



Haalbaarheidsonderzoek uitzendbureau voor kunstenaars

Een onderzoek naar de vraag van kunstenaars naar (creatieve) bijbanen en naar mogelijkheden voor een uitzendbureau

Amsterdam, 30 oktober 2002

Rento Zoutman
Sander Flight

Met medewerking van:
Georgia de Poorter
Lenneke Overmaat

Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
2	Onderzoeksaanpak	5
2.1	Uitwerking vraagstelling	5
2.2	Onderzoeksaanpak	6
3	De vraag van kunstenaars naar (creatieve) bijbanen: resultaten workshops	7
3.1	Vooraf	7
3.2	Workshops voor scheppende en podiumkunstenaars	7
4	De vraag van kunstenaars naar (creatieve) bijbanen: resultaten enquête	9
4.1	Introductie en leeswijzer	9
4.2	Respons en representativiteit	9
4.3	Beschrijving steekproef	10
4.4	Huidige bijbanen	12
4.5	Ervaringen met uitzendbureaus	14
4.6	Behoeftte aan bemiddeling	14
4.7	Samenvatting	16
5	Het aanbod van werk en de rol van een uitzendbureau	18
5.1	Vooraf	18
5.2	Resultaten interviews	18
5.3	Afsluitende bijeenkomst	19
6	Conclusies en aanbevelingen	21
	Bijlagen	
Bijlage 1	Lijst van geïnterviewde personen	24
Bijlage 2	Vragen voor telefonische enquête	25

1 Inleiding

Eind 2000 is door de Stichting Scheppende Kunstenaars (SSK) en het Voorzieningsfonds voor Kunstenaars het beleidskader vastgesteld voor het flankerend beleid bij de Wet Inkomensvoorziening Kunstenaars (WIK). In dat beleidskader wordt erkend dat voor de meeste kunstenaars de gemengde beroepspraktijk regel is: de meeste kunstenaars combineren hun kunstenaarschap met andere activiteiten die inkomen opleveren. Deze activiteiten liggen soms in het verlengde van hun werk als kunstenaar, maar hebben daar vaak ook niets mee te maken. Het te ontwikkelen flankerend beleid van SSK/VVK - die gedurende dit onderzoek met Stichting PodiumKunstWerk zijn gefuseerd tot Kunstenaars & CO - richt zich zowel op het bevorderen van de zelfstandige beroepspraktijk als op de combinatie daarvan met zogeheten 'creatieve bijbanen'. Men wil stimuleren dat kunstenaars naast hun werk als zelfstandig ondernemer ook aan de kunst gelieerde bijbanen kunnen krijgen. Daarbij hoort zowel het werk in loondienst als bijvoorbeeld toegepast werk in opdracht.

SSK/VVK verklaarden zich onder meer bereid om een (tijdelijke) bijdrage te leveren aan de opleiding van kunstenaars, direct gericht op het verkrijgen van een baan in het verlengde van hun beroepspraktijk.

"Op termijn is zelfs te overwegen om zelfstandig, als uitvoeringsorganisaties van flankerend beleid, of in samenwerking met een of meerdere intermediairs, een pool van (creatieve) bijbanen op te zetten of te stimuleren" (beleidskader flankerend beleid, p.6).

Reorganisatie Arbeidsvoorziening

Na veel discussies over de positie van de kunstsector binnen de organisatie van Arbeidsvoorziening, werd duidelijk dat een gedeelte van de specialisatie die er was binnen het voormalig Landelijk Bureau Kunsten en Media, behouden kon blijven. Er was een 'Kunstenloket' ingericht, dat zich bezighield met de (centrale) registratie van werkzoekende kunstenaars, met intake gesprekken en het bemiddelen naar vacatures. Het Kunstenloket kon daarmee beschouwd worden als een sectoraal CWI. Het zorgt voor een landelijke toegang voor werkzoekenden en werkgevers in de kunstsector.

Omdat veel werkgevers niet vanzelfsprekend hun vacatures aanmelden bij het kunstenloket, zou men zich daar actief moeten bemoeien met de werving van geschikte vacatures. Daarbij zijn ook bijbanen, creatief of niet, van belang. In het verleden zijn door het LBKM regelmatig de mogelijkheden onderzocht voor passende banen voor kunstenaars in de verschillende branches. Daarbij zijn allerlei contacten opgebouwd met brancheorganisaties en uitzendbureaus, echter zonder dat dit veel werkgelegenheid voor kunstenaars opleverde.

Vraagstelling

Het VVK, het Landelijk Bureau Podiumkunsten en de Stichting PodiumKunstWerk (PKW) hebben samen het initiatief genomen tot een onderzoek naar de haalbaarheid van een uitzendbureau voor kunstenaars, dat zich richt op het stimuleren en mede mogelijk maken van gemengde beroepspraktijken.

In hoeverre zien bestaande uitzendorganisaties 'brood' in een dergelijke bemiddeling? Hoe zou de samenwerking met Arbeidsvoorziening 'nieuwe stijl' ingevuld kunnen worden?

DSP-groep BV uit Amsterdam is gevraagd dit onderzoek uit te voeren.

Tijdens dit onderzoek is het Kunstenloket verhuisd uit het kantoor van Kunstenaars & CO, maar wordt er wel met dit loket samengewerkt (o.m. in een project rond exit-coaching).

In de gesprekken voorafgaande aan dit onderzoek werd duidelijk dat zowel de vraag van kunstenaars naar werk als het aanbod van werk vanuit de branches en

uitzendorganisaties die zich met potentiële creatieve bijbanen bezighouden, onderwerp van studie moesten zijn. Daarbij leek het noodzakelijk om wat betreft het aanbod van werk nieuwe mogelijkheden te ontdekken en te ontwikkelen. Voor veel werkgevers is nu niet duidelijk op welke terreinen men kunstenaars zou kunnen inschakelen. Ook de wensen van de kunstenaars zelf moeten geïnventariseerd worden.

Op voorhand lijkt het niet nodig om een nieuw uitzendbureau op te richten. Eerder ligt het voor de hand om te zoeken naar een goede invulling van samenwerking, naar synergie tussen het landelijk CWI-cultuur (voorheen Kunstenloket), Kunstenaars & CO, geïnteresseerde brancheorganisaties en één of meer uitzendorganisaties. De wijze waarop dat gestalte moet krijgen is mede onderwerp van het onderzoek.

Het onderzoek had daarmee betrekking op de vraag van kunstenaars naar werk, het aanbod en de wijze waarop beide op effectieve wijze gekoppeld kunnen worden door de landelijke organisaties die het flankerend beleid bij de WIK voeren, uitzendorganisaties en geïnteresseerde branches.

Leeswijzer

DSP-groep BV heeft dit onderzoek uitgevoerd in de periode 2001–2002. Het onderzoek heeft in die periode enige tijd stil gelegen vanwege de fusie tussen VVK en Stichting PodiumKunstWerk tot Kunstenaars & CO. In de tekst die nu volgt zullen wij de naam Kunstenaars & CO aanhouden.

Hierna treft u de rapportage aan. Deze begint met een toelichting op de onderzoeks aanpak (hoofdstuk 2). Daarna komen aan bod: de vraag van kunstenaars naar creatieve bijbanen (hoofdstuk 3), het aanbod van creatieve bijbanen (hoofdstuk 4) en de wijze waarop de bemiddeling georganiseerd kan worden (hoofdstuk 5). De rapportage wordt afgesloten met een aantal aanbevelingen.

2 Onderzoeksaanpak

2.1 Uitwerking vraagstelling

In het onderzoek wordt zowel aandacht besteed aan de vraag van kunstenaars naar (creatief) werk als aan het aanbod daarvan en de koppeling van vraag en aanbod.

