

Schoemakerstraat 97
Postbus 6030
2600 JA Delft

www.tno.nl

T +31 (0)15 269 69 00
F +31 (0)15 269 54 60
stb@stb.tno.nl

TNO-rapport

STB-04-20

Marktverkenning Facilitaire Bedrijven

in de audiovisuele sector

Datum	juli 2004
Auteur(s)	Andra Leurdijk Mhiera den Blanken Jos Muskens (TNO-Inro)
Aantal pagina's	41
Aantal bijlagen	5

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, foto-kopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande toestemming van TNO.

Indien dit rapport in opdracht werd uitgebracht, wordt voor de rechten en verplichtingen van opdrachtgever en opdrachtnemer verwezen naar de Algemene Voorwaarden voor onderzoeksopdrachten aan TNO, dan wel de betreffende terzake tussen de partijen gesloten overeenkomst.

Het ter inzage geven van het TNO-rapport aan direct belang-hebbenden is toegestaan.

© 2004 TNO

Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	3
1.1	Achtergrond en doelstellingen	3
1.2	Vraagstelling.....	4
1.3	Methode van onderzoek.....	4
1.3.1	Afbakening relevante markt.....	4
1.3.2	Omvang van de markt.....	4
1.3.3	Marktverhoudingen en kenmerken van de markt	5
1.4	Opzet rapport	5
2	Facilitaire markt en deelmarkten.....	6
2.1	Definitie en afbakening van de facilitaire markt.....	6
2.2	Deelmarkten.....	7
2.3	Omvang van de markt.....	10
2.3.1	Aantal werkzame personen.....	11
2.3.2	Aantal vestigingen	11
3	Marktverhoudingen.....	14
3.1	Geschiedenis facilitaire markt.....	14
3.2	Marktaandelen	16
3.2.1	Omzet facilitaire markt en concentratievorming	16
3.3	Overige kenmerken van de facilitaire markt.....	19
4	Marktontwikkelingen	21
4.1	Bezuinigingen publieke omroep	21
4.2	Verdergaande concentratie	21
4.3	Technologische vernieuwing	22
4.3.1	Digitalisering opname en nabewerking	22
4.3.2	Digitalisering van productie, uitzending en archivering audiovisueel materiaal	23
4.3.3	HD-Televisie.....	24
5	Samenvatting en conclusies.....	25
6	Literatuur	28

Bijlage(n)

- A NOB Holding
- B United Broadcast Facilities
- C Video Associates de Jongens B.V.
- D Kalános Media Group B.V.
- E Toelichting op bronnen uit hoofdstuk 2

1 Inleiding

1.1 Achtergrond en doelstellingen

Het Commissariaat voor de Media houdt in opdracht van de regering ontwikkelingen op mediamarkten in Nederland bij. Daartoe verzamelt het periodiek gegevens over de diverse mediasectoren. Deze zijn onder andere beschikbaar via de online Mediamonitor van het Commissariaat voor de Media (www.mediamonitor.nl). Daarnaast laat het Commissariaat ieder jaar een specifieke deelmarkt meer in detail onderzoeken. Dit jaar heeft het Commissariaat voor de Media aan TNO-STB gevraagd de markten voor onafhankelijke producenten en facilitaire bedrijven te onderzoeken. Voor u ligt het rapport dat betrekking heeft op de facilitaire markt in Nederland. De analyse van de markt voor onafhankelijke producenten verschijnt in een apart rapport.

Minder dan twintig jaar geleden waren de technische faciliteiten die nodig zijn voor opname, nabewerking en uitzending van radio- en televisie-uitzendingen nog volledig in handen van de publieke omroep. Het facilitair bedrijf van de NOS leverde aan de publieke omroep en aan enkele onafhankelijke producenten.

Sinds de verzelfstandiging van het Nederlands Omroep Produktiebedrijf (NOB) in 1988 en de komst van nieuwe commerciële omroepen vanaf 1989 is er een commerciële markt ontstaan waarop een reeks nieuwe bedrijven actief is naast de inmiddels verzelfstandigde NOB-bedrijven. Daarnaast hebben omroepen en onafhankelijke producenten eigen facilitaire voorzieningen, onder andere de studio's van Endemol, het facilitair bedrijf van de RTL Nederland Broadcasting Centre Nederland (BCN), de uitzendstraat van SBS en diverse eigen voorzieningen van publieke omroepen.

De facilitaire markt is voor zijn omzet sterk afhankelijk van de omroepen. Een vermindering van de budgetten voor programmaproductie als gevolg van vermindering van reclame-inkomsten of bezuinigingen bij de publieke omroep werkt onmiddellijk door in de facilitaire sector. De stagnerende economische groei en de bezuinigingen van €80 mln. die het kabinet aan de publieke omroep heeft opgelegd zorgen dan ook voor zware tijden in de sector. Een van de gevolgen daarvan is dat het in omvang tweede bedrijf op de markt, United Broadcast Facilities, een overname van de Broadcast Services Groep van het NOB, het grootste bedrijf in de markt, heeft aangekondigd. De aankondiging van deze overname veroorzaakt bij omroepen en producenten bezorgdheid over mogelijke concentratievorming op de markt.

Tegen deze achtergrond heeft TNO-STB de facilitaire markt in Nederland onderzocht. Getracht wordt om in dit onderzoek enkele structurele kenmerken van de markt in kaart te brengen. Doel van het onderzoek is het verkrijgen van inzicht in omvang en aard van de markt van facilitaire bedrijven in Nederland en van de mate van concentratievorming op deze markt. We pretenderen geen nauwkeurige analyse in mededingingsrechtelijke termen van de facilitaire markt, maar beogen een beschrijving en analyse te geven van de belangrijkste kenmerken van en verhoudingen binnen de facilitaire sector.

1.2 Vraagstelling

De centrale vragen in het onderzoek zijn:

1. Wat is de huidige omvang van de Nederlandse markt voor facilitaire bedrijven?
2. Hoe zien de verhoudingen in de Nederlandse markt voor facilitaire bedrijven eruit?
3. In welke mate is sprake van concentratievorming op deze markt?

1.3 Methode van onderzoek

In het onderzoek is een combinatie gebruikt van kwantitatieve analyses om de omvang van de markt te bepalen en kwalitatieve gegevens uit interviews en casestudies om een indruk te krijgen van de kenmerken van de facilitaire markt.

1.3.1 Afbakening relevante markt

Om de facilitaire markt te definiëren, is afgegaan op de omschrijvingen van de typen dienstverlening van facilitaire bedrijven zoals gehanteerd door de branchevereniging en in vakbladen en gidsen (onder andere het Omroephandboek en het vakblad Video & Audio Report). Vervolgens is binnen de facilitaire markt een onderverdeling naar deelmarkten gemaakt op basis van onderscheid naar type dienstverlening. Deze is ter verificatie voorgelegd aan sleutelfiguren in de sector.

1.3.2 Omvang van de markt

Gangbare indicatoren voor het vaststellen van de omvang van een markt zijn onder andere het aantal bedrijven en werknemers dat actief is op de markt en de omzet van de bedrijven in de sector. Voor de audiovisuele sector zijn hierover slechts beperkt cijfers beschikbaar. De sector kent niet zoals veel andere sectoren een professionele brancheorganisatie die zelf relevante gegevens over de branche verzamelt. Wel is er de branchevereniging AFN die bij gelegenheid de belangen van de bedrijven uit de sector behartigt¹. Het AFN heeft anno 2004 27 leden. Het omvangrijke aantal freelancers dat actief is in de sector is niet vertegenwoordigd in het AFN. Het bestuur van de vereniging bestaat uit vrijwilligers werkzaam in de sector. De vereniging heeft geen betaalde krachten in dienst.

Om een indicatie te krijgen van het aantal werkzame personen in de sector is gebruik gemaakt van het Landelijk Informatiesysteem van Arbeidsplaatsen en vestigingen (LISA). Dit bestand levert een benadering op van het aantal werkzame personen in de audiovisuele sector (zie voor een toelichting Bijlage E). Daarnaast is het aantal werknemers van de grootste bedrijven in de sector geïnventariseerd.

De omvang van de sector kan tevens worden uitgedrukt in de totale omzet van bedrijven binnen de sector. Het CBS heeft hierover geen gegevens. Daarom is gebruik gemaakt van schattingen van het bestuur van de branchevereniging en, voor de vier grootste bedrijven in de sector, van jaarverslagen die zijn opgevraagd bij de Kamer van Koophandel. Het aandeel van verschillende bedrijven in de geschatte totale omzet in de markt, geeft een indicatie van de mate van concentratie in de markt.

¹ AFN staat voor Audiovisuele Federatie Nederland. De Federatie is inmiddels opgeheven, maar de facilitaire sectie ervan is onder de naam AFN blijven bestaan.

1.3.3 *Marktverhoudingen en kenmerken van de markt*

Om zicht te krijgen op de belangrijkste kenmerken van de markt, op factoren die van invloed zijn op de marktverhoudingen en op eventuele toekomstige verschuivingen hierin zijn interviews gehouden met een aantal sleutelfiguren in de markt. Daarbij is gesproken met vertegenwoordigers van de brancheorganisatie AFN en met enkele van de grootste bedrijven. Tevens is gesproken met de belangrijkste opdrachtgever in de facilitaire branche: de Publieke Omroep.

Daarnaast zijn casestudies gemaakt van de vier grootste bedrijven in de facilitaire markt. Deze casestudies vormen een kwalitatieve aanvulling op de kwantitatieve gegevens. In de casestudies wordt met name gekeken naar de volgende kenmerken van facilitaire bedrijven:

- Type organisatie, in termen van producten, diensten, omvang en omzet
- Mate van productdifferentiatie binnen het bedrijf
- Mate van verticale integratie, belangen in verschillende onderdelen van de waardeketen
- Concurrentiestrategieën
- Activiteiten op niet-omroepmarkten
- Type afspraken en contracten tussen facilitaire bedrijven, onafhankelijke producenten en omroepen

Voor de casestudies is gebruik gemaakt van jaarverslagen, websites, vaktijdschriften en informatie uit de interviews.

1.4 **Opzet rapport**

In hoofdstuk 2 wordt een poging gedaan om de markt te definiëren. We geven een indicatie van de verschillende deelmarkten daarbinnen en van de omvang van de markt. In hoofdstuk 3 gaan we in op marktstructuur op basis van de marktaandelen van de belangrijkste bedrijven in de sector. Tevens geven we daarbij aan welke factoren verhoudingen in de markt beïnvloeden. In hoofdstuk 4 worden enkele toekomstige marktontwikkelingen besproken. Hoofdstuk 5 bevat de conclusies².

² Met dank aan drs. Martijn Poel voor zijn commentaar op de conceptversie van het rapport.

2 Facilitaire markt en deelmarkten

2.1 Definitie en afbakening van de facilitaire markt

Een facilitair bedrijf kan worden omschreven als een bedrijf dat technische en andere facilitaire diensten levert ten behoeve van de productie van televisie- en radio-uitzendingen door omroepen en onafhankelijke producenten. Het gaat om alle diensten en activiteiten die niet tot de inhoudelijke, creatieve of redactionele kernactiviteiten behoren, maar die wel een essentiële rol spelen in de tot standkoming van radio- en televisieprogramma's. Bedrijven die actief zijn op deze markt variëren van grote bedrijven die een scala aan diensten leveren op het terrein van registratie en nabewerking tot kleine bedrijfjes die bijvoorbeeld gespecialiseerd zijn in licht, geluid of grafische vormgeving.

Op de Nederlandse markt zijn twee full-service bedrijven actief: het NOB en United Broadcast Facilities. De middelgrote bedrijven VA de Jongens en Kalános kunnen ook alle diensten leveren, maar huren daarvoor een deel van de wagens, apparatuur of studio's in bij derden. Het NOB heeft in 2002 een aantal bedrijfsonderdelen verzelfstandigd. Onder de NOB Holding vallen nu enerzijds NOB Cross Media Facilities, het onderdeel dat de uitzending van programma's en de daarbij horende verbindingen verzorgt, en anderzijds NOB Broadcast Services Group bestaande uit acht bedrijven op het terrein van registratie en nabewerking. Van deze acht bedrijven, zijn er drie in het buitenland gevestigd. De overige vijf zijn Dutchview (meer-cameraregistratie) Ciris (nabewerking), Cinevideo (mobiele meer-cameraregistratie en nabewerking), CamCompany (één-cameraregistratie) en NOB Decor. De NOB Holding is tot op heden 100% eigenaar van deze bedrijven. De aandelen van de NOB Holding zijn in handen van de staat.

Om deze bedrijven heen is een uitgebreide freelance markt van camerapersoneel, geluidstechnici en editors en van gespecialiseerde bedrijfjes op het terrein van bijvoorbeeld licht, geluid en vormgeving.

De facilitaire markt is op dit moment een overwegend nationale markt. Diensten worden vooral geleverd door Nederlandse bedrijven aan in Nederland gevestigde omroepen en producenten. Dit heeft onder andere te maken met het plaatsgebonden karakter van bijvoorbeeld studio-opnames en op locatie in Nederland opgenomen programma's. Daarnaast gaat het om diensten waarin programmamakers en personeel van het facilitair bedrijf nauw moeten samenwerken en taal dus een rol speelt. Ook die factor leidt tot de keuze voor overwegend Nederlandse bedrijven en personeel.

