	176	1.387	677.027.981	252.516.570
	Bottom-up	715	61	330	115.780.066	60.113.224
Mediacentrales & Regies	Top-down					
	Bottom-up	170	70	682	241.981.388	71.090.265
TOTAAL	Top-down	10.653	1.026	6.810	3.482.225.800	1.065.121.133
	Bottom-up	3.891	658	7.751	2.331.580.689	714.270.743

Indien we een opsplitsing maken naar kerncreatieve schakels en ondersteunend creatieve schakels van het waardenetwerk, krijgen we volgende onderverdeling:

Kerncreatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	8.143	3.006
Werkgevers (aantal)	780	527
Werknemers (aantal VTE)	4.741	6.739
Omzet (€) *	2.563.216.430	1.973.819.235
Toegevoegde waarde (€)	741.514.298	583.067.254
Ondersteunend creatief	Top-down	Bottom-up
Zelfstandigen (aantal)	2.510	885
Werkgevers (aantal)	246	131
Werknemers (aantal VTE)	2.069	1.012
Omzet (€) *	919.009.369	357.761.454
Toegevoegde waarde (€)	323.606.835	131.203.489

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Volgende actoren zijn evenwel niet vervat in deze cijfers:

- De bedrijfseconomische gegevens van de adverteerders.
- De tewerkstelling in de ondersteunende organisaties, evenals de tewerkstelling in het onderwijs voor de reclame & communicatie sector.
- De bedrijfseconomische gegevens omtrent awards.
- De bedrijfseconomische gegevens omtrent de media. Dit komt aan bod in andere sectoren zoals de audiovisuele sector en de gedrukte media en pers.

Vergelijking cijfers impactmeting referentiejaar 2013 met referentiejaar 2010

Variabele	Top-down 2013	Top-down 2010	Bottom-up 2013	Bottom-up 2010
Zelfstandigen (#)	10.653	8.566	3.891	3.158
Werkgevers (#)	1.026	1116	658	705
Werknemers (VTE)	6.810	6.966	7.751	8.422
Omzet (€) *	3.482.225.800	2.757.928.214	2.331.580.689	2.523.205.691
Toegevoegde waarde (€)	1.065.121.133	1.178.611.310	714.270.743	705.635.932

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Groei van de sector	Top-down groei (#)	Top-down groei (%)	Bottom-up groei (#)	Bottom-up groei (%)
Zelfstandigen (#)	2.087	24%	733	23%
Werkgevers (#)	-90	-8%	-47	-7%
Werknemers (VTE)	-156	-2%	-671	-8%
Omzet (€) *	724.297.586	26%	-191.625.002	-8%
Toegevoegde waarde (€)	-113.490.177	-10%	8.634.811	1%

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

* De optelling van de omzet is louter indicatief en heeft geen bedrijfseconomische betekenis

Op basis van de inzichten van de onderzoekers wordt in deze sector voor alle schakels de bottom-up cijferverzameling als meest betrouwbaar beschouwd. Aangezien de optelling van de omzet louter indicatief is, en daardoor geen bedrijfseconomische betekenis heeft, worden de volgende kerncijfers als eindcijfers voor de totale Reclame en Communicatiesector gezien:

Eindcijfers Reclame en Communicatiesector referentiejaar 2013 en referentiejaar 2010

Referentiejaar	Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Toeg. Waarde (€)
2013	3.891	658	7.751	714.270.743
2010	3.158	705	8.422	705.635.932

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Bij de eindcijfers zien we een forse groei van het aantal entiteiten, waarbij de positieve groei is toe te wijzen aan de groei van het aantal gevonden zelfstandigen (+23%). Het aantal teruggevonden werkgevers is echter licht gedaald (-7%). Ook bij het aantal teruggevonden werknemers is een soortgelijke daling merkbaar (-8%). Desondanks rapporteert de sector een lichte stijging in de totale toegevoegde waarde, die met ruim 8 miljoen euro, of ongeveer 1% stijgt.

In wat volgt geven we een overzicht van zowel de basis als gecorrigeerde cijfers volgens de top-down en bottom-up benadering voor volgende schakels van het waardenetwerk:

- Reclame-, Communicatie- en PR-bureaus

- Productiehuizen
- Marktonderzoeksbureaus
- Mediacentrales & Regies

1. Reclame-, communicatie- en PR-bureaus

Top-down benadering

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur worden de reclame-, communicatie- en PR-bureaus omvat in verschillende codes:

- 70.210: Adviesbureaus op gebied van PR en communicatie;
- 73.110: Reclamebureaus.

Deze codes leveren de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
2.846	5.959	7.653	1.834.177.995	798.694.851

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	1.014
Omzet	401
Toegevoegde waarde	4.071

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	758
Werknemers	4.602

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
8.047	758	4.602	2.519.195.885	727.614.717

Bron: Bel-First, RSZ

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

De top-down benadering van de schakel reclame-, communicatie- en PR-bureaus heeft in vergelijking met de vorige impactmeting een aanzienlijk aantal meer entiteiten (26%). Ook de op basis van RSZ gecorrigeerde aantal werknemers (519 werknemers meer, +13%) laat een flinke stijging zien. Het aantal werkgevers (op basis van RSZ cijfers), laat echter een kleine daling zien van 32 bedrijven minder (-4%). De gecorrigeerde toegevoegde waarde steeg waarschijnlijk door de toename van het aantal zelfstandigen en werknemers met € 87 miljoen (+14%).

