

**ARBEIDSMARKT- EN ONDERWIJSINFORMATIE
MBO-BEROEPSOPLEIDINGEN
GRAFIMEDIA KWALIFICATIESTRUCTUUR**

RAPPORTAGE 2007-2008

Kenniscentrum GOC

© Oktober 2007, Kenniscentrum GOC

Auteur: Drs. Jos Teunen

Kenniscentrum GOC

Postbus 347

3900 AH Veenendaal

Tel: +31 (0)318 53 91 11

Fax: +31 (0)318 52 99 69

E-mail: info@goc.nl

Website: www.goc.nl

INHOUD

Lijst van tabellen	3
Samenvatting	4
1. Beschrijving van de branches en arbeidsmarkten	7
– <i>Domeinafbakening van beroepsopleidingen en branches</i>	7
– <i>Demografie van branches</i>	9
– <i>Geografische spreiding</i>	11
– <i>Werkgelegenheid</i>	12
– <i>Economische ontwikkelingen</i>	16
2. Beschrijving van de onderwijsmarkt	18
3. Beschrijving van de BPV-markt	20
4. Perspectief op BPV-plaatsen voor onderwijsdeelnemers	22
5. Arbeidsmarktperspectief voor schoolverlaters	25
6. Conclusies	29
7. Bronvermelding	34
8. Bijlage	35

LIJST VAN TABELLEN

1. Kwalificatiestructuur Kenniscentrum GOC 2007-2008	7
2. Bedieningsgebied branches en bedrijven Kenniscentrum GOC	8
3. Bedrijven naar grootteklasse binnen de grafimediabranche	9
4. Bedrijven naar grootteklasse uitgeverij-, reclame-, AV-, theater- en evenementenbranche	10
5. Geografische spreiding bedrijven creatieve sector	11
6. Werkgelegenheid creatieve sector	12
7. Leeftijdsopbouw en geslacht werknemers creatieve branches	13
8. Ontwikkeling werkgelegenheid en ontslagwerkloosheid creatieve branches	14
9. Economische ontwikkeling grafimediabranche	14
10. Economische ontwikkeling uitgeverij-, reclame-, AV-, theater- en evenementenbranche	15
11. Werkgelegenheid naar beroepsgroep binnen de grafimediabranche	16
12. Aantal leerlingen grafimedia kwalificaties 2006-2007	18
13. Aantal onderwijsinstellingen met grafimedia opleidingen 2006-2007	19
14. Spreiding van opleidingen over verschillende onderwijsinstellingen 2006-2007	36
15. Leerbedrijven naar hoofdactiviteit en grootteklasse	20
16. Aantal leerbedrijven grafimedia kwalificaties 2007	21
17. Vraag naar beroepspraktijkvormingsplaatsen	22
18. Stagedruk: gemiddeld aantal leerlingen per beschikbaar leerbedrijf	24
19. Gediplomeerde uitstroom grafimedia beroepsopleidingen MBO 2006	37
20. Aantal baanzoekende schoolverlaters 2006	37
21. Ontwikkeling percentage bedrijven met openstaande vacatures	26
22. Aantal openstaande vacatures grafimedia arbeidsmarkt mei 2007	38
23. Balans vraag en aanbod grafimedia arbeidsmarkt	28

SAMENVATTING

In het studiejaar 2007-2008 vallen er onder de grafimedia-kwalificatiestructuur 16 kwalificaties met in totaal 42 uitstroomdifferentiaties. In het studiejaar 2006-2007 werden er 14.680 leerlingen opgeleid bij 29 verschillende MBO-scholen. De opleidingen leiden op voor beroepen die voorkomen in een vijftal branches die gerekend worden tot de creatieve industrie. Het gaat om de grafimediabranche (grafische industrie), de reclame/PR-branche, de uitgeverijen, de audiovisuele branche (radio- en televisieproducties), de theater- en evenementenbranche. Deze branches bedienen het volledige spectrum aan mediaproducties in zowel de oude als de nieuwe media.

Al deze branches hebben gemeen dat hun ontstaan en groei samenhangt met de opkomst van de communicatiemaatschappij. De creatieve industrie is vooral sterk gegroeid vanaf de jaren zestig van de twintigste eeuw. Vanaf het midden van de jaren negentig komt daar de opkomst van nieuwe-mediatechnieken als internet en multimedia bij. Gedeeltelijk verdringt de nieuwe media delen van de oude mediatechniek, maar voor een groot deel is er sprake van complementaire toepassingen. Economisch gezien is de communicatie-industrie nogal conjunctuurgevoelig en dat is ook zichtbaar in de ontwikkeling van de werkgelegenheid. De demografische structuur van bedrijvigheid is kleinschalig. Vooral in de creatieve branches bestaat een belangrijk gedeelte van de werkgelegenheid uit zelfstandige beroepsbeoefenaren. Binnen de grafisch industriële branche zijn het juist vaste dienstverbanden die de kern van de werkgelegenheid vormen. Deze structuur is ook van invloed op de inkomenspositie van de beroepsbeoefenaren binnen deze branches. In creatieve branches zijn inkomensposities veel conjunctuurgevoeliger dan in industriële branches waar vaste dienstverbanden de norm zijn. Door het aantrekken van de economie trekt ook de werkgelegenheid in de branches van de creatieve industrie weer aan. Door sterke productiviteitsontwikkeling blijft de werkgelegenheidsontwikkeling in de grafimediabranche voorlopig nog teruglopen, maar de sterke neergang in de afgelopen jaren is afgevlakt. De creatieve industrie is geconcentreerd in het westen van het land. Deze concentratie zien we terugkomen in de beroepsopleiding.

De grafimedia-beroepsopleiding heeft de afgelopen jaren een grote verandering ondergaan. Een aantal traditionele grafische beroepen is verdwenen en daarvoor in de plaats zijn nieuwe-media beroepen in de kwalificatiestructuur opgenomen. In een aantal branches zijn voor het eerst technische beroepen op MBO-niveau ontwikkeld die vroeger alleen op HBO-niveau werden aangeboden. Het kwalificatieniveau binnen deze beroepsgroepen is hierdoor gedifferentieerder geworden. Vroeger bestonden deze beroepsgroepen uit HBO-gekwalficeerden en formeel ongekwalificeerde autodidacten

die zich zelf bekwaamd hadden in de uitoefening van het beroep.

Het aantal instellingen dat grafimedia-opleidingen aanbiedt is in de afgelopen jaren sterk gegroeid van vijf tot inmiddels 29. Hierdoor heeft het opleidingsaanbod zich meer verspreid over het gehele land. Deze instellingen bieden echter lang niet alle 16 opleidingen aan. De meeste instellingen beperken zich tot het aanbieden van enkele populaire opleidingen, zoals mediavormgeven en podium- en evenemententechniek.

Voor de beroepspraktijkvorming in zowel de BOL- als de BBL-leerweg staan er in 2007 bij Kenniscentrum GOC 4428 leerbedrijven ingeschreven. Vergelijken we de beschikbaarheid van leerbedrijven met de stagevraag vanuit de opleidingen dan constateren we bij een aantal opleidingen een hoge stagedruk en bij andere opleidingen een sterke onderbenutting. Dit hangt onder andere samen met de populariteit van de opleidingen en met de snelheid waarmee het aantal leerlingen groeit. Nieuwe opleidingen krijgen al snel te maken met een hoge stagedruk, vooral als veel scholen gelijktijdig met deze opleidingen starten. Dit is het geval bij de opleidingen mediavormgever, artiest en AV-productie.

Voor nieuwe beroepen als artiest en gaming kan het arbeidsmarktperspectief voor schoolverlaters niet goed bepaald worden omdat onderzoeksgegevens daarvoor ontbreken. Daarbij komt dat het arbeidsmarktperspectief niet altijd hetzelfde is als het werkgelegenheidsperspectief. Voor beroepen die voornamelijk worden uitgeoefend in dienstbetrekking geeft een vacatureonderzoek een goed beeld van de arbeidsmarkt en daarmee van het werkgelegenheidsperspectief. Meten via de arbeidsmarkt is zinloos indien de kern van de werkgelegenheid bestaat uit zelfstandige beroepsbeoefenaren. Bij vormgevers, AV-technici en theatertechnici is dit vaak het geval. Het aantal startende ondernemingen geeft dan een beter beeld van het werkgelegenheidsperspectief in deze beroepen. Omdat de creatieve industrie geconcentreerd is in het westen van het land, terwijl de beroepsopleidingen zich juist meer hebben verspreid over het land, is het werkgelegenheidsperspectief niet in alle regio's gelijk. Bij een aantal opleidingen treden er grote verschillen op in discrepanties op de arbeidsmarkt. Regionale overschotten en tekorten treden dan naast elkaar op. Belangrijk in deze situaties is dat er voldoende geografische mobiliteit onder schoolverlaters bestaat. Is dit het geval dan kunnen regionale discrepanties gemakkelijk geneutraliseerd worden. Problematischer is indien een opleiding structureel over alle regio's te maken heeft met discrepanties. Dat is het geval bij de opleiding mediavormgever, waar in alle regio's sprake is van een overaanbod op de arbeidsmarkt, en bij de opleidingen mediamanagement en printmedia waar in alle regio's sprake is van een sterk aanbodstekort op de arbeidsmarkt. In deze gevallen heeft een toenemende mobiliteit geen enkel positieve betekenis bij het verminderen van de optredende discrepanties. Beroepen met een geringe uitwijkmogelijkheid krijgen bij overschot op de

arbeidsmarkt te maken met werkloosheid. Beroepen met meer uitwijkmogelijkheden krijgen bij een overschot op de arbeidsmarkt te maken met een afname van de opleidingsdoelmatigheid. Bij opleidingen die sterk toeleiden naar zelfstandige beroepsbeoefening heeft een overaanbod een negatief effect op de inkomenspositie van beroepsbeoefenaren.

1. BESCHRIJVING VAN DE BRANCHES EN ARBEIDSMARKTEN

Domeinafbakening van beroepsopleidingen en branches

Kenniscentrum GOC is verantwoordelijk voor de grafimedia-kwalificatiestructuur in het MBO-beroepsonderwijs. Onder deze opleidingsstructuur vallen in het studiejaar 2007-2008 16 kwalificaties met in totaal 42 uitstroombdifferentiaties, verdeeld over 4 opleidingsniveaus (zie tabel 1). In het studiejaar 2006-2007 waren er 29 MBO-instellingen die één of meerdere van deze opleidingen verzorgden, met in totaal 14.680 leerlingen. In 2006 stroomden 2208 leerlingen uit met een diploma.

Tabel 1 Kwalificatiestructuur Kenniscentrum GOC 2007-2008

Kwalificatie MBO		Uitstroombdifferentiatie MBO		MBO-Niveau
1	90030 Artiest	1	90031 Dans	niveau 4
		2	90032 Muziek	
		3	90033 Drama	
		4	90034 Musical	
		5	90035 Sounddesign	
2	93220 Gaming	6	93220 Gamedesigner	
3	90610 Mediatechnologie	7	90611 Crossmedia publishing	
		8	90612 Webmaster	
		9	90613 Workflow beheer	
4	90400 Mediavormgever	10	90411 Animatie/audiovisuele vormgeving	
		11	90412 Art & Design	
		12	90413 Grafische vormgeving	
		13	90414 Interactieve vormgeving	
5	90600 Mediamanagement	14	90601 Media intermediair	
		15	90602 Mediaproductie management	
		16	90603 Mediacontent management	
6	90340 Podium- en evenemententechniek	17	90341 Podiumtechnicus geluid	
		18	90342 Podiumtechnicus licht	
		19	90343 Podiumtechnicus toneel	
7	90070 AV-productie	20	90056 Lichttechnicus	
		21	90071 Beeldtechnicus	
		22	90073 Cameraman	
		23	90075 Fotograaf	
		24	90084 Geluidstechnicus	
		25	90088 Video-editor	
8	90190 DTP'er	26	90191 Allround DTP'er	niveau 3
9	92220 Printmedia	27	92221 Gelijmd/genaaid brochieren	
		28	92222 Geniet brochieren	
		29	92223 Rotatieoffset	
		30	92224 Snijden	
		31	92225 Vellenoffset	
		32	92226 Vouwen	
		33	92227 Zeefdrukken	
		34	92228 Digitaal drukken	
10	90330 Podium- en evenemententechniek	35	90330 Podiumtechnicus	
11	90060 AV-productie	36	90061 Allround AV-medewerker	
12	90180 DTP'er	37	90181 Medewerker grafische- en multimedia-opmaak	niveau 2
13	92210 Printmedia	38	92211 Basis Finishing	
		39	92212 Basis Press & Print	
14	90320 Podium- en evenemententechniek	40	90320 Medewerker podium- en evenemententechniek	
15	90050 AV-productie	41	90051 Medewerker fotografie	
16	90440 Arbeidsmarkt kwalificerend assistent	42	90440 AK assistent	1

Kenniscentrum GOC

De grafimedia beroepsopleidingen leiden op voor beroepen in verschillende branches. De branches en bedrijven waar de meeste werkgelegenheid in deze beroepen bestaat, zijn de grafimediabranche, de reclame- en PR-branche, de uitgeverijen, de audiovisuele branche en de theater- en evenementenbranche. Daarnaast bestaat er een cluster van bedrijven dat zich bezig houdt met activiteiten op het gebied van multimedia- en gameproducties. Voor deze hoofdactiviteit bestaat echter (nog) geen aparte BIK-code bij de Kamers van koophandel. Uit onderzoek blijkt dat deze bedrijven onder een andere hoofdactiviteit bij 21 verschillende branches staan ingeschreven.¹ In tabel 2 wordt een overzicht gegeven van de genoemde vijf branches, de soort bedrijven die er onder vallen en hun bijbehorende BIK-codes.

