

Monitor Freelancers en Media 2016

Onderzoek werk en inkomen van
freelance journalisten, schrijvers, fotografen en ontwerpers

Henk Vinken

Tilburg, december 2016

© Pyrrhula Research Consultants B.V.

Inhoud

Inleiding 2

Profiel 4

Werkzaamheden 6

Inkomsten 10

Tarieven mediatitels 14

Auteursrechten en onderhandelingen 16

Voorzieningen en vooruitblik 17

Uitsplitsingen 19

Hoofdpunten samengevat 23

Bijlage: Onderzochte mediatitels 27

Inleiding

Dit is een verslag van de tweede Monitor Freelancers en Media, dit keer gehouden in november 2016. Zes organisaties – de Nederlandse Vereniging voor Journalisten (NVJ, Sectie Zelfstandigen en Sectie NVF, Nederlandse Vereniging van Fotojournalisten), de Freelancers Associatie (FLA, onderdeel van VSenV, Vereniging Schrijvers en Vertalers), de Dutch Photographers (DuPho), de Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO), Lira en Pictoright – zijn partners in het jaarlijks monitoren van ontwikkelingen in het werk en inkomen van freelance makers werkend voor de media. Het is belangrijk te zien welke wat er voor hun werk betaald wordt, ook voor hergebruik van het werk, nu sinds 1 juli 2015 een nieuwe wet Auteurscontractenrecht in werking is getreden. De vraag is of er over de jaren heen door deze wet druk is te komen staan op de tarieven en op de onderhandelingspositie van freelancers die in de media werken. In de Monitor Freelance en Media 2016 monitoren we daarom opnieuw de tariefontwikkeling, de vergoedingen en het beheer van auteursrechten en de onderhandelingspositie van makers. Nieuw in 2016 is een peiling van de tarieven die verschillende mediabedrijven aan freelancers betalen. Onder andere kijken we naar de tarieven van de mediatitels van De Persgroep en De Telegraaf Mediagroep.

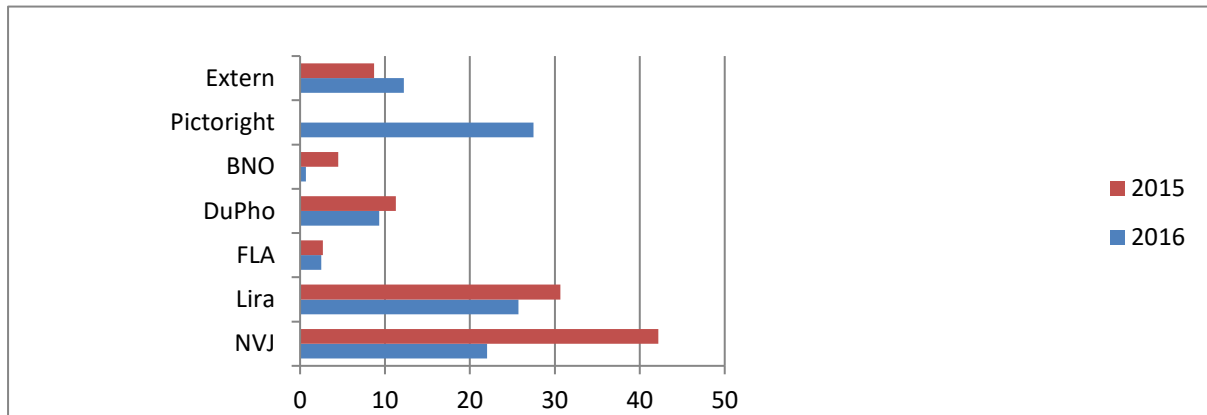
NVJ, FLA, DuPho, BNO, Lira en Pictoright hebben van internetsurveybureau DataIM (voorheen ISIZ) een email gekregen met een link naar een online-vragenlijst. Deze mail hebben alle organisaties verspreid onder hun leden en aangeslotenen. Er werd ook een publieke link meegeleverd die de organisaties op hun websites en in sociale media konden gebruiken. Pictoright had er in 2015 voor gekozen om leden van DuPho en BNO via de website van Pictoright op te roepen mee te doen via de links die deze organisaties hebben verspreid. In 2016 hebben ze wel zelf hun eigen aangeslotenen benaderd.

De vragenlijst bouwt voort op vragenlijst die in 2015 is gebruikt onder 780 (foto)journalisten, schrijvers, fotografen en ontwerpers. Eerder, in 2013, is een soortgelijke vragenlijst ingezet in een pilot 850 (foto)journalisten, schrijvers, fotografen is gebruikt. Zie voor eerder resultaten de rapportage van Henk Vinken (2015), *Monitor Freelancers en Media 2015* (Tilburg: Pyrrhula Research Consultants). Zie ook het rapport van Henk Vinken en Teunis IJdens (2013). *Freelance Journalisten, Schrijvers en Fotografen. Tarieven en auteursrechten, onderhandelingen toekomstverwachtingen.* (Tilburg: Pyrrhula.) Dat onderzoek is weer een herhaling van *Een Ongewis Bestaan* (Tilburg: IVA), het onderzoek onder schrijvende freelancers van Teunis IJdens en Harold van der Werff uit 2004. In dit verslag maken we waar mogelijk vergelijkingen met de 2015-monitor en de 2013-pilot.

Bijna 1.590 personen zijn tussen 2 november en 30 november 2016 met de online vragenlijst gestart. Er is slechts een schatting te geven over het aantal personen dat is benaderd, met name omdat er overlap zit tussen leden van de diverse organisaties. Als we net als in 2015 uitgaan van een minimumaantal dat eerder is benaderd (in 2013) dan zijn er rond de 7.000 freelancers die voor de media werken (dus inclusief dubbelingen). De startgroep van 1.590 is gelijk aan 23% van de populatie. Van de bijna 1,590 personen die zijn gestart hebben precies 945 personen de vragenlijst volledig ingevuld. Dat is 60%. In 2015 was dat 61% en in de pilot van 2013 64%. Een kleine 4% heeft de vragenlijst te lang zonder invullen op het scherm laten staan en is automatisch uitgelogd en 36% heeft zelf de vragenlijst verlaten en is dus actief gestopt met invullen. In 2015 viel op dat met name dat

deze groep afhaalde daar waar financiële details aan de orde kwamen. Toch werd de vragenlijst niet als zwaar, lang of moeilijk ervaren. De gemiddelde invultijd was net als in 2015 met 13 minuten bescheiden. Dit terwijl er in 2016 extra vragen (tarieven bij concrete mediatitels) zijn gesteld.

De respons was als volgt verdeeld over de deelnemende organisaties: zie Figuur 1.