Bottom-up benadering

Voor de bottom-up benadering hebben wij ons gebaseerd op volgende bronnen:

- Digimedia.be (who's who)
- Marketing book (Media Marketing)
- Sortlist.com
- Gouden Gids:
 - Communicatie-advies bureaus
 - Public Relations advies bureaus
 - Reclame-advies bureaus

De gecombineerde bronnen leveren de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
2.910	505	6.600	1.214.410.331	523.917.793

Bron: Sortlist, Media Marketing, Digimedia, Gouden Gids, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	505
Omzet	189
Toegevoegde waarde	1.685

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First of niet teruggevonden werden in Bel-First, worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders Dc – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
2.910	505	6.600	1.929.798.690	569.167.673

Bron: Sortlist, Media Marketing, Digimedia, Gouden Gids, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Hoewel in de huidige impactmeting dezelfde bronnen zijn gebruikt als bij de vorige impactmeting, wordt in deze meting gekomen tot een groter aantal entiteiten dan de vorige keer (457 entiteiten meer, een stijging van 15%). Dit leidt op haar beurt echter niet per se tot hogere basiscijfers in de overige kengetallen, waarbij het aantal werknemers daalt (-5%) en de toegevoegde cijfers nagenoeg gelijk blijft. Dit zet zich ook voort in de gecorrigeerde cijfers, waarbij stijgingen ten opzichte van de vorige impactmeting zijn in het aantal zelfstandigen (+ 511, een stijging van 21%). Het aantal werkgevers kent echter een daling van 54 organisaties (-10%). Uiteindelijk lijken deze wijzigingen weinig invloed uit te oefenen op de totale toegevoegde waarde, dat een zeer lichte stijging doormaakt van bijna € 5 miljoen (+0,8%).

2. Productiehuizen

Top-down benadering

De productiehuizen specifiek voor de reclame- en communicatiesector worden in de NACE-BEL nomenclatuur niet gegroepeerd onder een welbepaalde code. Daardoor kan de top-down benadering niet uitgevoerd worden.

Bottom-up benadering

Voor de bottom-up benadering van de productiehuizen hebben we ons gebaseerd op Keynet op de categorieën 'productiehuis/commercials' 'producent/commercial' en 'productiehuis/tv commercials'. Naar alle waarschijnlijkheid zijn er ook productiehuizen in andere categorieën die aan bod komen binnen de reclame & communicatie. Om overlap te vermijden met de audiovisuele sector worden ze in dit hoofdstuk niet mee opgenomen.

Deze categorie van Keynet levert de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	193
Overgebleven entiteiten na opschoning	118

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
96	22	139	18.498.587	11.911.725

Bron: Keynet, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	22
Omzet	6
Toegevoegde waarde	42

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First of niet teruggevonden werden in Bel-First, worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
96	22	139	44.020.545	13.899.581

Bron: Keynet, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

Hoewel in de bottom-up analyse slechts 4 meer entiteiten zijn gevonden in de basiscijfers, is van meer van deze entiteiten het aantal werknemers en financiële cijfers teruggevonden. Het aantal werkgevers stijgt hierdoor van 10 naar 22 (+120%), en het aantal werknemers met 111 (+396%). Dit heeft een direct gevolg op de uiteindelijke toegevoegde waarde. Deze verdubbeld

daardoor van bijna € 7 miljoen naar bijna € 14 miljoen, een stijging van meer dan 100%.

3. Marktonderzoeksbureaus

Top-down benadering

Volgens de NACE-BEL 2008 nomenclatuur worden de marktonderzoeksbureaus binnen de reclame en communicatie sector omvat in volgende code:

- 73.200: Markt- en opinieonderzoeksbureaus

Deze code levert de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	4.256
Overgebleven entiteiten na opschoning	2.516

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
494	2.022	3.422	660.265.572	355.559.522

Bron: Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	428
Omzet	230
Toegevoegde waarde	1.567

Bron: Bel-First

De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid rapporteert voor dezelfde NACE-codes volgende gegevens inzake tewerkstelling voor het vierde kwartaal van 2013:

Variabele	Aantallen
Werkgevers	176
Werknemers	1.387

Bron: RSZ

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De RSZ gegevens inzake aantal werkgevers en werknemers zijn officiële statistieken en worden bijgevolg in de gecorrigeerde cijfers overgenomen, ter vervanging van de rapportage in Bel-First.
- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First worden als 1 zelfstandige meegerekend.

Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
2.340	176	1.387	677.027.981	252.516.570

Bron: Bel-First, RSZ

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

De schakel van marktonderzoekbureaus heeft in de top-down benadering van de huidige impactmeting een sterke daling doorgemaakt in veel kengetallen. Hoewel het aantal entiteiten nog wel steeg met 13%, daalde het aantal werkgevers (-22%) en werknemers (-32%) in deze schakel (op basis van officiële RSZ cijfers). Net als bij de vorige impactmeting bestaat er in deze schakel een groot verschil tussen het aantal werknemers gevonden in Bel-First en het aantal werknemers die zijn opgenomen in de RSZ cijfers. Hierdoor vind er een zeer sterke correctie plaats in de toegevoegde waarde. De sterke daling in werkgevers en werknemers in deze schakel zet zich dan ook door in de toegevoegde waarde, dat een daling doormaakt van €195 miljoen (-44%).

Bottom-up benadering

Voor de bottom-up benadering hebben wij ons gebaseerd op volgende bronnen:

- Ledenlijst Febelmar
- Gouden Gids:
 - Marktonderzoeksbureaus

De gecombineerde bronnen leveren de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	950
Overgebleven entiteiten na opschoning	776

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
715	61	330	33.516.325	49.650.824

Bron: Febelmar, PUB online agency book, Gouden Gids, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	61
Omzet	32
Toegevoegde waarde	376

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First of niet teruggevonden werden in Bel-First, worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
715	61	330	115.780.066	60.113.224

Bron: Febelmar, Gouden Gids, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In de bottom-up benadering van deze schakel is in de basiscijfers een flinke stijging van het aantal entiteiten terug te vinden, wat leidt tot stijgingen in de eindcijfers van zowel de zelfstandigen (+76%) als de werkgevers (+30%). Net als in de top-down benadering vindt echter ook in de bottom-up benadering een sterke daling plaats van het aantal werknemers, dat daalt met 338 VTE (-51%). Voor de toegevoegde waarde leidt dit uiteindelijk toch een hoger eindresultaat: een stijging van € 9 miljoen (+19%).

4. Mediacentrales & regies

Top-down benadering

De mediacentrales & regies worden in de NACE-BEL nomenclatuur niet gegroepeerd onder een welbepaalde code. Daardoor kan de top-down benadering niet uitgevoerd worden.