Een aantal opleidingen uit de kwalificatiestructuur leidt specifiek op voor bepaalde functies binnen één branche, zoals printmedia en podium- en evenemententechniek. Andere opleidingen bieden een veel breder uitstroomperspectief over meerdere branches en functies, zoals bijvoorbeeld mediamanagement, mediatechnologie, mediavormgever en DTP'er.

Tabel 2 Bedieningsgebied branches en bedrijven Kenniscentrum GOC

Branches	BIK-code
1 Grafimediabranche	222
- prepress	2224
- drukkerij dagbladen	2221
- drukkerij algemeen	2222
- drukkerij verpakkingen	22224
- grafische nabewerking	2223
- kopieerbedrijf	222262
2 Reclame/pr-branche	74401
3 Uitgeverijbranche	221
- boeken	2211
- dagbladen	2212
- tijdschriften	2213
4 Audiovisuele branche	
- film/videoproductie	921
- radio/TV-productie	92202
- diensten radio/TV	92203
5 Theater en evenementen branche	9232
- theater, schouwburg en concertgebouw	92321
- evenementenhallen	92322
- dienstverlening t.b.v. cultuur	92323
6 Multimediabedrijven	-

Bron: KvK Bedrijfsindielingsklasse op hoofdactiviteit (BIK)

¹ Leisink, P, J. Teunen en J. Boumans (2000) 'Multimedia: de pioniersfase voorbij. Organisatiestrategie en personeelsbeleid rond multimedia in de media- en informatie-industrie'. Uitgave GOC, Veenendaal.

Demografie van branches

De grafimediabranche bestaat uit ongeveer 4000 bedrijven, met een groot aandeel voor het midden- en kleinbedrijf (MKB)². Bijna eenderde van de bedrijven bestaat uit eenmanszaken, driekwart bestaat uit kleinbedrijf. Het middenbedrijf is met 21% ook goed vertegenwoordigd. Er zijn maar weinig bedrijven die groter zijn dan 100 medewerkers. Het gaat hier met name om drukkerijen die grote oplagen kranten en tijdschriften drukken en afwerken, en om een aantal drukkerijen voor de verpakkingsindustrie. Bijna de helft van de prepressbedrijven bestaat uit zelfstandige beroepsbeoefenaren. Nabewerkingsbedrijven en kopieerbedrijven hebben vaker personeel in dienst, maar bestaan wel overwegend uit kleinere bedrijven (tabel 3). Prepressbedrijven en nabewerkingsbedrijven zijn gespecialiseerd in het voortraject c.q. het natraject van het grafische productieproces. Drukkerijen zijn soms ook gespecialiseerd in alleen maar drukken, maar veel vaker beschikken zij naast een drukkerijafdeling over een prepress- en een nabewerkingsafdeling. Dit betekent dat drukkers nooit bij een prepress- of nabewerkingsbedrijf zullen werken, maar DTP'ers en nabewerkers wel vaak bij een allround drukkerij. In toenemende mate ontwikkelen prepressbedrijven zich tot brede mediabedrijven die naast de opmaak van drukwerk ook websites bouwen en database publishing uitvoeren. Gespecialiseerde nabewerkingsbedrijven beschikken vaak over een breed scala aan bewerkings-technieken. De diversiteit aan machines en toegepaste bindtechnieken is daarom veel groter dan bij een drukkerij het geval is.

Tabel 3 Bedrijven naar grootteklasse binnen de grafimediabranche

Selectie: hoofdactiviteit, onderneming, ontdebeld en economisch actief							
	prepress	drukkerij dagblad	drukkerij algemeen	drukkerij verpakking	grafische nabewerking	kopieer en repro	totaal
	N	N	N	N	N	N	N
eenmanszaak	311	14	642	5	139	125	1236
1-4	177	28	749	10	94	172	1230
5-9	80	17	463	6	53	72	691
10-49	68	21	546	10	78	46	769
50-99	4	4	44	7	11	1	71
≥100	4	9	29	4	0	1	47
totaal	644	93	2473	42	375	417	4044
	%	%	%	%	%	%	%
eenmanszaak	48.3%	15.1%	26.0%	11.9%	37.1%	30.0%	30.6%
1-4	27.5%	30.1%	30.3%	23.8%	25.1%	41.2%	30.4%
5-9	12.4%	18.3%	18.7%	14.3%	14.1%	17.3%	17.1%
10-49	10.6%	22.6%	22.1%	23.8%	20.8%	11.0%	19.0%
50-99	0.6%	4.3%	1.8%	16.7%	2.9%	0.2%	1.8%
≥100	0.6%	9.7%	1.2%	9.5%	0.0%	0.2%	1.2%
totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
aandeel	15.9%	2.3%	61.2%	1.0%	9.3%	10.3%	100%

Bron: KvK 12 juni 2007

² Kleinbedrijf (<10 werkzame personen), middenbedrijf (10-99 wp) en grootbedrijf (≥100 wp).

De uitgeverijbranche heeft ongeveer evenveel bedrijven als de grafimediabranche, maar is kleinschaliger (tabel 4). Ongeveer 80% van de bedrijven is kleiner dan 10 werkzame personen, en de helft daarvan bestaat weer uit eenmanszaken. Daarnaast is er ook een groep van 53 grote tot zeer grote bedrijven. Een combinatie van activiteiten komt veel voor, bijvoorbeeld een drukkerij/uitgeverij, reclamebureau/uitgeverij en boekwinkel/uitgeverij.

De reclame/pr-branche, de AV-branche en de theater- en evenementenbranche bestaan voor tweederde deel uit zelfstandige beroepsbeoefenaren. Naast veel kleine studio's kent de reclame/pr-branche een behoorlijk aantal middelgrote bureaus, maar slechts enkele grote bureaus. Uit tellingen uit het handelsregister van de Kamers van koophandel blijkt dat er binnen deze branches vanaf begin jaren 90 een sterke groei plaatsvindt van het aantal startende ondernemingen. In de meeste gevallen gaat het hierbij om zelfstandige beroepsbeoefenaren.

Er bestaan geen recente tellingen voor het aantal multimediabedrijven.³ In het eerder aangehaalde onderzoek van Leisink e.a. (2000) naar multimediabedrijven in Nederland wordt voor het jaar 2000 een berekening gemaakt van 10.142 bedrijven die zich bezig houden met multimedia productie-activiteiten, waarvan 4.569 bedrijven dit als hoofdactiviteit doen. De multimediabedrijven worden voor een belangrijk deel ook meegeteld binnen de branches die tot de creatieve sector behoren. Tussen 1995 en 2000 groeide het aantal bedrijven dat zich toelegt op multimediaproducties zeer snel. Door het ineensinken van de 'nieuwe' economie zijn daarna veel bedrijven failliet gegaan en hebben velen hun baan in de multimedia moeten opgeven. Deze specifieke economische neergang werd opgevolgd door een algemene economische recessie, waardoor het herstel van de internet- en multimediabedrijven lange tijd uitbleef. Inmiddels groeit het aantal multimediabedrijven weer.

Tabel 4 Bedrijven naar grootteklasse uitgeverij-, reclame-, AV-, theater- en evenementenbranche

	Als hoofdactiviteit, onderneming, ontubeld en economisch actief							
	uitgeverij N	reclame N	AV N	theater/ evenementen N	uitgeverij %	reclame %	AV %	theater/ evenementen %
eenmanszaak	1.368	9.288	3.763	4.634	39.7%	65.9%	66.6%	71.3%
1-4	1.360	2.574	1.485	1.508	39.4%	18.3%	26.3%	23.2%
5-9	298	746	199	185	8.6%	5.3%	3.5%	2.8%
10-49	337	1.452	176	145	9.8%	10.3%	3.1%	2.2%
50-99	33	27	17	18	1.0%	0.2%	0.3%	0.3%
≥100	53	5	8	5	1.5%	0.0%	0.1%	0.1%
totaal	3449	14.092	5.648	6.495	100%	100%	100%	100%

Bron: KvK 12 juni 2007

³ Er bestaat weinig landelijk onderzoek naar de ontwikkeling van multimediabedrijven. Omdat deze bedrijven door de KvK niet onder een eigen BIK-code worden geregistreerd is het ook niet mogelijk om de economische ontwikkeling van deze bedrijven en de groei in werkgelegenheid goed te monitoren.

Geografische spreiding

Voor alle creatieve branches geldt dat de bedrijvigheid niet evenredig over het land verspreid ligt maar sterk geconcentreerd is in het westen van het land. In tabel 5 wordt aangegeven welk aandeel elke provincie heeft in het totaal van de creatieve bedrijven in Nederland, en hoe zich dat verhoudt tot hun aandeel in het totaal aantal bedrijven. De meeste bedrijven in de creatieve sector zijn gevestigd in Noord- en Zuid-Holland. Samen vertegenwoordigen deze provincies ongeveer de helft (48,6%) van de creatieve bedrijven in Nederland. Daarnaast hebben ook de provincies Noord-Brabant, Utrecht en Gelderland een behoorlijk aandeel in de creatieve sector. Vergelijken we de concentratie van de creatieve sector met de spreiding van alle bedrijven over de provincies, dan valt op dat het aandeel creatieve bedrijven van het totaal aantal bedrijven in de provincie Noord-Holland het hoogst is (6%). De creatieve bedrijvigheid is zowel absoluut als relatief het laagst in de provincie Zeeland.

Naast de spreiding over provincies hebben we de cijfers van de vier grote steden berekend. In Amsterdam is 15% van de creatieve sector gevestigd, terwijl dit voor alle bedrijven 6,2% is. Het aandeel van de creatieve sector binnen het totale bedrijvenbestand is in Amsterdam met 9,1% zeer hoog. Dit bevestigt het beeld dat Amsterdam dé creatieve metropool van Nederland is. Bij de reclamebureaus is dit nog sterker het geval. Van alle reclamebureaus is 12,2% in Amsterdam gevestigd, en van alle grotere reclamebureaus (≥ 50 werkzame personen) zelfs 35%.