Figuur 1 Verdeling respons naar organisatie 2015 en 2016 (%)

De grootste groep kwam in 2015 rechtstreeks via de NVJ, gevolgd door Lira. In 2016 komt de grootste groep via Pictoright, gevolgd door Lira en de NVJ. De respons die direct via de ledenlijst van BNO komt is dit keer duidelijk minder hoog (van 5% van het totaal in 2015 naar 1% in 2016).¹ Een kleine 12% komt van buiten de organisaties en heeft via websites of sociale media meegedaan. Dat was 9% in 2015.

NVJ, FLA, BNO en Lira hebben uit hun bestanden met leden/aangeslotenen de verdeling naar geslacht, leeftijd en woonplaats geleverd. Er zijn, voor zover te bepalen (voor BNO is geen vergelijking gemaakt door het lage aantal leden dat heeft meegedaan), net als in 2015 zeer geringe afwijkingen tussen de respons en deze ledenbestanden. De afwijkingen zijn zo gering dat de data niet hoeven te worden gewogen. We nemen aan dat de cijfers in de Monitor Freelancers en Media 2016 een goed beeld geeft van de beroepspraktijk van freelance journalisten, schrijvers, fotografen en ontwerpers die beroepsmatig met de media in Nederland te maken hebben.

De resultaten van de Monitor Freelancers en Media worden in de volgende hoofdstukken beschreven:

- **Profiel:** wie zijn de deelnemers aan de monitor naar opleiding, geslacht, leeftijd en woonplaats en de (gewenste) wijze van beroepsuitoefening?
- **Werkzaamheden:** wat doen zij, hoeveel schrijven er, zijn fotograaf, werken voor internet, doen ander werk, etc.?
- **Inkomsten:** wat verdienen ze met het (journalistieke) werk in 2015 en wat zijn de gehanteerde tarieven in 2016? Hier staan we ook stil bij de tariefontwikkeling op

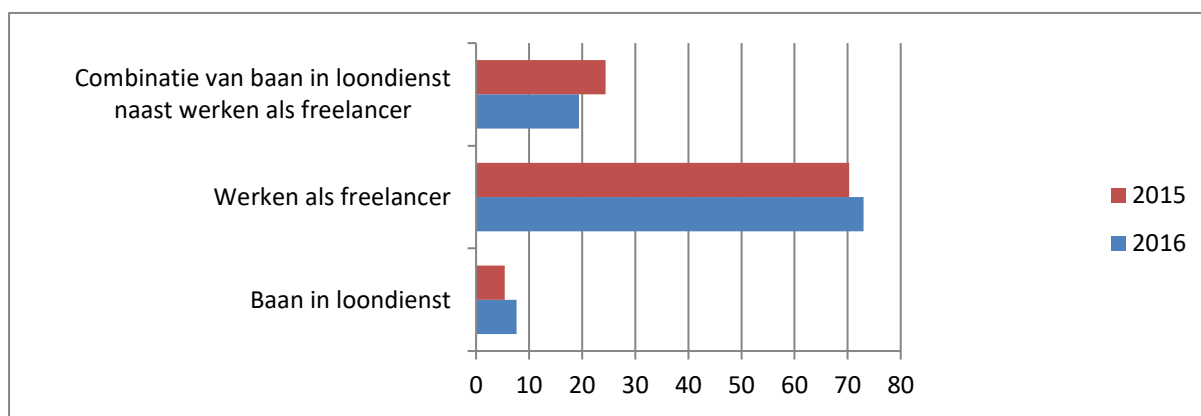
¹ Dit wil niet zeggen dat er van de 945 respondenten maar 1% ontwerpers (illustrators, vormgevers) heeft meegedaan. Ontwerpers, net als andere makers, konden via andere kanalen, b.v. via Pictoright, of via links de websites of andere partners hebben meegedaan. Zie ook de cijfers bij het onderdeel Profiel.

basis van cijfers uit de monitor uit 2016 en 2015 en de pilot uit 2013. Zo kunnen we inzoomen op tarieven vanaf 2008 tot 2016. BNO deed in 2013 niet mee. We laten de BNO-leden dan ook buiten beschouwing zodra we 2016, 2015 en 2013 vergelijken.

- Tarieven mediatitels: Voor een aantal concrete mediatitels gaan we na wat er per opdracht, uur, woord of foto wordt betaald
- Auteursrechten en onderhandelingen: wat heeft men geregeld rondom rechtenvergoedingen en onderhandelt men onder andere over gebruik en hergebruik van het eigen werk?
- Voorzieningen en vooruitblik: kan men rondkomen van het werk voor de media, heeft men voorzieningen getroffen voor arbeidsongeschiktheid, werkloosheid, de oude dag, voor hoeveel maanden is de orderportefeuille gevuld en hoe denkt men dat de tarieven zich in de toekomst ontwikkelen?
- Uitsplitsingen: We checken de verschillen op hoofdpunten (o.a. de tarieven) voor freelancers met een verschillende beroepspraktijk, met verschillende motieven voor het freelancerschap, uit drie leeftijdsgroepen en diverse soorten werk (schrijven, radio/tv, fotografie, etc.).
- Hoofdpunten op een rij.

Profiel

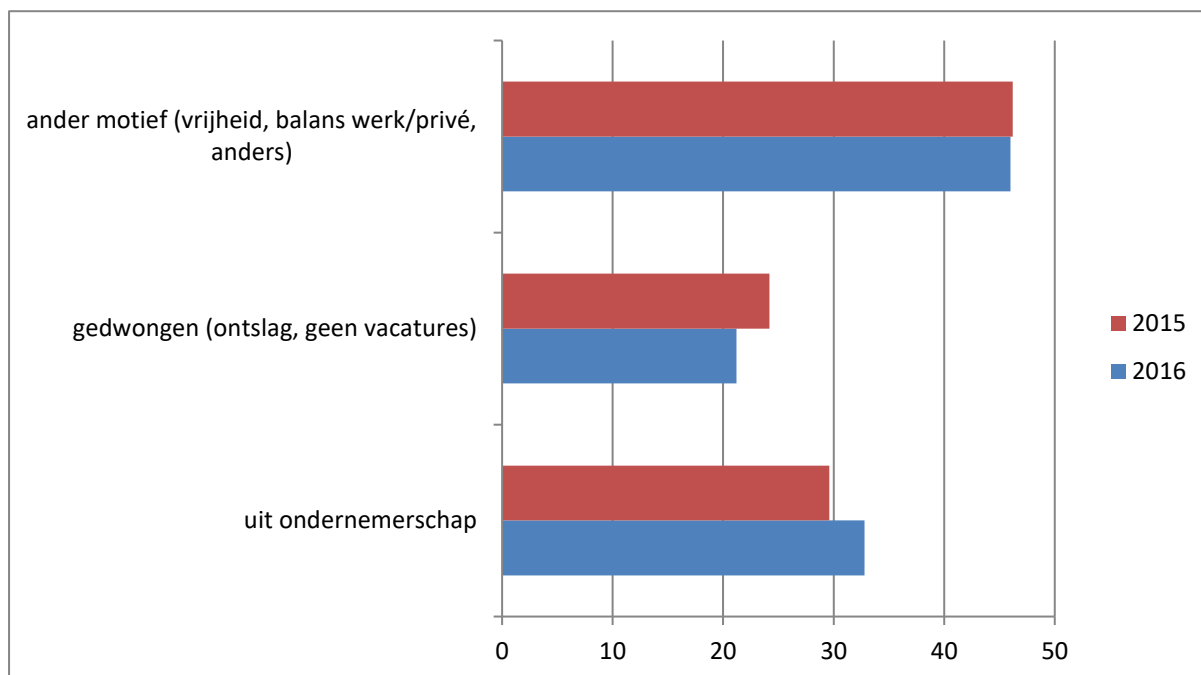
Wie zijn de deelnemers aan het onderzoek? Het zijn net als in voorgaande jaren voor 94% freelancers en voor 6% deeltijd-freelancers, ofwel mensen die zzp'er zijn en/of vanuit een eigen bedrijf werken en/of in loondienst zijn. Zo'n 8% zegt in 2016 liever in loondienst te zijn, zoals Figuur 2 laat zien. Dat was 5% in 2015. Het freelancebestaan combineren met een loondienstfunctie heeft de voorkeur van 19%. Dat was 24% in 2015.