De vraag van kunstenaars: welke bijbanen vinden kunstenaars interessant? Sommige kunstenaars zullen die vooral zoeken in werk dat direct verband houdt met het kunstenaarschap, anderen willen juist werk dat niets met kunst te maken heeft. En in welke sectoren zijn zij geïnteresseerd?

Naast de inhoud van bijbanen is ook van belang aan welke voorwaarden zo'n baan naar de mening van kunstenaars dient te voldoen in combinatie met het kunstenaarschap (aantal werkuren per week, kort intensief werk of juist gespreid over het jaar, flexibiliteit e.d.).

Door workshops en een enquête onder kunstenaars die gebruik maken van de WIK kan de vraag in beeld gebracht worden.

In de verschillende branches en bij uitzendorganisaties is er op het eerste gezicht weinig passend aanbod voor kunstenaars. Toch blijkt dat bedrijven het soms interessant vinden om met kunstenaars te werken, vaak op tijdelijke basis. Een voorbeeld is het inzetten van kunstenaars in de horeca voor de inrichting van cafés en podia. Steeds meer horecagelegenheden willen zich onderscheiden van anderen in sfeer en aankleding. Een ander voorbeeld is het inzetten van kunstenaars in 'denktanks' waarin de toekomst van een bedrijf besproken wordt. Het is van belang dat een potentiële werkgever een goed beeld heeft van de (ambachtelijke) kwaliteiten van de kunstenaar en daarmee van diens inzetbaarheid.

Interessante partijen die bemiddelen of werk aanbieden zijn:

- uitzendorganisaties: Randstad, Start / Media, Adecco, Vedio, Tempo Team en Culture Works (en eventueel enkele kunstenaarspools);
- bedrijfstakken: NOB, grafische sector, reclame, entertainment, geluids- en lichttechniek en horeca.

Na het in kaart brengen van vraag en aanbod is de vraag hoe deze gekoppeld kunnen worden. Hoe kan een nieuw Kunstenloket samenwerken met uitzendorganisaties en de bedrijfstakken?

Een nieuw kunstenloket moet werkzoekenden en vacatures registreren en kan doordat men goed zicht heeft op de populatie werkzoekenden voor werkgevers en uitzendorganisaties een interessante partner zijn. Om dat te bereiken dient een goede databank van vacatures opgebouwd te worden.

In de databank zouden, ten behoeve van een vlotte bemiddeling, groepen kunstenaars met vergelijkbare profielen geclusterd kunnen worden. Dit alles zal echter van de CWI's nog veel inzet vergen. Zo zijn bijvoorbeeld veel beeldend kunstenaars nog niet centraal, maar regionaal geregistreerd. In die gevallen zou naar het kunstenloket doorverwezen moeten worden.

Eén of meer uitzendorganisaties zouden ingeschakeld kunnen worden bij het 'verlonen' en uitzenden van kunstenaars. Daar waar het kunstenloket een algemene verkenning doet van mogelijke werkgelegenheid voor kunstenaars, kunnen uitzendorganisaties zorgen voor bemiddeling naar concrete banen.

In het onderzoek moeten de mogelijkheden voor samenwerking en de rolverdeling tussen het CWI-cultuur, uitzendorganisaties en bedrijven worden besproken. Een en ander hangt onder meer af van de invulling die aan het CWI-cultuur gegeven zou worden. Bij het afronden van deze rapportage is de discussie over deze invulling nog gaande.

2.2 Onderzoeksaanpak

Het voorgaande leidde tot een onderzoekstraject, waarbinnen de volgende activiteiten zijn ondernomen:

- Een verkenning van de mogelijkheden die kunstenaars zelf zien voor creatieve bijbanen.
In twee workshops, waarvan de eerste met podiumkunstenaars en de tweede met beeldende kunstenaars is hun beroepspraktijk besproken en is hun mening over een (virtueel) uitzendbureau voor kunstenaars gepolst (de workshops vonden plaats op respectievelijk 5 en 6 juni 2001).
Daarop volgend is in september 2001 een telefonische enquête afgenomen onder een representatieve steekproef van kunstenaars die gebruik maken van de WIK.
- In interviews met een aantal sleutelfiguren uit relevante branches en uitzendorganisaties is het huidige en het mogelijk toekomstige aanbod verkend
- Bespreking van de conceptrapportage met geïnteresseerde partners rond de vraag hoe met behulp van de resultaten van het onderzoek een effectieve bemiddeling gerealiseerd kan worden.

Ten behoeve van het onderzoek is een begeleidingscommissie gevormd met vertegenwoordigers van VvK, Stichting PKW en ARBVO. Deze commissie is gedurende het onderzoek twee keer bijeen geweest.

3 De vraag van kunstenaars naar (creatieve) bijbanen: resultaten workshops

3.1 Vooraf

In het onderzoek is de vraag van kunstenaars naar werk in beeld gebracht via twee brainstormsessies, gevolgd door een landelijke enquête onder een representatieve steekproef van kunstenaars. Hierna doen wij eerst verslag van de workshops. Daarna worden de resultaten van de enquête weergegeven.

3.2 Workshops voor scheppende en podiumkunstenaars

Op 5 juni 2001 is een sessie georganiseerd met podiumkunstenaars (12 deelnemers) en op 6 juni met scheppende kunstenaars (14 deelnemers).

In de workshops is verkend welke mogelijkheden kunstenaars zelf zien voor creatieve bijbanen naast hun kunstenaarschap, aan de hand van een aantal concrete vragen.

In de eerste plaats werd kunstenaars gevraagd om een impressie te geven van hun huidige beroepspraktijk en om aan te geven hoe volgens hen de 'ideale bijbaan' er uit ziet. Daarnaast is hen gevraagd naar de voor- en nadelen van een uitzendbureau dat zich specifiek op kunstenaars richt. Bij dit laatste is ook gevraagd welke ideeën zij zelf hebben over de bemiddeling door een uitzendbureau. Wat zou dit hen kunnen bieden?

De resultaten in kort bestek:

- Kunstenaars stellen uiteenlopende voorwaarden aan bijbanen. Sommigen pleiten voor banen gelieerd aan hun vak als kunstenaar ('anders dooft het vuur, de passie voor de kunst'). Anderen willen juist werk dat niets met kunst te maken heeft. Sommigen willen eenvoudig werk, dat niet belastend is, anderen vinden dat minder belangrijk en zoeken werk dat voor hun kunstenaarschap inspiratie oplevert en best iets meer inspannend mag zijn. Ook over de randvoorwaarden verschillen de meningen. Sommige kunstenaars willen een korte, intensieve baan, om zich daarna weer op de kunst te storten, anderen zouden eerder een contract voor enkele uren per week voor langere tijd willen hebben. Podiumkunstenaars vinden flexibel werk belangrijk: het moet te combineren zijn met repetities. Daarnaast vinden ze vervanging bij ziekte belangrijk.

De meningen over een uitzendbureau:

- de deelnemers aan de workshops kenden aan een uitzendbureau allerlei functies toe, van informatie verstrekken over zakelijke kanten van de beroepspraktijk (bijv. contracten) tot scholing (cursussen), intervisie en arbeidsbemiddeling. Bij arbeidsbemiddeling denkt men zowel (en eigenlijk in de eerste plaats) aan bemiddeling naar opdrachten (freelance) als naar bemiddeling naar ander werk, gelieerd aan de kunsten. Uit de workshops komt dus naar voren dat kunstenaars bemiddeling tussen kunstenaar en de markt van opdrachten en banen wenselijk vinden;
- veel kunstenaars, zo blijkt uit de workshops – weten niet waar zij informatie vandaan moeten halen over de zakelijke kant van de beroepspraktijk (contracten, advies over prijzen e.d.). Blijkbaar bereikt de informatie van Kunstenaars & Co, FNV/Kiem e.d. hen onvoldoende. De communicatie vanuit deze organisaties lijkt ons een aandachtspunt;
- wanneer een 'virtueel' uitzendbureau opgericht zou worden, dan moet bij de opzet ervan zowel rekening gehouden worden met de presentatie van kunstenaars

naars aan opdrachtgevers als aan werkgevers (individuele opdrachten versus werken in loondienst);

- de deelnemende kunstenaars hebben veel ideeën geopperd over de diensten die een uitzendbureau zou kunnen aanbieden. Die variëren van de inzet van kunstenaars bij trainingen van bedrijven en Arbo-diensten tot inschakeling bij evenementen en expositiemogelijkheden. Sommigen vinden dat een uitzendbureau ook een (al dan niet virtuele) ontmoetingsplek kan zijn. Beeldend kunstenaars associëren een uitzendbureau ook wel met een Centrum Beeldende Kunst.