Tabel 5 Geografische spreiding bedrijven creatieve sector

	bedrijven creatieve sector	aandeel in creatieve sector	aandeel in alle bedrijven	aandeel creatieve sector binnen provincie
Groningen	1.004	2.9%	2.8%	3.9%
Friesland	881	2.6%	3.5%	2.7%
Drenthe	542	1.6%	2.6%	2.3%
Overijssel	1.565	4.6%	5.9%	2.9%
Flevoland	666	1.9%	2.2%	3.3%
Gelderland	3.218	9.4%	11.7%	3.0%
Utrecht	3.349	9.8%	7.9%	4.6%
Noord-Holland	10.276	30.0%	18.6%	6.0%
Zuid-Holland	6.388	18.6%	20.8%	3.3%
Zeeland	371	1.1%	2.2%	1.8%
Noord-Brabant	4.516	13.2%	15.7%	3.1%
Limburg	1.486	4.3%	6.1%	2.6%
Totaal	34.262	100%	100%	3.7%
- Amsterdam	5.205	15.2%	6.2%	9.1%
- Rotterdam	1.677	4.9%	3.6%	5.0%
- Den Haag	1.188	3.5%	3.2%	4.0%
- Utrecht	1.205	3.5%	1.8%	7.2%

Bron: KvK Handelsregister oktober 2007

Werkgelegenheid

De werkgelegenheid in de creatieve sector zoals wij deze gedefinieerd hebben betreft in 2004 in totaal 136.890 banen. De branche met de meeste werkgelegenheid is de grafimediabranche, waar 32% van de banen zit, gevolgd door de uitgeverijbranche met 28% en de reclame/pr-branche met 22% van de werkgelegenheid (tabel 6). De overige branches hebben een veel kleiner aandeel in de werkgelegenheid.

De werkgelegenheid bij multimediabedrijven is gedeeltelijk opgenomen in de werkgelegenheid van de verschillende branches binnen de creatieve sector, maar is voor een deel ook onzichtbaar omdat het valt onder branches die niet toegerekend worden tot de creatieve sector. In het onderzoek van Leisink e.a. is berekend dat bij de 4569 bedrijven die in 2000 multimedia als hoofdactiviteit hebben in totaal bijna 16.000 mensen werkzaam zijn. Recente cijfers omtrent de werkgelegenheid bij dit soort bedrijven is niet beschikbaar.

Tabel 6 Werkgelegenheid creatieve sector

Branches	BIK-code	banen 2004	aandeel in sector
1 Grafimediabranche	222	43.729	31.9%
2 Reclame/pr-branche	74401	30.345	22.2%
3 Uitgeverijbranche	221	38.361	28.0%
4 Audiovisuele branche	921/922	17.673	12.9%
5 Theater en evenementen branche	9232		
- theaters, schouwburgen en concertgebouwen	92321	6.782	5.0%
6 Multimediabedrijven*	-	-	
Totaal creatieve sector		136.890	100%

* Multimediabedrijven maken deel uit van de andere branches in de creatieve sector

Bron: UWV-beleidsinformatie en SEO/LISA

De leeftijdsopbouw en de verdeling mannen en vrouwen binnen de verschillende branches staan in tabel 7.⁴ Van de grafimediabranche weten we dat de gemiddelde leeftijd 42 jaar is, van de andere branches weten we dit niet. Vergelijken we de leeftijdsopbouw van de verschillende branches met de werkzame beroepsbevolking in Nederland, dan zien we dat de grafimediabranche en de uitgeverijen het meest vergrijsd zijn, en de zakelijke dienstverlening (waaronder reclame/PR-bureaus) en de culturele instellingen het minst. Bijna eenderde van de werknemers binnen de

⁴ Voor de leeftijdsopbouw en de verdeling mannen en vrouwen maken we gebruik van sectorinformatie van UWV. Met betrekking tot de grafimediabranche en de uitgeverijen komt de indeling volledig overeen met onze sectorindeling. De reclame/PR-bureaus vallen bij de UWV sectorindeling onder de zakelijke dienstverlening II, samengevoegd met economische adviesbureaus, ingenieurs- en architectenbureaus, software-ontwikkeling en expertisebureaus. De AV-branche en de theater- en evenementenbranche vallen bij het UWV binnen de brede sector culturele instellingen. Deze informatie kunnen we dus niet uitsplitsen.

zakelijke dienstverlening en culturele instellingen is jonger dan 30 jaar, terwijl dit bij de andere branches onder de 20% blijft. Bij deze laatste branches is de categorie oudere werknemers (>50 jaar) met 24% sterker vertegenwoordigd dan onder de gehele werkzame beroepsbevolking het geval is.

Kijken we naar de verdeling mannen en vrouwen dan werken er binnen de grafimediabranche en de zakelijke dienstverlening beduidend meer mannen dan vrouwen. Bij de grafimediabranche zijn vrouwen met 26,5% het minst vertegenwoordigd. Bij de uitgeverijen en de culturele instellingen zien we een gelijke verdeling tussen mannen en vrouwen.

Tabel 7 Leeftijdsopbouw en geslacht werknemers creatieve branches

	Grafimedia	Uitgeverij	zakelijke ¹ dienstverlening	culturele ² instellingen	NL
<23 jaar	6.5%	3.7%	8.8%	13.0%	14.0%
23 t/m 29 jaar	12.0%	15.1%	22.8%	19.4%	16.5%
30 t/m 39 jaar	29.7%	30.6%	34.5%	26.4%	25.1%
40 t/m 49 jaar	28.3%	26.9%	20.8%	23.1%	24.4%
50 tot 57½ jaar	15.6%	15.9%	8.9%	12.0%	13.9%
57½ tot 65 jaar	7.9%	7.9%	4.2%	6.0%	6.0%
mannen	73.5%	50.5%	65.9%	50.1%	53.8%
vrouwen	26.5%	49.5%	34.1%	49.9%	46.2%

¹ Zakelijke dienstverlening: waaronder reclame/PR-bureaus; ² Culturele instellingen: kunsten, theater en AV
Bron: UWV-beleidsinformatie 2005

De ontwikkeling van de werkgelegenheid ontleen we uit twee verschillende bronnen. Enerzijds maken we gebruik van de tellingen van het UWV, en anderzijds geven we de werkgelegenheidsmutaties afkomstig van de ERBO-enquête van de KvK. De cijfers die ontleend zijn aan de rapportages van het UWV staan in tabel 8. De werkgelegenheid is over de periode 2002 t/m 2005 in Nederland teruggelopen met 6,5%. De werkloosheid ten gevolge van ontslag is eind 2005 in Nederland 4,1%. In de grafimediabranche is de werkgelegenheid over deze periode wel met 14% teruggelopen en in de uitgeverijbranche met 7,6%. In de zakelijke dienstverlening is de werkgelegenheid over deze periode redelijk stabiel gebleven. Bij de culturele instellingen groeide de werkgelegenheid in 2003 zelfs nog fors, maar deze groei gaat in 2004 weer geheel verloren.

In alle branches is de ontslagwerkloosheid eind 2005 hoger dan het landelijke gemiddelde. De hoogste werkloosheid treffen we aan in de grafimediabranche (10,1%). In het begin van de economische laagconjunctuur is de werkloosheid in volume sterk gegroeid, maar vanaf begin 2005 neemt het volume af. Het werkloosheidspercentage stijgt nu alleen nog omdat de werkgelegenheid verder krimpt. De werkloosheid in de culturele sector is met 7,6% ook hoog, maar daar zien we wel een stijging van het

volume plaatsvinden. In de zakelijke dienstverlening zien we een redelijk laag werkloosheidspercentage en een krimpend volume. In de uitgeverijbranche zien we een iets hoger werkloosheidspercentage, maar daar krimpt het volume slechts langzaam.

Tabel 8 Ontwikkeling werkgelegenheid en ontslagwerkloosheid creatieve branches

Branches	Werkgelegenheidsindex				Ontslag werkloosheid
	2002	2003	2004	2005	2005
1 Grafimedia	100	96.8	89.2	86.1	10.1%
2 Uitgeverij	100	98.4	95.3	92.4	6.0%
3 Zakelijke dienstverlening ¹	100	100	97.2	101.4	5.0%
4 Culturele instellingen ²	100	107.2	99.8	100.7	7.6%
Nederland	100	98.6	94	93.4	4.1%

¹ Zakelijke dienstverlening: waaronder reclame/PR-bureaus; ² Culturele instellingen: kunsten, theater en AV
Bron: UWV-beleidsinformatie

De ERBO-enquête van de Kamers van koophandel is een andere bron voor de werkgelegenheidsontwikkeling in de branches. In tabel 9 staan de cijfers voor de grafimediabranche en in tabel 10 voor de andere branches.

Voor de grafimediabranche laten de cijfers van de KvK een kentering zien in de teruggang in werkgelegenheid. Alleen bij de boekendrukkerijen loopt de werkgelegenheid in 2006 verder terug. De verklaring daarvoor is dat met name bij deze productgroep er veel orders verplaatst worden naar China. Bij de handelsdrukkerijen is de werkgelegenheid stabiel, en bij de andere bedrijven vindt er zelfs weer groei plaats. Deze cijfers zijn overigens iets positiever dan die van het Grafisch bedrijfsfonds (GBF). De GBF-cijfers laten ook over 2006 nog een verdere daling van de werkgelegenheid zien. Het is helaas niet mogelijk om vanuit de ERBO-gegevens cijfers te geven voor de totale grafimediabranche.

De werkgelegenheid bij de dagblad- en tijdschriftenuitgeverijen loopt in 2006 nog verder terug (tabel 10). De werkgelegenheid bij de boekenuitgeverijen groeit echter met ruim 4%. De groei is het sterkst bij de theaterbranche met 5,4%. Bij de reclamebureaus groeide de werkgelegenheid in 2006 met 3,4% en in de AV-sector met 2,5%.

Tabel 9 Economische ontwikkeling grafimediabranche

		grafische reproductie	drukkerij reclame	drukkerij boeken	handels drukkerij	grafische nabewerking	kopieer bedrijf	grafimedia branche	sector industrie
vestigingen per 1 jan	2007	407	794	278	1571	453	492	3995	118.644
startende bedrijven	2006	15	12	1	8	8	12	56	15.238
opheffingen	2006	16	25	5	67	22	34	169	5.556
aandeel starters	2006	3.7%	1.5%	0.4%	0.5%	1.8%	2.4%	1.4%	12.8%
aandeel opheffingen	2006	3.9%	3.1%	1.8%	4.3%	4.9%	6.9%	4.2%	4.7%
groei nominale omzet	2006	4.0%	4.5%	2.9%	2.5%	1.0%	5.9%		3.3%
groei werkgelegenheid	2006	3.3%	4.6%	-2.2%	0.0%	1.9%	5.7%		2.1%

Bron: KvK ERBO-enquête 2007

Tabel 10 Economische ontwikkeling uitgeverij-, reclame-, AV-, theater- en evenementenbranche

		uitgeverij boeken	uitgeverij dagbladen	uitgeverij tijdschriften	reclame bureau	AV-productie	theater- diensten
vestigingen per 1 jan	2007	2.061	602	1.368	17.343	4.978	8.268
startende bedrijven	2006	83	20	58	1.439	395	1.052
opheffingen	2006	107	37	85	912	252	603
aandeel starters	2006	4.0%	3.3%	4.2%	8.3%	7.9%	12.7%
aandeel opheffingen	2006	5.2%	6.1%	6.2%	5.3%	5.1%	7.3%
groei nominale omzet	2006	-0.1%	7.8%	2.9%	3.4%	10.2%	7.5%
groei werkgelegenheid	2006	4.1%	-2.0%	-1.8%	3.4%	2.5%	5.4%

Bron: KvK ERBO-enquête 2007

De werkgelegenheid binnen de grafimediabranche kunnen we nog uitsplitsen naar verschillende beroepsgroepen. Dit kunnen we voor de andere branches niet. In tabel 11 zien we dat de grootste beroepsgroepen binnen de grafimediabranche bestaan uit prepressers (18%), nabewerkers (16%), drukkers⁵ (15%) en commercieel personeel (14%). Voor alle uitvoerende functies in de grafische techniek geldt dat deze worden uitgevoerd door vakmensen op MBO-3 en MBO-4 niveau. Bij ICT en commerciële functies zien we dat er meer werknemers komen met een HBO achtergrond. De verhoudingen tussen de verschillende beroepsgroepen zijn de afgelopen 20 jaar drastisch gewijzigd. Vóór de invoering van desktop publishing (dtp) begin jaren negentig bestond het prepresswerk voornamelijk uit handmatig ambachtelijk werk. Drukkerijen hadden vaak grote prepressafdelingen en er bestonden ook grote gespecialiseerde (foto)zetterijen. Door de opkomst van dtp zijn al deze werkzaamheden steeds verder geïntegreerd in één functie en bovendien verplaatste het dtp-werk zich grotendeels naar de redacties van uitgeverijen en reclamebureaus. In 1984 bijvoorbeeld was het aandeel van prepressers in de werkgelegenheid nog 27% terwijl dat nu nog maar 18% is. Bovendien houden deze dtp'ers zich niet meer alleen bezig met drukwerkopmaak, maar ook met opmaakwerkzaamheden ten behoeve van web-pagina's en CD-rom/DVD-producties. Door sterke productiviteitsverbeteringen binnen het grafische productieproces neemt de werkgelegenheid sinds begin jaren negentig af. Al hoewel in het gehele grafische productieproces sprake is van productie-innovatie, waaronder automatisering, vindt dit niet voor iedere procesfase gelijktijdig en niet in dezelfde mate plaats. De productiviteitstoename is in de afgelopen jaren het sterkst geweest in de prepress, daarna in de druktechniek en (nog) in mindere mate in de nabewerkingstechniek. Hierdoor zijn de onderlinge getalsverhoudingen tussen de beroepsgroepen sterk gewijzigd. In 1985 maakten prepressers 27%, drukkers 19% en nabewerkers 9% van de grafische werkgelegenheid uit, terwijl hun aandeel in 2005 bijna even groot is geworden (prepress 18%, drukkers 15% en nabewerkers 16%).