Figuur 2 Welk type beroepsuitoefening heeft de voorkeur? (%)

Een vervolgvraag naar de motieven om freelancer te zijn laat zien dat een behoorlijke groep in 2015 (30%) en nog iets grotere groep in 2016 (33%) ondernemerschap als reden noemt. Ook geeft opnieuw een flinke groep aan dat ze gedwongen freelancer zijn, bij voorbeeld na gedwongen ontslag of omdat er geen vacatures voor vaste banen zijn. Beperken we de groep tot diegenen die uitsluitend of uit ondernemerschap of gedwongen of om andere redenen (vrijheid, meer balans tussen werk en privé) zeggen freelancer te zijn, dan is in

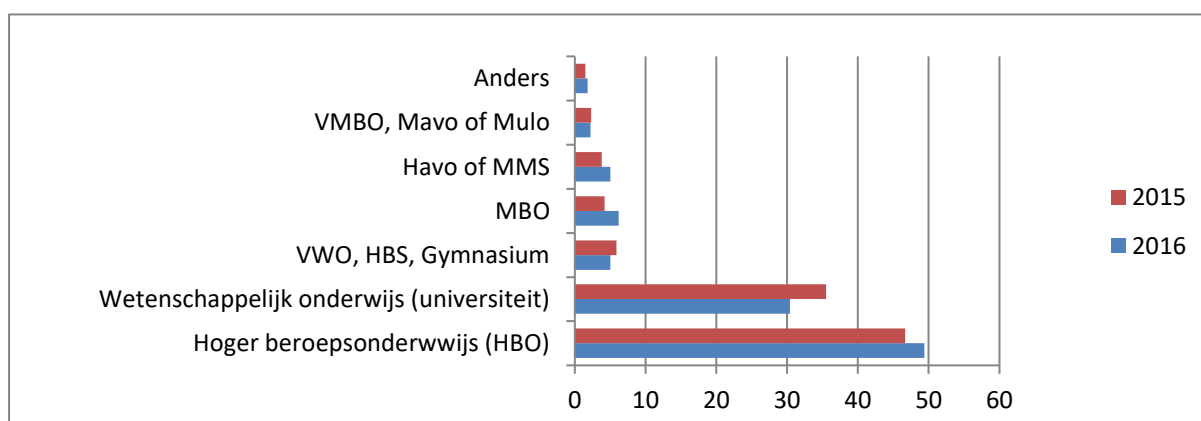
2016, zoals gezegd, een derde freelancer omwille van het ondernemerschap en blijkt nu 21% freelancer te zijn omdat ze gedwongen zijn (zie Figuur 3). Dat laatste was bijna 25% in 2015.



Figuur 3 Motieven om freelancer te zijn (%)

Gemiddeld genomen zijn de deelnemers aan het onderzoek in het jaar 2001 gestart als freelancer en zijn ze, net als in de 2015-monitor, geboren in 1967. Ze zijn dus gemiddeld rond de 49 jaar in het najaar van 2016. Onder de 35 jaar is 15%, 55 jaar en ouder 35%, oftewel iets meer dan de helft (50%) is tussen de 35 en 54 jaar oud. Het zijn net als in 2015 iets vaker mannen (nu 61%, was 57%) dan vrouwen (nu 39%, was 43%).

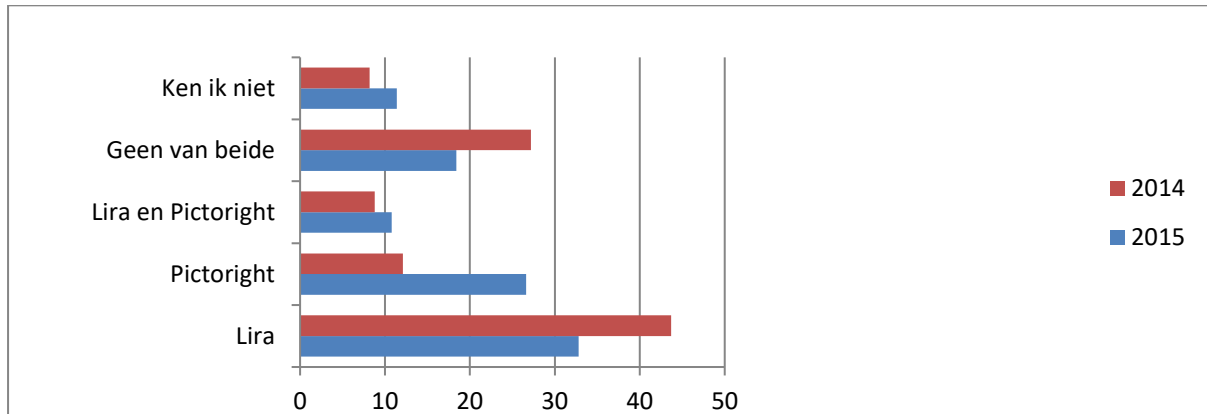
De media-freelancers zijn bijzonder hoog opgeleid zoals is te zien in Figuur 4: Rond de 80% heeft een HBO-opleiding of hoger. Dat was in 2015 ook al zo.