4 De vraag van kunstenaars naar (creatieve) bijbanen: resultaten enquête

4.1 Introductie en leeswijzer

Naast individuele interviews met kunstenaars en andere vormen van informatieverzameling, is een telefonische enquête gehouden onder een steekproef van 259 kunstenaars die ten tijde van het onderzoek geregistreerd stonden in het WIK bestand. Deze enquête is bedoeld om de behoefte aan een vorm van bemiddeling bij de totale groep kunstenaars die gebruik maken van de WIK in kaart te brengen.

In de enquête zijn drie onderwerpen aan de orde gekomen. Allereerst zijn enkele vragen gesteld over de kunstenaar zelf, zoals opleiding, inkomen en leefsituatie (par. 4.3). Ook is gevraagd of men momenteel een bijbaan heeft en zo ja, welk deel van het inkomen via de bijbaan wordt verdiend en hoeveel uur per week men aan de bijbaan besteedt (par. 4.4). Ten tweede is er een blokje vragen opgenomen over ervaringen met uitzendbureaus (par. 4.5). Waar staat men eventueel ingeschreven en hoe zijn de ervaringen? Tot slot zijn vragen gesteld over bemiddeling (par. 4.6). Bestaat er behoefte aan een vorm van bemiddeling en zo ja, welke diensten zouden moeten worden aangeboden? Deze drie onderdelen komen in dit hoofdstuk achtereenvolgens aan bod. Afsluitend worden de belangrijkste resultaten samengevat (par. 4.7). Allereerst wordt echter stilgestaan bij de vraag of de uitkomsten van dit steekproefonderzoek gegeneraliseerd kunnen worden naar de totale groep kunstenaars die in de WIK geregistreerd is.

4.2 Respons en representativiteit

Zoals gezegd is de telefonische enquête afgenomen bij een groep van 259 kunstenaars uit het WIK bestand. In eerste instantie is een willekeurige steekproef van 500 kunstenaars getrokken, die een brief hebben ontvangen. Daarin werd het doel van het onderzoek uitgelegd en werd het verzoek gedaan mee te werken aan de telefonische enquête.

De respons was zeer hoog: maar liefst driekwart (72%) van de kunstenaars die telefonisch zijn benaderd, heeft meegedaan aan het onderzoek. In een enkel geval wilde men zo graag meedoen, dat de kunstenaar zelf contact opnam met het onderzoeksbureau. Een dergelijke bereidheid om mee te werken aan een enquête mag in deze tijd waarin vaak een grote 'enquêtemoetheid' blijkt te bestaan, bijzonder worden genoemd.

Een uiterst prettige bijkomstigheid van een hoge respons is de representativiteit van de steekproef. Bij een hoge respons is de kans immers klein dat een specifieke groep buiten het onderzoek zou zijn gebleven. In de tabel hieronder worden de populatie en de steekproef op drie relevante achtergrondkenmerken met elkaar vergeleken: geslacht, leeftijd en aard toetreding tot de WIK.

Tabel 4.1 Vergelijking populatie en steekproef

kenmerk	populatie (n = 5.925)	steekproef (n = 276)
<i>geslacht</i>		
man	50%	51%
vrouw	50%	49%
<i>leeftijd</i>		
jonger dan 30	31%	24%
30-40	36%	33%
40-50	22%	29%
ouder dan 50	11%	15%
<i>aard toetreding</i>		
abw-uitstroomer	42%	40%
academieverlater	24%	15%
zij-instroomer	34%	45%

Opmerking: door afronding kan het voorkomen dat percentages niet precies optellen tot 100%.

Uit tabel 4.1 blijkt dat de steekproef redelijk overeenkomt met de samenstelling van de populatie. De verdeling van het aantal mannen en vrouwen komt vrijwel perfect overeen. Kijken we naar leeftijd, dan blijkt dat jongeren onder de 30 licht ondervertegenwoordigd zijn in de steekproef. Omgekeerd zijn degenen tussen de 40 en 50 jaar licht oververtegenwoordigd. Desalniettemin is nog altijd een kwart van de ondervraagden jonger dan 30, zodat zeker niet gesteld kan worden dat deze groep buiten beschouwing is gebleven. Bekijken we de aard van de toetreding tot de WIK, dan blijkt dat academieverlaters licht ondervertegenwoordigd zijn in onze steekproef¹. Zij-instromers zijn juist relatief oververtegenwoordigd. Ook hier zijn de verschillen echter niet zo groot, dat van een grove vertekening moet worden gesproken.

Al met al luidt de conclusie dan ook dat de steekproef, wat betreft geslacht en leeftijd een redelijk beeld geeft van de hele WIK populatie. Ook de redenen van toetreden tot de WIK zijn voor de steekproef gelijk aan die van het hele WIK bestand. De uitkomsten van dit steekproefonderzoek kunnen dus met een redelijke mate van zekerheid worden opgevat als representatief voor de mening van de gehele WIK populatie. Dit betekent dat de resultaten die uit de enquête naar voren komen, met een grote betrouwbaarheid naar de populatie als geheel mogen worden vertaald.

4.3 Beschrijving steekproef

In deze paragraaf worden – in tabelvorm – de uitkomsten van de enquête gepresenteerd die informatie geven over de kunstenaars die ondervraagd zijn. Omdat de cijfers waarschijnlijk voor zich spreken en louter informatief zijn, wordt hier geen toelichting op gegeven.

Noot 1 Uiteraard heeft dit ook iets te maken met de ondervertegenwoordiging van jongeren in de steekproef, aangezien het vooral jongeren zijn die direct van de academie in de WIK instromen.

Tabel 4.2 Persoonlijke kenmerken ondervraagden: WIK status, thuissituatie, opleiding

	percentage
<i>status in WIK</i>	
ontvangt nu uitkering	76%
in verleden uitkering ontvangen	22%
geen WIK-er (verder buiten beschouwing gelaten)	2%
<i>thuissituatie</i>	
alleenstaand, waarvan	74%
• geen thuiswonende kinderen	67%
• alleenstaand met kind(eren) – jongste kind < 18 jr.	6%
• alleenstaand met kind(eren) – jongste kind >= 18 jr.	1%
echtpaar/samenwonend, waarvan	24%
• geen thuiswonende kinderen	14%
• met kind(eren) – jongste kind < 18 jr.	7%
• met kind(eren) – jongste kind >= 18 jr.	3%
niet gezinshuishouden	2%
<i>gevolgde opleiding (meerdere antwoorden mogelijk)</i>	
beeldende kunst, waarvan	42%
• autonoom	27%
• toegepast: design	8%
• toegepast: audiovisueel	5%
• docent beeldende kunst	2%
podiumkunsten, waarvan	22%
• uitvoerend muziek	6%
• docent muziek	8%
• uitvoerend theater	7%
• docent theater	1%
andere opleiding ²	37%
geen opleiding	6%

Opmerking: Alle uitkomsten in dit rapport hebben, tenzij anders is aangegeven, betrekking op de totale groep ondervraagden (n = 259).