De sector is ook sterk regionaal geconcentreerd. De meeste bedrijven en studio's zijn gevestigd in Hilversum en Amsterdam. Studio Plantage is de Amsterdamse dependance van het in Hilversum gevestigde Dutchview. Studio Desmet, een zelfstandig bedrijf, is een Amsterdamse studio, maar ook voor deze studio worden de technische apparatuur en het personeel van Hilversumse bedrijven ingehuurd. Veel van de overige facilitaire bedrijven in Amsterdam zijn bedrijven die vooral commercials en bedrijfsfilms maken. Een enkele studio is gelegen in Weesp, Baarn of Amstelveen. Daarnaast zijn er nog de studio's van Endemol in Aalsmeer en is er in Den Haag het Haags Media Centrum (HMC) – eigendom van NOB Cross Media Facilities. Het HMC is een AV-netwerk bestaande uit Nieuwspoor, De Tweede Kamer, het Binnenhof en een volledig uitgeruste studio in café Dudok dat in directe verbinding staat met de Master Control

Room in Hilversum. Verschillende nieuws- en actualiteitenrubrieken maken hiervan gebruik, evenals regionale en buitenlandse omroepen.

Gedreven door de noodzaak tot betere benutting van capaciteit vindt op het terrein van mobiele meer-cameradiensten een zekere mate van internationalisering plaats. Facilitaire bedrijven zoeken zo voor hun meer-cameradiensten ook afnemers in het buitenland. De grote, volledig uitgeruste camerawagens kunnen gemakkelijk naar buurlanden als België en Duitsland rijden. Andersom is op deze markt ook sprake van buitenlandse concurrentie. Een voorbeeld van een buitenlands bedrijf dat actief is op de Nederlandse markt is het Belgische bedrijf Alfacam. Dit bedrijf verhuurt volledig uitgeruste meer-camerawagens aan Nederlandse omroepen of facilitaire bedrijven (bijvoorbeeld aan VA de Jongens), die daar vervolgens zelf personeel op zetten. Andere buitenlandse concurrenten op de markt voor meer-camerawagens zijn Outside Broadcast (België), CTV (Engeland), Wige (Duitsland) en Top Vision (Duitsland).

Drie van de vier grootste facilitaire bedrijven – het NOB (NOB Broadcast Services Group), United Broadcast Facilities en Kalános – hebben tevens vestigingen in het buitenland. Het grootste deel van de omzet van deze bedrijven is echter afkomstig van de bedrijfsonderdelen in Nederland. Het NOB heeft bedrijven in Duitsland en België en Hongarije. United Broadcast Facilities heeft bedrijven in België en Portugal en Kalános heeft een vestiging in Hongarije.

Facilitaire bedrijven leveren niet alleen aan omroepen en televisieproducenten, maar zijn in beperkte mate tevens actief voor andere opdrachtgevers. Het NOB levert bijvoorbeeld behalve aan omroepen ook diensten aan kabel- en telecommunicatiebedrijven. Dit onderzoek concentreert zich echter op de bedrijfsactiviteiten die gericht zijn op omroepen en onafhankelijke televisieproducenten en beperkt zich tot de Nederlandse markt. Het concentreert zich daarnaast op de belangrijkste facilitaire deelmarkten, gemeten naar omvang en belang voor het omroepproductieproces. Het onderzoek is daarmee geen volledige marktanalyse zoals die bijvoorbeeld door mededingingsautoriteiten uitgevoerd zou worden, maar beoogt een eerste indruk te geven van de marktverhoudingen en de belangrijkste kenmerken van de facilitaire markt.

2.2 Deelmarkten

De technische diensten en activiteiten benodigd bij de productie van radio en televisie kunnen worden onderverdeeld in een aantal verschillende diensten en activiteiten. Op basis hiervan kunnen verschillende deelmarkten worden onderscheiden. De belangrijkste activiteiten zijn het verzorgen van uitzendingen, het maken van opnames en de nabewerking van audiovisueel materiaal. Opnamefaciliteiten kunnen op hun beurt worden onderverdeeld in één- en meer-cameradiensten. Hieronder volgt een beschrijving van de vier belangrijkste terreinen van dienstverlening:

– Verzorgen van uitzendingen (uitzendstraat)

Dit onderdeel van de facilitaire markt omvat alle activiteiten en diensten die rechtstreeks zijn verbonden aan het uitzenden van de programma's. Het belangrijkste bedrijf op deze markt is NOB Cross Media Facilities. NOB Cross Media Facilities faciliteert het uitzendproces voor de publieke omroepen. Vanwege het strategische belang van de uitzendstraat heeft het NOB sinds de verzelfstandiging in 1988 de wettelijke verplichting om de uitzendingen van de Publieke Omroep te verzorgen. Deze

diensten omvatten onder andere het uitzendklaar maken van programma's en het encoderen en transcoderen van programma's om ze geschikt te maken voor verspreiding via verschillende netwerken. Ook opslag en transport van audiovisueel materiaal en het verzorgen van in- en externe verbindingen behoren tot de diensten die het bedrijf levert.

Voor de HMG zenders (RTL Nederland) verzorgt BCN het uitzendproces. RTL Nederland en BCN zijn onlangs verhuisd naar het Mediapark in Hilversum. Ook de SBS zenders hebben een eigen uitzendstraat in Amsterdam, die ze met behulp van United Broadcast Facilities beheren.

Op het terrein van het faciliteren van het uitzendproces vindt niet tot nauwelijks concurrentie plaats. Zowel publieke als commerciële omroepen hebben een vaste eigen leverancier voor deze dienst. De diensten en apparatuur zijn zo nauw verbonden met de uitzending van de programma's door omroepen dat deze niet snel door een ander bedrijf geleverd kunnen worden. Voor omroepen is het overstappen naar een andere leverancier niet of nauwelijks mogelijk. Andersom is het verzorgen van de uitzendstraat voor de betreffende facilitaire bedrijven een bedrijfsactiviteit die 24 uur per dag doorloopt en waarbij personeel en apparatuur volledig voor deze ene activiteit worden ingezet. Het bedrijf of bedrijfsonderdeel is daarmee vrijwel volledig afhankelijk van de omroep waaraan het de diensten levert.

– **Eén-camera/ electronic news gathering (ENG)**

Bij één-cameradiensten gaat het om verhuur van (digitale) camera's met of zonder de vakmensen die beeld- en geluid bedienen. De belangrijkste bedrijven op dit terrein zijn CamCompany (onderdeel van NOB Broadcast Services Group), United Broadcast Facilities, VA de Jongens B.V. en Kalános. Daarnaast zijn er vele zelfstandige cameramannen en freelancers, met of zonder eigen apparatuur.

– **Meer-camera (mobiel en studio)**

Meer-cameradiensten bestaan uit de verhuur van studio's of camerawagens, met of zonder personeel, ten behoeve van opnames van grote shows of evenementen. De opnames kunnen dus zowel in volledig uitgeruste studio's plaatsvinden als op locatie. Shows als de Postcodeloterij worden opgenomen in speciaal daarvoor ingerichte studio's. Bij registratie van programma's op locatie gaat het bijvoorbeeld om evenementen als sportwedstrijden, popconcerten, de Amsterdamse Uitmarkt en bruiloften en begrafenissen van leden van het koningshuis. Voor opnames op locatie zijn reportagewagens nodig (Outside Broadcast Vans of OBV's), voorzien van camera's, regie- en montagesets en van satelliet of andere -verbindingen. Hoewel (verhuur van) een opnamestudio en een mobiele camerawagen twee verschillende diensten lijken, zijn deze diensten sterk met elkaar vervlochten. Meer-camerawagens (OBV's) worden bijvoorbeeld regelmatig in combinatie met vaste studio's gebruikt waardoor extra capaciteit wordt gegenereerd. OBV's worden ook ingezet om de regie te leveren voor studio's die geen vaste regie meer hebben en op locaties waar regelmatig televisieprogramma's worden opgenomen, zoals de Rode Hoed en Paradiso. Ze variëren in omvang van kleine reportagewagens tot compleet uitgeruste trucks waarop 16 camera's kunnen worden bevestigd.

Bedrijven die op deze markt actief zijn, zijn onder andere Dutchview, United Broadcast Facilities, Cinevideo en NOB Cross Media Facilities (TVJ-studio's). TVJ verzorgt de faciliteiten voor (live) studio-opnames en exploiteert drie studio's op het Mediapark. Deze studio's worden volledig benut voor de nieuwsuitzendingen van de Publieke Omroep.

Bedrijven als Video Associates en Kalános kunnen eveneens meer-cameradiensten leveren, maar huren de wagens dan bij andere bedrijven in (bijvoorbeeld bij het bedrijf VSE dat drie OBV's bezit) en leveren zelf alleen het technisch personeel.

Meer-cameradiensten gekoppeld aan studio's worden ook door omroepen zelf verzorgd. Broadcast Centre Nederland, het facilitaire bedrijf van de HMG-zenders beschikt bijvoorbeeld over twee studio's. En ook publieke omroepen bezitten eigen studio's, deels specifiek ingericht voor bepaalde programma's en deels flexibel inzetbaar. Soms worden deze studio's ook aan derden verhuurd. Zo worden de AKN studio's – mede in het kader van de bezuinigingen bij de Publieke Omroep – niet alleen voor programma's van AVRO, KRO en NCRV gebruikt, maar ook verhuurd aan andere omroepen.

Verder zijn in deze markt een aantal kleinere bedrijven actief – onder andere VSE Venendaal, Viditech uit Twente (werkt vooral voor regionale omroepen) en Zuiderdorp Broadcasting - en een aantal buitenlandse bedrijven (onder andere Alfacam en Outside Broadcast uit België).

– **Postproductie (nabewerking)**

Postproductie omvat alle diensten en activiteiten die nodig zijn om ruwe beeld- en geluidsopnames tot een programma te bewerken. Belangrijkste onderdelen in dit proces zijn montage, geluidsbewerking, kleurcorrectie, grafische vormgeving, vertaling en ondertiteling, en het maken van kopieën. Bedrijven die actief zijn op deze markt zijn onder andere Ciris, United Broadcast Facilities, Avi-dróme (is onderdeel van VA De Jongens) en Kalános, maar ook tal van kleine en eenmansbedrijfjes.

- **Overige deelmarkten**

Naast de vier beschreven deelmarkten kunnen nog de volgende facilitaire activiteiten en diensten (nichemarkten / specialismen) worden onderscheiden:

- Geluid
- Licht
- Kap/Grime
- Vertaling
- Beveiliging
- Casting
- Graphics
- Decor en Rekwisieten
- Publiek
- Stemmenbureau's
- Kleding/Kostuums
- Kijkcijfers
- Stunts
- SNG (Satellite News Gathering)

Een deel van deze activiteiten is soms onderdeel van de grote of middelgrote facilitaire bedrijven. Dutchview heeft bijvoorbeeld een eigen lichtafdeling en United Broadcast Facilities heeft een grafische afdeling. Voor vrijwel al deze diensten zijn ook gespecialiseerde bedrijfjes of freelancers actief op de markt.

Er zijn zowel bedrijven die vrijwel alle diensten bieden, variërend van camerawerk tot belichting, montage en catering als bedrijven die één of enkele diensten bieden. Sommige facilitaire bedrijven leveren weliswaar een heel pakket aan de opdrachtgever, maar huren daarvoor aanvullende diensten in van andere bedrijven of van freelancers. Facilitaire bedrijven verhuren hun apparatuur en andere faciliteiten over het algemeen

zowel met als zonder het benodigde technische personeel. Omroepen en producenten kunnen dus zowel ‘kale’ als volledig bemenste opname- en montagestudio’s, camera’s en camerawagens huren.

Voor omroepen kan het handig zijn om alle diensten voor een bepaalde productie bij één bedrijf af te nemen. Het komt echter ook regelmatig voor dat een omroep specifieke wensen heeft op het terrein van belichting, camerawerk of montage en liefst zelf gekozen personeel inbrengt. Studio’s en apparatuur worden dan bijvoorbeeld wel bij een groot of middelgroot bedrijf ingehuurd, maar voor de bediening ervan worden eigen cameramensen, belichters of editors inhuurt. Dit doet zich vooral voor bij het maken van drama en documentaires, maar kan ook bij andere producties een rol spelen. Daarnaast hebben omroepen ook eigen faciliteiten, waaronder ingerichte opname- en montagestudio’s, en technisch en facilitair personeel in vaste dienst.

Tabel 2.1 Bedrijven actief op deelmarkten

	uitzendstraat	één-camera	meer-camera	postproductie
NOB CMF	x		(x)	
BCN	x			
SBS Uitzendstraat	x			
UBF		x	x	x
NOB BSG - Dutchview - Ciris - Cinevideo - Camcompany		x	x	x
VA de Jongens Avi-drôme		x	(x)	x
Kalános		x	(x)	x
Kleine bedrijven en freelancers		x		x

(x) deze bedrijven hebben geen eigen meer-camerawagens, maar beschikken wel over een of enkele studio’s en huren voor meer-cameradiensten wagens in bij andere bedrijven

2.3 Omvang van de markt

In deze paragraaf geven we een indruk van de omvang van de facilitaire markt op basis van het bestand van het Landelijk Informatiesysteem van Arbeidsplaatsen en vestigingen (LISA). Dit bestand levert een benadering op van het aantal werkzame personen in de audiovisuele sector (zie voor een toelichting Bijlage E). De gegevens uit LISA zijn aangevuld met gegevens van het CBS en gegevens uit de interviews met de branchevereniging AFN en sleutelfiguren uit de sector.

Voor de afbakening van sectoren maakt LISA gebruik van de Standaard Bedrijfsindeling van het CBS (SBI 1993). De facilitaire sector wordt hierin omschreven als: ‘ondersteunende activiteiten voor radio en televisie’ (code 92203, SBI 1993)³.