Figuur 4 Hoogste met diploma afgesloten opleiding (%)

De deelnemers zijn lid van tal van beroeps- en belangenorganisaties. In lijn met het thema van deze monitor over (onder andere) auteursrechten zoomen we hier in op het aangesloten zijn bij een collectieve beheersorganisatie (cbo) voor auteursrechten, Lira en/of Pictoright. Figuur 5 toont de cijfers. Toch nog 11% kent de cbo's Lira en Pictoright niet (was

8% in 2015) en 18% is er niet bij aangesloten (was 27% in 2015). Er lijkt dus enerzijds, gezien het hogere aandeel aangeslotenen, terrein gewonnen als het gaat om het behartigen van auteursrechtbelangen. Anderzijds is er nog een grote, en iets gegroeide groep mediawerkers die de cbo's niet kennen.

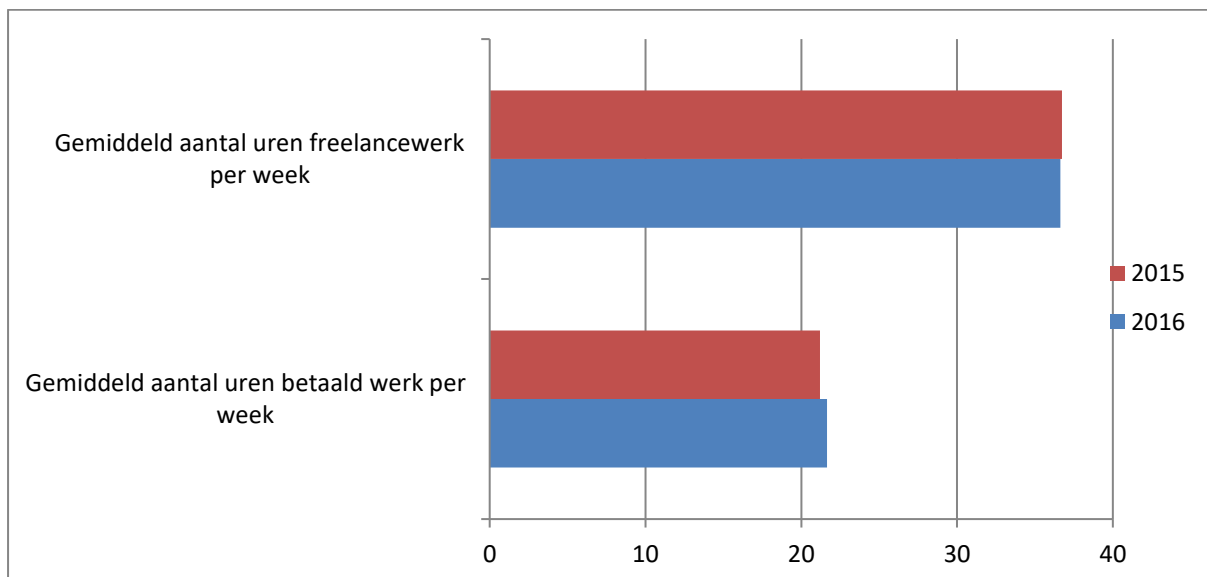


Figuur 5 Aangesloten bij Lira en/of Pictoright (%)

Werkzaamheden

Wat voor werk doen de deelnemers aan het onderzoek, voor welke (media)opdrachtgevers werken ze, voor hoeveel verschillende opdrachtgevers en wat is het aandeel van deze opdrachtgevers in de omzet? Dat zijn de onderdelen die in deze paragraaf aan de orde komen.

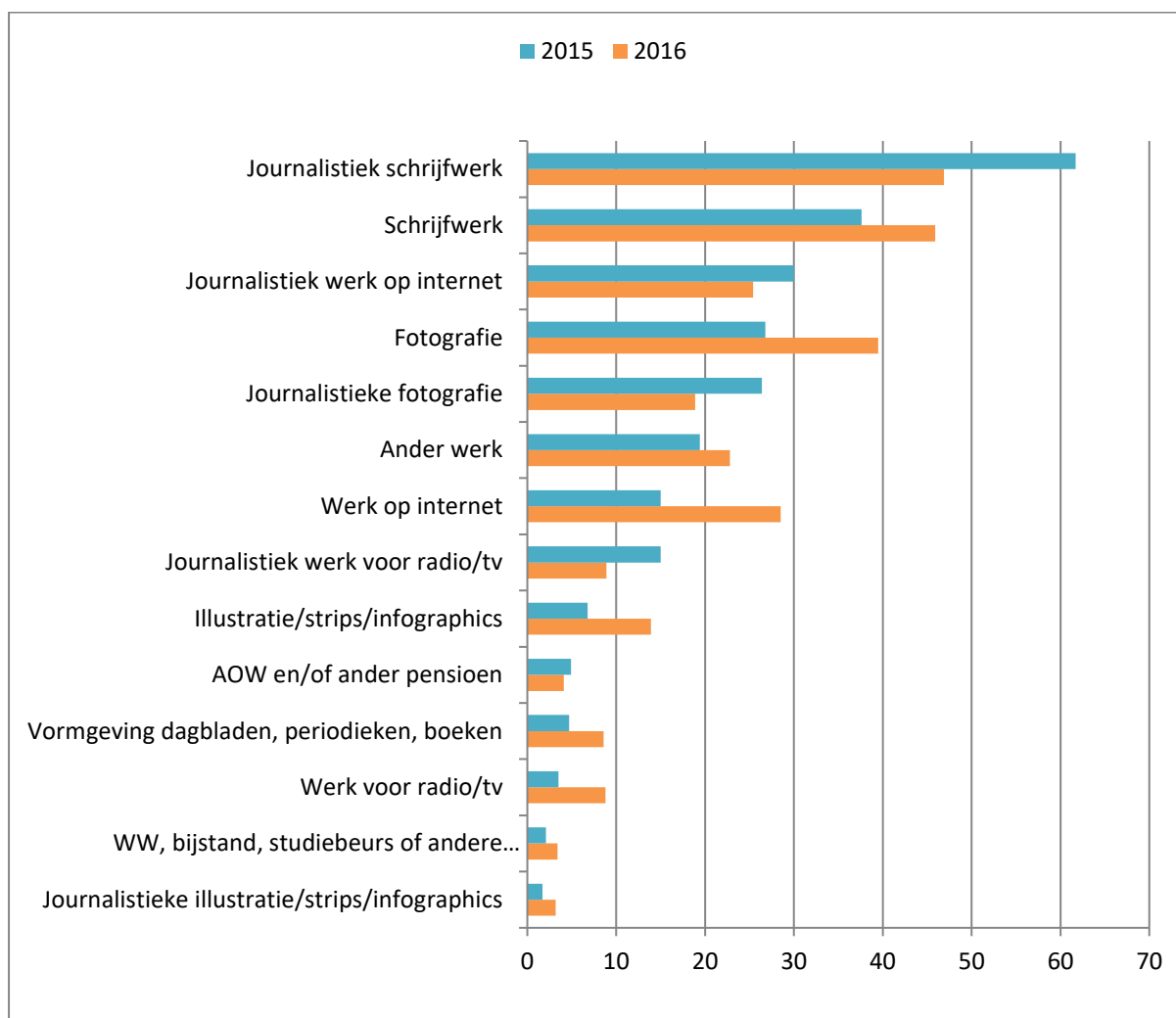
Eerst het aantal betaalde uren op het aantal gewerkte uren per week: zie Figuur 6.