Bottom-up benadering

In de bottom-up benadering nemen we de mediacentrales mee, alsook de externe regies, dus geen regies interne bij uitgevers/media. We baseerden ons hiervoor op volgende bronnen:

- PUB online agency book

- PUB online media book
- Vlaamse Regulator voor de Media
- Gouden Gids:
 - Reclameregie

De gecombineerde bronnen leveren de volgende input:

Totaal aantal gevonden entiteiten	407
Overgebleven entiteiten na opschoning	240

Een verdere analyse leidt tot de volgende basiscijfers:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
170	70	682	165.959.393	67.768.453

Bron: PUB online agency book, PUB online media book, VRM, Gouden Gids, Bel-First

Het aantal werknemers, de omzet en de toegevoegde waarde worden niet voor alle bedrijven gerapporteerd door Bel-First:

Variabele	Aantal bedrijven
Werknemers	70
Omzet	30
Toegevoegde waarde	113

Bron: Bel-First

Om deze basiscijfers te extrapoleren naar de totale populatie worden volgende correcties doorgevoerd:

- De bedrijven die geen werknemers rapporteren in Bel-First of niet teruggevonden werden in Bel-First, worden als 1 zelfstandige meegerekend.
- Voor de werkgevers worden volgende assumpties doorgevoerd:

Mediane omzet per werknemer	€ 229.957
Mediane toegevoegde waarde per werknemer	€ 66.068

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op Bel-First

- Voor de zelfstandigen, worden volgende assumpties doorgevoerd:

Gemiddelde jaaromzet zelfstandige	€ 61.124
Gemiddelde toegevoegde waarde zelfstandige	€ 26.156

Bron: Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum gebaseerd op RSVZ en Van den Born (2009)

Dit levert de volgende gecorrigeerde cijfers op:

Zelfstandigen (#)	Werkgevers (#)	Werknemers (VTE)	Omzet (€)	Toeg. Waarde (€)
170	70	682	241.981.388	71.090.265

Bron: PUB online agency book, PUB online media book, VRM, Gouden Gids, Bel-First, Flanders DC – Antwerp Management School Kenniscentrum

Interpretatie en vergelijking van deze cijfers met de impactmeting over referentiejaar 2010

In vergelijking met de vorige impactmeting leveren dezelfde bronnen een flink aantal minder entiteiten op (-29%), waarbij zowel het aantal zelfstandigen (-32%) als het aantal werkgevers (-21%) een daling doormaken. Dit zet zich ook door in het aantal VTE werknemers, dat daalt met 119 VTE (-15%) en toegevoegde waarde (-15%).

BESLUIT

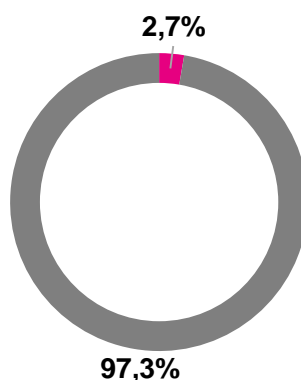
Dit onderzoeksrapport heeft de Creatieve Industrieën in Vlaanderen in kaart gebracht: enerzijds door de waardenetwerken van de 12 verschillende sectoren uit te tekenen, en anderzijds door de directe bedrijfseconomische impact in te schatten. Deze bedrijfseconomische analyse van de creatieve industrieën toont dat in 2013:

- ca. 53.500 zelfstandigen actief waren in een van de creatieve sectoren (12,9% van het aantal zelfstandigen in hoofdberoep in Vlaanderen),
- ca. 70.000 voltijds equivalente werknemers (2,4% van alle Vlaamse werknemers) tewerkgesteld werden door 8.169 werkgevers,
- een bedrijfseconomische bijdrage aan de Vlaamse economie werd geleverd met een totale gegenereerde omzet van € 23,6 miljard en een toegevoegde waarde van € 7,2 miljard.

Zelfstandigen #	Werkgevers #	Werknemers #	Omzet (miljard €)	Toeg. Waarde (miljard €)
53.477	8.169	69.983	23,6	7,2

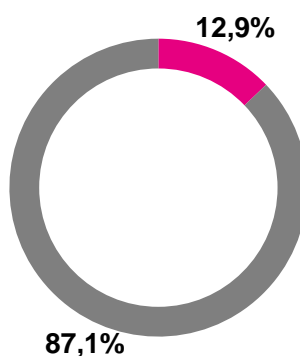
Totaalcijfers Creatieve Industrieën in 2013

Toegevoegde Waarde 2013



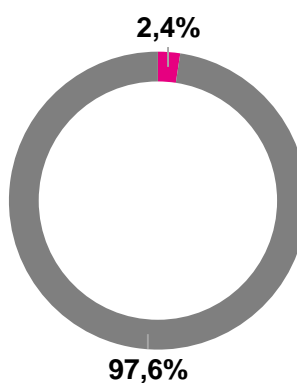
- Creatieve Industrieën: € 7,2 miljard
- Totale economie Vlaanderen: € 265 miljard

Zelfstandigen 2013



- Zelfstandigen Creatieve Industrieën: 53.477
- Zelfstandigen Vlaanderen: 415.592

Werknemers 2013



- Werknemers Creatieve Industrieën: 69.983
- Werknemers Vlaanderen: 2.911.767

VERGELIJKING MET DE VORIGE IMPACTANALYSE

In vergelijking met referentiejaar 2010 kunnen volgende **globale evoluties worden vastgesteld**:

- Het aantal zelfstandigen, de omzet en de toegevoegde waarde stijgt met respectievelijk 3%, 4% en 3%.
- De werkgevers en werknemers dalen met respectievelijk 7% en 5%.