³ De categorie ‘ondersteunende activiteiten voor radio en televisie’ (SBI-code 92203) wordt in de Standaard Bedrijfsindeling als volgt gedefinieerd: ‘Radio- en televisiestudio’s; aanbieden van een ruimte voorzien van de technische faciliteiten voor het vastleggen van geluid en/of bewegende beelden, eventueel in combinatie met de

Daarbinnen wordt geen nader onderscheid gemaakt naar deelmarkten als licht, geluid, nabewerking of registratie. Bij indeling van een bedrijf in een bepaalde sector wordt uitgegaan van de hoofdactiviteit van het bedrijf. De facilitaire sector is een sector waarin veel freelancers werkzaam zijn die ook voor andere werkgevers werken, soms in geheel andere sectoren. Het LISA-bestand bevat weliswaar zelfstandige ondernemers en freelancers (de zogenaamde één-pitters), maar garandeert geen 100% landelijke dekking. Ten slotte kent de sector veel seizoensarbeid. Al deze factoren leiden ertoe dat de cijfers met voorzichtigheid moeten worden gehanteerd. Om de cijfers voor deze sector in perspectief te zetten, worden ook de cijfers opgenomen van de omroeporganisaties (sector 92201), de producenten (sector 92202), van de sector 'radio en televisie' in zijn geheel (922) en van de totale Nederlandse economie.

2.3.1 Aantal werkzame personen

Het totaal aantal werkzame personen in de sector 'ondersteunende activiteiten' bedroeg volgens gegevens uit LISA in 2002 2711 personen.

Tabel 2.2 Aantal werkzame personen bij facilitaire bedrijven, LISA 2002

	2002
omroeporganisaties	7012
televisieproducenten	1698
facilitaire bedrijven	2711
Totaal RTV	11421

Bron: LISA

De sector zelf (AFN) schat het aantal werkzame personen op rond de 3300. De verschillen tussen deze getallen zijn waarschijnlijk te herleiden tot verschillen in bepaling van welke bedrijven wel en niet tot de sector worden gerekend. Volgens het AFN is er begin jaren negentig sprake geweest van groei in de sector, onder andere door de komst van nieuwe commerciële zenders en onafhankelijke producenten. De laatste vier à vijf jaar is bij de meeste facilitaire bedrijven sprake van reorganisaties en inkrimping van het personeelsbestand en er komen er ook weinig bedrijven. Daarmee neemt volgens AFN het totaal aantal werknemers in de sector de laatste jaren af.

2.3.2 Aantal vestigingen

In tabel 2.3 is het aantal vestigingen voor ondersteunende activiteiten weergegeven. Dit aantal bedraagt volgens gegevens uit LISA in 2002 273. De groei in het aantal bedrijfsvestigingen voor ondersteunende activiteiten bedraagt gemiddeld 3 procent per jaar. Een verklaring voor de groei in het aantal vestigingen zou kunnen liggen in het feit dat bedrijven (NOB) onderdelen verzelfstandigd hebben en dat bedrijven nieuwe studio's - die in LISA als een aparte vestiging worden beschouwd - hebben gebouwd.

hierbij benodigde technici; Overige ondersteunende activiteiten ten behoeve van radio en televisie, behalve producenten van radio- en televisieproducties (code 92202) en acteurs en regisseurs (code 92311 en 92313)

Tabel 2.3 Aantal vestigingen van facilitaire bedrijven, LISA 1996-2002

	1996	2002	jaarlijkse groei	aantal banen per vestiging	
				1996	2002
omroep organisaties	102	142	6%	68	49
televisie producenten	204	477	15%	6	4
facilitaire bedrijven	224	273	3%	4	10
Totaal RTV	530	892	9%	17	13

NB: Jaarlijkse groei aantal vestigingen Nederland totaal bedroeg tussen 1996 en 2002 3%.

Bron: LISA, bewerking TNO Inro

Het CBS geeft een aanzienlijk lager aantal vestigingen dan het LISA. Volgens het CBS zijn er in 2002 55 vestigingen voor ondersteunende activiteiten, volgens LISA 273⁴. Het CBS lijkt het aantal bedrijven voor ondersteunende activiteiten van radio- en televisieprogramma's te onderschatten (zie Bijlage E). Interessant is echter wel de onderverdeling die het CBS maakt van het aantal bedrijven naar bedrijfsgrootte (uitgedrukt in aantal werknemers). Uit Tabel 2.4 blijkt dat de bedrijven die ondersteunende activiteiten aanbieden allemaal relatief klein van omvang zijn; 64 procent heeft minder dan 5 werknemers, 82 procent heeft er minder dan 10 en slechts 9 procent heeft tussen de 10 en 50 werknemers.

Het CBS rondt het aantal bedrijven af op vijftallen. Indien er twee grote bedrijven zijn met meer dan 100 werknemers, dan rondt het CBS dit aantal af op 0 procent in de verdeling naar bedrijfsgrootte⁵. Dit zou verklaren waarom in tabel 2.4 0 procent staat in de kolommen van bedrijven met een omvang van tussen de 50-100 werknemers en meer dan 100 werknemers, terwijl er toch zeker twee bedrijven met meer dan 100 werknemers zijn en ook zeker twee bedrijven met tussen de 50 en 100 werknemers. De cijfers dateren uit 2002. Waarschijnlijk vond de telling plaats voor de verzelfstandiging van de verschillende bedrijfsonderdelen binnen het NOB waardoor het CBS alle later verzelfstandigde bedrijfsonderdelen van het NOB als één bedrijf heeft geteld. Het tweede bedrijf met meer dan 100 werknemers is dan United Broadcast Facilities. VA de Jongens en Kalános zouden dan in de categorie van bedrijven vallen met naar schatting rond de 100 werknemers.

Tabel 2.4 Verdeling facilitaire bedrijven naar bedrijfsgrootte (in aantal werknemers), CBS 2002

	1-5	5-10	10-20	20-50	50-100	>100	totaal
omroep organisaties	53%	8%	14%	8%	6%	11%	100%
televisie producenten	77%	11%	6%	3%	0%	3%	100%
facilitaire bedrijven	64%	18%	9%	9%	0%	0%	100%
Totaal RTV	65%	11%	10%	6%	2%	6%	100%

Bron: CBS, bewerking TNO Inro

⁴ In het omroephandboek 2003-2004 zijn ongeveer 140 facilitaire bedrijven opgenomen.

⁵ Omdat de onderschatting van het aantal bedrijven door het CBS zich met name voordoet bij het aantal kleine bedrijven, zal het percentage kleine bedrijven in werkelijkheid vermoedelijk nog iets hoger liggen en het percentage grote bedrijven iets lager.

Naast de cijfers van LISA en CBS hebben we ook geprobeerd gegevens te verkrijgen van de belangrijkste bedrijven uit de sector zelf. In tabel 2.5. is de omvang van de grootste bedrijven in de sector vermeld. Basis hiervoor zijn gegevens uit de jaarverslagen (Kamer van Koophandel) en eigen opgaven van de betreffende bedrijven. Het totaal aantal werknemers in de belangrijkste facilitaire bedrijven bedraagt ongeveer 1650. Daarnaast zijn er nog tal van kleine bedrijfjes en freelancers actief in de branche. Hoeveel dit er zijn is niet bekend.

Tabel 2.5 Aantal werknemers facilitaire bedrijven (alleen Nederlandse vestigingen)

Bedrijf	Aantal werknemers
NOB Cross Media Facilities (uitzending)	394
NOB Broadcast services Group DutchView (opname)	278
Ciris (nabewerking)	206
Cinevideo in NL (opname en nabewerking)	100
Camcompany (opname, één-camera/ENG en EFP)	53
NOB Decor	83
<i>Totaal NOB</i>	<i>1114</i>
United Broadcast Facilities (opname en nabewerking)	350
Video Associates de Jongens + Avi-drôme (opname en nabewerking)	90
Kalános (opname en nabewerking)	76
Totaal	±1650

Bron: jaarverslagen en eigen opgaven bedrijven. Cijfers van NOB en UBF hebben betrekking op 2003, cijfers van VA de Jongens op 2002/2003 en cijfers van Kalános komen uit het jaarverslag over 2002. Het totaal aantal werknemers in deze tabel wijkt af van het getal in de factsheet, aangezien in deze tabel de werknemers bij buitenlandse bedrijven en deelnemingen buiten beschouwing zijn gelaten

Concluderend kunnen we stellen dat het op basis van de beschikbare gegevens vrijwel onmogelijk is om een volledig en juist beeld te verkrijgen over de omvang van de sector. Wel is duidelijk dat de sector bestaat uit twee grote, enkele middelgrote en vele kleine bedrijven en freelancers en dat het aantal werknemers in de sector in ieder geval meer dan 2000 bedraagt.

3 Marktverhoudingen

De facilitaire markt is een relatief jonge markt. Tot eind jaren tachtig was het facilitair bedrijf nog onderdeel van de Publieke Omroep. Pas met de komst van commerciële omroepen, de groei van het aantal onafhankelijke televisieproducenten en de verzelfstandiging van het facilitaire bedrijf in het Nederlands Omroep Productiebedrijf (NOB) ontstond een commerciële facilitaire markt van enige omvang. De huidige verhoudingen in de facilitaire markt zijn nog steeds sterk beïnvloed door de wederwaardigheden van de voormalige monopolist op deze markt, het NOB. Daarom begint dit hoofdstuk met een korte terugblik op de geschiedenis van het NOB.

3.1 Geschiedenis facilitaire markt

In 1987 besloot het toenmalige kabinet om het facilitair bedrijf van de publieke omroep (NOS) af te splitsen en te verzelfstandigen onder de naam NOB. De aandelen van het NOB kwamen in handen van de staat. Bedoeling was om het bedrijf op termijn te privatiseren. Deze strategie paste binnen het overheidsbeleid om waar mogelijk publieke taken te privatiseren, met het oog op een meer doelmatige en klantgerichte dienstverlening. Het NOB zou niet meer alleen voor publieke, maar ook voor commerciële omroepen en producenten kunnen gaan werken. Bovendien zou verkoop van het NOB de overheid inkomsten kunnen opleveren. Een aantal beheertaken werd als publieke taak aan het NOB opgedragen, waaronder de wettelijke verplichting om zorg te dragen voor de uitzending van programma's voor de publieke omroep en het ter beschikking stellen van technische faciliteiten bij onverwachte gebeurtenissen van nationaal belang, zoals ernstige rampen, ordeverstoringen en het overlijden van leden van het koningshuis (Mediawet artikel 83, 84, 88, 89 en 90). In de Tweede Kamer is verschillende malen over de toekomst van het NOB gediscussieerd. Cruciale vragen daarbij waren wat er met de opbrengsten van de verkoop zou moeten gebeuren (naar de cultuurbegroting, de omroepreserve of naar de schatkist) en of partijen met een direct belang in de Nederlandse omroepmarkt aandelen in het NOB zouden mogen kopen.

Met de plannen voor verzelfstandiging en privatisering van het facilitair deel van de publieke omroep liep Nederland in Europa voorop. In Engeland en Duitsland zijn de publieke omroepen pas sinds kort begonnen met het uitbesteden van facilitaire taken.

Ten tijde van de ontvlechting van het facilitair bedrijf was de publieke omroep vrijwel de enige afnemer van het NOB en was het NOB het enige bedrijf dat deze diensten in de gevraagde omvang kon leveren. De verzelfstandiging van het NOB heeft ertoe geleid dat het bedrijf ook actief werd op de commerciële markt. In dezelfde periode kwam en groeide de commerciële omroep in Nederland. Commerciële omroepen en onafhankelijke producenten wilden niet afhankelijk zijn van het facilitair bedrijf van de Publieke Omroep. In die tijd is een aantal nieuwe facilitaire bedrijven ontstaan. Enkele daarvan zijn later gefuseerd tot het bedrijf United Broadcasting Facilities.

Ruim 15 jaar na de verzelfstandiging van het NOB blijkt dat dit niet onmiddellijk heeft geleid tot een concurrerende markt en gezonde marktverhoudingen. Hiervoor kunnen achteraf bezien onder andere de volgende verklaringen worden gegeven:

- Het NOB kreeg een bruidsschat mee van meer dan 200 miljoen gulden om een marktpositie op te bouwen en publieke omroepen hadden (tot 1991) een afnameverplichting. Het NOB hoefde door dit eigen vermogen geen kapitaal bij

- banken te lenen en hen daarvoor te overtuigen van de commerciële waarde van het bedrijf. Het bedrijf was verzekerd van omzet door het afnamecontract met de publieke omroepen. Hierdoor ontbrak een duidelijke impuls om marktgericht te werken.
- Het NOB heeft de beschikbare middelen onvoldoende benut om het bedrijf om te vormen naar een efficiënt en klantgericht bedrijf. Het vermogen is vooral gebruikt om concurrenten en aanpalende bedrijven over te nemen. Sinds de verzelfstandiging van het NOB heeft het bedrijf 46 andere bedrijven overgenomen. Dit leidde soms tot interne concurrentie tussen bedrijfsonderdelen.
 - Publieke omroepen kregen de mogelijkheid om zelf technische faciliteiten te bezitten. Tegelijkertijd kreeg het NOB toestemming om andere activiteiten te ontwikkelen dan het leveren van faciliteiten en het verzorgen van uitzendingen, waaronder het verzorgen van omroepprogramma's en audiovisuele producties. De overwegingen hierbij waren enerzijds dat het NOB zich zou kunnen ontwikkelen tot volwaardig bedrijf en anderzijds dat omroepen de vrijheid moesten hebben om op grond van bedrijfsmatige overwegingen een keuze te maken tussen het zelf aanschaffen of het inhuren van faciliteiten. In sommige gevallen leidde de overlappende activiteiten op het terrein van faciliteiten en programmaproductie echter tot moeizame verhoudingen tussen omroepen en facilitaire bedrijven.