Figuur 6 Gemiddeld aantal gewerkte en betaalde uren per week

Het aantal gewerkte freelance-uren per week staat in 2015 en 2016 op bijna 37. Daarvan krijgt men er in 2015 iets meer dan 21 uur betaald. In 2016 neemt dat licht toe naar iets minder dan 22 betaalde uren.

Het werk dat men vooral doet staat in Figuur 7. In 2015 waren de schrijvende journalisten de grootste groep (62% van de respondenten deed journalistiek schrijfwerk), nu, in 2016, is zijn ze nog steeds de grootste groep maar is hun aandeel verminderd (47%). Ze delen de koppositie met andere schrijvende beroepsbeoefenaren (46%).²

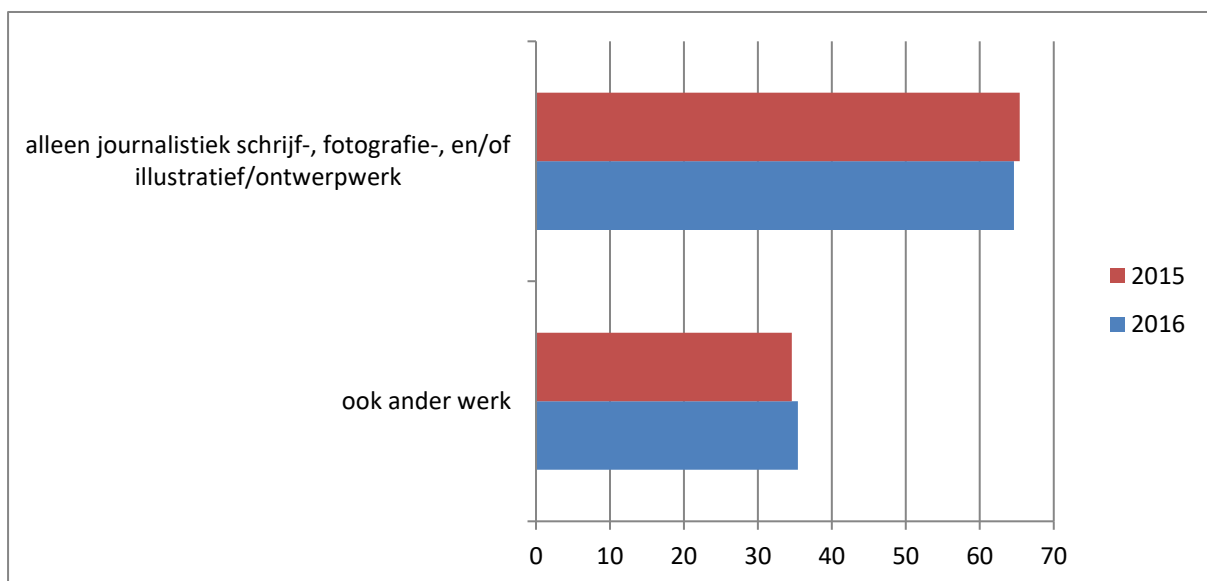


Figuur 7 Schrijven, radio/tv-werk, werk voor internet, fotografie en illustratie/ontwerp (%)

² Er zijn hier meerdere antwoorden mogelijk, dus tellen de percentages niet op tot 100. In de 2016-monitor is de volgorde van de aan de respondenten gepresenteerde beroepen veranderd en zijn ook de bewoordingen licht anders. Zo werd niet-journalistiek schrijfwerk als schrijfwerk aangeduid, net als niet-journalistieke fotografie als fotografie, etc. Deze algemene beroepen werden bovenaan de lijst gepresenteerd met daarna pas de journalistieke varianten. Hoewel de respondenten werden opgeroepen de gehele lijst met beroepen eerst volledig door te nemen alvorens een keuze te maken, kunnen er volgorde-effecten optreden, c.q. kan het voorkomen dat respondenten geneigd zijn vooral uit de als eerste gepresenteerde, nu dus andere beroepen te kiezen. Dit hoeft overigens niet te hebben opgetreden. De keuze om de bewoordingen en volgorde te veranderen was inhoudelijk: het moest de beoefenaren van de algemene beroepen de boodschap geven dat hun beroep geen restcategorie was van de journalistieke varianten. Men is, b.v., fotograaf en niet een niet-journalistieke fotograaf. Het is ook mogelijk dat door deze boodschap meer respondenten uit de algemene beroepen zijn gaan meedoen. Kortom, het volgorde-effect is niet te isoleren van dit effect.