⁵ Allround grafisch vakmensen zijn primair ook drukkers. Daarnaast doen ze ook prepress- en nabewerkingswerkzaamheden. Allrounders werken in kleine drukkerijen en zijn breed inzetbaar.

Tabel 11 Werkgelegenheid naar beroepsgroep binnen de grafimediabranche

	N	%
prepress	7.777	17.7%
automatisering	967	2.2%
allround grafisch vakman	220	0.5%
drukken	6.327	14.4%
nabewerken	7.162	16.3%
hulpwerkzaamheden	967	2.2%
technische dienst	483	1.1%
planning, order/werkvoorbereiding, calculatie	3.647	8.3%
commercieel	6.151	14.0%
kwaliteitscontrole/laborant	395	0.9%
administratie	3.559	8.1%
staf en secretariaat	2.592	5.9%
leiding	3.603	8.2%
totaal	43.937	100%

Bron: Kenniscentrum GOC Arbeidsmarktonderzoek grafimediabranche 2004/2005

Economische ontwikkelingen

De economische ontwikkelingen worden eveneens ontleend aan de ERBO-enquête van de Kamers van Koophandel. In tabel 9 zijn voor de grafimediabranche de belangrijkste economische kengetallen samengebracht. Als belangrijke indicatoren voor de economische ontwikkeling binnen een branche gelden de groei van de nominale omzet en de werkgelegenheid en het aandeel startende ondernemingen en het aandeel opheffingen.

Om met dit laatste te beginnen. Uit de cijfers blijkt dat weliswaar de nominale omzetgroei bij alle segmenten binnen de grafimediabranche positief is, en in een aantal segmenten zoals kopieerbedrijven en reclamedrukkerijen zelfs beduidend hoger ligt dan voor de gehele industriële sector geldt, maar dat veel bedrijven het economisch nog steeds moeilijk hebben. Dat blijkt onder andere uit het gegeven dat het aantal opheffingen bij alle segmenten binnen de branche steeds hoger is dan het aantal startende bedrijven. Vooral bij de kleinere handelsdrukkerijen, kopieerbedrijven en nabewerkingsbedrijven zien we een spectaculair hoger aantal opheffingen dan startende bedrijven. In 2006 is bijna 7% van de kopieerbedrijven gestopt.

Bij de andere branches zien we in 2006 redelijk grote verschillen optreden wat betreft de economische ontwikkeling (tabel 10). In de AV-productie, bij de dagbladuitgeverijen en bij de theaterdiensten zien we in 2006 een sterke positieve omzetontwikkeling ontstaan. Bij de theaterdiensten gaat dit gepaard met een fors aantal startende ondernemingen (13%). Gelijktijdig zien we in deze branche dat ook veel bedrijven het moeilijk hebben, want het aantal opheffingen is ook hoog (7%). De omzetontwikkeling

bij de boekenuitgeverijen blijft in 2006 nog sterk achter. Er is zelfs sprake van een lichte krimp (-0,1%). Toch groeit de werkgelegenheid in deze branche het sterkst (4%). Ook in de reclamebranche zien we duidelijk signalen van economisch herstel. Zowel de omzet als de werkgelegenheid groeit. Dit laatste wordt vooral zichtbaar in het aantal startende bedrijfjes (zzp'ers).

2. BESCHRIJVING VAN DE ONDERWIJSMARKT

Ondanks de economische neergang in de afgelopen jaren en de dalende werkgelegenheid in de meeste branches binnen de creatieve industrie, zien we een groeiende populariteit van de creatieve beroepen in het onderwijs. Het gaat daarbij met name om vormgevingsberoepen, grafisch vormgever en multimedia vormgever, en creatieve beroepen zoals artiest. Daarnaast zijn er de afgelopen vijf jaar voor allerlei technische beroepen binnen de AV-productiebedrijven en theaters MBO-opleidingen ontstaan, die behoorlijk populair zijn geworden. Recenter is er ook voor artiesten een MBO-opleiding gekomen die door een twaalfstal scholen wordt aangeboden. Binnen de multimediatechnische bedrijven zien we een verdere differentiatie ontstaan naar zelfstandige beroepen zoals bij gaming het geval is. Deze opleidingen zijn zo recent dat er nog geen informatie bestaat over de werkgelegenheidsperspectieven daarin. Kenniscentrum GOC voert begin 2008 een schoolverlateronderzoek uit waarbij ook voor artiest geprobeerd wordt deze informatie te verkrijgen.

Groeien de opleidingen voor creatieve beroepen sterk, dat geldt niet voor de opleidingen voor grafisch-technische beroepen. Dan hebben we het vooral over drukkers en nabewerkers. Jongeren kiezen maar moeizaam voor deze opleidingen en dat betekent dat de uitstroom van gekwalificeerde vakmensen in dit vakgebied ieder jaar verder afneemt. In tabel 12 is het aantal leerlingen per opleiding af te lezen.

Tabel 12 Aantal leerlingen grafimedia kwalificaties 2006-2007

Crebo-code	Niveau	Opleidingsnaam	CWI-district					Totaal	
			Noord	Oost	Midden-west	Noord-west	Zuid-west Zuid-oost		
90030	4	Artiest	207	186	44	257	143	132	969
93220	4	Gaming	-	-	-	-	-	-	-
90610	4	Mediatechnologie	31	37	17	109	358	73	625
90400	4	Mediavormgever	517	1187	1550	1492	2165	1027	7938
90600	4	Mediamanagement	0	28	176	105	309	95	713
90340	4	Podium- en evenemententechniek	10	0	0	2	46	43	101
90070	4	AV-productie	224	351	262	51	36	262	1186
90190	3	DTP	95	151	191	127	267	112	943
92220	3	Printmedia	0	16	9	21	66	26	138
90330	3	Podium- en evenemententechniek	60	92	0	88	81	36	357
90060	3	AV-productie	172	157	28	228	100	34	719
90180	2	DTP	36	159	68	20	35	3	321
92210	2	Printmedia	16	63	44	75	115	67	380
90320	2	Podium- en evenemententechniek	16	0	0	14	2	0	32
90050	2	AV-productie	35	70	0	65	11	44	225
90440	1	AK assistent	0	0	14	7	0	0	21
10339	4	Praktijkopleider	0	0	0	12	0	0	12
		Totaal MBO-leerlingen	1419	2497	2403	2673	3734	1954	14680
		Aandeel MBO-leerlingen	9.7%	17.0%	16.4%	18.2%	25.4%	13.3%	100%
		VMBO grafische richting	78	215	520	342	265	274	1694
		Aandeel VMBO-leerlingen	4.6%	12.7%	30.7%	20.2%	15.6%	16.2%	100%

Bron: Cfi

Onder in tabel 12 is de spreiding van het aantal MBO-leerlingen over de regio's af te lezen. De meeste leerlingen worden nog steeds opgeleid in het westen van het land, hetgeen correspondeert met de concentratie van werkgelegenheid in deze branches. Doordat naast de grafische vakscholen ook steeds meer ROC's grafimedia-opleidingen gaan aanbieden verspreidt de opleiding zich geleidelijk over alle delen van het land. De geografische concentratie geldt van oudsher eveneens voor de VMBO-opleidingen met een afdeling grafische techniek. De grootste VMBO-opleidingen grafische techniek zijn gekoppeld aan de vier grafische vakscholen in Amsterdam, Rotterdam, Utrecht en Eindhoven.

In tabel 13 is af te lezen hoeveel onderwijsinstellingen per regio een bepaalde grafimedia-opleiding aanbieden. Uit het overzicht blijkt dat ondanks de toegenomen spreiding van de instellingen die grafimedia-opleidingen aanbieden, dit niet voor elke individuele opleiding geldt. Een aantal opleidingen wordt (nog) niet in alle regio's aangeboden. Opleidingen die het meest verspreid worden aangeboden zijn mediavormgever en AV-productie. In de bijlage is een overzicht opgenomen waarin te zien is welke opleidingen door welke scholen worden aangeboden (tabel 14). Uit dit overzicht blijkt dat de vier grafische vakscholen, het Deltion College en het ROC Friese Poort de meeste opleidingen aanbieden. Veel ROC's bieden één of enkele opleidingen aan. De traditionele printmedia opleidingen worden door maar weinig ROC's aangeboden.

Tabel 13 Aantal onderwijsinstellingen met grafimedia opleidingen 2006-2007

Crebo-code	Niveau	Opleidingsnaam	CWI-district					Totaal	
			Noord	Oost	Midden-west	Noord-west	Zuid-west Zuid-oost		
90030	4	Artiest	2	3	1	2	1	3	12
93220	4	Gaming	-	-	-	-	-	-	-
90610	4	Mediatechnologie	1	1	1	2	3	1	9
90400	4	Mediavormgever	5	7	3	2	3	3	23
90600	4	Mediamanagement	-	1	1	1	1	1	5
90340	4	Podium- en evenemententechniek	1	-	-	1	2	1	5
90070	4	AV-productie	3	4	1	3	2	3	16
90190	3	DTP	1	3	1	1	1	1	8
92220	3	Printmedia	-	1	1	1	1	1	5
90330	3	Podium- en evenemententechniek	2	2	-	2	1	1	8
90060	3	AV-productie	2	3	1	2	2	1	11
90180	2	DTP	1	4	1	1	1	1	9
92210	2	Printmedia	1	2	1	1	1	1	7
90320	2	Podium- en evenemententechniek	1	-	-	2	1	-	4
90050	2	AV-productie	1	2	-	2	1	1	7
90440	1	AK assistent	-	-	1	1	-	-	2
10339	4	Praktijkopleider	-	-	-	1	-	-	1
		Totaal MBO-scholen	5	8	3	3	5	5	29
		VMBO met grafische afdeling	1	5	4	3	2	2	17

Bron: Cfi

3. BESCHRIJVING VAN DE BPV-MARKT

Uit het register van leerbedrijven van Kenniscentrum GOC is een actueel overzicht gemaakt van leerbedrijven. Bijna tweederde deel (61%) van de leerbedrijven behoort tot het kleinbedrijf (<10 werkzame personen) en heeft dus een geringe capaciteit om leerlingen een stageplaats te bieden. Slechts 6% van de leerbedrijven is groter dan 100 werknemers. Deze laatste categorie bedrijven kan vaak wél meerdere stagiaires tegelijk een stageplaats bieden. In tabel 15 is een overzicht gemaakt naar de soort leerbedrijven en hun verdeling over de verschillende grootteklassen. De grootste groep leerbedrijven wordt gevormd door de reclamebureaus en in tweede instantie door de drukkerijen. Driekwart (75%) van de reclamebureaus behoort tot het kleinbedrijf. Opvallend is het grote aantal multimediabedrijven dat als leerbedrijf staat geregistreerd. Het gaat om bijna 600 bedrijven die multimedia als hoofdactiviteit hebben, terwijl multimedia een tamelijk jonge discipline is. Ook het aantal theaters en podia is goed vertegenwoordigd onder de leerbedrijven en hetzelfde geldt voor de audiovisuele productiebedrijven.