Tabel 4.3 Informatie over inkomen en bijbanen

	percentage
<i>Totale bruto inkomen per maand (in guldens)</i>	
minder dan 1.000	7%
1.000 tot 2.000	50%
2.000 tot 3.000	28%
meer dan 3.000	4%
wil niet zeggen	10%
<i>Heeft u een betaalde bijbaan?</i>	
ja, één	34%
ja, meerdere	8%
nee	58%
<i>Gedeelte van inkomen afkomstig uit betaalde bijbaan</i>	
niets	61%
minder dan de helft	20%
meer dan de helft	19%

Noot 2 In de categorie 'andere opleiding' werden zeer diverse opleidingen genoemd zoals handmatige schoenmaker, psychologie, werktuigbouwkunde en MAVO. Het was niet mogelijk deze antwoorden nog verder te categoriseren.

4.4 Huidige bijbanen

Deze paragraaf gaat over bijbanen die de ondervraagden op dit moment hebben naast hun kunstenaarspraktijk.

Tabel 4.4 Informatie over betaalde bijbanen (percentages gebaseerd op diegenen met een of meer betaalde bijbaan/bijbanen; n = 106).

	percentage
<i>Bijbaan in sector</i>	
onderwijs	36%
zakelijke dienstverlening	19%
musea, theater	12%
detailhandel	12%
horeca	8%
gezondheidszorg	5%
gemeente/overheid	3%
sociaal-cultureel werk	3%
overig	3%
<i>Bijbaan gerelateerd aan kunst?</i>	
wel gerelateerd aan kunstsector	58%
niet gerelateerd aan kunstsector	33%
beiden (mogelijk bij meerdere bijbanen)	10%
<i>Hoeveel uur besteedt u momenteel per week aan betaalde bijbanen?</i>	
0 – 9 uur	28%
10 – 19 uur	39%
20 – 29 uur	14%
30 – 40 uur	4%
weet niet	8%
<i>Hoeveel uur zou u per week aan betaalde bijbanen willen besteden?</i>	
0 – 9 uur	24%
10 – 19 uur	32%
20 – 29 uur	29%
30 – 40 uur	8%
weet niet	7%
<i>Hoe gevonden? (meerdere antwoorden mogelijk)</i>	
familie, vrienden, kennissen	38%
open sollicitatie	21%
men is ervoor gevraagd	19%
advertentie (krant, internet, ...)	9%
zelf opgezet (eigen bedrijf)	8%
via uitzendbureau	7%
anders	2%

Een aanzienlijke groep van één op de drie kunstenaars met een betaalde bijbaan is actief in het onderwijs. Goede tweede is de zakelijke dienstverlening waar nog eens een vijfde actief is. Andere sectoren zijn minder sterk vertegenwoordigd. Een duidelijk aan de kunstenaarspraktijk verbonden sector als 'musea/theater' biedt slechts aan één op de acht kunstenaars een betaalde bijbaan. Toch is de bijbaan (of één van de bijbanen) in twee op de drie gevallen gerelateerd aan de kunstsector, volgens de kunstenaar zelf. In een derde van de gevallen is dit niet het geval.

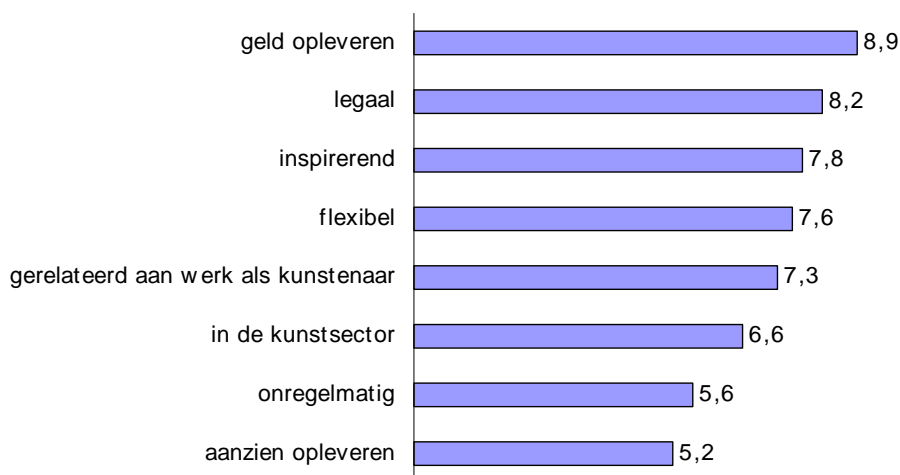
Momenteel besteedt ruim een kwart (28%) van de kunstenaars met een betaalde bijbaan minder dan tien uur per week hieraan. Nog eens ruim een derde (39%) besteedt er tussen de tien en twintig uur per week aan. Een kwart besteedt tussen de twintig en dertig uur aan betaald bijwerk en een kleine groep van 8% werkt meer dan dertig uur per week in een betaalde bijbaan.

Er is ook gevraagd hoeveel uur men het liefst zou *willen* besteden aan betaalde bijbanen. Dan blijkt dat ruim een derde (29% + 8% = 37%) meer dan 20 uur per week zou willen werken. Momenteel lukt dit slechts de helft van hen (14% + 4% =

18%). Kennelijk wil men dus meer uren aan betaalde bijbanen besteden dan nu het geval is.

Een fors aantal banen wordt 'viavia' bemachtigd. Ook open sollicitaties leveren in veel gevallen betaald bijwerk op. Uitzendbureau's zijn in slechts 7% van de gevallen de plek waar de bijbaan is gevonden.

Figuur 4.1 Hoe belangrijk zijn de volgende aspecten van een bijbaan voor u persoonlijk? (gemiddeld rapportcijfer is weergegeven: 1 = heel onbelangrijk; 10 = heel belangrijk).



Het belangrijkste aspect van een bijbaan is dat deze geld oplevert. De ondervraagde kunstenaars vinden het daarnaast zeer belangrijk dat het om legaal werk gaat. Veel minder belangrijk is de vraag of de bijbaan aanzien oplevert en of de bijbaan op onregelmatige basis wordt vervuld. Het wordt redelijk belangrijk gevonden dat een bijbaan gerelateerd is aan het werk als kunstenaar of aan kunstsector, maar kennelijk is dit voor velen geen voorwaarde.

Tabel 4.5 Wensen voor bijbanen (percentages).

	percentage
<i>Moet opleidingsniveau overeenkomen?</i>	
ja	40%
nee	39%
geen voorkeur	21%
<i>Bijbaan liever vast of tijdelijk?</i>	
vast	34%
tijdelijk	41%
geen voorkeur	25%

Het opleidingsniveau dat vereist is voor de bijbaan hoeft voor een meerderheid van de ondervraagden niet overeen te komen met het eigen opleidingsniveau (60%). De rest (40%) vindt dit wel een vereiste. Een minderheid van een derde heeft het liefst een vaste bijbaan. De rest heeft juist liever een tijdelijke betrekking (41%) of heeft geen voorkeur (25%). Eerder in deze paragraaf bleek dat men meer uren aan bijbanen wil besteden dan nu het geval is. Die uitkomst moet dus worden aangevuld met de opmerking dat hieruit niet mag worden geconcludeerd dat er grote behoefte zou bestaan aan vast werk. Er is een aanzienlijke groep die weliswaar veel uur per week zou willen werken, maar in een tijdelijk dienstverband.

4.5 Ervaringen met uitzendbureaus

Aan alle kunstenaars is gevraagd of men momenteel is ingeschreven bij een uitzendbureau. Degenen die daar bevestigend op antwoordden, hebben nog een paar vervolgvragen beantwoord.