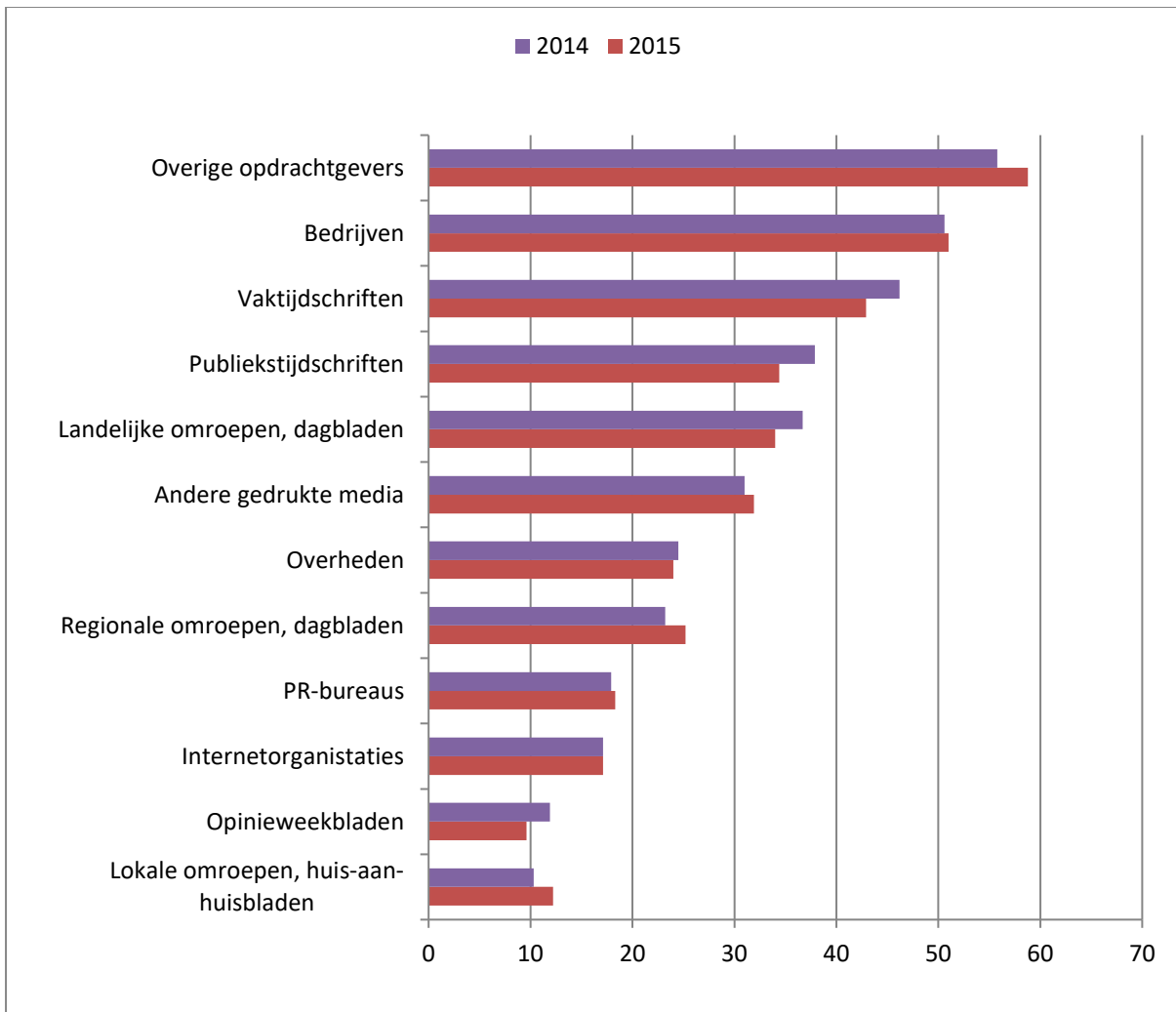
Fotojournalistiek doet 19% in 2016 (was 26% in 2015). Het aandeel fotografen is sterk gestegen: van 27% in 2015 naar 40% in 2016. Ook het aandeel freelancers dat journalistiek werk doet op internet is toegenomen: van 25% naar 30%. Dat geldt ook voor de groep dat ander freelancewerk op internet doet: van 15% naar 29%. Journalistiek werk voor radio/tv doet 9% in 2016 (was 15%). Ander werk voor radio/tv doet (% in 2016 (was 4%). Ook de freelancers die journalistieke illustraties, strips of infographics maken blijft met 2-3% ongeveer gelijk. Het aandeel ontwerpers die illustraties, strips of infographics in het algemeen maken stijgt van 7% naar 14%. De vormgevers van dagbladen, tijdschriften en boeken neemt ook toe van 5% naar 9%.

Alleen (foto)journalistiek werk, werk als schrijver, fotograaf en/of illustrator/ontwerper doet in 2016 en in 2015 steeds bijna tweederde. Iets meer dan een derde doet er ook ander werk bij. Figuur 8 illustreert dit.



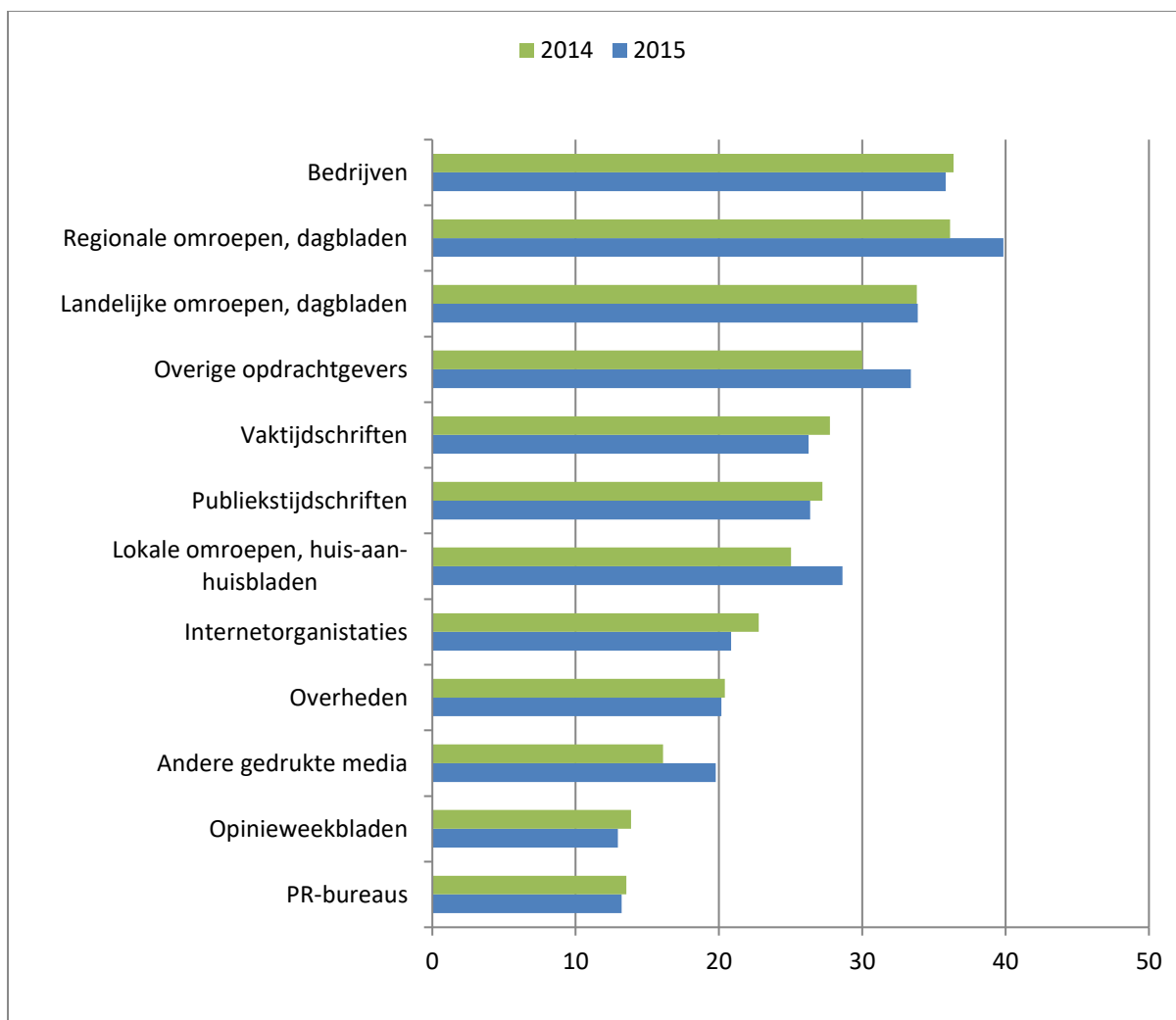
Figuur 8 Beroepspraktijk in soorten werk (%)

Voor wie werd er gewerkt in 2014 (gevraagd in de 2015-monitor) en 2015 (gevraagd in de 2016-monitor)? De volgende figuur toont de antwoorden op deze vraag.