In 2000 bleek dat het NOB er slecht voorstond. Met de komst van een nieuwe directeur is het privatiseringsproces tijdelijk opgeschort en heeft een ingrijpende reorganisatie plaatsgevonden. De overhead is gereduceerd, een deel van het personeel is ontslagen, de CAO is opengebroken en het bedrijf is efficiënter gaan werken. Er worden geen capaciteitsgaranties meer afgegeven aan omroepen. De planning van studio's, camera's en overige faciliteiten wordt niet meer afgestemd op de piekperiodes in de markt maar op de structurele behoefte. Tevens zijn niet-renderende bedrijven en deelnemingen gesloten of afgestoten.

Vervolgens is het bedrijf in tweeën gesplitst; NOB Cross Media Facilities en de Broadcast Services Group. NOB Cross Media Facilities is het bedrijf dat zich bezighoudt met de uitzendactiviteiten voor de publieke omroepen. In 2002 heeft het kabinet op advies van de Raad van Bestuur van het NOB besloten om dit bedrijfs onderdeel niet te privatiseren maar opnieuw onder te brengen bij de publieke omroep. Vraag is nog hoe dit organisatorisch en bestuurlijk precies vorm moet krijgen.

De bedrijfs onderdelen die zich bezig houden met registratie en nabewerking zijn als aparte bedrijven in de markt gezet. Deze bedrijven werken niet alleen voor de publieke omroep maar ook voor andere omroepen en bedrijven. De nieuwe bedrijven zijn Dutchview, Ciris, Camcompany, Cinevideo, NOB Decor en drie buitenlandse bedrijven (ENG Videohouse, NOB Hongarije en NOB Duitsland). Samen maken deze bedrijven deel uit van de Broadcast Services Group (BSG), eigendom van de NOB Holding. De NOB Holding wil de bedrijven voor registratie en nabewerking die onder de Broadcast Services Group vallen, verkopen. Het heeft daarvoor in november 2003 toestemming gekregen van het kabinet.

Ten slotte zijn grond en vastgoed op en buiten het Mediapark grotendeels verkocht. Een deel van de gebouwen is verkocht aan de Publieke Omroep en de NOS, het Media Park is in 2003 verkocht aan TCN Property Projects. Er resteren momenteel nog twee onroerend goed objecten. De NOB Holding streeft naar verkoop hiervan.

Op dit moment heeft de facilitaire sector te lijden onder de stagnerende economie die tot lagere reclame-inkomsten leidt bij omroepen en daardoor tot kostenbesparingen op de programmaproductie. Tevens wordt de sector geconfronteerd met de gevolgen van bezuinigingen bij de Publieke Omroep. Het consultancy bureau McKinsey heeft een efficiëntere benutting van eigen voorzieningen en besparingen op de uitbesteding van facilitaire diensten aangewezen als een van de belangrijke bezuinigingsmogelijkheden bij de publieke omroep. De werkgroep van de publieke omroep die zich hierover heeft gebogen komt tot een bezuinigingspotentieel van €13 - 17 mln. op facilitaire diensten.

3.2 Marktaandelen

In deze paragraaf wordt eerst een beeld gegeven van de totale omzet van de belangrijkste bedrijven in de facilitaire markt. Vervolgens wordt gekeken naar de marktaandelen per deelmarkt. Om de marktaandelen van de belangrijkste bedrijven op de facilitaire (deel)markten te kunnen bepalen, moet bekend zijn wat de totale omvang van de markt is. Gezien de beperkte omvang van deze studie kunnen we hiervan slechts enkele indicaties geven.

3.2.1 Omzet facilitaire markt en concentratievorming

In tabel 3.1. wordt een beeld gegeven van de totale omzet van de vier grootste bedrijven in de markt. De in de tabel vermelde omzet van NOB Holding is inclusief de omzet van de buitenlandse bedrijfsonderdelen en deelnemingen in bedrijven.

Tabel 3.1 Omzet vier grootste facilitaire bedrijven op Nederlandse markt

Bedrijf	Omzet in 2003
NOB Holding	175.8
United Broadcast Facilities	32.2
VA de Jongens incl. Avi-drôme	15
Kalános	11
Totaal	233

Bron: jaarverslagen 2003 en eigen opgave bedrijven

In een overzicht dat NOB Holding en United Broadcast Facilities hebben gemaakt in het kader van de voorgenomen overname van de NOB Broadcast Services Group door United Broadcast Facilities schatten deze bedrijven de omvang van de facilitaire markt op €233 mln. (zie tabel 3.2). Dit bedrag heeft alleen betrekking op activiteiten op het terrein van één-cameraproductie, meer-cameraproductie en postproductie en beperkt zich tot de omzet gegenereerd in opdracht van de landelijke omroepen en zenders. Het is dus exclusief de omzet van specialistische bedrijven of bedrijfsonderdelen op het terrein van geluid, licht, graphics, SNG etc., exclusief faciliteiten die aan bedrijven of aan regionale omroepen worden geleverd, exclusief de omzet die gegenereerd wordt door de uitzendstraat van NOB Cross Media Facilities en exclusief de omzet van facilitaire bedrijven in hun buitenlandse vestigingen.

De branchevereniging AFN schat de totale omvang van de facilitaire markt in 2003 op een aanzienlijk hoger bedrag. Volgens het AFN bedraagt de totale omzet in de markt ongeveer €360 tot €440 mln. De door de AFN genoemde bedragen zijn eveneens exclusief de uitzendstraat van NOB Cross Media Facilities en exclusief de omzet van facilitaire bedrijven in hun buitenlandse vestigingen, maar inclusief de omzet van onder

andere specialistische facilitaire bedrijven op het terrein van licht, geluid en graphics en omzet in opdracht van andere bedrijven dan de landelijke omroepen en producenten. Van de totale omzet in de markt wordt volgens het AFN ongeveer 70 procent gegenereerd door opdrachten van publieke omroepen en 30 procent door opdrachten van commerciële omroepen. Deze percentages zijn inclusief de capaciteit die producenten bij facilitaire bedrijven inhuren voor producties die zij in opdracht van publieke en commerciële omroepen maken. Het aandeel van publieke omroepen is hoger omdat commerciële omroepen vaak goedkoper (laten) produceren en omdat zij meer eigen capaciteit hebben dan publieke omroepen. Het aandeel in de totale omzet van opdrachten voor niet-omroep bedrijven (bijvoorbeeld commercials, bedrijfsfilms, muziekregistraties voor de audioindustrie, verhuur van apparatuur), is niet precies bekend, maar volgens het AFN gering. In de verhouding 70-30 is deze niet meegeteld.

Tabel 3.2 bevat een overzicht van de marktaandelen van de vier grootste facilitaire bedrijven, gebaseerd op het eerder genoemde overzicht van NOB Holding en United Broadcast Facilities⁶. In de tabel is een onderscheid gemaakt tussen het marktaandeel van de facilitaire bedrijven *exclusief* de faciliteiten van omroepen (2^e kolom) en het marktaandeel wanneer ook de faciliteiten van omroepen tot de markt worden meegerekend (3^e kolom). In het laatste geval zijn de marktaandelen van de facilitaire bedrijven vanzelfsprekend lager.

Tabel 3.2 Omzet en marktaandelen facilitaire bedrijven

	Omzet in €mln.	Marktaandeel op markt exclusief capaciteit van omroepen in %	Marktaandeel op totale markt (inclusief capaciteit omroepen) in %
NOB Broadcast Services Group	64	36	27,5
DutchView en Ciris	53	29,8	22,7
Cinevideogroep	7	3,9	3
Camcompany	4	2,2	1,7
United Broadcast Facilities (excl. SNG)	28	15,7	12
VA de Jongens (incl. Avi-drôme)	15	8,4	6,4
Kalános	11	6,2	4,7
Overigen	60	33,7	25,8
Totaal capaciteit niet verbonden aan omroepen	178	100	-
Eigen capaciteit publieke omroepen	20	-	8,6
Eigen capaciteit commerciële omroepen	35	-	15
Totale capaciteit (omroepgebonden en niet omroepgebonden)	233	-	100

Bron: schatting sector op basis van omzet in 2003

* Avi-drôme is een apart bedrijf. Het maakt geen onderdeel uit van de Video Associates Holding. De postproductieactiviteiten Avi-drôme en VA de Jongens worden naar de klant echter als een geheel gepresenteerd en zijn daarom in deze tabel samengenomen. De geschatte omzet van Avi-drôme van €5 mln. is opgeteld bij de in het jaarverslag over 2002/2003 van VA de Jongens (VA de Jongens werkt met een gebroken boekjaar) vermelde omzet van €9.3 mln.

⁶ De omzetten van de verschillende bedrijven in tabel 3.2 wijken af van de omzetbedragen in tabel 3.1 en de factsheets over de bedrijven in de bijlagen. Daar is i.t.t. in table 3.2 wel de totale omzet van de bedrijven vermeld.

De totale omzet in de markt voor registratie (één-camera en meer-camera) en nabewerking bedraagt volgens deze opgave ongeveer €233 mln.⁷ De grootste vier bedrijven hebben op deze markt een aandeel van 66,3 procent wanneer de eigen capaciteit van omroepen niet wordt meegerekend. NOB Broadcast Services Group heeft in dat geval een marktaandeel van 36 procent en United Broadcast Facilities van 15,7 procent. Het gezamenlijke marktaandeel van de twee grootste bedrijven bedraagt 51,7 procent. Wanneer de capaciteit van omroepen wel wordt meegerekend, is het marktaandeel van de vier grootste bedrijven 54,9 procent. De NOB Broadcast Services Group neemt daarvan 27,5 procent voor zijn rekening en United Broadcast Facilities 12 procent. Het gezamenlijke marktaandeel van de twee grootste bedrijven valt dan vanzelfsprekend lager dan in het eerste geval; 39,5 procent.

Omroepen beschikken volgens geïnterviewden uit de facilitaire sector vooral op het terrein van meer-cameradiensten (studio's) over een aanzienlijke capaciteit. Hun capaciteit op het terrein van één-cameradiensten en postproductie was tot voor kort verwaarloosbaar. Zij huren het merendeel hiervan in bij freelancers en facilitaire bedrijven. Onder invloed van technologische vernieuwingen en bezuinigingen treedt hierin overigens wel een verschuiving op. Vooral op het terrein van postproductie maken omroepen steeds meer gebruik van eigen apparatuur en schaffen zij ook nog steeds nieuwe eigen faciliteiten aan⁸.

Een andere manier om naar concentratievorming op de facilitaire markt te kijken, is door de marktaandelen van de verschillende bedrijven per deelmarkt, c.q. type diensten in kaart te brengen. Tabel 3.3 geeft daarom een indruk van de marktaandelen van afzonderlijke bedrijven voor de vier belangrijkste facilitaire deelmarkten. Op die manier komt tot uitdrukking op welke deelmarkten sprake is van concentratievorming en op welke van concurrentie. De cijfers voor de verschillende diensten worden echter niet apart vermeld in de jaarrekeningen van de bedrijven. Het betreft dus opnieuw een schatting op basis van interviews met de betreffende bedrijven. Net als voor tabel 3.2 geldt voor tabel 3.3 dat de cijfers over de omzetten van bedrijven afwijken van die in 3.1 en in de factsheet omdat voor deze tabel alleen is gevraagd naar de omzet die op de betreffende activiteit (meer-camera, één-camera of postproductie) betrekking heeft en niet voor de overige activiteiten binnen genoemde bedrijven.

⁷ In 1996 schat de overheid de omvang van de markt voor facilitaire dienstverlening op fl. 610 mln (= €75)⁷. Daarvan nam het NOB fl 377 mln. (= €69 mln.) voor zijn rekening⁷. Het marktaandeel van het NOB op de Nederlandse facilitaire markt bedroeg in 1996 dus ongeveer 60 procent. Het resterende marktaandeel van 40 procent (ruim fl. 230 mln.) was verdeeld over andere facilitaire bedrijven, freelancers, facilitaire diensten van televisieproducenten en van enkele omroepen. De overheid constateerde dat de marktpositie van het NOB weliswaar sterk was, maar dat er sprake was van aanzienlijke concurrentie en een lage toetredingsdrempel.

De totale omzet van de facilitaire markt lijkt sinds 1996 gestegen (al is dit moeilijk te controleren, omdat onduidelijk is welke bedrijven en diensten in de kabinetsnota uit 1996 zijn meegeteld). De marktverhoudingen lijken in 2004 licht verschoven. Het marktaandeel van NOB Holding is ten opzichte van 1996 kleiner geworden, maar NOB Holding heeft ook anno 2004 nog een aanzienlijke marktpositie.

⁸ Facilitaire bedrijven beschouwen de studio's die omroepen niet alleen voor eigen programma's gebruiken maar ook verhuren aan derden als een vorm van oneigenlijke concurrentie, aangezien zij betwijfelen of in de verhuurprijs wel wordt gerekend met de integrale kosten van de studio's.