Tabel 4.6 Uitzendbureaus

	percentage
<i>Momenteel ingeschreven bij uitzendbureau?</i>	
ja	15%
nee	85%
<i>Welk uitzendbureau? (n = 37)</i>	
Adecco	19%
Randstad	14%
Tempo Team	14%
Vedior	11%
Manpower	8%
Start	8%
anders ³	35%

Momenteel is slechts één op de zeven kunstenaars ingeschreven bij een uitzendorganisatie. Daarbij valt op dat dit toch voornamelijk de reguliere uitzendbureaus zijn en niet de bureaus die zich specifiek op kunstenaars richten, zoals *Job Art of Culture Works*.

Ook is gevraagd of men in de vorm van een rapportcijfer kan aangeven hoe tevreden men over de uitzendbureaus is. Daaruit komt een forse mate van ontevredenheid naar voren. Maar liefst de helft van de ondervraagden gaf een onvoldoende, waardoor het gemiddelde uitkomt op een magere 5,7. Gezien het kleine aantal ondervraagden dat deze vraag heeft beantwoord, is het niet verantwoord deze rapportcijfers op te splitsen voor de verschillende uitzendbureaus.

4.6 Behoeftte aan bemiddeling

Het belangrijkste gedeelte van de enquête ging over de vraag of kunstenaars behoefte hebben aan een vorm van bemiddeling die zich speciaal richt op deze beroepsgroep. Het gaat er om een goede koppeling aan te brengen tussen bedrijven en instellingen aan de ene kant en kunstenaars aan de andere kant. Daarbij is ook benadrukt dat de bemiddeling diverse vormen zou kunnen aannemen: een uitzendbureau is een mogelijkheid, maar bijvoorbeeld ook een databank die via internet geraadpleegd kan worden.

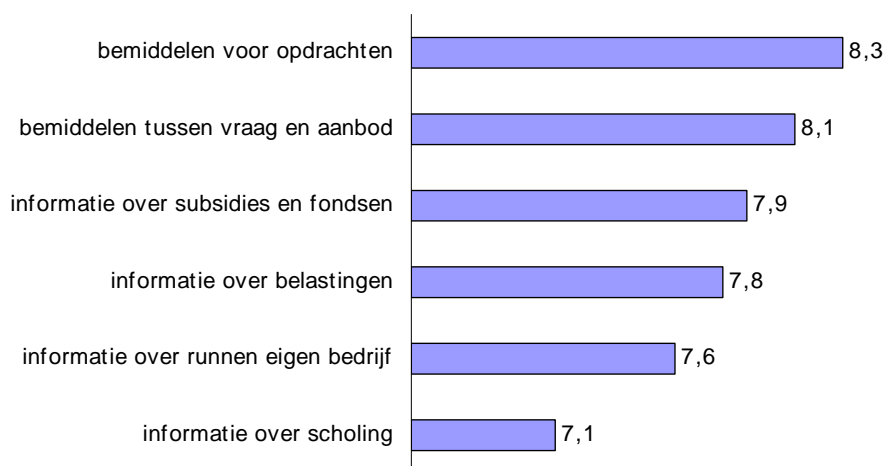
Noot 3 In de categorie 'anders' werden namen genoemd van individuele uitzendbureaus. Het was niet mogelijk deze nog verder te groeperen.

Tabel 4.7 Behoefte aan vorm van bemiddeling

	percentage
<i>Behoefte aan bemiddeling speciaal voor kunstenaars</i>	
ja	77%
nee	23%
<i>zo ja, waarom? (meerdere antwoorden mogelijk; n = 196)</i>	
vanwege het specifieke karakter van werk als kunstenaar	51%
bij normale uitzendbureaus te weinig aanbod	29%
meer kansen dan via reguliere circuit	9%
makkelijk/weinig inspanning/kost weinig tijd	8%
bemiddelen voor opdrachten	6%
spin-off effect (levert contacten/opdrachten op)	5%
<i>zo nee, waarom niet? (meerdere antwoorden mogelijk; n = 58)</i>	
verwerft werk via andere bronnen	45%
wil geen betaalde bijbaan	29%
heeft genoeg aan huidige bijbaan	16%
bestaande uitzendbureaus voldoende	10%

Driekwart van de ondervraagde kunstenaars vindt een vorm van bemiddeling die zich speciaal op kunstenaars richt een goed idee. De belangrijkste reden hiervoor is het specifieke karakter van het werken als kunstenaar. Men heeft vaak het gevoel dat uitzendbureaus zich onvoldoende kunnen inleven in de wereld en werkwijze van de kunstenaars. Ook ziet een deel van de ondervraagden wel wat in een organisatie die bemiddelt tussen opdrachtgevers en kunstenaars. De contacten die daaruit voortvloeien worden door sommigen ook als een te verwachten positief effect genoemd.

Figuur 4.2 Welke diensten zouden moeten worden aangeboden? (gemiddeld rapportcijfer is weergegeven: 1 = heel onbelangrijk; 10 = heel belangrijk).



De belangrijkste dienst van de eventueel op te richten organisatie, zou volgens de ondervraagde kunstenaars het bemiddelen zijn voor opdrachten en het bemiddelen tussen vraag en aanbod. Ook het bieden van informatie, en dan met name over subsidies, fondsen en belastingen, wordt als een belangrijke dienst beschouwd.

Overigens worden veel van deze diensten al door andere organisaties aangeboden. Naar de bekendheid en het gebruik daarvan is in de enquête niet gevraagd, maar uit de workshops bleek al wel dat de dienstverlening op deze terreinen bij kunstenaars niet altijd bekend is.

Sommige ondervraagden kwamen zelf met suggesties voor diensten die kunnen worden aangeboden. Zo zag een succesvolle kunstenaar mogelijkheden om de opdrachten die hij zelf afsloeg via de bemiddelingsorganisatie 'door te geven' aan anderen. Verder noemde iemand de mogelijkheid om informatieavonden te organiseren voor bedrijven om duidelijk te maken wat kunstenaars te bieden hebben. Iemand noemde ook het organiseren van een soort Uitmarkt voor kunstenaars.

4.7 Samenvatting

- De hoge respons (72% van de kunstenaars die zijn benaderd heeft meegedaan, 259 kunstenaars in totaal) en de wijze waarop de vragen zijn beantwoord in de telefonische enquête, geven aan dat kunstenaars die van de WIK gebruik maken enthousiast zijn over een aparte vorm van bemiddeling via een uitzendbureau dat zich speciaal richt op kunstenaars.
- De steekproef is representatief, hetgeen betekent dat conclusies gegeneraliseerd mogen worden naar de populatie van WIK kunstenaars.
- 42% van de geïnterviewden heeft een beeldende kunstopleiding genoten, 22% in de podiumkunsten en 37% heeft een diverse achtergrond (variërend van MAVO tot werktuigbouwkunde).
- Meer dan de helft van de kunstenaars heeft geen betaalde bijbaan, 34% beschikt over één betaalde bijbaan. Van degenen die een bijbaan hebben werkt 36% in het onderwijs en 19% in de zakelijke dienstverlening. Daarna volgen: musea / theater en detailhandel, ieder met resp. 12%. In totaal geeft 58% van de geïnterviewden met een bijbaan aan dat de bijbaan is gelieerd aan het kunstenaarschap.
- Ruim eenderde van de kunstenaars zou meer dan 20 uur per week aan betaalde bijbanen willen besteden, maar momenteel werken de meesten van hen minder.
- Voor velen is het geen absolute voorwaarde om in een aan het kunstenaarschap gelieerde bijbaan aan de slag te gaan. Een bijbaan moet volgens veel geïnterviewden in de eerste plaats geld opleveren, legaal zijn, inspireren en flexibel zijn. Hier moet echter aan worden toegevoegd dat men bij het wensenlijstje voor bemiddeling, wel met name 'kunstwerk' gestimuleerd wil zien. Het lijkt er dan ook op dat men momenteel genoeg neemt met werk buiten de kunstsector, maar dat men liever binnen de sector zou werken (als dat evenveel geld zou opleveren).
- Verder viel op dat 41% van de geïnterviewden een voorkeur heeft voor een tijdelijke baan en 34% voor een vaste baan. De overige 25% heeft geen voorkeur.
- Driekwart van de ondervraagde kunstenaars vindt bemiddeling die zich specifiek richt op kunstenaars een goed idee. Bemiddelen voor opdrachten wordt daarbij het belangrijkste gevonden en daarna bemiddeling tussen vraag en aanbod naar werk.
Ook informatie over subsidies en fondsen, over belastingen en het runnen van een eigen bedrijf en scholing worden belangrijk gevonden. Veel van deze functies worden al door andere organisaties uitgeoefend, maar naar de bekendheid en het gebruik daarvan is in de enquête niet gevraagd. Uit de work-

shops bleek echter dat de dienstverlening op deze terreinen bij kunstenaars niet altijd bekend is.