Tabel 15 Leerbedrijven naar hoofdactiviteit en grootteklasse

Hoofdactiviteit	Bedrijfs grootte						Totaal
	0 t/m 5	6 t/m 10	11 t/m 20	21 t/m 50	51 t/m 100	<100	
Prepressbedrijf	27	16	13	12	6	3	77
Drukkerij	262	191	200	182	73	48	956
Nabewerkingsbedrijf	4	13	17	27	8	0	69
Kartonnagebedrijf	1	0	5	12	6	9	33
Overig Grafisch	12	3	3	1	1	3	23
Multimediabedrijf	278	145	96	45	13	15	592
Reclamebureau	573	256	158	88	18	17	1110
Signbedrijf	55	37	8	5	1	0	106
Copy/printbedrijf	56	33	12	9	2	0	112
Uitgeverij	20	14	21	16	5	21	97
Audiovisueel	220	75	38	33	14	26	406
Theater en podia	113	77	53	54	24	12	333
Onderwijsinstelling	3	0	4	5	5	16	33
Overig niet grafisch	136	71	64	74	36	100	481
Totaal	1760	931	692	563	212	270	4428
Aandeel	39.7%	21.0%	15.6%	12.7%	4.8%	6.1%	100%

Bron: Kenniscentrum GOC

Per leerbedrijf zijn vaak voor meerdere opleidingen BPV-plaatsen geaccrediteerd. Sommige beroepen komen alleen bij specifieke bedrijven voor, zoals printmedia opleidingen, maar steeds vaker verspreiden beroepen zich over een grote diversiteit aan bedrijven in verschillende branches. Deze verspreiding heeft alles te maken met de toenemende integratie van toegepaste mediatechnieken (multimedia) en het gecombineerd aanbieden van verschillende mediat toepassingen (crossmedia). In beide

gevallen vindt er een verspreiding plaats van toegepaste mediadisciplines bij uiteenlopende bedrijven, en komen verschillende mediadisciplines binnen eenzelfde beroepsdomein terecht.

In tabel 16 wordt een overzicht gegeven van het aantal geaccrediteerde leerbedrijven per opleiding. Deze gegevens worden tevens uitgesplitst naar regio. Ook het aantal bedrijven met VMBO-leerwerkplekken staat in deze tabel. Er bestaat ook een aantal leerbedrijven in het buitenland. Het gaat om een viertal AV-bedrijven, een theater en een multimediabedrijf binnen Europa en om een groep reclamebureaus en twee AV-bedrijven in Suriname en de Nederlandse Antillen.

Vergelijken we het aantal leerbedrijven met vorig jaar dan blijkt dat er een groei is geweest van 427 leerbedrijven. Dat is een toename van 11% ten opzichte van 2006.

Tabel 16 Aantal leerbedrijven grafimedia kwalificaties 2007

Crebo-code	Niveau	Opleidingsnaam	CWI-district					Buitenland	Totaal	
			Noord	Oost	Midden-west	Noord-west	Zuid-west			Zuid-oost
90030	4	Artiest	12	14	6	14	14	16	1	76
93220	4	Gaming	-	-	-	-	-	-	-	-
90610	4	Mediatechnologie	37	128	128	96	140	130	12	659
90400	4	Mediavormgever	132	389	533	458	484	351	22	2347
90600	4	Mediamanagement	42	126	141	127	113	126	6	675
90340	4	Podium- en evenemententechniek	34	46	63	90	43	56	1	332
90070	4	AV-productie	14	46	54	31	41	33	3	219
90190	3	DTP	125	304	299	120	247	200	-	1295
92220	3	Printmedia	90	219	181	110	139	154	-	893
90330	3	Podium- en evenemententechniek	33	45	62	90	40	51	1	321
90060	3	AV-productie	39	65	121	81	52	81	6	439
90180	2	DTP	76	224	129	88	89	127	-	733
92210	2	Printmedia	96	231	173	117	128	192	-	937
90320	2	Podium- en evenemententechniek	8	4	7	13	3	7	-	42
90050	2	AV-productie	2	2	1	3	3	3	-	14
90440	1	AK assistent	20	55	19	27	5	20	-	146
		Totaal leerbedrijven MBO	318	787	954	790	794	747	38	4428
		Aandeel CWI-district	7.2%	17.8%	21.5%	17.8%	17.9%	16.9%	0.9%	100%
		VMBO-leerwerkplek	5	58	30	9	4	16	-	122

Bron: Kenniscentrum GOC

4. PERSPECTIEF OP BPV-PLAATSEN VOOR ONDERWIJSDEELNEMERS

De vraag naar het aantal BPV-plaatsen is berekend met een gemiddelde stagefactor die bepaald wordt op basis van het opleidingsniveau van de opleiding. Omdat scholen autonoom zijn in het vaststellen van het curriculum van een opleiding zullen er in de praktijk afwijkingen voorkomen ten opzichte van het hier berekende model. Het uitgangspunt van het model is dat alle BBL-leerlingen continue een leerplaats bezetten en dat BOL-leerlingen dit afhankelijk van hun opleiding slechts één of twee keer zullen doen. Leerlingen die een niveau 1 of niveau 2 opleiding doen zullen tijdens hun opleiding één keer op stage gaan en leerlingen die een niveau 3 of niveau 4 opleiding doen zullen twee keer op stage gaan. Bij de aanname dat leerlingen enigszins gelijk verdeeld zijn over de verschillende jaren, leidt dit tot de volgende stagefactor per opleidingsniveau:

- Opleidingsniveau 1, éénmaal op stage: stagefactor 100%;
- Opleidingsniveau 2, éénmaal op stage: stagefactor 50%;
- Opleidingsniveau 3, tweemaal op stage: stagefactor 66%;
- Opleidingsniveau 4, tweemaal op stage: stagefactor 50%.

Door toepassing van de stagefactor op het aantal leerlingen bij de verschillende opleidingen wordt de vraag naar beroepspraktijkvormingsplaatsen berekend. In tabel 17 worden deze gegevens per opleiding uitgesplitst naar regio.

Tabel 17 Vraag naar beroepspraktijkvormingsplaatsen

Crebo-code	Niveau	Opleidingsnaam	CWI-district					Totaal	
			Noord	Oost	Midden-west	Noord-west	Zuid-west		Zuid-oost
90030	4	Artiest	104	93	22	129	72	66	486
93220	4	Gaming	-	-	-	-	-	-	-
90610	4	Mediatechnologie	16	19	9	55	179	37	315
90400	4	Mediavormgever	259	594	775	746	1083	514	3971
90600	4	Mediamanagement	0	14	88	53	155	48	358
90340	4	Podium- en evenemententechniek	5	0	0	1	23	22	51
90070	4	AV-productie	112	176	131	26	18	131	594
90190	3	DTP	63	101	127	85	178	75	629
92220	3	Printmedia	0	11	6	14	44	17	92
90330	3	Podium- en evenemententechniek	40	61	0	59	54	24	238
90060	3	AV-productie	86	79	14	114	50	17	360
90180	2	DTP	18	80	34	10	18	2	162
92210	2	Printmedia	8	32	22	38	58	34	192
90320	2	Podium- en evenemententechniek	8	0	0	7	1	0	16
90050	2	AV-productie	18	35	0	33	6	22	114
90440	1	AK assistent	0	0	14	7	0	0	21
		Totaal stagevraag MBO-leerlingen	737	1295	1242	1377	1939	1009	7599
		VMBO grafische richting	?	?	?	?	?	?	?

Bron: Kenniscentrum GOC

De opleiding gaming is in september 2007 voor het eerst bij een aantal scholen van start gegaan. Op het moment dat we de leerlingtellingen verwerkten was nog niet bekend hoeveel scholen en hoeveel leerlingen ook daadwerkelijk met deze opleiding van start zouden gaan. Omdat het hier om een vierjarige opleiding gaat zullen er in het lopende studiejaar 2007-2008 nog geen leerlingen op zoek gaan naar een stagebedrijf. Ook met betrekking tot de VMBO-opleidingen grafische techniek is het onbekend hoeveel leerlingen gebruik zullen gaan maken van een individueel leerwerktraject.

Iets meer dan de helft van de vraag naar stageplaatsen komt vanuit de opleiding mediavormgever (52%). Alle overige opleidingen komen nergens boven 8,5% van de vraag naar stageplaatsen uit. De regio waar de meeste stagevraag bestaat is Zuid-west Nederland, met een aandeel van 26,4%. Regio Noord vertegenwoordigt minder dan 10% van de vraag naar stageplaatsen. In totaal hebben zo'n 250 leerlingen een BBL-leerplaats en zoeken zo'n 7150 leerlingen jaarlijks een stageplaats. Alleen al in de regio Zuid-west Nederland zoeken jaarlijks bijna 1100 leerlingen van de opleiding multimediovormgever een stageplaats.

Het aantal leerlingen met een grafimedia-beroepsopleiding is tussen het schooljaar 2005-2006 en 2006-2007 gegroeid met 2231 leerlingen. Dat is een toename van 19%. De stagevraag is hierdoor toegenomen met 1142 plaatsen (+18%). Het aantal beschikbare leerbedrijven is in dezelfde periode toegenomen met 11%.

De leerbedrijven die in deze stagevraag moeten voorzien bieden afhankelijk van hun grootte vaak meer dan één stageplek aan. Het is niet mogelijk om vooraf precies te berekenen welke van de beschikbare stageplekken bij een bedrijf ingevuld zullen gaan worden. Daarom berekenen we de verhouding tussen de vraag naar stageplaatsen en de beschikbaarheid van bedrijven per opleiding in de vorm van een gemiddelde stagedruk. Een stagedruk van 2 betekent dat een leerbedrijf in een jaar gemiddeld 2 stagiaires moet opnemen om aan de stagevraag te kunnen voldoen. Het voordeel van deze methode is dat het veel gemakkelijker wordt om verschillen tussen opleidingen onderling en tussen regio's te laten zien. Bovendien maakt het begrip stagedruk duidelijk dat er een bepaalde druk ligt op zowel de scholen als de bedrijven om de leerlingen een stageplaats te bezorgen. Een hoge stagedruk signaleert het probleem, terwijl het toch mogelijk kan zijn dat alle leerlingen een stageplaats vinden.

In tabel 18 wordt de berekende stagedruk per opleiding en per regio weergegeven. Voor de opleiding gaming en de VMBO-leerwerktrajecten kan geen stagedruk worden berekend vanwege het ontbreken van gegevens.

De gemiddelde stagedruk op bedrijven varieert sterk tussen de opleidingen en tussen de regio's. De gemiddelde stagedruk over alle opleidingen is 1,7. In 2006 was de gemiddelde stagedruk 1,6. Dit betekent dat de stagedruk is toegenomen ten gevolge

van het sneller groeien van het aantal leerlingen dan van het aantal leerbedrijven. Deze trend is niet in alle regio's hetzelfde. In de regio's Midden-west, Noord-west en Zuid-oost is de stagedruk gelijk gebleven. In de drie andere regio's is de stagedruk toegenomen, vooral in de regio's Noord en Oost is dit het geval.

Voor de verschillende opleidingen geldt dat de stagedruk hoog is bij de opleiding artiest (6,4) en de opleidingen AV-productie niveau 2 en 4 (3,7 en 2,5). Omdat veel stagebedrijven voor de opleiding mediavormgever behoren tot de kleinere bedrijven is een stagedruk van 1,6 voor deze opleiding eveneens hoog te noemen. Dit betekent namelijk dat een groot deel van de bedrijven bereid moeten zijn om twee stagiaires per jaar op te nemen. Opleidingen met een lage stagedruk zijn arbeidsmarkt kwalificerend assistent, podium- en evenemententechniek en printmedia. Bij de opleiding AK assistent geldt bovendien dat de leerlingen vaak niet eens naar een stagebedrijf gaan. Bij printmedia bestaat een sterke onderbenutting van de opleidingscapaciteit van leerbedrijven, terwijl de vraag naar leerlingen en stagiaires daar wel bestaat. Binnen sommige opleidingen treden er grote verschillen op in stagedruk tussen de regio's. Dit kan veroorzaakt worden door snel groeiende opleidingen in deze regio's. Het stageprobleem dat hierdoor veroorzaakt wordt kan mogelijk verlicht worden indien leerlingen uit kunnen wijken naar regio's met een lage stagedruk. Dit geldt met name bij de opleiding AV-productie.