Impactstudie	2015	2013*	2011*
Referentiejaar	2013	2010	2008

Zelfstandigen (#)	53.477	51.988	51.920
Werkgevers (#)	8.169	8.711	8.174
Werknemers (VTE)	69.983	73.455	69.931
Omzet (€)	23.562.680.031	22.675.208.739	23.906.051.769
Toegevoegde waarde (€)	7.174.077.561	6.983.023.713	7.010.703.743

Vergelijking impactstudies over referentiejaar 2013, 2010 en 2008

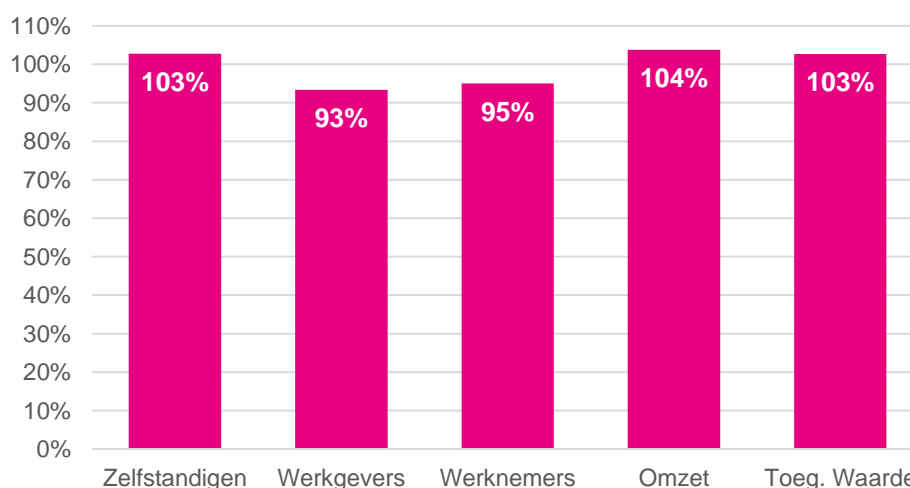
* In functie van verbeterde inzichten in de data zijn enkele databronnen uit de vorige impactmetingen herberekend.

Impactstudie	Absolute stijging		Relatieve stijging	
	2013-2010	2010-2008	2013-2010	2010-2008
Referentiejaar	2013-2010	2010-2008	2013-2010	2010-2008
Zelfstandigen (#)	1.489	68	2,78%	0,13%
Werkgevers (#)	-542	537	-6,63%	6,16%
Werknemers (VTE)	-3.472	3.524	-4,96%	4,80%
Omzet (€)	887.471.292	-1.230.843.030	3,77%	-5,43%
Toegevoegde waarde (€)	191.053.848	-27.680.030	2,66%	-0,40%

Vergelijking impactstudies over referentiejaar 2013, 2010 en 2008

Onderstaande figuur geeft een overzicht van de verandering van de kengetallen ten opzichte van de vorige impactmeting. Hierbij zijn de uitkomsten van de vorige impactmeting geïndexeerd op 100%, en geven de balken aan in hoeverre de nieuwe impactcijfers zich relatief verhouden hier tegenover.

Creatieve industrieën 2013 tov 2010



Verandering kengetallen ten opzichte van het vorige referentiejaar 2010

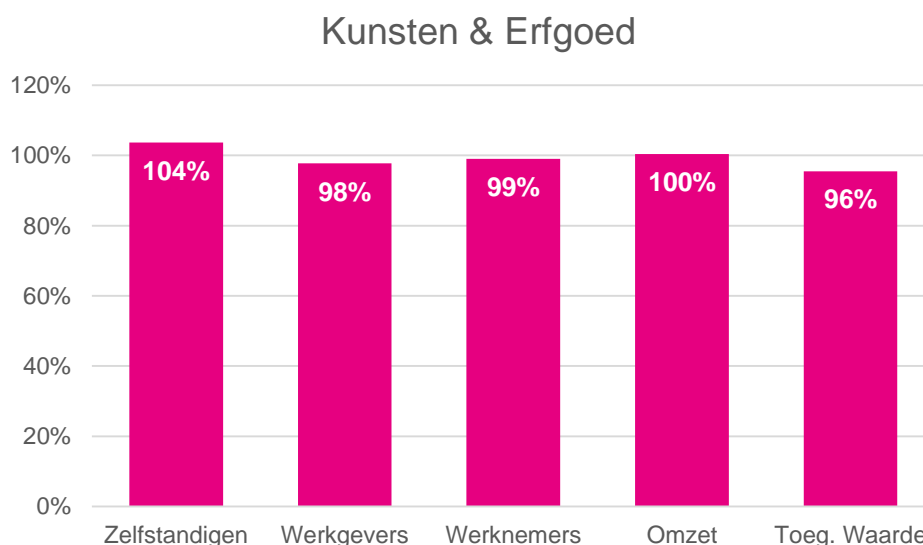
De evolutie van de cijfers zou kunnen duiden op een concentratie in het creatieve landschap: meer opbrengsten worden verdeeld onder minder werkgevers en werknemers. Deze uitspraak moet echter met enige voorzichtigheid behandeld worden, want niet in elke sector spelen zich dezelfde tendensen af. Wanneer we de verschillende deelsectoren opdelen in drie clusters,

naar analogie met onderzoek dat gevoerd wordt in Nederland (Rutten, Marlet, & Van Oort, 2011), kunnen we de bevindingen nuanceren en worden enkele trends zichtbaar.

Kunsten & Erfgoed	Media & Entertainment	Creatief Zakelijke Dienstverlening
Beeldende kunsten	Audiovisuele sector	Architectuur
Podiumkunsten	Geschreven media	Design
Muziek	Nieuwe media	Mode
Cultureel erfgoed	Gaming	Reclame & communicatie

Cluster 1 - Kunsten en erfgoed

In de vorige impactmeting kon binnen de cluster kunsten en erfgoed (beeldende kunsten, podiumkunsten, muziek en cultureel erfgoed) behoren over de hele lijn een stijging worden vastgesteld. In de huidige meting is het beeld meer gevarieerd, waarbij een duidelijke stijging in het aantal zelfstandigen merkbaar is (bijvoorbeeld in de muziek en beeldende kunsten sectoren). Op het gebied van het aantal werknemers en werkgevers is er een lichte daling merkbaar, veroorzaakt door lagere eindcijfers in de podiumkunsten en muziek sectoren. Tenslotte is er met name een neergang merkbaar in de toegevoegde waarde binnen deze cluster, vooral veroorzaakt door een daling in toegevoegde waarde in de muzieksector.