Een algemene conclusie is dat men enthousiast is over bemiddeling via een uitzendbureau voor kunstenaars. Dat blijkt uit de grote respons en uit de beantwoording van de enquête.

Deze uitkomst moet wellicht enigszins gerelativeerd worden. De antwoorden die mensen in een enquête geven zijn tot op grote hoogte vrijblijvend. Het is de vraag of men werkelijk gebruik zou maken van een uitzendbureau speciaal voor kunstenaars. In de enquête is niet gevraagd of kunstenaars momenteel wel eens gebruik maken van de dienstverlening van het VVK op die terreinen waar men graag ondersteuning zou willen krijgen. Het is mogelijk dat een uitzendbureau voor kunstenaars, ondanks de positieve reacties in deze enquête, op dezelfde manier onbekend en onbenut blijft. Daarom moet goed worden nagedacht over de exacte wijze waarop zo'n uitzendbureau georganiseerd zou worden. De resultaten van deze enquête kunnen daar wellicht een bijdrage aan leveren.

5 Het aanbod van werk en de rol van een uitzendbureau

5.1 Vooraf

In het onderzoek zijn interviews gehouden met acht sleutelfiguren die deskundig zijn op het terrein van arbeidsbemiddeling voor kunstenaars en de mogelijkheden die werkgevers hebben om kunstenaars in te schakelen.

In de bijlage is een lijst van geïnterviewden opgenomen. Volgend op de interviews is nog een bijeenkomst georganiseerd met extern deskundigen en is er een gesprek geweest met het uitzendbureau Adecco, dat al actief is in de kunstsector (bemiddeling kunsteducatie). Na overleg met de opdrachtgever is afgezien van een brede expertmeeting aan het slot van het onderzoek, toen bleek uit eerder verzamelde gegevens dat deze weinig zou bijdragen aan ideeën over bemiddeling. Inmiddels waren er verschillende initiatieven ontstaan die op deelmarkten de vraag verkenden dan wel ontwikkelden. Dit zijn o.m. Orgacom en De Kunstzaak (De Pijp - Amsterdam).

Binnen het project Transmission (sinds 1 juli 2002 bij Kunstenaars & CO ondergebracht), worden kunstenaars ingeschakeld in de sociale sector, in het bijzonder zorginstellingen en penitentiaire inrichtingen. Binnen het project Beroepskunstenaars in de Klas van Kunstenaars & CO worden kunstenaars opgeleid om als kunstenaar actief te zijn in het basisonderwijs.

5.2 Resultaten interviews

Hierna geven wij de resultaten van de interviews weer. In de gesprekken kwam aan de orde:

- een inschatting van de markt voor kunstenaars;
- welke taken moeten bij een uitzendbureau ondergebracht worden;
- met welke randvoorwaarden zou je rekening moeten houden;
- wie zouden een uitzendbureau kunnen opzetten.

De markt voor kunstenaars

Geïnterviewden merken op dat kunstenaars een grillige doelgroep vormen, die voor ondernemers de nodige risico's met zich brengt. Om het commercieel risico van bemiddeling enigszins in te perken ligt het voor de hand dat de overheid en aan de overheid gelieerde uitvoeringsinstellingen in een dergelijke functie participeren. Toch denkt men positief over de mogelijkheden van het slagen van een uitzendbureau.

Er is een markt voor kunstenaars, echter deze moet (verder) ontwikkeld worden. Concrete suggesties: de vrije producenten in de theaterindustrie vormen een interessante markt, evenals de audiovisuele branche. Een suggestie is verder om ook contacten te zoeken bij grootwinkelbedrijven, de Rotaryen andere zakelijke verenigingsverbanden (deze groep is ook voor opdrachten interessant).

Taken

De meeste geïnterviewden zijn van mening dat een uitzendbureau zich niet alleen met het uitzendwerk zelf bezig moet houden, maar ook met advies aan kunstenaars, persoonlijke training, coaching en begeleiding. Naast deze 'core business' kan gedacht worden aan bijv. een documentatiecentrum en een ontmoetingsruimte. Het bureau moet kunstenaars steunen in de ontwikkeling van hun ondernemerschap.

Persoonlijk contact met de kunstenaar is nodig om tot succesvolle bemiddeling te komen. Een louter virtueel uitzendbureau is om deze reden af te raden ("je wilt toch de mensen zien voor je ze naar de klant stuurt").

Het uitzendbureau zou zich niet alleen op WIK-ers moeten richten.

Randvoorwaarden

Van groot belang is het creëren van een sfeer waarin kunstenaars zich thuis voelen. Een uitzendbureau moet goede kennis hebben van de leefwereld van kunstenaars. Verder zijn van belang: een groot netwerk aan contacten met opdrachtgevers, kennis van juridische zaken (contracten e.d.), goed in het aanboren van nieuwe markten en personeel dat affiniteit heeft met de branche en zorgt voor een vlotte bemiddeling.

Wie?

Verschillende gesprekspartners geven aan dat het opzetten van een uitzendbureau opgepakt zou moeten worden door sociale partners en overheid samen. Gezocht kan worden naar commerciële partners in de uitzendbranche waarmee samengewerkt kan worden. Een uitzendbureau zou door verschillende organisaties gezamenlijk gerund kunnen worden en de overheid moet er een belang in hebben. Je kunt dan deskundigheden bundelen.

Tot slot werd door een aantal geïnterviewden opgemerkt dat eerdere initiatieven om tot een uitzendformule of poolconstructie te komen zijn gestrand op het feit dat de betreffende bedrijven uitzendkrachten niet in vaste dienst willen nemen (en dit bij langere dienstverbanden vanuit de werknemersorganisaties wel werd gevraagd).

5.3 Afsluitende bijeenkomst

In april 2002 is een afsluitende sessie belegd met vertegenwoordigers van Orgacom, de Kunstzaak Amsterdam, Kunstenaars & CO en het uitzendbureau Adecco.

In deze sessie zijn de resultaten van het onderzoek tot dan toe gepresenteerd en is gesproken over de 'niches' in de markt voor kunstenaars.

Uit het gesprek bleek dat er uiteenlopende mogelijkheden zijn op sterk verschillende deelmarkten. Vanuit het project Transmission is de markt verkend van de penitentiaire en zorginstellingen: er blijkt daar zeker belangstelling te zijn voor het inschakelen van kunstenaars, maar de betreffende opdrachtgevers hebben daarvoor onvoldoende middelen. Een gebrek aan middelen kan ook een beletsel zijn voor de inzet van kunstenaars op de basisschool nadat zij via het project Beroepskunstenaars in de Klas daartoe gecertificeerd zijn (dit project is eveneens ondergebracht bij Kunstenaars & CO).

Orgacom richt zich op het interesseren van het bedrijfsleven voor het inschakelen van kunstenaars, bijvoorbeeld bij het visualiseren van de organisatie cultuur, het bevorderen van creatieve processen en teambuilding. Zij richten zich op een hoogwaardig aanbod, dat voor een relatief selecte groep kunstenaars interessant werk oplevert.