Tabel 18 Stagedruk: gemiddeld aantal leerlingen per beschikbaar leerbedrijf

Crebo-code	Niveau	Opleidingsnaam	CWI-district					Totaal	
			Noord	Oost	Midden-west	Noord-west	Zuid-west Zuid-oost		
90030	4	Artiest	8.7	6.6	3.7	9.2	5.1	4.1	6.4
93220	4	Gaming	-	-	-	-	-	-	-
90610	4	Mediatechnologie	0.4	0.1	0.1	0.6	1.3	0.3	0.5
90400	4	Mediavormgever	2.0	1.5	1.5	1.6	2.2	1.5	1.7
90600	4	Mediamanagement	0	0.1	0.6	0.4	1.4	0.4	0.5
90340	4	Podium- en evenemententechniek	0.1	0	0	0	0.5	0.4	0.2
90070	4	AV-productie	8.0	3.8	2.4	0.8	0.4	4.0	2.7
90190	3	DTP	0.5	0.3	0.4	0.7	0.7	0.4	0.5
92220	3	Printmedia	0	0.1	0	0.1	0.3	0.1	0.1
90330	3	Podium- en evenemententechniek	1.2	1.4	0	0.7	1.4	0.5	0.7
90060	3	AV-productie	2.2	1.2	0.1	1.4	1.0	0.2	0.8
90180	2	DTP	0.2	0.4	0.3	0.1	0.2	0.0	0.2
92210	2	Printmedia	0.1	0.1	0.1	0.3	0.5	0.2	0.2
90320	2	Podium- en evenemententechniek	1.0	0	0	0.5	0.3	0	0.4
90050	2	AV-productie	9.0	17.5	0.0	11.0	2.0	7.3	8.1
90440	1	AK assistent	0	0	0.7	0.3	0	0	0.1
		Totaal MBO-leerlingen	2.3	1.6	1.3	1.7	2.4	1.4	1.7
		VMBO grafische richting	?	?	?	?	?	?	?

Bron: Kenniscentrum GOC

5. ARBEIDSMARKTPERSPECTIEF VOOR SCHOOLVERLATERS

In 2006 stroomden 2208 leerlingen uit met een grafimediadiploma. Een groot gedeelte (71%) heeft een MBO-4 opleiding gedaan en van deze groep stroomt 52% rechtstreeks door naar een voltijds HBO-studie.⁶ Dat is overigens lang niet altijd een doorstroom naar een vervolgopleiding in het zelfde vakgebied. Een behoorlijk gedeelte maakt een overstap naar een andere studie.⁷ Een vijfde (19%) van de gediplomeerde schoolverlaters heeft een MBO-3 vakopleiding en van hen stroomt 91% rechtstreeks door naar de arbeidsmarkt. 10% van de schoolverlaters heeft een startkwalificatie op MBO-niveau 2 behaald. Van deze groep stroomt ongeveer eenderde (31%) door naar een vervolgopleiding op MBO-3 niveau, meestal binnen het eigen vakgebied. Een kleine groep (0,7%) stroomt uit met een diploma op assistentniveau. Hiervan stroomt slechts 13% door naar een vervolgopleiding. De vakopleidingen op niveau 2 en 3 zijn dus het meest effectief in de toeleiding naar de arbeidsmarkt. In de bijlage staan voor alle opleidingen de tellingen van het aantal gediplomeerde schoolverlaters per regio uitgesplitst (bijlage: tabel 19).

Voor de doorstromers naar de arbeidsmarkt is het werkgelegenheidsperspectief voor de verschillende beroepsgroepen belangrijk. Overigens blijkt uit onderzoek dat het percentage doorstromers naar een vervolgopleiding beïnvloed wordt door het perspectief op de arbeidsmarkt. Is dit perspectief laag dan stijgt het aandeel doorstromers naar een voltijdse vervolgopleiding. Op basis van de doorstroomgegevens uit het schoolverlatersonderzoek kunnen we redelijk nauwkeurig bepalen hoeveel schoolverlaters vanuit de verschillende opleidingen de arbeidsmarkt betreden. In tabel 20 (bijlage) wordt deze berekening toegepast op de gediplomeerde uitstroom in 2006. Deze tabel geeft dus een beeld van het aanbod vanuit de opleiding op de arbeidsmarkt.

Tegenover dit aanbod wordt de vraag vanuit de bedrijven geplaatst. Jaarlijks doet Kenniscentrum GOC vacatureonderzoek onder bedrijven in verschillende branches waar werkgelegenheid bestaat voor grafimedia beroepsgroepen.⁸ Op basis van dit onderzoek geven we een beeld van de ontwikkeling in de vraag naar personeel binnen deze branches. In tabel 21 geven we voor de door ons onderzochte branches de ontwikkeling in het percentage bedrijven met openstaande vacatures. De algemene trend die uit de tijdreeks blijkt is dat de vraag op de arbeidsmarkt vanaf 2006 duidelijk groeit in bijna

⁶ Kenniscentrum GOC 'Schoolverlatersonderzoek grafimedia beroepsopleidingen'.

⁷ Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat van de niet-gediplomeerde schoolverlaters (uitval) een nog groter gedeelte doorstroomt naar een andere beroepsopleiding dan bij de gediplomeerde uitstroom het geval is. Dit geldt voor alle 4 niveaus bij de MBO-opleidingen. Dit betekent dat uitval lang niet altijd betekent dat men geen beroepsopleiding meer doet, wel dat er verandering van school en van gekozen beroep plaatsvindt. Schoolverlaters die zonder diploma de arbeidsmarkt betreden komen veel minder vaak in de beroepen terecht waarvoor de opgeleid werden, en hebben ook meer moeite om een baan te vinden dan gediplomeerde schoolverlaters.

⁸ Kenniscentrum GOC 'Vacatureonderzoek grafimedia arbeidsmarkt'.

alle branches. Alleen in de theatersector blijft deze ontwikkeling nog achter. In de meeste branches heeft in 2007 tussen de 15% en 20% van de bedrijven openstaande vacatures. Bij de multimediabedrijven en de uitgeverijen is dit zelfs 39%.

Tabel 21 Ontwikkeling percentage bedrijven met openstaande vacatures

Branche	2004	2005	2006	2007
grafimedia	7%	7%	13.1%	18.2%
multimedia	16%	9%	16.2%	38.9%
reclame/pr	6%	4%	15.4%	19.7%
kopieer (repro)	8%	7%	9.9%	16.7%
uitgeverij	18%	34%	24.7%	38.7%
AV	9%	2%	9.5%	14.6%
theater	5%	1%	7.6%	5.0%
evenementen	*	*	*	9.1%
overige	11%	13%	11.3%	15.3%
totaal	7%	5%	13.4%	17.5%

Bron: Kenniscentrum GOC, Vacatureonderzoek grafimedia arbeidsmarkt

* onbekend

Onderzoek van de branche-organisatie VEA en van Nielsen Media Research bevestigen dit beeld voor de reclame/PR-branche.⁹ De toegenomen vacatures vormen slechts een gedeelte van het werkgelegenheidsperspectief in een branche. Uit de cijfers van tabel 10 bleek al dat er bij een aantal branches veel startende ondernemers zijn geweest in 2006. In de reclame/PR-branche gaat het om 1439 starters, in de AV-productiebranche om 395 starters en bij de theaterdiensten om 1052 starters. Voor deze branches geldt ook een hoog percentage startende ondernemers. Voor een behoorlijk gedeelte gaat het waarschijnlijk om werknemers die voor zichzelf beginnen, maar ook om schoolverlaters die de branche binnenkomen. De werknemers die tijdens een economisch gunstige periode voor zichzelf beginnen veroorzaken daarmee vervangingsvraag bij de bestaande bedrijven. In de AV-branche en de theaterbranche gaan toetreders vaak direct vanuit een zelfstandige positie (freelance werkers) aan de slag. Overigens blijkt uit dezelfde tabel 10 dat er jaarlijks ook een behoorlijk aantal ondernemers stopt en hun bedrijf opheft. Bij de uitgeverijen is dit aantal zelfs hoger dan het aantal starters. Bij de reclamebureaus, AV-productiebedrijven, en theaterdiensten is het aantal opheffingen weliswaar hoog, maar het aantal starters blijft daar ruim boven. Netto vindt daar dus een groei in het aantal (kleine) zelfstandige ondernemers plaats.

De baanopeningen via vacatures zijn in kaart gebracht via vacatureonderzoek van

⁹ VEA baseert dit herstel op een peiling onder haar leden, en Nielsen Media Research baseert dit op de toename in het aantal pagina's met personeelsadvertenties in Adformatie.

Kenniscentrum GOC. Jaarlijks wordt daartoe een representatief deel van de werkgevers in de verschillende branches geënquêteerd. In tabel 22 (bijlage) geven we voor acht beroepsgroepen de tellingen uit het vacatureonderzoek dat in juni 2007 is uitgevoerd. We kunnen de vacatures niet betrouwbaar uitsplitsen naar de verschillende opleidingsniveaus die er binnen de beroepsopleiding bestaan. Daarom voegen we de opleidingsniveaus bij elkaar. Uit tabel 22 blijkt dat de meeste vacatures zitten in het westen van het land en het minst in het noorden van het land. We zien dat er in het noorden, het oosten en het midden van het land geen vacatures geregistreerd zijn voor functies in de podium- en evenemententechniek. Er zijn veel vacatures in printmedia- en in dtp-functies. Bij printmedia vacatures gaan we er van uit dat dit voor een belangrijk deel om vervangingsvraag gaat.

Baseren we het werkgelegenheidsperspectief voor schoolverlaters die uitstromen naar de arbeidsmarkt alleen op basis van de balans tussen het aanbod van schoolverlaters en de vacatures op de arbeidsmarkt dan constateren we voor een aantal beroepen een tekort en voor een aantal beroepen een overschot op de arbeidsmarkt. In tabel 23 wordt deze arbeidsmarktbalans weergegeven. Voor de opleiding artiest kunnen we nog geen uitspraak doen omdat er nog geen artiesten zijn uitgestroomd en we ook geen vacatures hebben geïnterviewd. Voor functies op het terrein van printmedia (drukkers en nabewerkers) en voor mediamanagement-functies geldt dat de uitstroom uit de beroepsopleiding voor alle regio's onvoldoende is om aan de vraag tegemoet te kunnen komen. Dit geeft een reëel beeld van de krapte op de arbeidsmarkt omdat in deze beroepsgroepen weinig zelfstandige beroepsbeoefenaren met een eigen bedrijf zullen starten. Bij dtp-functies ligt dit anders. Voor deze functies bestaat vraag bij uiteenlopende branches, waardoor de uitwijkmogelijkheden groter zijn dan voor drukkers en nabewerkers het geval is. In de tabel zien we dat er sterke regionale verschillen bestaan. In de regio's Noord en Zuidwest Nederland bestaat een overschot aan voldoende aanbod van schoolverlaters, bij de andere regio's juist in een (sterk) tekort aan voldoende aanbod. Meer spreiding van het opleidingsaanbod zou in deze gevallen een uitkomst bieden, en ook zou een toename in mobiliteit onder schoolverlaters deze kwantitatieve discrepantie op de arbeidsmarkt kunnen verminderen. Voor AV-productie en mediatechnologie geldt een vergelijkbare situatie. Anders is de situatie voor mediavormgevers. Doordat grote aantallen mediavormgevers jaarlijks de arbeidsmarkt betreden, en zij vanuit de bovenkant tevens beconcurrereerd worden door HBO-vormgevers en vanuit de onderkant door dtp'ers, is het voor hen minder makkelijk om via een vacature aan een baan te komen. Ook zou een verdere spreiding van het opleidingsaanbod of een toename van de mobiliteit bij baanzoekers deze arbeidsmarkt-discrepantie niet kunnen oplossen. Blijft over het toetreden van beroepsbeoefenaren door zich zelfstandig te vestigen. Dit verklaart waarschijnlijk het hoge aantal starters binnen de reclamebranche. Bij de uitstromers van de opleiding podium- en evenemententechniek geldt dat zij grotendeels komen de werken in een

branche waar een sterke traditie bestaat om als zelfstandig beroepsbeoefenaar te gaan werken. In deze branche zijn daarom zelfs bij een gunstig economisch klimaat weinig vacatures te vinden om aan het werk te gaan. Voor artiest bestaat een vergelijkbare arbeidssituatie. De verwachting is dat ook artiesten hun weg vooral zullen moeten vinden via zelfstandige beroepsbeoefening en veel minder via een sollicitatie naar een vaste baan bij een bedrijf.