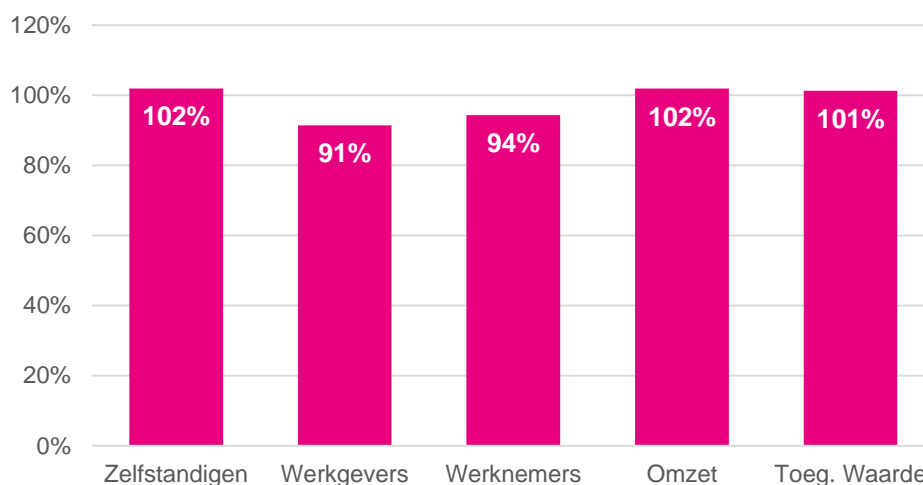
Verandering kengetallen ten opzichte van het vorige referentiejaar 2010

Cluster 2 - Media en entertainment

Tot de cluster media en entertainment behoren de audiovisuele industrie, gaming, geschreven media en nieuwe media (ook deze sector wordt in ons rapport wel benoemd en beschreven, maar niet cijfermatig geanalyseerd omwille van het ontbreken van cijfers). In de vorige impactmeting werd over de gehele lijn een dalende trend geconstateerd, destijds verklaard door de toenemende digitalisering. Deze daling zet zich in de huidige impactmeting door op het vlak van het aantal werkgevers en werknemers, die vooral in de sectoren van de audiovisuele kunsten en de geschreven media – pers flink dalen. Desondanks deze dalende tendens, zijn er

ook stijgingen merkbaar. Het aantal zelfstandigen in deze cluster stijgt met 2%, en ook de totale omzet en toegevoegde waarde maakt een soortgelijke stijging door.

Media & Entertainment

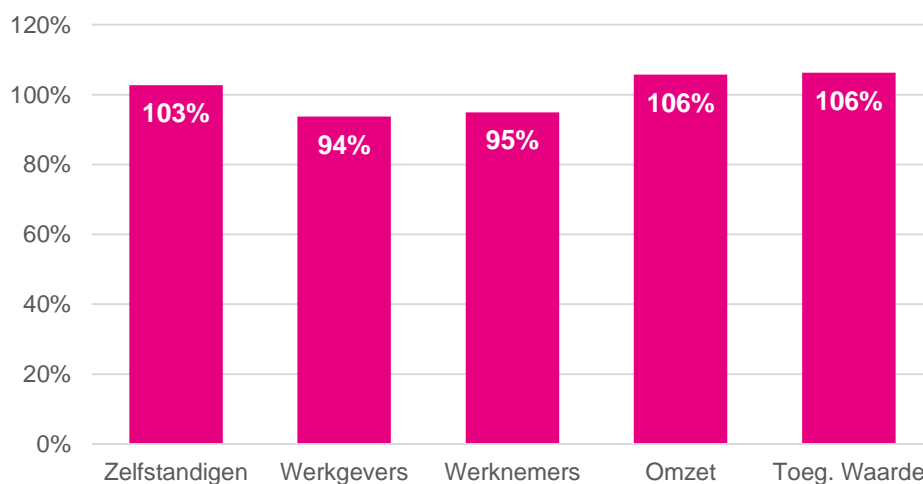


Verandering kengetallen ten opzichte van het vorige referentiejaar 2010

Cluster 3 – Creatief Zakelijke Dienstverlening

Ook in de cluster creatief zakelijke dienstverlening, waartoe architectuur, design, mode en reclame & communicatie worden gerekend, is het beeld gemengd: het aantal werknemers en werkgevers daalt en het aantal zelfstandigen, de omzet en toegevoegde waarde stijgen weer op hun beurt. Grote stijgingen zijn met name merkbaar in de design sector die (behalve bij het aantal zelfstandigen) flinke stijgingen laat zien binnen de in dit onderzoek louter meegenomen puur kerncreatieve onafhankelijke schakel van designers en designbureaus, als bij de architectuur sector waar vooral de financiële kengetallen een positieve ontwikkeling doormaken. De reclame en communicatie sector maakt daarentegen dalingen door in het aantal werkgevers, werknemers en de omzet. Op het gebied van het aantal zelfstandigen is echter wel een stijging merkbaar, evenals (in lichte vorm) bij de toegevoegde waarde.

Creatief Zakelijke Dienstverlening



BANDBREEDTE VAN DE IMPACTMETING

In de bedrijfseconomische impactmeting van de creatieve industrieën wordt telkens getracht, wanneer mogelijk, de cijferverzameling volgens twee benaderingen te laten plaatsvinden. Deze beide benaderingen geven in essentie de *bandbreedte* weer van de meting. Onderstaande tabel geeft een inzicht in de grootte van deze bandbreedte. Hierbij wordt steeds aangegeven hoe groot het verschil tussen de eindresultaten van beide benaderingen is.*

Impactmeting over referentiejaar	Verschil tussen Top-Down en Bottom-Up					
	Zelfstandigen	Werkgevers	Werknemers	Omzet	Toeg. Waarde	Gemiddelde afwijking
2013	51%	18%	-9%	17%	14%	22%
2010	60%	15%	-9%	11%	23%	24%
2008	51%	32%	26%	23%	48%	36%

Bandbreedte van de impactmeting

In de laatste kolom van de tabel staat de gemiddelde afwijking van de vijf verschillende kengetallen weergegeven. Zoals blijkt daalt deze bandbreedte steeds lager wordt (van 36% in de meting over 2008 naar 22% in de huidige meting). Dit geeft aan dat in de huidige impactmeting de bottom-up en top-down benaderingen wederom dicht bij elkaar liggen. Hieruit kan voorzichtig worden geconcludeerd dat in de huidige impactmeting de validiteit is toegenomen.