Tabel 3.3 Omzet (in €) en marktaandeel (in procent) facilitaire bedrijven naar deelmarkt in NL

	meer-camera		één-camera		postproductie	
NOB Broadcast Services Group						
<i>DutchView</i>	28 mln.	33%	-	-		
<i>Ciris</i>	-	-	-	-	12 mln.	28%
<i>Cinevideogroep</i>	9 mln.	11%				
<i>Camcompany</i>	-	-	4 mln.	9%		
United Broadcast Facilities	12.7 mln.	15%	7.8 mln.	17%	5 mln.	12%
VA de Jongens	3-4 mln.	5%	5	11%	2	7,5%
<i>Avi-drôme</i>					(4-5mln.)	
Kalános	1 mln.	1%	6	13%	4	7,5%
Totaal vier grootste bedrijven	±55 mln.	65%	22.8	50%	28	55%
Omroepen	16.8 mln.	20%	nb	nb	nb	nb
Overigen (incl. buitenlandse bedrijven, 'dry-hire' bedrijven en freelancers)	12.6 mln.	15%	nb	nb	nb	nb
Totaal	84.4 mln.	100%	45.6 mln.	100%	50.5 mln.	100%

Bron: schatting AFN en bedrijven uit de sector

Uit deze tabel blijkt dat NOB Broadcast Services Group (Dutchview en Cinevideo) en United Broadcast Facilities op de markt voor meer-cameradiensten gezamenlijk een dominante marktpositie hebben van circa 59 procent. Ook omroepen hebben een aanzienlijk aandeel in de totale capaciteit. Daarnaast is op deze markt enige concurrentie van buitenlandse bedrijven als Alfacam en Outside Broadcast. Wanneer de eigen capaciteit van omroepen buiten beschouwing wordt gelaten, is het marktaandeel van de twee grootste bedrijven groter. Op de markt voor één-camera en postproductie is sprake van enkele grote partijen, met daarnaast vele kleine bedrijven. De twee grootste bedrijven hebben op de markt voor één-cameradiensten een aandeel van 26 procent en op de markt voor postproductie een aandeel van 40 procent. Op deze markten is sprake van aanzienlijk meer concurrentie, zowel van de tweede en derde speler op de markt als van tal van kleinere bedrijfjes en freelancers. Ook zijn toetredingsdrempels op deze deelmarkten relatief laag.

3.3 Overige kenmerken van de facilitaire markt

De facilitaire markt is een kapitaalintensieve markt vanwege de hoge investeringen in apparatuur en studio's. Ook de voortschrijdende digitalisering van netwerken en apparatuur voor opname, nabewerking, uitzending en opslag vereist continu nieuwe investeringen in aanschaf van apparatuur en ontwikkeling van kennis. Een ander kenmerk van de huidige markt is overcapaciteit. In de sector is structureel sprake van leegstand van studio's en onderbenutting van meer-camerawagens. Op dit

moment worden grote meer-camerawagens bijvoorbeeld slechts voor 20 procent van de capaciteit benut voor het doel waarvoor ze bestemd zijn, terwijl de maximaal haalbare bezettingsgraad ongeveer 75 procent bedraagt. Uit gegevens die McKinsey heeft verzameld bij de publieke omroepen blijkt tevens een sterke onderbenutting van met name de eigen radiostudio's.

Een van de oorzaken hiervan is dat het productieproces van televisie en radio sterk seizoensgebonden is. De vraag naar meer-camerawagens heeft pieken en dalen die samenhangen met het ritme waarin grote evenementen als voetbalkampioenschappen, huwelijken, begrafenissen en andere evenementen plaatsvinden. Ook de benutting van de overige faciliteiten hangt sterk samen met het ritme van de programmaproductie. In juni en juli staan veel studio's leeg. In het najaar is sprake van piekbelasting. Daar komt bij dat de benutting van faciliteiten volgens de facilitaire bedrijven door de omroepen over het algemeen slecht wordt gepland. Ten slotte neemt de vraag van omroepen naar grote studio's af omdat grote studioproducties te duur zijn geworden.

Overcapaciteit en sterke concurrentie op tarieven hebben ertoe geleid dat de sector geringe rendementen behaalt. Het NOB behaalde in 2003 een netto resultaat van €0.7 mln. en United Broadcast Facilities van €1.8 mln. De twee kleinere bedrijven (VA de Jongens en Kalános) draaien over 2002/2003 resp. 2002 met een verlies van €1.04 mln. en €0.32 mln.

4 Marktontwikkelingen

De belangrijkste actuele ontwikkelingen in de facilitaire markt betreffen de voorgenomen overname van de Broadcast Services Group van het NOB door United Broadcast Facilities en de gevolgen van de bezuinigingen bij de Publieke Omroep voor de facilitaire sector. Daarnaast veranderen technologische vernieuwingen het aanzien van de sector. Nieuwe digitale technieken voor opname, opslag en distributie van programma's vergen nog aanzienlijke investeringen. Zij beïnvloeden tevens de verhoudingen en taakverdeling tussen omroepen en producenten enerzijds en facilitaire bedrijven anderzijds.

4.1 Bezuinigingen publieke omroep

De publieke omroep moet tussen 2004 en 2007 een bezuiniging van €80 mln. doorvoeren. Een van de manieren waarop de publieke omroep dit hoopt te doen, is door een betere benutting van de eigen faciliteiten en een voordeligere inkoop van faciliteiten bij facilitaire bedrijven. Naar aanleiding van de adviezen van McKinsey en een interne werkgroep zijn onder andere de volgende maatregelen voorgesteld:

- betere benutting en afstoting van eigen radiostudio's
- reductie van de externe inhuur van televisiestudio's door efficiëntere planning van studio's en verplaatsing van opnames van ingehuurde studio's naar eigen studio's
- afspraken over prijsbanden, onderlinge vergelijking van (vaste afname) contracten die omroepen sluiten met facilitaire bedrijven via een database waardoor voordeligere tarieven kunnen worden bedongen
- minder gebruik van kleine, relatief dure leveranciers en deze waar mogelijk vervangen door grote leveranciers of door het inhuren van freelancers.

Met deze maatregelend moet in 2004 structureel €12 mln., oplopend tot €28 mln. in 2007 worden bespaard op de inkoop van faciliteiten. Daarnaast wordt €1 tot €2 mln. bespaard op de beheertaken van NOB Cross Media Facilities. In deze bedragen zijn de gevolgen voor de sector van een actiever herhalingsbeleid, met als gevolg minder originele productie, nog buiten beschouwing gelaten. De publieke omroep denkt hiermee € mln. per jaar te bezuinigen. Deze maatregelen hebben vanzelfsprekend eveneens consequenties voor de facilitaire sector.

4.2 Verdergaande concentratie

In het voorjaar van 2004 is bekend gemaakt dat United Broadcast Facilities, het tweede grote bedrijf op de facilitaire markt, de Broadcast Services Group van het NOB wil overnemen. Daarmee zou het bedrijf een marktaandeel krijgen van meer dan 50 procent op de facilitaire markt, en op de deelmarkt van meer-cameradiensten een zeer grote speler worden. NOB Holding en United Broadcast Facilities zien een overname van de Broadcast Services Group door United Broadcast Facilities als de enige manier om de teruggang in de markt op te vangen. Er is al geruime tijd sprake van overcapaciteit. Een deel daarvan is overigens volgens de sector door de Publieke Omroep en de overheid zelf gewenst, aangezien het NOB in het kader van zijn wettelijke beheerstaken ook tegemoet moest kunnen komen aan de vraag naar technische ondersteuning bij de registratie van samenvallende grote evenementen. De overcapaciteit zet de tarieven onder druk. Deze tariefdruk wordt nog eens verzaamd door de huidige bezuinigingen bij de publieke omroepen. Dit betekent dat er een ingrijpende sanering nodig is om de

overcapaciteit in de markt af te bouwen. De kosten daarvan (sociaal plan, versneld afschrijven van investeringen) kunnen volgens NOB Holding en UBF alleen door een grote gefuseerde partij worden opgebracht. Bovendien wordt met een fusie voorkomen dat overcapaciteit leidt tot nog grotere concurrentie tussen facilitaire bedrijven, waardoor bedrijven onder de prijs gaan aanbieden om zo extra marktaandeel te verkrijgen. Dit leidt op termijn weliswaar tot een lager volume en lagere tarieven, maar ook tot uitholling van de markt. Afschrijvingen zullen dan volgens de geïnterviewde facilitaire bedrijven worden gebruikt om de begroting te dekken en niet voor nieuwe investeringen in onder andere nieuwe technologische ontwikkelingen. Volgens geïnterviewden zal het ook tot een koude sanering leiden van de kleinere partijen.

Nadeel van verdergaande concentratie door een overname van het NOB door United Broadcast Facilities is dat de verscheidenheid in het facilitaire aanbod afneemt. United Broadcast Facilities wil dit nadeel compenseren door een twee-merken strategie te volgen. United Broadcast Facilities en de Broadcast Services Group van het NOB worden dan twee concurrerende units binnen hetzelfde bedrijf. Concurrentie zal in deze constructie vooral plaatsvinden op kwaliteit, service, flexibiliteit en productietechnieken.

Vanuit de afnemers gezien (publieke en commerciële omroepen, producenten) is verdergaande concentratie in de facilitaire markt geen aantrekkelijk perspectief. Het terugbrengen van overcapaciteit in de markt zou volgens afnemers door de markt zelf opgelost moeten worden, ook als dit middels een zogenaamde koude sanering moet plaatsvinden.

Volgens enkele van de geïnterviewde sleutelfiguren zal een overname van NOB door UBF leiden tot het verlenen van opdrachten aan kleinere en buitenlandse facilitaire bedrijven, om zodoende te waarborgen dat sprake blijft van concurrentie in de facilitaire markt. Het is op dit moment nog onduidelijk in hoeverre omroepen om die reden een keuze zullen maken voor andere facilitaire bedrijven en in welke mate de buitenlandse en kleinere concurrenten van de NOB Broadcast Services Group en United Broadcast Facilities hetzelfde type dienstverlening kunnen leveren als de grotere bedrijven.

4.3 Technologische vernieuwing

De komst van digitale camera's en montageapparatuur, de digitalisering van het uitzendproces en de aanleg van breedbandige verbindingen hebben het facilitaire bedrijf in de afgelopen jaren ingrijpend veranderd. De voortschrijdende digitalisering heeft tot nieuwe vormen van dienstverlening geleid en de facilitaire markt heeft zich daarmee tevens verbreed. Er zijn tal van nieuwe bedrijfjes ontstaan en er komen steeds meer raakvlakken met onder andere internet-, telecommunicatie- en multimediebedrijven. In deze paragraaf passeren enkele van de belangrijkste technologische vernieuwingen de revue, waarbij kort wordt benoemd welke gevolgen deze kunnen hebben voor de verhoudingen op de facilitaire markt.

4.3.1 Digitalisering opname en nabewerking

Apparatuur voor opname en bewerking is in de afgelopen jaren kleiner van formaat geworden, lichter en makkelijker te bedienen en bovendien beduidend goedkoper. Programmamakers en reporters kunnen nu in theorie met een eigen camera op pad en de gemaakte opnames onmiddellijk ter plaatse of in de auto op weg naar huis monteren. Dit leidt ertoe dat redactionele werkzaamheden en de technische realisatie ervan in principe door dezelfde persoon kunnen worden verricht.

Deze mogelijkheden maken omroepen en programmamakers minder afhankelijk van facilitaire bedrijven. Ze kunnen makkelijker zelf de benodigde opname- en nabewerkingsapparatuur aanschaffen of freelancers met eigen apparatuur inhuren. NOS-RTV doet al veel zelf op dit terrein, de AKN-omroepen en de NPS onderhandelen momenteel over grote aankopen van apparatuur. Deze ontwikkeling doet zich vooral voor ten aanzien van producties die op locatie met één camera worden gedraaid. Het geldt niet voor de grotere producties met meer camera's of voor studioproducties. Deze diensten blijven omroepen en producenten inkopen bij facilitaire bedrijven. De technische mogelijkheid om opname en nabewerking door programmamakers zelf te laten verrichten, betekent niet per definitie dat dit ook daadwerkelijk gebeurt. De montage van beeld en geluid vergt ook in een digitale omgeving vakmanschap. Programmamakers die zich bezighouden met de inhoudelijke of journalistieke aspecten van een programma, beschikken niet per definitie over deze capaciteiten. Bovendien is het ook kostbaar om individuele programmamakers allemaal te voorzien van de benodigde apparatuur, opslagfaciliteiten en verbindingen. Dat digitalisering van het productie- en uitzendproces gevolgen heeft voor de rolverdeling tussen programmamakers en facilitaire bedrijven is duidelijk, maar de mate en het tempo waarin deze rolverdeling zal veranderen, staan nog niet vast.

4.3.2 *Digitalisering van productie, uitzending en archivering audiovisueel materiaal*

Niet alleen het productieproces van radio- en televisieprogramma's wordt in toenemende mate gedigitaliseerd, ook opslag en distributie van programma's worden gedigitaliseerd. Voorbeeld hiervan zijn de werkzaamheden die plaatsvinden binnen het Digitaal Platform, waaraan NOB Cross Media Facilities een belangrijke bijdrage levert. Het Digitaal Platform behelst de volledige digitalisering van alle uitzendprocessen (ether, internet, mobiel) en de opslag van uitgezonden materiaal voor publieke omroepen. Uiteindelijk zal het verkeer tussen alle partijen die betrokken zijn bij het opnemen, nabewerken, uitzenden en archiveren van bewegend beeld en geluid volledig digitaal verlopen. Met de komst van het Digitaal Platform zullen werkwijze en rolverdelingen in de bedrijfstak aanzienlijk veranderen. Het Digitaal Platform maakt het mogelijk om meer diensten op locatie door de klant zelf te laten verrichten. De huidige postproductiebedrijven zullen hun dienstverlening hierdoor verschuiven in de richting van gespecialiseerde (=kapitaalintensieve) activiteiten en het leveren van de enorme hoeveelheid geheugencapaciteit die nodig is voor de bewerking en opslag van audiovisueel materiaal. Het karakter van deze bedrijven zal als gevolg van deze ontwikkelingen veranderen. Facilitaire bedrijven zullen in de toekomst meer gaan lijken op ict-bedrijven. De markt kan daardoor ook te maken krijgen met nieuwe toetreders uit de ict-sector.