Tabel 23 geeft dus een eenzijdig beeld van het werkgelegenheidsperspectief voor de verschillende beroepsgroepen. Voor beroepen waarvoor vacatures bijna uitsluitend de baanopening vormen voor werkgelegenheid geeft de tabel een reëel beeld van de discrepanties die optreden. Voor beroepen die gemakkelijk kunnen uitwijken naar zelfstandige beroepsbeoefening of waarvoor dit zelfs de dominante arbeidspositie is, geeft de tabel een vertekend beeld. Wel signaleert de tabel duidelijk de moeilijkheden die schoolverlaters kunnen ondervinden indien ze verwachten uitsluitend via een vacature aan een baan te kunnen komen.

Tabel 23 Balans vraag en aanbod grafimedia arbeidsmarkt (uitsluitend via vacatures)

Crebo-code*	Opleidingsnaam	CWI-district						Totaal
		Noord	Oost	Midden-west	Noord-west	Zuid-west	Zuid-oost	
90030	Artiest	#	#	#	#	#	#	#
90070	AV-productie	=	+	-	-	+	-	-
90190	Dtp	++	--	-	--	++	--	+
90340	Podium-en evenemententechniek	=	=	=	-	+	-	+
90400	Mediavormgever	+	+	+	+	++	+	++
90440	AK assistent	+	+	-	--	=	-	-
90600	Mediamanagement	--	-	--	--	--	--	--
90610	Mediatechnologie	+	--	--	+	+	-	-
92220	Printmedia	--	--	--	--	-	--	--

* inclusief alle onderliggende niveaus

geen arbeidsmarktgegevens beschikbaar

- tekort op arbeidsmarkt

-- sterk tekort op arbeidsmarkt

= evenwicht

+ overschot op arbeidsmarkt

++ sterk overschot

6. CONCLUSIES

Op basis van de voorgaande informatie over de ontwikkelingen binnen de branches en het beroepsonderwijs kunnen we iets zeggen omtrent de doelmatigheid van de beroepsopleidingen die we hier op het oog hebben. Dit zal gebeuren per opleiding.

Doelmatigheid per opleiding

1. 90030 Artiest

Het gaat hier om een opleiding waar voor het eerst in 2007 MBO-diplomeerden zijn uitgestroomd. Traditioneel waren het voornamelijk de HBO-kunstacademies waar artiesten voor het beroep werden opgeleid. In de praktijk is er ook een grote instroom van beroepsbeoefenaren die zich het beroep zelf hebben eigen gemaakt. Door de snelle groei van de amusementsindustrie groeit het aantal artiestenberoepen de laatste jaren fors, en ontstaat er ook een categorie artiesten die in de praktijk op MBO-niveau zullen functioneren. Deze amusementsindustrie is geografisch verspreid over geheel Nederland. Al hoewel er weinig informatie bestaat over het werkgelegenheids- en loopbaanperspectief is de verwachting dat de gesignaleerde trend zich in de toekomst verder zal voortzetten. Begin 2008 zal Kenniscentrum GOC via een schoolverlatersonderzoek informatie proberen te krijgen van de doorstroomperspectieven van de eerste lichting gediplomeerde artiesten. Het aantal instellingen dat de opleiding aanbiedt, 12 in het studiejaar 2006-2007, en het aantal leerlingen (969) zijn beiden in enkele jaren fors gegroeid. Dit zet een enorme druk op het aantal beschikbare leerbedrijven. Deze druk is gemiddeld 6,4 leerlingen per jaar per leerbedrijf. Dat is onrealistisch hoog. Er zal dus een forse inspanning moeten worden geleverd om het aantal leerbedrijven uit te breiden, terwijl instellingen gelijktijdig de instroomgroei zouden moeten afremmen. De instellingen zullen hun leerlingen een realistisch beeld moeten geven van hun toekomstige werkgelegenheids- en loopbaanperspectief. Vele beginnende artiesten zullen hun eigen werkgelegenheid moeten opbouwen via zelfstandige beroepsuitoefening.

2. 93220 Gaming

De opleiding gaming is voor het eerst in het studiejaar 2007-2008 van start gegaan. Dit betekent dat op dit moment geen informatie beschikbaar is hoeveel instellingen de opleiding aanbieden en hoeveel leerlingen met de opleiding zijn begonnen. Bekend is wel dat geschikte leerbedrijven nog moeten worden geworven. Er bestaan wel goede contacten met bedrijven die games maken, zowel in de categorie funny games als in de categorie educatieve games. In beide categorieën vindt een snelle economische groei in Nederland plaats. Ook de toepassingsmogelijkheden voor games nemen snel toe. Toch waarschuwen de bedrijven die hierin actief zijn voor een te snelle groei in het aanbod van opleidingen. Voorzichtigheid is ook geboden omdat de groei van het aantal

instellingen, opleidingen en leerlingen op alle niveaus binnen de opleidingskolom plaatsvindt: MBO, HBO en Universitair. Kenniscentrum GOC zal in 2008 meer informatie proberen te verkrijgen omtrent de groei in het aantal bedrijven en de werkgelegenheid. In de komende jaren zal het nog niet mogelijk zijn via onderzoek onder schoolverlaters een beeld te krijgen van hun doorstroomperspectief. Instellingen en Kenniscentrum GOC zullen voor deze opleiding goede afspraken moeten maken om voldoende leerbedrijven te werven. Ook voor deze opleiding bestaat het risico dat er een grote stagedruk ontstaat op een beperkte groep bedrijven die bovendien gemiddeld klein van omvang zijn, en dus een geringe opnamecapaciteit zullen hebben.

3. 90610 Mediatechnologie

De opleiding mediatechnologie is een IT-opleiding gericht op een grafimedia productieomgeving. De opleiding biedt een goed doorstroomperspectief naar een HBO-vervolgopleiding. In Rotterdam bestaat daarvoor zelfs een HBO-opleiding grafimedia-IT (Rivio GMT). Schoolverlaters die naar de arbeidsmarkt uitstromen hebben een breed uitstroomperspectief naar verschillende branches, waardoor hun uitwijkmogelijkheden vergroot worden. De opleiding wordt in alle regio's aangeboden, maar het aantal leerlingen is in het westen hoger. Dit correspondeert met de concentratie van de media-industrie in het westen van het land. De beschikbaarheid van leerbedrijven wijkt daar enigszins van af, maar dit leidt nergens tot een onacceptabel hoge stagedruk op de bedrijven. Door het relatief hoge aantal leerlingen in het westen is het aanbod op de arbeidsmarkt daar ook wat aan de hoge kant. Daar staat tegenover dat in andere regio's juist een tekort op de arbeidsmarkt wordt gesignaleerd. Verwacht mag worden dat bij voldoende geografische mobiliteit en de bestaande uitwijkmogelijkheden deze discrepanties gemakkelijk door marktwerking opgelost worden.

4. 90400 Mediavormgever

Mediavormgever is een creatief uitvoerend beroep in zowel traditionele mediatoepassingen (grafisch vormgeven, animatie en audiovisueel vormgeven) als in nieuwe-mediatoepassingen (interactieve vormgeving). De opleiding trekt veruit de meeste leerlingen van alle grafimedia opleidingen. De opleiding heeft een goed doorstroomperspectief naar HBO-vervolgopleidingen in alle regio's van het land. Uitstromers naar de arbeidsmarkt hebben een breed uitstroomperspectief naar verschillende creatieve branches. De opleiding is wel sterk beroepsgeoriënteerd, hetgeen betekent dat het aantal uitwijkberoepen minder groot is dan geldt voor IT-opleidingen. Een relatief groot deel begint de loopbaan in een uitvoerende DTP-functie en probeert dan door te groeien naar meer creatieve werkzaamheden. Uit schoolverlatersonderzoek weten we dat velen ervan dromen om eens voor zichzelf te beginnen. Het aantal startende ondernemingen in de reclame- en PR-branche is dan ook hoog. De opleiding wordt door 22 instellingen verspreid over het land aangeboden.

Samen met de grote populariteit van de opleiding bij instromende leerlingen draagt dit het risico met zich mee dat de stagedruk op de leerbedrijven te hoog wordt en dat ook de arbeidsmarkt verzadigd raakt van het aanbod. Gezien de kleinschalige bedrijfsstructuur in de reclamebranche is de stagedruk aan de hoge kant en in sommige regio's zelfs té hoog (Noord en Zuid-west). Door het hoge aanbod van schoolverlaters bestaat er in alle regio's een overschot op de arbeidsmarkt. Dit heeft ook gevolgen voor andere opleidingen die gedeeltelijk in concurrentiepositie op hetzelfde segment van de arbeidsmarkt zijn gericht: DTP en HBO-mediavormgeven. Het risico van een verticaal verdringingseffect is duidelijk aanwezig. Omdat er een laagdrempelige toegang bestaat tot zelfstandige beroepsbeoefening is de inkomenspositie van veel beroepsbeoefenaren sterk conjunctuurgevoelig.

5. 90600 Mediamanagement

Mediamanagement is een opleiding voor zowel commerciële functies als coördinerende en beheersfuncties binnen het productieproces. Door digitalisering en procesintegratie is er veel vraag naar dit soort competenties. De opleiding wordt maar door vijf instellingen aangeboden, en niet in het noordoosten van Nederland. Het aantal leerlingen is beperkt en bovendien nogal geconcentreerd in het westen. Uitgezonderd het zuidwesten bestaat er een sterke onderbenutting van het beschikbare aanbod leerbedrijven. Voor de opleiding bestaan in alle regio's goede doorstroommogelijkheden naar diverse HBO-vervolgopleidingen. In Tilburg bestaat een specifieke doorstroomstudie HBO-grafisch management. De uitstroom naar de arbeidsmarkt heeft een breed uitstroomperspectief naar branches en heeft veel uitwijkmogelijkheden naar andere commerciële- en beheersfuncties. Er bestaat in alle regio's een sterk tekort aan aanbod op de arbeidsmarkt.

6. 90340 Podium- en evenemententechniek (alle niveaus)

De opleiding leidt op voor technische uitvoerende beroepen binnen de theater- en evenementenbranche. Uitwijkmogelijkheden naar andere branches en beroepen is beperkt mogelijk. Het is niet goed mogelijk om de arbeidsmarkt voor de verschillende opleidingsniveaus apart te behandelen. Daarvoor lopen de functies teveel in elkaar over. De werkgelegenheid in deze beroepen groeit ten gevolge van technische ontwikkelingen binnen de branche, en door de groei van het aantal georganiseerde evenementen. Het gaat hier om een relatief jonge beroepsopleiding waarvoor het uitstroomperspectief nog niet goed in beeld is gebracht. Het aantal leerlingen verdeeld over de drie opleidingsniveau is ook nog niet zo groot. De opleiding wordt in alle regio's aangeboden met uitzondering van de regio midden-west Nederland. Door het geringe aantal leerlingen is de stagedruk op de leerbedrijven in de meeste regio's laag. Over het arbeidsmarktperspectief bestaat geen goed beeld omdat een groot gedeelte van de werkgelegenheid bestaat uit zelfstandige beroepsbeoefening. Ook in deze branche

geldt dat de inkomenspositie van zelfstandige beroepsbeoefenaren sterk conjunctuurgevoelig is. We hopen met het schoolverlatersonderzoek in 2008 ook voor deze beroepsgroep meer informatie te krijgen over hun doorstroomperspectief.