Tot slot is het belangrijk aan te stippen dat de uitgevoerde bedrijfseconomische impactanalyse volgens de top-down en bottom-up methodiek zeer gedetailleerd is en dit schematische overzicht een noodgedwongen vereenvoudiging is ten behoeve van een duidelijke communicatie van de resultaten naar een groter publiek. Voor meer inzicht in de evoluties die elke sector of elke schakel doormaakte sinds 2010, verwijzen we naar de uitgebreide bedrijfseconomische analyse van de verschillende sectoren in dit rapport.

KANTTEKENINGEN

Er zijn een aantal factoren die het op dit moment onmogelijk maken om een accurate berekening te maken van de bedrijfseconomische waarde van de Creatieve Industrieën in Vlaanderen. De belangrijkste hiervan zijn:

- Een activiteiten nomenclatuur (NACE-BEL) die in belangrijke mate onaangepast is aan de afbakening van sectoren in een digitale kenniseconomie en die geenszins aansluit

* Deze bandbreedte wordt berekend volgens de volgende formule: (Top-Down cijfer – Bottom-up cijfer) / Bottom-up cijfer.

bij de afbakening van de Creatieve Industrieën.

- De dikwijls onjuiste of arbitraire toekenning van NACE-BEL codes aan rechtspersonen waarbij er soms grote afwijkingen bestaan tussen de omschrijving van de NACE-BEL code en de activiteiten van populatie rechtspersonen die eronder ressorteren.
- Activiteitennomenclaturen zijn gebaseerd op sectoren en subsectoren in de economie, en in mindere mate op beroepen of functies. Om de Creatieve Industrieën bedrijfseconomisch in kaart te brengen is dit problematisch.
- Zoals uit de impactanalyse blijkt, benadert het aandeel zelfstandige entiteiten in de Creatieve Industrieën ruim een derde van de totale tewerkstelling. Net voor deze groep zijn er uitermate weinig cijfergegevens beschikbaar.

Zoals ook in de vorige impactstudies werd aangehaald, is er een grote behoefte aan een betrouwbare en volledige gegevensbasis voor de Creatieve Industrieën. De bedrijfseconomische impact die in dit rapport wordt voorgesteld kan als een verdienstelijke poging beschouwd worden, rekening houdend met de tekortkomingen die omschreven zijn in het hoofdstuk methodologie. De immer verkleinde bandbreedte tussen de top-down en bottom-up benaderingen in de huidige meting ten opzichte van de vorigen, duidt op een verfijning van (met name) de bottom-up dataverzamelingstechnieken. De voor elke schakel opnieuw overwogen bottom-up wijze van dataverzameling kan daardoor als betrouwbaarder worden beschouwd en is aldus een verdere verfijning van de gebruikte methodologie. De veranderingen binnen de veelal hoog-dynamische creatieve sectoren vereisen echter een vrijwel continue heroverweging van gebruikte methoden en technieken van dataverzameling. Het in 2011 verschenen onderzoeksrapport '*Monitoringinstrument voor de Creatieve Industrieën in Vlaanderen*' komt tegemoet aan de noodzaak tot een meetinstrument voor de bedrijfseconomische impact van de Creatieve Industrieën in Vlaanderen (Giette, Jacobs, Schramme, & Vandenbempt, 2011b). Het verschaft de sectoren inzicht in de wijze van gegevensverzameling via een duidelijk stappenplan, inclusief een template voor de gegevensverzameling per sector. In verschillende sectoren zijn reeds stappen ondernomen om te komen tot een betere databank van actoren, wat de bottom-up dataverzameling in de huidige impactmeting zeker ten goede kwam.

Vanwege de hoog-dynamische eigenschappen van de creatieve industrieën zijn vergelijkingen tussen sectoren onderling en binnen sectoren over de tijd slechts mogelijk op een abstract niveau en dienen ook als dusdanig met veel voorzichtigheid en met gevoel voor nuance worden bekeken. De evolutie die in het rapport voor elke sector (en zelfs schakel) apart staat beschreven moet dan ook vanuit deze invalshoek worden gelezen en kan niet zonder meer additief leiden tot een globale conclusie over een bepaalde sector in zijn geheel.

BIBLIOGRAFIE

LITERATUUR

- BAM. (2008). *Arts Flanders 2008 Compilation Box: Visual Arts*. Gent: BAM Flemish institute for visual, audiovisual, and media art.
- Berte, K. (2010). *Reclame in een digitaal medialandschap. Uitdagingen, opportuniteiten en knelpunten voor reclame op interactieve digitale televisie*. Gent: Doctoraal proefschrift, Vakgroep Communicatiewetenschappen, Universiteit Gent.
- Buelens, M., & Van De Woestyne, M. (2006). *Spelers uit de televisiesector getuigen: een verkennende studie in de creatieve industrieën*. Leuven: Flanders DC.
- BUP. (2007). *Rol en betekenis van galeries en kunsthandel*. Gent: Lineart.
- Chaudoir, F., & Cools, B. (2011). *2010 was een "goed jaar" in de media*. Space Essentials.
- Cotton, A. M. (2004). *Reclame en mediaplanning*. Antwerp, Belgium: Garant.
- De Baerdemaeker, M., Vastmans, F., & Vandekerckhove, B. (2011). *De sociaal-economische impact van het onroerend erfgoed(beleid) in Vlaanderen*. Brussel: Vlaamse overheid, Departement Ruimtelijke Ordening, Woonbeleid en Onroerend erfgoed, Afdeling Stedenbouwkundig beleid en Onroerend erfgoedbeleid.
- De Bens, E. (2001). *De pers in België. Het verhaal van de Belgische dagbladpers. Gisteren, vandaag en morgen*. Tielt: Lannoo.
- Deneuter, D., & De Mot, T. (2006). *Het opnemen van een cd in eigen beheer*. Brussel: Poppunt.
- De Pauw, E., Pleysier, S., Van Looy, J., Bourgonjon, J., Rutten, K., Vanhoooven, S., & Soetart, R. (2008). *Ze krijgen er niet genoeg van! Jongeren en gamen, een overzichtstudie*. Brussel: Studie in opdracht van viWTA, Vlaams Parlement.
- De Pelsmacker, P. (2001). Advertising in Belgium. In I. Kloss & M. Abe, *Advertising Worldwide*. Berlijn: Springer.
- De Voeght, L. (2005). *De galerij voor hedendaagse kunst. Brussel als casestudy* (Scriptie ingediend tot het bekomen van het diploma Master Cultuurmanagement, UAntwerpen). Antwerpen.
- De Voldere, I., & Maenhout, T. (2007). *3 sectoren in de Vlaamse creatieve industrie*. Gent:

Vlerick Leuven Gent Management School.