Figuur 9 Soorten opdrachtgevers in 2014 (%)

Het valt op dat de volgorde en de aandelen van de soorten opdrachtgevers waarvoor men werkt niet wezenlijk zijn veranderd in 2016. Opnieuw werkt een flink aandeel (50%+) van de freelancers (ook) voor opdrachtgevers anders dan de genoemde en/of voor het bedrijfsleven. Vak- en publiekstijdschriften zijn belangrijke opdrachtgevers. Op de vijfde plaats komen de landelijke omroepen en dagbladen die voor iets meer dan een derde van de deelnemers aan dit onderzoek opdrachtgevers zijn. Het minst, steeds door zo'n 10-12%, wordt er gewerkt voor lokale omroepen en huis-aan-huisbladen en de opinieweekbladen. Gemiddeld genomen wordt er in 2016 voor drie en in 2015 voor vier verschillende opdrachtgevers per categorie gewerkt. Vooral bedrijven en overige opdrachtgevers trekken dit gemiddelde omhoog. Wat betekenen deze opdrachtgevers voor de omzet? Figuur 10 toont de cijfers.

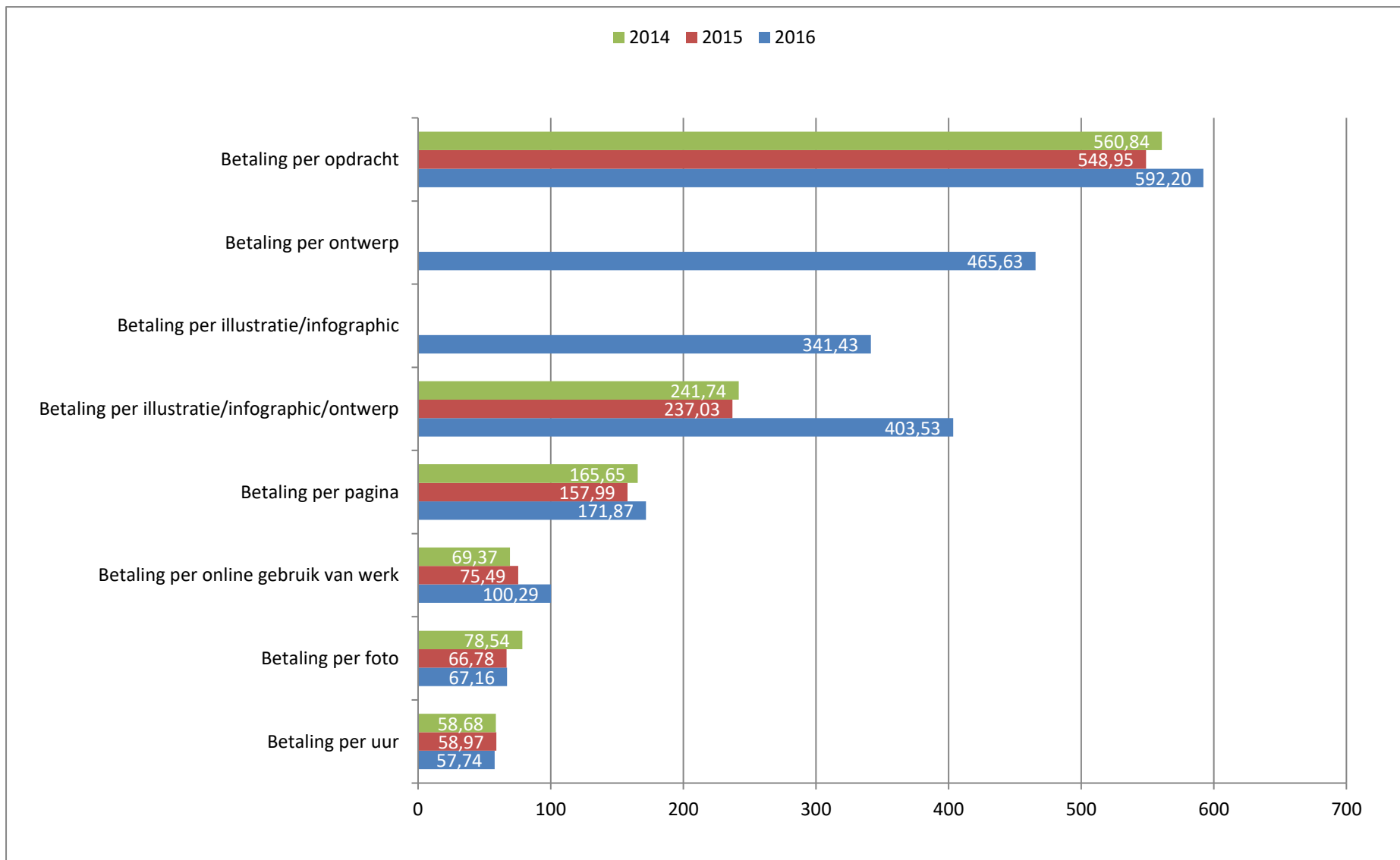


Figuur 10 Gemiddeld aandeel in de omzet per soort opdrachtgever (%)

De regionale en landelijke omroepen en dagbladen nemen nu een hogere positie in tussen alle soorten opdrachtgevers. Bedrijven staan nu ook weer hoog net als overige opdrachtgevers. In alle gevallen dragen deze organisaties voor gemiddeld een derde bij aan de omzet van de makers die voor die organisaties werkten in 2014 en 2015. De regionale en huis-aan-huisbladen hebben in 2016 een iets groter aandeel in de omzet dan in 2015.