Daarnaast is er nog het project 'Kunstenaar in de klas', waarin kunstenaars een certificaat kunnen halen waarmee ze geschikt worden geacht om les te geven (dit project is opgezet door de SKVR, OCenW en Kunstenaars & Co, samen met lokale partners).

De conclusie uit deze bijeenkomst was dat de verschillende deelmarkten nogal van elkaar verschillen. Uit de bijdrage van Adecco, een commercieel uitzendbureau dat landelijk docenten muziek en dans bemiddelt, bleek dat deze activiteit een lange aanloop heeft gehad⁴

Noot 4 Een gesprek met Adecco over de mogelijkheden die men heeft om dit pakket te verbreden naar andere terreinen leverde voorzichtige reacties op. In hoeverre kunnen de resultaten van projecten als Transmission en Kunstenaar in de klas 'vermarkt' worden? Welk product biedt je aan bedrijven? Wat zijn de wensen van de kunstenaars in kwestie en wat kunnen ze?

6 Conclusies en aanbevelingen

- 1 Kunstenaars vinden zowel bemiddeling naar opdrachten (freelance) als naar werk op contractbasis interessant en zien dit ook in combinatie met elkaar. Een uitzendbureau zou in beide wat hen betreft een functie kunnen vervullen.
- 2 De kunstenaars die deelnamen aan de workshops bleken goeddeels niet of weinig bekend te zijn met de dienstverlening van Kunstenaars & CO (toen nog VvK en PKW) en FNV/Kiem. Aan de hand van de enquête gegevens valt niet te concluderen of dit beeld representatief is voor alle kunstenaars uit de WIK populatie. Uit de workshops kan geconcludeerd worden dat er een opdracht ligt voor de hiervoor genoemde organisaties om hun dienstverlening duidelijker te presenteren aan kunstenaars.
- 3 De resultaten van de enquête laten zich als volgt samenvatten:
 - De hoge respons (72% van de kunstenaars die gebruik maken van de WIK, die zijn benaderd heeft meegedaan, 259 kunstenaars in totaal) en de wijze waarop de vragen zijn beantwoord in de telefonische enquête, geven aan dat deze kunstenaars enthousiast zijn over een aparte vorm van bemiddeling via een uitzendbureau dat zich speciaal richt op kunstenaars.
 - De steekproef is representatief, hetgeen betekent dat conclusies gegeneraliseerd mogen worden naar de populatie van WIK kunstenaars.
 - 42% van de geïnterviewden heeft een beeldende kunstopleiding genoten, 22% in de podiumkunsten en 37% heeft een diverse achtergrond (varierend van MAVO tot werktuigbouwkunde).
 - Meer dan de helft van de kunstenaars heeft geen betaalde bijbaan, 34% beschikt over één betaalde bijbaan. Van degenen die een bijbaan hebben werkt 36% in het onderwijs en 19% in de zakelijke dienstverlening. Daarna volgen: musea / theater en detailhandel, ieder met resp. 12%. In totaal geeft 58% van de geïnterviewden met een bijbaan aan dat de bijbaan is gelieerd aan het kunstenaarschap.
 - Voor velen is het geen absolute voorwaarde om in een aan het kunstenaarschap gelieerde bijbaan aan de slag te gaan. Een bijbaan moet volgens veel geïnterviewden in de eerste plaats geld opleveren, legaal zijn, inspireren en flexibel zijn. Hier moet echter aan worden toegevoegd dat men bij het wensenlijstje voor bemiddeling, wel met name 'kunstwerk' gestimuleerd wil zien. Het lijkt er dan ook op dat men momenteel genoeg neemt met werk buiten de kunstsector, maar dat men liever binnen de sector zou werken (als dat evenveel geld zou opleveren).
 - Verder viel op dat 41% van de geïnterviewden een voorkeur hebben voor een tijdelijke baan en 34% voor een vaste baan. De overige 25% heeft geen voorkeur.
 - Driekwart van de ondervraagde kunstenaars vindt bemiddeling die zich specifiek richt op kunstenaars een goed idee. Bemiddelen voor opdrachten wordt daarbij het belangrijkste gevonden en daarna bemiddeling tussen vraag en aanbod naar werk. Ook informatie over subsidies en fondsen, over belastingen en het runnen van een eigen bedrijf en scholing worden belangrijk gevonden. Veel van deze functies worden al door andere organisaties uitgeoefend, maar naar de bekendheid en het gebruik daarvan is

in de enquête niet gevraagd. Uit de workshops bleek echter dat de dienstverlening op deze terreinen bij kunstenaars niet altijd bekend is.

Een algemene conclusie uit de enquête is dat men enthousiast is over bemiddeling via een uitzendbureau voor kunstenaars. Dat blijkt uit de grote respons en uit de beantwoording van de enquête.

Deze uitkomst moet wellicht enigszins gerelativeerd worden. De antwoorden die mensen in een enquête geven zijn tot op grote hoogte vrijblijvend. Het is de vraag of men werkelijk gebruik zou maken van een uitzendbureau speciaal voor kunstenaars. In de enquête is niet gevraagd of kunstenaars momenteel wel eens gebruik maken van de dienstverlening van Kunstenaars & CO op die terreinen waar men graag ondersteuning zou willen krijgen. Het is mogelijk dat een uitzendbureau voor kunstenaars, ondanks de positieve reacties in deze enquête, op dezelfde manier onbekend en onbenut blijft. Daarom moet goed worden nagedacht over de exacte wijze waarop zo'n uitzendbureau georganiseerd zou worden. De resultaten van de enquête kunnen daar wellicht een bijdrage aan leveren.

- 4 Zowel uit de interviews als uit een bijeenkomst die is belegd met sleutelfiguren die actief zijn in de bemiddeling van kunstenaars blijkt dat dit een risicovolle activiteit is, die maar moeizaam op commerciële basis gerealiseerd zou kunnen worden. Zelfs voor een duidelijk te onderscheiden groep als docenten muziek en dans, waar ook een helder te identificeren vraag naar is, moest de markt geruime tijd 'bewerkt' worden. Van bestaande uitzendbureaus vergt dit een behoorlijke investering in tijd en geld met de vraag of uiteindelijke opbrengsten voldoende zullen zijn.
- 5 Geïnterviewden zijn het erover eens dat een uitzendbureau dat kunstenaars bemiddelt naar opdrachten een gezamenlijke aangelegenheid is van overheid, sociale partners en bedrijfsleven. Dat geldt des te meer wanneer hier ook functies als training, coaching en begeleiding worden toegevoegd (en men pleit ervoor dat laatste zeker te doen).
- 6 Er wordt verschillend gedacht over de marktkansen voor een uitzendbureau. De markt moet actief worden bewerkt om die kansen te kunnen grijpen. Uit de afsluitende bijeenkomst van het onderzoek bleek dat er sprake is van duidelijk te onderscheiden deelmarkten, die ieder om een eigen benadering vragen. Met dit gegeven moet rekening gehouden worden bij het opzetten van een uitzendbureau.
- 7 DSP-groep beveelt naar aanleiding van dit onderzoek aan om met sociale partners en de ministeries van OC en W en Sociale Zaken en Werkgelegenheid de mogelijke invulling van een uitzendbureau te bespreken.

Bijlagen

Bijlage 1 Lijst van geïnterviewde personen

Hans Berger, AV Job Recruitment
Robert van der Laak, AV Job Recruitment
Han Pouw, Cap Gemini
Peter van Eijck, Van den Ende Holding
Martin Cothman, FNV Kiem
Claudia Vallan, Culture Works
Hans Kams, Algemene Bond van Uitzendbureaus
Hans Kampers, Jill Reuser, Wilma van Iersel, allen van Adecco

Bijlage 2 Vragen voor telefonische enquête

interviewer: cursief geschreven tekst moet niet voorgelezen worden.