- De Voldere, I., Maenhout, T., & Debruyne, M. (2007). *Fashionate about creativity*. Leuven: Flanders DC.
- Dillemans, R., & Schramme, A. (2005). *Wegwijs cultuur*. Leuven: Davidsfonds.
- Dumon, P., & Debackere, J. (2014, October 3). "Dit is nog maar het begin." *De Morgen*, pp. 2–3.
- Elzinga, V. (2011). *Onderzoek VAV: Auteurs kunnen niet leven van schrijven*. Boekenblad.
- Espeel, A. (2006). *Zakelijke ondersteuning voor kunstenaars: managementbureaus voor beeldende kunst*. (Scriptie ingediend tot het bekomen van het diploma Master Cultuurmanagement, UAntwerpen). Antwerpen.
- Gielen, P., & Laermans, R. (2004). *Een omgeving voor actuele kunst, een toekomstperspectief voor het beeldende-kunstenlandschap in Vlaanderen*. Tiel: Lannoo.
- Guiette, A., Jacobs, S., Schramme, A., & Vandenbempt, K. (2011a). *Creatieve Industrieën in Vlaanderen: Mapping en bedrijfseconomische analyse*. Leuven: Flanders DC – Antwerp Management School kenniscentrum.
- Guiette, A., Jacobs, S., Schramme, A., & Vandenbempt, K. (2011b). *Monitoringsinstrument voor de Creatieve Industrieën in Vlaanderen*. Leuven: Flanders DC – Antwerp Management School kenniscentrum.
- Guiette, A., Schramme, A., & Vandenbempt, K. (2010). *Creatieve Industrieën in Vlaanderen anno 2010: een voorstudie*. Leuven: Flanders DC – Antwerp Management School kenniscentrum.
- Ha, L., & McCann, K. (2008). An Integrated Model of Advertising Clutter in Offline and Online Media. *International Journal of Advertising*, 27(4), 569–592.
- Hilger, J. (2008). The apparel industry in West Europe. Creative encounters Working Papers nr 22. Retrieved from www.cbs.dk/creativeencounters
- IAB. (2010). *Interactive marketing book 2010*. Brussel: IAB België.
- Jacobs, S., Demol, M., Van Andel, W., & Schramme, A. (2013). *Bijdrage van de creatieve industrieën tot een innovatief Vlaanderen*. Leuven: Flanders DC – Antwerp Management School kenniscentrum.
- Janssens, J. (2010). Ubi sunt? De "whereabouts" van de acteurs actief in 1993-1994. *Courant*, 92, 18–26.
- Janssens, J., & Moreels, D. (2008). *Survival in de podiumjungle. De loopbaan van performers*

- in de podiumkunsten (1993-2005)*. Brussel: Vlaams Theater Instituut.
- Kunstenloket. (2008). *Mogelijkheden van microkredieten aan kunstenaars*. Brussel: Vlaamse Overheid, Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media.
- Lernout, G. (2004). *Een beknopte geschiedenis van het boek*. Antwerpen: Meulenhoff/Manteau.
- Logie, M. (2005). *Beschikbaarheid van audiovisuele creaties in Vlaanderen 2005*. Gent: Initiatief Audiovisuele Kunst (IAK).
- Maenhout, T., De Voldere, I., Onkelinx, J., & Sleuwaegen, L. (2006). *Creatieve industrie in Vlaanderen*. Flanders District of Creativity.
- Maes, J. (2015). Het Vlaamse boekenaanbod in cijfers. Boek.be.
- McAndrew, C. (2011). *The role of Art & Antique Dealers: an added value*. Londen: Historical and future perspectives Publications.
- Musschoot, I., & Lombaerts, B. (2008). *Media in Beweging. Handboek voor de professional*. Leuven: Lannoo Campus.
- Newzoo. (2014). *2014 Country summary report Belgium*. Amsterdam: Newzoo.
- OMD. (2010). *Media Digest Belgium 2010*.
- Roelandt, E. (2008). Een actieve positie voor kunstenaars in een open insitutioneel kader. *<H>art*, (45).
- Rutten, P., Marlet, G., & Van Oort, F. (2011). *Creatieve industrie als vliegwiel*. Haarlem: Paul Rutten Onderzoek.
- Schrauwen, J., Demol, M., Van Aniel, W., & Schramme, A. (2014). *Creatieve Industrieën In Vlaanderen In 2010: Mapping En Bedrijfseconomische Analyse*. Leuven: Flanders DC – Antwerp Management School kenniscentrum.
- Schrauwen, J., & Schramme, A. (2013a). *De Modesector in Vlaanderen gesegmenteerd [The fashion industry in Flanders, by segment]*. Antwerp: Flanders Fashion Institute.
- Schrauwen, J., & Schramme, A. (2013b). Private kunstschaten openbaar, de rol van private kunstverzamelaars in het kunstenlandschap. In *50 OKV, vijftig jaar kunst- en erfgoedtijdschrift*. Gent: Openbaar kunstbezit in Vlaanderen.
- Schrauwen, J., Schramme, A., & Swennen, F. (2011). *De huidige, mogelijke en wenselijke rol van de private sector bij investeringen in infrastructuur en uitbating van museumdepots in Vlaanderen*. Brussel: Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media.
- Segers, K., Schramme, A., & Devriendt, R. (2010). Do Artists Benefit from Arts Policy? The