Digitalisering van productie, uitzending, distributie en opslag van audiovisueel materiaal stelt nieuwe eisen aan facilitaire bedrijven. Zij hebben de afgelopen jaren al veel geïnvesteerd in nieuwe technieken, maar zullen naar verwachting ook de komende tijd nog veel moeten investeren. Tegelijkertijd ontwikkelen zij ook allerlei nieuwe vormen van dienstverlening voor omroepen, producenten en andere bedrijven.

NOB Cross Media Facilities is een belangrijke speler in deze markt en loopt voorop in kennisontwikkeling op dit terrein. Het bedrijf participeert in diverse experimenten en nieuwe bedrijven, waaronder het bedrijf voor digitale etherdistributie Digtente en First Mile TV (audiovisuele content via glasvezelverbindingen). Ook wordt geëxperimenteerd met audiovisuele diensten via mobiele telefoons.

Met de groei van digitale en interactieve media krijgen de traditioneel op de omroepsector gerichte facilitaire bedrijven raakvlakken met bedrijven die zich van oorsprong op internet, ict-diensten en mobiele telefonie richtten, zoals ISP's, ict-bedrijven, telecombedrijven en multimediabedrijven. Voorheen gescheiden markten raken zo met elkaar vervlochten. Op dit moment is het aandeel van dergelijke diensten in de totale omzet van facilitaire bedrijven nog relatief gering, maar de verdergaande vervlechting van omroep, internet en telefonie zal in de toekomst zeker gevolgen hebben voor het type diensten en het type afnemers en partners in de facilitaire sector⁹.

4.3.3 *HD-Televisie*

Ten slotte noemen verschillende geïnterviewden in de sector de opkomst van High Definition (HD) televisie als een factor die de facilitaire markt zal beïnvloeden. De markt voor HD-televisie is reeds volop in ontwikkeling in de USA, Japan en ZO-Azië en begint ook in West-Europa te groeien. HD-televisie levert een aanmerkelijk betere beeldkwaliteit op. Op dit moment worden nog weinig programma's op HD opgenomen en uitgezonden. Het NOB beschikt over één HD-opnamewagen die voornamelijk buiten Nederland wordt ingezet ten behoeve van opdrachtgevers uit de Verenigde Staten. Men verwacht echter dat de markt zal gaan groeien.

HD-televisie vraagt om grote investeringen in opnametechniek. Maar ook het productieproces vergt aanpassingen, en daarmee investeringen door omroepen en producenten. Vanwege de andere beelduitsnede en de scherpere beeldkwaliteit zijn voor HD-opnames in studio's bijvoorbeeld andere decorafmetingen en een hogere kwaliteit van decors en schmink nodig. HD-opnames worden tot nu toe vooral ingezet bij de opname van grote internationale sportevenementen en muziekregistraties. Mede doordat de bezettingsgraad van de apparatuur doorslaggevend is voor het rendement, zijn investeringen in HD-techniek alleen op te brengen door grote bedrijven. Gezien de huidige situatie op de Nederlandse facilitaire markt en de bezuinigingen bij publieke omroepen, is de verwachting dat deze investeringen in Nederland niet op korte termijn zullen plaatsvinden. Op de Europese markt heeft het bedrijf Alfacam op dit moment een voorsprong.

⁹ De inkomsten uit diensten die NOB bedrijven op dit terrein aan bedrijven buiten de omroep leveren vallen nog tegen, zo blijkt uit het jaarverslag 2002 van NOB Holding. De marktresultaten van bedrijfsonderdelen en activiteiten die zich richtten op internet en nieuwe media (AV Expertise Centrum, Media Gateway, Bright Alley) presteerden onder de verwachtingen. NOB Holding heeft zijn belang in Bright Alley in 2002 verkocht. In 2003 werd tevens de samenwerking met Ericsson in de joint-venture Mobiview beëindigd.

5 Samenvatting en conclusies

Dit onderzoek geeft een beeld van de omvang, de verhoudingen en de mate van concurrentie en concentratie op de markt voor facilitaire bedrijven. Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van de jaarverslagen van de vier grootste bedrijven uit de sector, interviews met sleutelfiguren bij de vier grote facilitaire bedrijven, de Publieke Omroep en de brancheorganisatie AFN en gegevens van het Landelijk Informatiesysteem van Arbeidsplaatsen en vestigingen (LISA) en het CBS.

Sinds de verzelfstandiging van het NOB en de komst van commerciële omroepen eind jaren tachtig is in Nederland een facilitaire markt ontstaan waarop naast het NOB ook andere bedrijven actief zijn. De ontwikkelingen in de facilitaire markt worden echter nog steeds sterk bepaald door de grootste partij, het NOB.

Over de omvang van de markt in termen van het aantal werkzame personen en de omzet zijn slechts summiere gegevens beschikbaar. Volgens het Landelijk Informatiesysteem van Arbeidsplaatsen en vestigingen (LISA) telt de sector in 2002 2711 werkzame personen. De vier grootste bedrijven (NOB, United Broadcast Facilities, Video Associates de Jongens en Kalános) hebben tezamen ongeveer 1650 werknemers. Daarnaast kent de markt vele kleine eenmansbedrijfjes en freelancers. De branchevereniging AFN schat de totale omzet op de facilitaire markt tussen de €360 en €440 mln.

Op de facilitaire markt zijn verschillende typen dienstverlening te onderscheiden. Op basis daarvan kan de markt worden onderverdeeld in de volgende deelmarkten a) uitzendstraat, b) één-cameradiensten c) meer-cameradiensten (mobiel en vast) en d) postproductie. De mate van concurrentie op deze deelmarkten verschilt.

De *uitzendstraat* is nauw aan omroepen verbonden en van strategisch belang voor omroepen. Publieke en commerciële omroepen hebben ieder een eigen bedrijf dat de uitzendstraat verzorgt. Voor de Publieke Omroep is dit NOB Cross Media Facilities. Voor RTL Nederland het bedrijf BCN en ook SBS heeft een eigen uitzendstraat. Op hun beurt verrichten deze bedrijven alleen activiteiten voor de betreffende omroep. In feite is voor deze dienst niet daadwerkelijk sprake van een markt waarop bedrijven met elkaar om opdrachten concurreren. Vanwege de nauwe verbondenheid tussen omroep en uitzendstraat en het strategische belang ervan bestaat het voornemen om NOB Cross Media Facilities opnieuw bij de Publieke Omroep onder te brengen.

Op de deelmarkt voor *meer-cameradiensten* (studio en mobiel) zijn twee grote bedrijven actief (de verzelfstandigde NOB bedrijven Dutchview en Cinevideo en United Broadcast Facilities), en twee kleinere (VA de Jongens en Kalános). De twee kleinere bedrijven hebben geen eigen wagens maar kunnen wel meer-cameradiensten leveren met ingehuurd wagens en apparatuur. Daarnaast leveren verschillende buitenlandse bedrijven zogenaamde ‘dry-hire’ wagens.

Op de deelmarkten voor *één-cameradiensten* en *postproductie* is meer concurrentie. Naast de grote en middelgrote bedrijven zijn ook vele kleine bedrijven en freelancers actief.

De sector heeft medio 2004 een schatting gemaakt van omzet en marktaandelen van de vier grootste bedrijven actief op het terrein van één-cameradiensten, meer-cameradiensten en postproductie (tabel 3.2). Hoe de marktverhoudingen eruit zien, hangt af van de vraag of de eigen capaciteit van omroepen daar wel of niet bij wordt geteld. Wanneer de eigen capaciteit van omroepen buiten beschouwing wordt gelaten hebben de twee grootste bedrijven een marktaandeel van 51,7 procent en de grootste vier van 66,3 procent. Wanneer de eigen capaciteit van omroepen wordt meegerekend zijn de marktaandelen van de twee en vier grootste bedrijven respectievelijk 39,5 procent en 54,9 procent.

De sector schat de totale omzet in deze drie deelmarkten tezamen op €178 mln., de waarde van de eigen capaciteit bij publieke omroepen op €20 mln. en bij de commerciële omroepen op €35 mln. Bij elkaar opgeteld is dit €233 mln. Wanneer de omzetten en marktaandelen per afzonderlijk deelmarkt worden bekeken (tabel 3.3), wordt zichtbaar dat de concentratie op de deelmarkt voor meer-cameradiensten aanzienlijk groter is dan op de deelmarkten voor één-cameradiensten en postproductie. Op het terrein van meer-cameradiensten hebben de NOB Broadcast Services Group en United Broadcast Facilities gezamenlijk 59 procent marktaandeel. Op de deelmarkten voor één-cameradiensten en postproductie is meer concurrentie en zijn ook de toetredingsdrempels voor nieuwkomers relatief laag. De aangekondigde overname van de NOB Broadcast Services Group door United Broadcast Facilities zou tot sterke concentratievorming in de sector leiden, vooral in de deelmarkt van meer-cameradiensten.

In de gehele facilitaire markt, maar met name op de markt voor meer-cameradiensten, is sprake van overcapaciteit en druk op tarieven. In de sector worden relatief geringe rendementen behaald. De twee kleinere bedrijven (VA de Jongens en Kalános) draaien in 2002 en 2003 met verlies.

De facilitaire markt is gevoelig voor schommelingen in programmaproductie bij omroepen. Teruglopende inkomsten uit reclame en bezuinigingen bij omroepen (en producenten) zijn direct van invloed op de facilitaire sector. Het aandeel in de bedrijfsomzet van andere afnemers dan omroepen en/televisieproducenten is nog relatief gering.

Eén van de belangrijkste factoren die de ontwikkelingen in de facilitaire sector in de nabije toekomst zullen bepalen, zijn de bezuinigingen bij publieke omroepen. Deze leiden zowel direct (door bezuinigingen op inhuur van faciliteiten en betere benutting van eigen faciliteiten) als indirect (afnemende budgetten voor programmaproductie en meer herhalingen) tot een afname van inkomsten in de facilitaire sector. Daarnaast geldt dat teruglopende reclame-inkomsten ook bij de commerciële omroepen tot lagere budgetten voor nieuwe programmaproducties leiden en daarmee tot minder inhuur van facilitaire diensten. Dit maakt (koude) saneringen in de sector onontkoombaar. NOB Holding en United Broadcast Facilities zien een overname van de Broadcast Services Group als enige oplossing om overcapaciteit in de sector af te bouwen en ruimte te houden voor investeringen in technologische vernieuwingen. Voor omroepen en televisieproducenten is deze optie echter minder aantrekkelijk door de vergaande mate van concentratievorming in de facilitaire markt die dit tot gevolg heeft.

Ook technologische vernieuwingen zullen in de toekomst het aanzien van de sector en de marktverhoudingen beïnvloeden. De mate en het tempo waarin nieuwe investeringen

nodig zijn, hangen onder andere af van ontwikkelingen in aanpalende sectoren (distributienetwerken, omroepen, ict-sector), op de consumentenmarkt en op internationale markten. In het kader van dit onderzoek kunnen hierover geen eenduidige uitspraken worden gedaan. Op termijn zullen zij echter onder andere leiden tot een andere taakverdeling tussen omroepen en producenten. Zo kan een groter deel van de technische registratie- en nabewerkingsactiviteiten door programmamakers en omroepen zelf worden verricht. Dit is echter geleidelijk proces, waarbij belangrijke rol is weggelegd voor facilitaire bedrijven. NOB Cross Media Facilities speelt bijvoorbeeld een belangrijke rol in de ontwikkeling van het Digitaal Platform en in de advisering, ontwikkeling en aanleg van nieuwe digitale voorzieningen op omroep- en multimediasgebied. Camera en geluid en montage blijven bovendien aparte vakken die, zeker wanneer het om meer gespecialiseerde opnames en bewerkingen gaat, nooit geheel door programmamakers zelf zullen worden verricht. Ook vergt verdergaande digitalisering van het productieproces aanzienlijke investeringen in aanleg en onderhoud van servers en netwerkverbindingen, waarbij facilitaire bedrijven een rol zullen spelen. Deze activiteiten gaan echter in toenemende mate overeenkomsten vertonen met de diensten die ICT-bedrijven verrichten. Ook komt er meer overlap tussen de diensten van facilitaire bedrijven voor omroepen en diensten die ISP's, telecommunicatie- en multimediasbedrijven verrichten. Dit maakt dat de facilitaire markt te maken krijgt met nieuwkomers en dat markten meer met elkaar vervlochten raken.

6 Literatuur

AT Kearny (1997) *Bedrijfstaktoets 1997*, Ministerie van Economische Zaken.

Commissariaat voor de Media. *Mediaconcentratie in Beeld 2002*.

Commissariaat voor de Media. *Mediaconcentratie in Beeld 2001*.

Groot, P. de (2002). *Monitor van de Audiovisuele sector*. Stichting Audiovisueel Branche Centrum.

Oost, H. (1996) *AV Rapport 1996*, Appoint

Rutten, P. en T. Buijs (1999). *Concentratie in de Nederlandse Mediasector*. TNO Strategie Technologie en Beleid.