7. 90070 AV-productie (alle niveaus)

De opleiding leidt op voor technische uitvoerende beroepen binnen de audiovisuelebranche. Uitwijkmogelijkheden naar andere branches en beroepen zijn beperkt mogelijk. Het is niet goed mogelijk om de arbeidsmarkt voor de verschillende opleidingsniveaus apart te behandelen. Daarvoor lopen de functies teveel in elkaar over. De opleiding wordt in voldoende mate in alle regio's aangeboden. De opleiding is redelijk populair, vooral op niveau 4. Er bestaat een redelijk doorstroomperspectief naar HBO-vervolgopleidingen. De stagedruk op de leerbedrijven is behoorlijk hoog. Dit betekent dat de opleiding niet zonder problemen sterk door kan groeien. Het arbeidsmarktperspectief is wisselend voor de verschillende regio's. Met voldoende geografische mobiliteit hoeven er geen discrepanties op te treden. Ook voor deze beroepsgroep geldt dat een aanzienlijk deel werkt als zelfstandige beroepsbeoefenaar en een conjunctuurgevoelige inkomenspositie. Ook voor deze opleiding geldt dat we volgend jaar waarschijnlijk meer informatie kunnen verschaffen op basis van nog uit te voeren schoolverlatersonderzoek.

8. 90190 DTP (alle niveaus)

De opleiding leidt op voor uitvoerende werkzaamheden in het voorbereidingstraject van mediaproducties. Het beroep is gericht op de beheersing van een aantal grafische opmaakpakketten. Door het grote aanbod van leerbedrijven is de stagedruk laag. De uitwijkmogelijkheden naar verschillende branches zijn goed, maar naar andere functies beperkt. Vestiging als zelfstandige beroepsbeoefenaar is wel mogelijk, maar minder makkelijk dan geldt voor mediavormgevers. DTP'ers zullen vooral solliciteren op aangeboden vacatures bij uiteenlopende bedrijven. In alle regio's zijn instellingen die opleidingen aanbieden. Het aantal leerlingen is veel minder groot dan voor mediavormgeven. Door het grote aanbod van mediavormgevers op de arbeidsmarkt lopen DTP'ers het risico verdrongen te worden door hoger opgeleiden. De arbeidsmarkt in noordoost Nederland en in zuidwest Nederland is op dit moment minder gunstig. In andere regio's bestaat echter een sterk tekort op de arbeidsmarkt. Door geografische mobiliteit is deze discrepantie gemakkelijk op te lossen.

9. 92220 Printmedia (alle niveaus)

De opleiding leidt op voor traditionele functies als drukker en nabewerker. De opleiding is sterk branchegericht en er bestaan geen uitwijkmogelijkheden naar andere branches noch naar andere beroepen. Doorstroommogelijkheden naar HBO=vervolgopleidingen zijn niet aanwezig. Er wordt gewerkt aan de ontwikkeling van een niveau 4 opleiding

printmedia, waardoor eventuele doorstroming naar andere technische HBO-opleidingen mogelijk wordt. De basisopleiding wordt in alle regio's aangeboden, de vakopleiding wordt niet in noordoost Nederland aangeboden. Het aantal leerlingen neemt ieder jaar verder af en heeft inmiddels een kritische ondergrens overschreden. In alle regio's bestaat een sterke onderbenutting van het aantal leerbedrijven dat graag leerlingen en stagiaires van deze opleiding zou hebben. Het beperkte opleidingsperspectief, het technisch karakter van het beroep en de dalende werkgelegenheid in de grafische industrie geven het beroep een slecht imago. Wat ook niet helpt is het imago van achterhaalde media waarmee drukwerk vaak wordt geassocieerd, dat op termijn (bijna) volledig zal worden verdrongen door andere mediavormen. Onderzoek toont echter aan dat het grafische product weliswaar haar dominante positie zal verliezen, maar nog steeds groeipotentieel heeft in de toekomst.¹⁰ Wel is sprake van een sterke productiviteitsontwikkeling binnen het grafische productieproces, waardoor een groeiende omzetontwikkeling toch gepaard gaat met een krimpende werkgelegenheid. De krimpende werkgelegenheid versterkt ten onrechte het beeld van een slecht toekomstperspectief. Door sterke vergrijzing, sterker dan gemiddeld in Nederland, groeit echter de vervangingsvraag op de arbeidsmarkt. Het aanbod vanuit de beroepsopleiding is volstrekt onvoldoende om aan deze groeiende vraag te voldoen. Indien de branche en de opleidingsinstituten geen antwoord vinden om deze trend om te buigen zullen grafische bedrijven grote personeelsproblemen tegemoet gaan in de komende jaren. Drukkers en nabewerkers werken in vaste banen en hebben een behoorlijk zekere inkomenspositie.

10. 90440 Arbeidsmarkt kwalificerend assistent

De opleiding leidt op voor uitvoerende hulpwerkzaamheden in met name de grafische nabewerking. De opleiding wordt maar door twee instellingen verzorgd en het gaat maar om een klein aantal leerlingen. Er zijn ruim voldoende leerbedrijven beschikbaar die stagiaires kunnen opnemen, maar in de praktijk gaan deze leerlingen eigenlijk nooit op stage. Daarvoor is de opleiding te kort en zijn hun sociale vaardigheden vaak nog te gering. Na hun opleiding kunnen zij gemakkelijk aan de slag komen bij drukkerijen, nabewerkingsbedrijven, kopieerbedrijven en printshops. Indien ze gemotiveerd en leergierig zijn kunnen ze vaak langzaam doorgroeien naar semi-geschoolde werkzaamheden achter uiteenlopende machines. In toenemende mate worden zij ook ingezet als operator achter machines die volledig numeriek bestuurd en gecontroleerd worden. Technologische innovaties in het productieproces vergroten vaak hun inzetbaarheid als operator achter machines die vroeger alleen bediend konden worden door geschoolde grafische vakmensen.

¹⁰ Kenniscentrum GOC 'Trends in Grafimedia: 2007'; Ernst & Young 'Competitiveness of the European Graphic Industry', European Communities 2007.

7. BRONVERMELDING

1. Kenniscentrum GOC '*Arbeidsmarktonderzoek grafimediabranche*'.
2. Kenniscentrum GOC '*Grafimedia in cijfers: 2007*'.
3. Kenniscentrum GOC '*Schoolverlatersonderzoek grafimedia beroepsopleidingen*'.
4. Kenniscentrum GOC '*Trends in Grafimedia: 2007*'.
5. Kenniscentrum GOC '*Vacatureonderzoek grafimedia arbeidsmarkt 2007*'.
6. Cfi tellingen onderwijsdeelnemers MBO schooljaar 2006-2007.
7. Cfi tellingen gediplomeerde uitstroom MBO 2006.
8. VEA '*Peiling toekomstverwachtingen in de reclamebranche*'.
9. ING Bank '*My Industry: Dutch Manufacturing 2010*'.
10. KPMG '*De uitgever aan het woord 2007*'.
11. PriceWaterhouseCoupers '*moving fast. But where to?: Entertainment & Media Outlook towards 2010. Trends in the Netherlands 2006-2010*'.
12. SEO '*Het economisch belang van reclame*', Amsterdam, 2006.
13. Ernst & Young '*Competitiveness of the European Graphic Industry*', European Communities 2007.

8. BIJLAGE

Tabel 14 Spreiding van opleidingen over verschillende onderwijsinstellingen 2006-2007

Crebo-code	Niveau	Opleidingsnaam	Mediacollege Amsterdam Ma	Grafisch Lyceum R'dam	De Eindhovense School	ROC Deltion College	Grafisch Lyceum Utrecht	ROC Friese Poort	ROC Amarantis	ROC Friesland College	ROC Rijn IJssel	ROC van Twente	ROC Noorderpoortcollege	ROC Koning Willem I	ROC Midden Nederland	ROC van Amsterdam	ROC West Brabant	ROC Onderwijsgroep A12	C I B A P	Landstede	ROC Albeda College	ROC Midden Brabant	ROC Nijmegen eo	ROC Alfa College	ROC AVENTUS	ROC Da Vinci College	ROC Drenthe College	ROC Eindhoven	ROC Flevoland	ROC Zeeland	SintLucas	Totaal aantal scholen
90400	4	Mediavormgever	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	23
90070	4	AV-productie	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	16
90030	4	Artiest	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	12
90060	3	AV-productie	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	11
90610	4	Mediatechnologie	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	9
90181	2	DTP	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	9
90190	3	DTP	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	8
90330	3	Podium-enevenemententechniek	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	8
90050	2	AV-productie	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	7
92210	2	Printmedia	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	7
90600	4	Mediamanagement	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	5
90340	4	Podium-enevenemententechniek	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	5
92220	3	Printmedia	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	5
90320	2	Podium-enevenemententechniek	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	4
10359	1	AKassistent	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	2
		Totaal aantal kwalificaties	15	13	11	11	8	8	6	6	6	6	5	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1

Bron: Cfi

Tabel 19 Gediplomeerde uitstroom grafimedia beroepsopleidingen MBO 2006

Crebo-code	Niveau	Opleidingsnaam	CWI-district					Totaal	
			Noord	Oost	Midden-west	Noord-west	Zuid-west Zuid-oost		
90030	4	Artiest	3	0	0	12	9	0	24
93220	4	Gaming	-	-	-	-	-	-	-
90610	4	Mediatechnologie	8	5	13	23	51	18	118
90400	4	Mediavormgever	56	122	200	241	392	158	1169
90600	4	Mediamanagement	0	24	20	33	28	29	134
90340	4	Podium- en evenemententechniek	0	0	0	0	12	0	12
90070	4	AV-productie	6	0	37	7	15	0	65
90190	3	DTP	16	34	35	3	64	22	174
92220	3	Printmedia	0	12	0	18	11	15	56
90330	3	Podium- en evenemententechniek	15	8	0	18	9	16	66
90060	3	AV-productie	8	14	9	33	24	21	109
90180	2	DTP	16	34	35	3	64	22	174
92210	2	Printmedia	0	11	0	27	20	18	76
90320	2	Podium- en evenemententechniek	1	0	0	0	0	0	1
90050	2	AV-productie	12	0	0	3	0	0	15
90440	1	AK assistent	0	0	7	8	0	0	15
		Totaal	141	264	356	429	699	319	2208

Bron: Cfi

Tabel 20 Aantal baanzoekende schoolverlaters 2006

Crebo-code	Niveau	Opleidingsnaam	CWI-district					Totaal	
			Noord	Oost	Midden-west	Noord-west	Zuid-west Zuid-oost		
90030	4	Artiest	3	0	0	12	9	0	24
93220	4	Gaming	-	-	-	-	-	-	-
90610	4	Mediatechnologie	5	3	9	15	34	12	78
90400	4	Mediavormgever	37	81	132	159	259	104	772
90600	4	Mediamanagement	0	16	13	22	18	19	88
90340	4	Podium- en evenemententechniek	0	0	0	0	12	0	12
90070	4	AV-productie	4	0	24	5	10	0	43
90190	3	DTP	16	34	35	3	64	22	174
92220	3	Printmedia	0	12	0	18	11	15	56
90330	3	Podium- en evenemententechniek	15	8	0	18	9	16	66
90060	3	AV-productie	8	14	9	33	24	21	109
90180	2	DTP	11	32	17	17	42	16	135
92210	2	Printmedia	0	11	0	27	20	18	76
90320	2	Podium- en evenemententechniek	1	0	0	0	0	0	1
90050	2	AV-productie	0	0	0	3	0	0	3
90440	1	AK assistent	0	0	7	8	0	0	15
		Totaal	100	211	246	340	512	243	1652

Bron: Cfi

Tabel 22 Aantal openstaande vacatures grafimedia arbeidsmarkt mei 2007

Crebo-code*	Opleidingsnaam	CWI-district					Totaal	
		Noord	Oost	Midden- west	Noord- west	Zuid-west		Zuid-oost
90070	AV-productie	-	18	67	61	40	20	206
90190	Dtp	15	110	119	111	61	51	467
90340	Podium-en evenemententechniek	-	-	-	25	4	5	34
90400	Mediavormgever	6	26	76	122	36	59	325
90440	AK assistent	2	-	15	47	15	9	88
90600	Mediamanagement	21	28	48	63	39	38	237
90610	Mediatechnologie	2	29	35	1	18	15	100
92220	Printmedia	28	158	139	84	94	104	607
	Totaal	74	369	499	514	307	301	2064

* inclusief alle onderliggende niveaus

Bron: Kenniscentrum GOC, Vacatureonderzoek grafimedia arbeidsmarkt 2007