- Position of Performing Artists in Flanders (2001–2008). *Journal of Arts Management, Law & Society*, 40(1), 58–75. <http://doi.org/10.1080/10632921003603919>
- Senternovum. (2009). *Innovation intelligence verkenning creatieve industrie*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- Siongers, J., & Van Steen, A. (2014). *Acteurs in de spotlight. Onderzoek naar de inkomens en de sociaaleconomische positie van professionele Vlaamse acteurs*. Gent: Onderzoeksgroep CuDOS, Universiteit Gent.
- UBA. (2014). *UBA Jaarverslag 2013*. Strombeek-Bever: UBA Belgium.
- UNESCO. (1985, November 1). Revised Recommendation concerning the International Standardization of Statistics on the Production and Distribution of Books, Newspapers and Periodicals. Retrieved from http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=13146&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- Van Dale. (2013). Boek.
- Van den Born, J. A. (2009). *The drivers of career success of the job-hopping professional in the new networked economy or the challenges of being an entrepreneur and an employee. Proefschrift ter verkrijging van de graad van doctor aan de Universiteit Utrecht*. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Van Den Bulck, H. (2010). *Media: structuur en werking*. Antwerpen: Acco.
- Vanhaelewyn, B., Pauwels, G., Maes, M., & De Marez, L. (2014). *digiMeter 2013*. Gent: iMinds.
- Vanhoutte, C. (2015, March 1). Bevraging Vlaamse aannemers met erkenning D23 en/of D24. Erfgoedgerelateerde omzet en tewerkstelling in de restauratiesector in 2013. Onroerend Erfgoed.
- Van Winkel, C., Gielen, P., & Zwaan, K. (2012). *De hybride kunstenaar. De organisatie van de artistieke praktijk in het postindustriële tijdperk*. Breda: Expertisecentrum Kunst en Vormgeving, AKV/St. Joost (Avans Hogeschool).
- Velthuis, O. (2013). *The contemporary art market between stasis and flux*. Gent: BAM.
- Verhack, V. (2011). Het Vlaamse beeldende kunstbeleid. *BAM Frisse Lucht - Lange Avond*.
- Verleyen, T. (2006). *Printmedia in Vlaanderen*. Mechelen: Wolters Plantyn.
- Vlaams Theater Instituut. (2007). *Metamorfose in podiumland. Een veldanalyse*. Brussel: Vlaams Theater Instituut.
- Vlaams Theater Instituut. (2010). *Landschapsschets theater april 2010*. Brussel: Vlaams Theater Instituut.

- VRM. (2013). Mediaconcentratie in Vlaanderen: rapport 2013. Vlaamse Regulator voor de Media.
- VRM. (2014). Mediaconcentratie in Vlaanderen: rapport 2014. Vlaamse Regulator voor de Media.
- Walterus, J. (2014). *Cijferboek cultureel erfgoed 2012*. Brussel: FARO.
- Walterus, J., Vander Stichele, A., & Jacobs, M. (2013). *Cultureel erfgoed 2020. Hefbomen voor het Vlaamse cultureel-erfgoedbeleid. Eindrapport met aanbevelingen van de PRISMA veld- en toekomstanalyse cultureel erfgoed (2009-2011)*. FARO. Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed vzw.
- Wikipedia. (2013). Boek (document). In *Wikipedia*. Retrieved from [https://nl.wikipedia.org/wiki/Boek_\(document\)](https://nl.wikipedia.org/wiki/Boek_(document))

WEBSITES

www.abdf-vfdb.be

www.accbelgium.be

www.ajp.be

www.ajpp-vjpp.be

www.architect.be

www.auteursvereniging.be

www.bamart.be

www.bastt.be

www.belgacom.be

www.belgianentertainment.be

www.belgianentertainment.be/nl/bea_nieuws_detail/record_industry_in_numbers/

www.belgianfashion.be

www.b-esa.be

www.betonvzw.be

www.bibliotheekstatistieken.be

www.bibnet.be

www.bima.be

www.bno.nl

www.boek.be

www.boekenvak.be

www.boekenvak.be/nieuws/lichte-daling-boekenverkoop-2012

www.bondvlaamsearchitecten.be

www.cer-leuven.be/cerleuven/Vewa/index.htm

www.cinenews.be

www.cinoa.org/page/2977

www.cjsm.Vlaanderen.be/gaming/index.shtml

www.clubcircuit.be

www.comeos.be

www.creativeclub.be

www.dagbladpers.org

www.demorgen.be

www.designcouncil.org.uk

www.designVlaanderen.be

www.edti.eu

www.erfgoedcellen.be

www.europa.eu

www.faronet.be/

www.faronet.be/erfgoedkaart

www.febelmar.be

www.ffi.be

www.flandersdc.be

www.flandersinshape.be

www.flega.be

www.fmiv.be

www.fondsvoordeletteren.be

www.galm.be

www.gotim.be/BUP/galleries.html

www.goudengids.truvo.be

www.grp.be

www.herita.be

www.howest.be

www.humin.be

www.iab-belgium.be

www.icom.museum/

www.icsid.org

www.iscm-Vlaanderen.be

www.journalist.be

www.keynet.be

www.kinepolis.be

www.kunstenenerfgoed.be/ake/view/nl

www.kunstenloket.be

www.locusnet.be

www.mediarte.be

www.mm.be

www.mmaf-belgium.be

www.modeunie.be

www.modobrussels.be

www.museumvereniging.be/index.php

www.musicpublishers.be

www.muzyiekcentrum.be

www.nav.be

www.nbb.be

www.newzoo.com

www.nicc.be

www.nl.wikipedia.org/wiki/Reclame

www.onroerenderfgoed.be

www.overlegkunsten.org

www.podiumkunsten.be

www.poppunt.be

www.radiocentrum.be

www.rsvz.be

www.sabam.be

www.scenaristengilde.be

www.standaard.be

www.telenet.be

www.theppress.be

www.ubabelgium.be

www.udb.org

www.ugc.be

www.uma.be

www.unctad.org

www.vaf.be

www.vai.be

www.vfpb.be

www.vioe.be/

www.vlaamsbouwmeester.be

www.vlaamseregulatormedia.be

www.vobk.be

www.votf.be

www.votp.be

www.vowb.be

www.vrm.be

www.vrt.be

www.vti.be

www.vvbad.be

www.vvbj.be

www.vvio.be

KENNISPARTNER

 **antwerp
management school**

The autonomous management school
of the University of Antwerp

FLANDERS DISTRICT

OF CREATIVITY VZW

DIESTSEVEST 76, B-3000 LEUVEN

T +32 16 24 29 24 F +32 16 24 88 44

FLANDERS