A NOB Holding

1. Algemeen

In 1988 is het facilitair bedrijf van de NOS afgesplitst en verzelfstandigd onder de naam NOB. Bedoeling was om het facilitair bedrijf op termijn te privatiseren. In de jaren '90 vond een grootschalige uitbreiding van activiteiten plaats en werden buitenlandse en verschillende concurrerende bedrijven overgenomen. Eind jaren negentig kwamen de bedrijfsresultaten onder druk te staan. Daarom werd in 2000 gekozen voor een concentratie op kerntaken: het registreren, nabewerken en uitzenden van bewegend beeld en geluid, zowel voor radio en televisie als voor nieuwe digitale media.

In 2001/2002 werd besloten tot een verdergaande herstructurering. De facilitaire taken die NOB exclusief aan de omroepen levert (zoals het uitzendproces), een aantal strategische taken (bijvoorbeeld de digitaliseringstaken) en de activiteiten op het gebied van innovatie (AV Expertisecentrum) werden ondergebracht in NOB Cross Media Facilities (het multimedia-uitzendbedrijf). Andere activiteiten van het 'oude' NOB, zoals decorproductie en het registreren en nabewerken van beeld en geluid, werden ondergebracht in nieuwe zelfstandige, facilitaire bedrijven. Grond en gebouwen op het Mediapark werden verkocht aan het vastgoedbedrijf TCN.

2. Organisatie

Onderdelen van NOB Holding zijn NOB Cross Media Facilities en de Broadcast Services Group. De Broadcast Services Group bestaat uit Dutchview, Ciris, NOB Decor, Cinevideogroep, CamCompany, NOB Duitsland, ENG Videohouse en NOB Hongarije.

De verschillende bedrijfsonderdelen hebben in 2003 de volgende omvang, uitgedrukt in fte's:

Dutch View	: 278 fte
Ciris	: 206 fte
NOB Decor	: 83 fte
Cinevideogroep	: 100 fte
CamCompany	: 53 fte
NOB Duitsland	: 70 fte
ENG Videohouse (België)	: 168 fte
NOB Hongarije	: 0 fte
NOB Cross Media Facilities	: 400 fte
Totaal	: 1.358 fte

NOB Cross Media Facilities bestaat uit vijf units: Multimedia Uitzendbedrijf, AV Expertisecentrum, TVJ (technische realisatie van live studioproductions voor de dagelijkse nieuwsuitzendingen van het NOS Journaal, NOVA, sport en actualiteiten), Audio en Vertaling.

3. Kernactiviteiten, producten en diensten

NOB Cross Media Facilities richt zich met name op het faciliteren van het uitzendproces en het ontwikkelen van nieuwe multimediale diensten voor de publieke én commerciële omroepen. Het uitzendbedrijf van NOB Cross Media Facilities verzorgt de verbindingen, het opslaan, encoderen en transporteren van audiovisueel materiaal. Ook de ontwikkeling van nieuwe technieken en standaarden behoort tot de taken. Zo werkt NOB Cross Media Facilities, samen met andere partijen, aan de realisatie van een digitaal 'uitzendplatform'. Met behulp hiervan kunnen programma's zowel via radio en televisie als over (breedband) internet en andere (mobiele) digitale netwerken worden gedistribueerd en opgeslagen ten behoeve van hergebruik.

Om het Digitale Platform gestalte geven en voorop te blijven lopen in de ontwikkelingen, participeert NOB Cross Media facilities ook in een aantal innovatieve bedrijven: Digtenne (verspreiding van digitaal beeld, geluid en data via de ether) en NOB Mobile (mobiele applicaties). Tevens is NOB eigenaar van de Media Gateway (internettoegang).

De Broadcast Services Group van het NOB bestaat uit de volgende verzelfstandigde bedrijfsonderdelen:

- Dutch View: meer-camera- en geluidsregistratie, zowel mobiel als in eigen studio's en licht (vooral drama, cultuur, spel), draadloze opnametechnieken vanaf motoren, helikopters etc.
- Ciris: nabewerking
- NOB Decor
- Cinevideogroep: mobiele meer-cameraregistratie en nabewerking, vooral sport en popevenementen. Realiseert 30 procent van omzet buiten NL
- CamCompany: één-cameraregistraties (ENG)
- NOB Duitsland: onder ander studio's in Keulen
- ENG Videohouse: full servicebedrijf België
- NOB Hongarije

4. Afzetmarkt

Van de omzet van NOB is 50 tot 60 procent afkomstig van de publieke omroepen, exclusief de vergoeding voor de wettelijke beheerstaken (uitzendstraat). De overige 40-50 procent wordt verdeeld onder commerciële omroepen en onafhankelijke producenten.

5. Internationale activiteiten

NOB Holding is actief op de Europese markt. Het bezit bedrijven in Hongarije, Duitsland en België.

6. Financiën

Omzetgegevens (2003)

NOB Cross Media Facilities : €48 mln. (excl. deelnemingen)

NOB BSG

Dutch View : €35 mln.

Ciris	: €17 mln.
NOB Decor	: €10 mln.
Cinevideogroep	: €11 mln.
CamCompany	: € 4 mln.
NOB Duitsland	: €17 mln.
ENG Videohouse	: €22 mln.
NOB Hongarije	: € 1 mln.

Totale omzet NOB BSG (exclusief deelnemingen) : €117 mln.

7. Concurrentiestrategieën

- Internationalisering om meer synergie te verkrijgen tussen bedrijven en capaciteit beter te benutten
- Terugbrengen van bedrijfsactiviteiten naar kernactiviteiten en per kernactiviteit een zelfstandig bedrijf in de markt zetten.

Organisatie Fact Sheet

NOB Holding N.V.	
Adresgegevens	Media Park - Sumatralaan 45 Postbus 10 1200 JB Hilversum tel +31 35 6772794 / fax +31 35 6774325 www.nob.nl
Eigendomsstructuur	Aandelen van NOB Holding zijn in handen van de staat.
Bestuursstructuur	Onder de NOB Holding vallen NOB Cross Media Facilities en de Broadcast Services Group. De Broadcast Services Group omvat de bedrijven Dutchview, Ciris, Cinevideogroep, Camcompany en NOB Decor en drie buitenlandse bedrijven. President-directeur van NOB Holding is dr. M.J.L. Jonkhart. Directeur is Ing. A.N.T. Tekstra Het bedrijf heeft een Raad van Commissarissen.
Deelnemingen	NOB Cross Media Facilities participeert in Digitenne (verspreiding van digitaal beeld, geluid en data via de ether, 30%). Tevens is NOB Cross Media Facilities 100% eigenaar van de Media Gateway (internettoegang). NOB BSG heeft een aandeel van 25,7% in het Duitse TV-Unit (mobiel meer-camera) NOB CMF en NOB BSG hebben ieder een aandeel van 25% in BTP (installatie en onderhoud NL) NOB Holding heeft participaties in de volgende bedrijven: Heuvelman (100%), NOB Mobile (75%), MAN (75%), Bright Alley (40%) en Da Vinci (11%). NOB Holding is bezig deze te verkopen.
Omzet	Netto omzet NOB Holding in 2002: €198,2 mln. (in 2003: €175,8) Netto omzet van NOB Cross Media Facilities in 2002: €60,3 mln. (in 2003: €53,1 mln.). Onderdeel daarvan is de vergoeding voor de wettelijke beheerstaken van het NOB à €16.8 mln. Netto omzet van de Broadcast Services Group in 2002: € 118,5 mln. (in 2003: €111,8 mln.)

Netto resultaat	€2 mln. (in 2003: €2,9 mln.) Resultaat voor bijzondere kosten.
Personeel	1.816 (totaal van NOB BSG, NOB CMF, participaties, vastgoed en overig). Alleen NOB BSG en NOB CMF: 1358. Alleen NOB BSG (Nederlandse bedrijfsonderdelen) en NOB CMF: 1114 (totaal in 2003: 1.540)
Activiteiten, markten, klanten	NOB Cross Media Facilities verzorgt de uitzending van de programma's voor de publieke omroep. De bedrijven die onderdeel zijn van de Broadcast Services Group verrichten o.a. activiteiten op het terrein van opname en nabewerking van audiovisueel materiaal en geluid.

Bronnen:

Jaarverslag NOB 2002 en 2003

www.nob.nl

B United Broadcast Facilities

1. Algemeen

United Broadcast Facilities is voortgekomen uit een fusie tussen Valkieser (postproductie voor audio en beeld, DVD, internet, design, graphics), United (Unicam en Multicam en Sonotech).

Het bedrijf is ontstaan uit de behoefte in de markt naar alternatieven voor het NOB. De opkomst van nieuwe facilitaire bedrijven verliep parallel aan de komst van commerciële omroepen en aan de verzelfstandiging/privatisering van het NOB eind jaren '80.

2. Organisatie

United Broadcast Facilities is een full-service bedrijf. Het bedrijf bestaat uit acht afdelingen: Unicam, Multicam, Postproduction, Studio's, Satellite, Systems, Sound, Design en Disc.

In totaal heeft United Broadcasting Facilities ongeveer 350 fte's in vaste dienst. Daarnaast werkt het bedrijf met een grote groep freelancers.

3. Kernactiviteiten, producten en diensten

Onderdelen van het bedrijf zijn:

- Unicam: een-camera diensten (ENG)
- Multicam: meer-cameradiensten (met behulp van multifunctionele, digitale reportagewagens, variërend van twee-camera-wagens tot zestien-camera-trailers).
- Postproduction: editing en andere nabewerkingsactiviteiten
- Studio's: verhuur van studio's in Weesp en Hilversum, deels voorzien van vaste regie, inclusief faciliteiten en bediening (camera, titeloperators, zaalversterkingstechnici), opp. 150-1200 m². Drie van de in totaal vijf studio's zijn exclusief voor respectievelijk AKN, Ivo Niehe en TéVéHolland.
- Satellite Services: acht volledig uitgeruste reportagewagens met satellietverbindingen (SNG), van verschillende omvang.
- Systems: ontwerp, installatie en onderhoud van professionele videosystemen (edit-sets, studio's, SNG-units, meer-camerawagens, uitzendstraten etc.)
- Design
- Disc: productie van DVD's
- Sound: ontwerp en nabewerking van geluid.

Het bedrijf beschikt over circa 40 cameraset, veertig busjes (40 ENG-sets en 5 OB-vans (Multicam)), zes reportagewagens, zes televisie en vier geluidsstudio's, 8 SNG-wagens, 8 AVIDS en twee Optical Discs (in testfase).

4. Afzetmarkt

De activiteiten van United Broadcast Facilities (een- en meer-cameradiensten, postproductie en verhuur van studio's) vinden voornamelijk plaats op de Nederlandse markt. Naar schatting realiseert het bedrijf 20% van zijn omzet in het buitenland.

De omzet wordt voor ongeveer 85% gegenereerd door de publieke en commerciële omroepen (40% door publieke omroepen, 45% door commerciële omroepen). Daarnaast verkrijgt het bedrijf ongeveer 15% van de omzet uit andere opdrachten (ESA, Ministerie van Defensie, BCC, bedrijfsfilms).

5. Internationale activiteiten

United Broadcast Facilities is anno 2004 actief op de Nederlandse markt, Belgische en Portugese markt. Wanneer de voorgenomen overname van het NOB doorgaat, komen de buitenlandse vestigingen in België, Duitsland en Hongarije van het NOB in het bezit van United Broadcasting Facilities en kan het bedrijf uitgroeien tot een van de drie grotere Europese bedrijven die ook actief zijn op buitenlandse markten.

6. Financiën

United Broadcast Facilities heeft in 2003 een omzet van ongeveer €32.255 mln. en een netto winst van €1.102 mln.

De omzet van United Broadcast Facilities is als volgt samengesteld:

- Unicam	: €7.8 mln.
- Multicam	: €12 mln.
- Postproduction	: €5 mln.
- Studio's	: €0.7 mln.
- Satellite	: €2.75 mln.
- Systems	: €1.33 mln.
- Sound	: €0.55 mln.
- Design	: €1.36 mln.
- Disc	: €0.68 mln.
Totaal	: €32.17 mln.

7. Concurrentiestrategieën

- Overname van het NOB om daarmee de vereiste saneringen in de facilitaire markt te kunnen uitvoeren en op lange termijn een gezonde markt te creëren, d.w.z. redelijke tarieven en ruimte voor investeringen. Door de overname van ook de buitenlandse bedrijven van het NOB kan UBF op de Europese markt verder uitgroeien tot een internationaal opererende facilitaire bedrijvengroep.
- Concurrentie op tarieven, maar vooral op kwaliteit en dienstverlening.
- Doorverkoop van bepaalde bedrijfsonderdelen aan derden om monopolievorming tegen te gaan.
- Schaalvergroting en internationalisering om capaciteit beter te benutten en backoffice en investeringen te delen.

Organisatie Fact Sheet

United Broadcast Facilities	
Adresgegevens	Naarderweg 16 1217 GL Hilversum Tel. +31 (0)35 77 33 100 Fax. +31 (0)35 77 33 107 E-mail info@ubf.nl http://www.ubf.nl/
Eigendomsstructuur	BV
Bestuursstructuur	Henk Bout (CEO/RvB) Gaston van der Poel (CFO/RvB)

	Hans Bergers (Directeur Nederland) Patrick de Zeeuw (Directeur International)
Deelnemingen	geen
Omzet	In 2003 € 32.255 mln.
Netto resultaat	In 2003 € 1.102 mln.
Personeel	Ongeveer 350 fte's, daarnaast veel freelancers
Activiteiten, markten, klanten	Full service facilitair bedrijf voor publieke en commerciële omroepen. Audiovisuele diensten voor bedrijfsleven, overheden.