Introductie

Het Voorzieningsfonds voor Kunstenaars en de stichting PodiumKunstWerk willen de haalbaarheid van een uitzendbureau voor kunstenaars onderzoeken. Het onderzoek richt zich op kunstenaars die gebruik maken van de Wet Inkomen Kunstenaars, de Wik.

Graag zou ik u daarom een aantal vragen willen stellen. In totaal zal het gesprek een kwartier duren.

Allereerst wil ik u vragen:

1. Ontving u in 2001 een WIK-uitkering?

ja, ga verder met de volgende vraag

nee, beëindig dan het gesprek.

2. Welke kunstdiscipline beoefent u? Ik noem de volgende disciplines:

Beeldende kunst

Vormgeving

Literatuur

Muziek

Theater

Dans

Film

Multimedia

Andere discipline

3. Bent u een:

man

vrouw

4. Tot welke leeftijdscategorie behoort u?

18-24 jaar

25-34 jaar

35-44 jaar

45-54 jaar

55-64 jaar

> 64 jaar

5. Bent u:

alleenwonend, met zorg voor kind(eren)

alleenwonend, zonder zorg voor kind(eren)

samenwonend of gehuwd, met zorg voor kinderen

samenwonend of gehuwd, zonder zorg voor kinderen

Informatie over bijbanen

6. Wat doet u op dit moment zelf, of zou u willen doen, om uw positie als kunstenaar te versterken? Ik noem een aantal mogelijkheden. U kunt per mogelijkheid aangeven of die van toepassing is, ja of nee.

6a. Meer en/of beter betaald werk als kunstenaar zoeken

- Ja
- Nee
- Geen (duidelijk) antwoord

6b. Meer werk verkopen

- Ja
- Nee
- Geen (duidelijk) antwoord

6c. Meer en/of grotere opdrachten verwerven

- Ja
- Nee
- Geen (duidelijk) antwoord

6d. Meer inkomen verwerven door *nevenactiviteiten op kunstgebied* (bijvoorbeeld in de culturele educatie, op toegepast gebied of iets dergelijks)

- Ja
- Nee
- Geen (duidelijk) antwoord

6e. Meer inkomen verwerven door *nevenwerkzaamheden buiten de kunst*.

- Ja
- Nee
- Geen (duidelijk) antwoord

6f. Intensief blijven werken aan mijn artistieke ontwikkeling en vaardigheden

- Ja
- Nee
- Geen (duidelijk) antwoord

6g. Een andere artistieke richting inslaan

- Ja
- Nee
- Geen (duidelijk) antwoord

7 Heeft u inkomen uit nevenactiviteiten?

- ja
- nee, ga verder met vraag 12

8 Hoeveel uur besteedt u in totaal per week aan deze betaalde nevenactiviteiten?

- 0-8 uur
- 9-16 uur
- 17-24 uur
- 25-32 uur
- 33-40 uur
- meer dan 40 uur

9. Hoeveel uur besteedt u in totaal per week aan uw werk als kunstenaar?

- 0-8 uur
- 9-16 uur
- 17-24 uur
- 25-32 uur
- 33-40 uur
- meer dan 40 uur

10. In welke sector verricht u deze betaalde nevenactiviteiten? *Pas als respondent 'sector' niet begrijpt de antwoordcategorieën oplezen.*

- horeca
- musea, theater
- onderwijs
- gemeente en of/andere overheidsinstelling
- zakelijke dienstverlening
- gezondheidszorg
- sociaal-cultureel werk
- detailhandel
- anders, te weten: _____

11. Hoe bent u aan deze betaalde nevenactiviteiten gekomen? *(maximaal zoveel antwoorden als betaalde nevenactiviteiten)*

- via familie, vrienden, kennissen
- via een casting- of bemiddelingsbureau
- via een advertentie in de krant, internet
- via een uitzendbureau
- via het arbeidsbureau
- via een open sollicitatie
- ik ben ervoor gevraagd
- anders, te weten:

12. Hoe belangrijk zijn de volgende aspecten van betaalde nevenactiviteiten voor u persoonlijk: heel belangrijk, redelijk belangrijk, onbelangrijk of heeft u dit aspect juist liever niet bij betaalde nevenactiviteiten?

	heel belangrijk	redelijk belangrijk	onbelangrijk	liever niet
a. de nevenactiviteit moet te maken hebben met uw werk als kunstenaar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b. het moet een nevenactiviteit zijn in de kunstensector				
c. legaal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d. onregelmatig werk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e. minder dan 20 uur per week	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f. op mbo-niveau	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
g. op hbo-niveau	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Wat moet een betaalde nevenactiviteit u zeker opleveren? *De respondent mag meerdere antwoorden geven.*

- tijdelijk inkomen
- vast inkomen
- aanzien
- inspiratie voor mijn artistieke activiteiten
- sociale contacten

14. Heeft u liever vaste nevenactiviteiten of tijdelijke?

- vast
- tijdelijk

Informatie over jaarinkomen

15. Kunt u inschatten welk percentage van uw jaarinkomen afkomstig is uit betaalde nevenactiviteiten (al dan niet in de kunsten)? Is dat ongeveer...

- 0-24 %
- 25-49 %
- 50-74 %
- 75-100%

16. Kunt u inschatten welk percentage van uw jaarinkomen afkomstig is uit uw werk als zelfstandig kunstenaar? Is dat ongeveer:

- 0-24 %
- 25-49 %
- 50-74 %
- 75-100%

17. Heeft u door deze betaalde nevenactiviteiten een inkomen boven bijstandsniveau (een persoon alleen krijgt een bijstandsuitkering van f 1435,--. Een echtpaar zonder kinderen krijgt ongeveer f 2200,--.)?

- ja
- nee

Vragen over het uitzendbureau

18. Bent u momenteel ingeschreven bij een uitzendbureau?

- ja
- nee: ga verder met vraag **21**

19. Bij welk uitzendbureau staat u ingeschreven? *Als de respondent niet op de naam kan komen, kunt u de categorieën oplezen. De respondent mag meerdere antwoorden geven.*

- Randstad
- Tempo Team
- Vedior
- Unique
- Start
- AV Job Recruitment
- Job Art
- Workmate
- Culture Works
- Anders, te weten: _____

20. Hoe tevreden bent u over dit uitzendbureau?

- heel tevreden
- tevreden
- ontevreden
- heel ontevreden
- niet tevreden en niet ontevreden

21. Zou u behoefte hebben aan een uitzendbureau dat zich speciaal richt op kunstenaars?

ja, ga verder met vraag 23.

nee

22. Waarom zou u geen behoefte hebben aan een uitzendbureau dat zich speciaal richt op kunstenaars? *De respondent mag meerdere antwoorden geven.*

bestaande uitzendbureaus kunnen mij prima helpen

ik verwerf mijn werk via andere bronnen

ik wil geen betaalde bijbaan

anders, te weten:

23. Waarom zou u behoefte aan een uitzendbureau dat zich speciaal richt op kunstenaars? *De respondent mag meerdere antwoorden geven.*

vanwege het specifieke karakter van het werken als kunstenaar

bij normale uitzendbureaus is te weinig aanbod voor kunstenaars

anders, te weten:

24. Een uitzendbureau voor kunstenaars kan verschillende diensten aanbieden, de één kan daarbij voor u belangrijker zijn dan de ander. Zou u van de diensten die ik op ga noemen zeggen of u die belangrijk, heel belangrijk of onbelangrijk vindt?

	heel belangrijk	belangrijk	onbelangrijk
a. bemiddelen tussen vraag en aanbod naar werk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b. bemiddelen voor een opdracht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c. informatie over subsidies en fondsen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d. informatie over scholing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e. informatie over belastingen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f. informatie over het runnen van een eigen bedrijf	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
g. anders, te weten: _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Dit waren alle vragen. Hartelijk dank voor uw medewerking.