Bronnen:

Jaarverslag 2003

Bueters, Philip 'Terug naar de Studio'. Het Parool, 24 april 2004.

Dohmen, Joep 'Rivaal aast op deel NOB', NRC Handelsblad 10 april 2001

www.ubf.nl

www.nieuwsbank.nl

www.radiowereld.nl

C Video Associates de Jongens B.V.

1. Algemeen

VA de Jongens B.V. bestaat uit de samengevoegde bedrijven van Video Associates en de Jongens B.V. Video Associates is gespecialiseerd in meer-cameradiensten en postproductie. De Jongens B.V. is een bedrijf voor één-cameradiensten. Het samengevoegde bedrijf profileert zich als full service bedrijf op het gebied van opname en nabewerking van televisie. Het bedrijf beschikt over een studio met faciliteiten, ENG-camera's, reportagewagens en montagefaciliteiten.

2. Organisatie

Het bedrijf heeft een omvang van ongeveer 90 fte. Daarnaast werkt het bedrijf regelmatig met freelancers.

3. Kernactiviteiten, producten, diensten

De werkmaatschappij BV De Jongens is gespecialiseerd in één-cameradiensten. De werkmaatschappij Video Associates levert meer-cameradiensten, zowel in studio's als op locatie, en nabewerking. Video Associates heeft een eigen studio en beheert een studio van de TROS. Voor meer-cameradiensten op locatie huurt het bedrijf wagens in bij andere bedrijven.

4. Afzetmarkt

Klanten zijn publieke en commerciële omroepen, onafhankelijke televisieproducenten en andere bedrijven. Het aandeel van de verschillende klanten in de omzet van het bedrijf is als volgt:

Publieke omroepen	: 70%
Commerciële omroepen	: 30%

Deze percentages zijn inclusief de faciliteiten die onafhankelijke producenten inhuren – vaak via de omroep die hen de opdracht heeft verleend.

5. Internationale activiteiten

n.v.t.

6. Financiën

Netto omzet 2003: 9.319.362 mln. (2002: 5.319.895)

Netto winst 2003: 1.049.821 – (2002: 1.836.861 -)

7. Concurrentiestrategieën

Organisatie Fact Sheet

VA de Jongens B.V.	
Adresgegevens	Oscar Romerolaan 14 1216 TK HILVERSUM Telefoon: +31-(0)35 625 96 00 www.videoassociates.nl www.bvdejongens.nl
Eigendomsstructuur	VA de Jongens B.V. staat aan het hoofd van Video Associates Holding B.V.
Bestuursstructuur	
Deelnemingen	Bedrijven die deel uitmaken van de holding zijn VA de Jongens B.V. , B.V. de Jongens Van Genderen, Akkerman en Van Genderen, Video Associates Holding B.V. en Van Dalen Video B.V. VA de Jongens B.V. bestaat uit twee werkmaatschappijen: Video Associates en de Jongens B.V
Omzet	€9.319.362 (2003)
Netto resultaat	(€ 1.049.821) (2003)
Personeel	Ongeveer 90 + freelancers
Activiteiten, markten, klanten	BV De Jongens: één-cameradiensten Video Associates: meer-cameradiensten, studio's en nabewerking

Bronnen

www.videoassociates.nl

Jaarrekening 2002/2003 Video Associates Holding B.V.

D Kalános Media Group B.V.

1. Algemeen

Kalános is midden jaren tachtig opgericht door cameraman L. Kalános en sindsdien uitgegroeid tot een full service bedrijf op de facilitaire markt met ongeveer 76 mensen in dienst. Het bedrijf heeft drie werkmaatschappijen in Amsterdam, Hilversum en Eelde. De hoofdvestiging bevindt zich op het mediapark in Hilversum.

2. Organisatie

Het bedrijf heeft een omvang van 76 fte in 2002. Daarnaast werkt het bedrijf regelmatig met freelancers.

3. Kernactiviteiten, producten en diensten

Het bedrijf richt zich op verhuur van film- en videoapparatuur, al dan niet in combinatie met camera- en geluidspersoneel en op nabewerking en montage.

Het bedrijf beschikt onder andere over:

- Twee studio's in eigen beheer
- 73 ENG-camera's
- 30 montagestudio's
- kopieerapparatuur
- SNG faciliteiten

Camerawagens worden bij andere bedrijven ingehuurd.

4. Afzetmarkt

Klanten zijn publieke en commerciële omroepen, onafhankelijke televisieproducenten en andere bedrijven. Het aandeel van de verschillende klanten in de omzet van het bedrijf is als volgt:

Publieke omroepen	: 40%
Commerciële omroepen	: 40%
Onafhankelijke producenten	: 17%
Overige bedrijven	: 3%

5. Internationale activiteiten

Het bedrijf heeft een dochteronderneming in Hongarije dat als zelfstandig bedrijf opereert op de Hongaarse markt.

6. Financiën

De omzet in 2003 bedraagt ongeveer €1 mln. De omzet in 2002 €0.7 mln.

7. Concurrentiestrategieën

- Verwerven van bedrijven en bedrijfsonderdelen
- Verbreden van servicepakket
- Onderscheiden van andere facilitaire bedrijven door zich enerzijds te profileren als full-service bedrijf en anderzijds als snelle, flexibele en platte organisatie met korte communicatielijnen naar de klant

Organisatie Fact Sheet

Kalános Media Group B.V.	
Adresgegevens	Sumatralaan 45 Postbus 1639 1217 GP Hilversum T : +31 35-6249449 F : +31 35-6233873 www.kalanos.nl
Eigendomsstructuur	B.V. met twee aandeelhouders: L. Kalános Holding BV en M.L. Kalános BV.
Bestuursstructuur	De directie bestaat uit 3 personen; de twee aandeelhouders van het bedrijf en een financieel directeur.
Deelnemingen	Kalános Media Group B.V. heft 100% deelnemingen in de volgende dochtermaatschappijen: Kalános Facilities Noord B.V., Kalános International Video Postproducties B.V., The Goulash Connection B.V. Lajos Kalános Film-/Videoproducties B.V., Lajos Kalános Film-/Videoverhuur
Omzet	In 2002: €9.7 mln. In 2003: € 11 mln.
Netto resultaat	In 2002: (€ 321.423)
Personeel	76
Activiteiten, markten, klanten	Verhuur van film- en videoapparatuur, al dan niet met camera- en geluidspersoneel, montage en nabewerking voor omroepen, producenten en overige bedrijven

Bronnen

Jaarverslag 2002

E Toelichting op bronnen uit hoofdstuk 2

Om een indicatie te krijgen van het aantal werkzame personen in de sector is gebruik gemaakt van het Landelijk Informatiesysteem van Arbeidsplaatsen en vestigingen (LISA). Dit bestand levert een benadering op van het aantal werkzame personen in de audiovisuele sector.

LISA is een vestigingenregister met gegevens over alle vestigingen in Nederland waar betaald werk wordt verricht. Een *vestiging* conform de LISA-definitie moet aan drie criteria voldoen om opgenomen te worden in het register:

- er is sprake van een adres (straat of postbusnummer, postcode, plaatsnaam) met een permanent karakter;
- er wordt op of vanuit dit adres een economische activiteit of zelfstandig (vrij) beroep uitgeoefend en
- er wordt op of vanuit dit adres door minimaal één persoon betaalde arbeid verricht.

Een *werkzaam persoon* is iemand die betaalde activiteiten verricht op of vanuit een vestiging. Hieronder vallen dus meewerkende eigenaren (directie, bedrijfshoofden) en meewerkende gezinsleden, zelfstandige beroepsbeoefenaars en werknemers. Freelancers en zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers) worden binnen LISA beschouwd als zelfstandige vestigingen. Gedetacheerden en personen die via een uitleenbedrijf werkzaam zijn, worden geteld bij het bedrijf waar ze op de loonlijst staan. In de meeste gevallen is dat bij de uitlenende organisatie.¹⁰ Omdat LISA per vestiging registreert wie er werkzaam is, en een werkzaam persoon bij meerdere vestigingen werkzaam kan zijn, geven de cijfers feitelijk inzicht in het totaal aantal bezette arbeidsplaatsen.

Op basis van LISA kan per bedrijfstak het aantal werkzame personen in beeld worden gebracht. Voor een indeling naar bedrijfstak gebruikt LISA de Standaard Bedrijfsindeling van het CBS (SBI 1993).

Voor dit onderzoek zijn relevant de codes 92202 (producenten van radio- en televisieprogramma's) en 92203 (ondersteunende activiteiten voor radio en televisie).

Voor een indicatie van het aantal facilitaire bedrijven (het gaat hier dus om het aantal bedrijven, niet het aantal werkzame personen) zijn naast de LISA-gegevens tevens gegevens van het CBS geraadpleegd.

Het CBS geeft aantallen bedrijven voor de bedrijfstakken 99201 t/m 99203, voor de jaren 1993-2002 (afgerond op veelvoud van 5), uitgesplitst naar grootteklassen (uitgedrukt in aantallen werknemers). Een 'bedrijf' volgens het CBS is iets anders dan een 'vestiging' volgens LISA. Het CBS gebruikt het Algemeen Bedrijfsregister (ABR) als steekproefkader voor diverse bedrijvenenquêtes van het CBS. De statistieken van het CBS geven informatie over aantallen en kenmerken van economische eenheden

¹⁰ In de meeste gevallen worden werkzame personen geteld op het adres waar ze ook daadwerkelijk werkzaam zijn. Soms echter, worden ze geregistreerd bij de vestiging van waaruit ze worden uitgezonden en niet op de plek waar ze feitelijk werken. Bekende voorbeelden zijn schoonmaakpersoneel en IT'ers. Uitzendkrachten staan op de loonlijst bij uitzendbureaus, maar worden door LISA geteld bij de inlenende bedrijven waar ze feitelijk werken. Ze worden niet als aparte categorie opgenomen, maar gerekend tot de sector van het betreffende bedrijf.

(bedrijven). De relatie met vestigingen, en daarmee de geografische dimensie, is daardoor minder sterk ontwikkeld.¹¹ Enkele belangrijke verschillen met LISA zijn:

- Het ABR hanteert een ondergrens van 15 gewerkte uren per week voor het definiëren van een bedrijf, terwijl LISA geen ondergrens hanteert. Marginale activiteiten komen dus bij het CBS niet voor, maar bij LISA wel;
- De opname van vrije beroepen vindt slechts beperkt plaats bij het CBS, maar in principe wel volledig bij LISA;
- Niet-officiële bedrijven (het grijze of zwarte circuit) komen voor een deel wel voor in LISA, maar niet in het ABR.

De vergelijkbaarheidsproblemen tussen LISA en ABR zijn relatief het grootst in de sectoren landbouw & visserij, financiële instellingen en cultuur & recreatie. De laatste sector, waartoe ook de radio- en televisiesector behoort, kent veel minder bedrijven in het ABR dan vestigingen in LISA. Daarom wordt in dit onderzoek gekozen voor het aantal vestigingen volgens LISA. Van het CBS wordt overgenomen de onderverdeling naar grootteklassen (uitgedrukt in aantallen werknemers). Deze procentuele verdeling geeft een indicatie van de relatieve aanwezigheid van grote bedrijven in de sector.¹²

Uit de Enquête Werkgelegenheid en Lonen (EWL) van het CBS volgen tellingen van het aantal banen van werknemers naar gedetailleerd sectorniveau. Zo heeft het CBS voor dit onderzoek cijfers beschikbaar gesteld over het aantal banen van werknemers in de sectoren 99201, 92202 en 92203 (afgerond op honderdtallen) voor de jaren 1995-2002. Echter, omdat het hier enkel om werknemers gaat, en omdat de geënquêteerde bedrijven uit het ABR komen, achten wij de CBS cijfers niet van nut voor dit onderzoek.

Een laatste mogelijke bron van het CBS betreft de Enquête Beroepsbevolking (EBB). De Standaard Beroepenclassificatie van het CBS (SBC 1992) is gebaseerd op opleidingsniveaus. Binnen de opleidingsniveaus worden vervolgens verschillende soorten beroepen onderscheiden, maar daaruit kan niet exact worden afgelezen in welke sector deze mensen werkzaam zijn. In sommige gevallen is de relatie tussen beroep en sector eenduidig (bijvoorbeeld 'hulparbeider tuinbouw'). Maar in veel gevallen is de relatie niet eenduidig, en dat geldt zeker voor de sector waar dit onderzoek zich op richt. Beroepen die aansluiten bij de AV-sector zijn moeilijk af te zonderen. Zo zitten bijvoorbeeld scenarioschrijvers in één beroepsgroep samen met auteurs, tolken en vertalers. En acteurs worden samengenomen met cabarettiers, variétéartiesten en zangers, terwijl cameramensen in één groep zitten met fotografen en fotolaboranten. De beroepenclassificatie van het CBS maakt het gebruik van cijfers per beroepsgroep voor dit onderzoek dan ook niet mogelijk (nog afgezien van het feit dat de databeschikbaarheid zeer beperkt is).

¹¹ Zie L. van Wissen, 'Het LISA, VVK Handelsregister en CBS Bedrijvenregister met elkaar vergeleken', Rijksuniversiteit Groningen, juni 2003.

¹² Ook van het Economisch Instituut voor het Midden- en kleinbedrijf (EIM) zijn cijfers opgevraagd. Omdat de database van het EIM (BLISS) zich echter baseert op het aantal bedrijven volgens het CBS blijven deze cijfers buiten beschouwing.