Inkomsten

Wat voor tarieven worden er gehanteerd in 2016, en hoe verhouden die zich tot de cijfers over 2015 en 2014 (de tarieven uit dit laatste jaar zijn in de 2015-monitor ook bevestigd)? Eerst de meest populaire betaalwijzen in 2016 en 2015. De meeste respondenten geven aan dat er per opdracht wordt betaald (rond de 70% in 2016 en 2015), per uur (steeds 55%), per woord (37%) en per foto (29%). Betaling per regel, per minuut en per kolom komt nauwelijks tot niet voor en deze betalingen zijn weggelaten uit de figuur. Ook weinig courant maar wel meer dan 10 keer genoemd zijn betalingen per teken (9%), per pagina (16%) en per illustratie, infographic of grafisch ontwerp (7%).

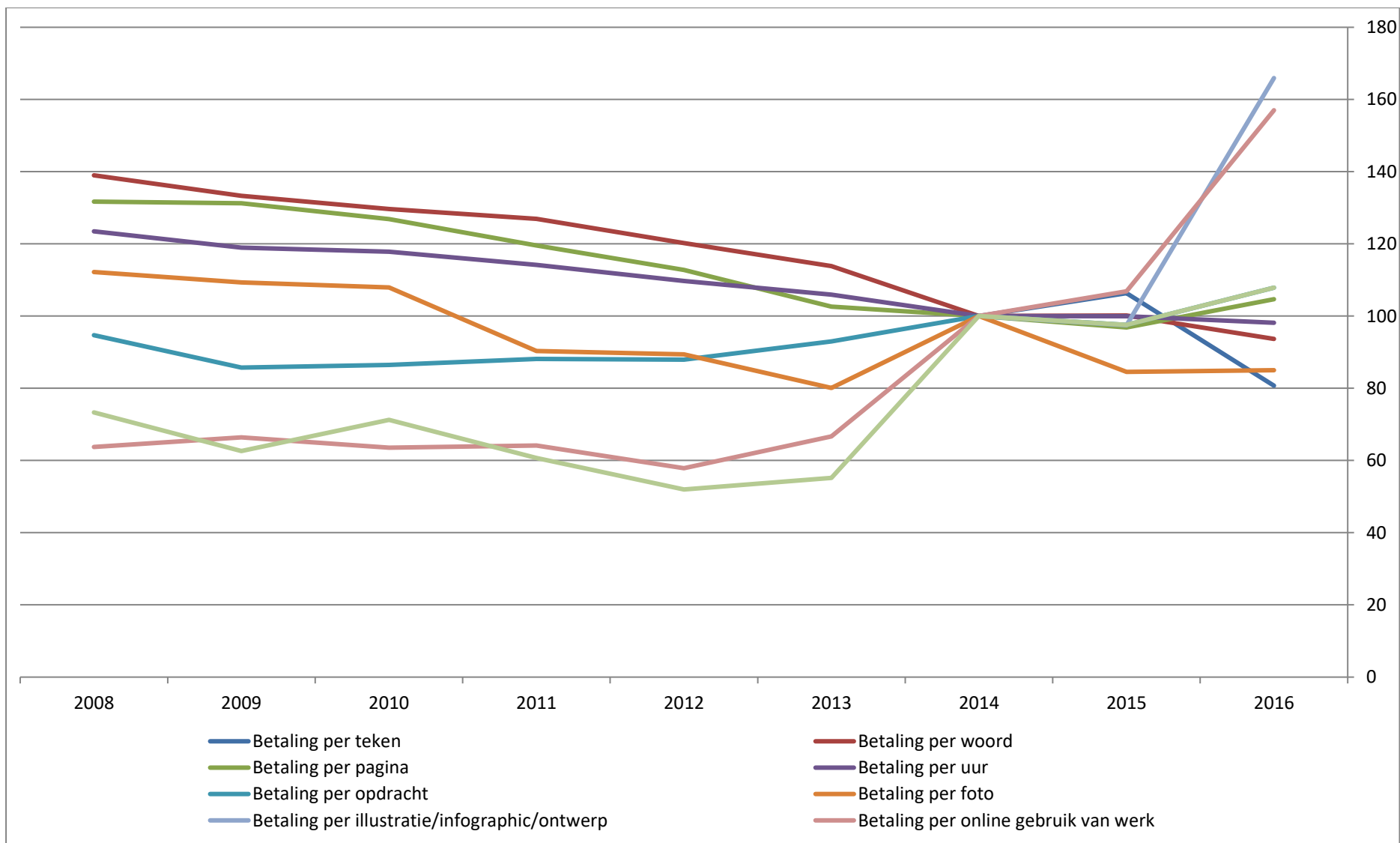


Figuur 11 Gemiddelde tarieven in euro per betaalwijze

Per opdracht wordt rond de 590 euro gemiddeld betaald in 2016. Dat was 560 in 2014 en bijna 550 in 2015. De betaling per illustratie/infographic en de betaling per ontwerp van dagbladen, tijdschriften of boeken zijn in 2016 uit elkaar gehaald. Het tarief per ontwerp ligt het gemiddelde in 2016 op 465 euro en het tarief per illustratie/infographic op 340 euro. Tellen we deze op dan is het gemiddelde van beide net boven de 400 euro. Dit gemiddelde kunnen we vergelijken met de voorgaande jaren: in 2014 is het gemiddelde 242 euro en in 2015 is het 237 euro. Ofwel, in 2016 wordt beduidend meer betaald voor illustratie- en ontwerpwerk. Ook zien we een stijging in de tarieven per pagina (van 165 euro in 2014, 158 euro in 2015 naar 172 euro gemiddeld in 2016) en per online gebruik van werk (respectievelijk van 70 euro, naar 75 euro tot 100 euro). De betaling per foto verandert nauwelijks tussen 2015 en 2016 met steeds 67 euro. In 2014 was dat nog 79 euro gemiddeld. De betaling per uur is ook redelijk stabiel in de periode 2014-2016. In 2016 is het gemiddelde 58 euro, in 2015 gemiddeld 59 euro en in 2014 ook 59 euro gemiddeld. De betalingen per teken en per woord zijn veel lager dan in de andere gevallen waardoor die in de grafische weergave zouden wegvallen. De betaling is gemiddeld in 2016 is rond de 4 eurocent per teken of 28 eurocent per woord. Dat was per teken 5 eurocent in 2014 en 2015 en per woord 30 eurocent in 2015 en in 2014.

In de 2013-pilot is ook gevraagd naar de tarieven en wel voor de periode 2013 terug tot 2008. We hebben de 2014-, 2015- en 2016-cijfers hier aan toegevoegd en deze gecorrigeerd voor inflatie met prijspeil van 2014 als uitgangspunt. Ook hebben we 2014 op 100 gesteld. Zo ontstaat een geïndexeerd en voor inflatie gecorrigeerd beeld van de tariefontwikkeling: zie Figuur 11. (Opnieuw zijn de betaling per regel, minuut en kolom wegens te weinig observaties buiten beschouwing gelaten.)

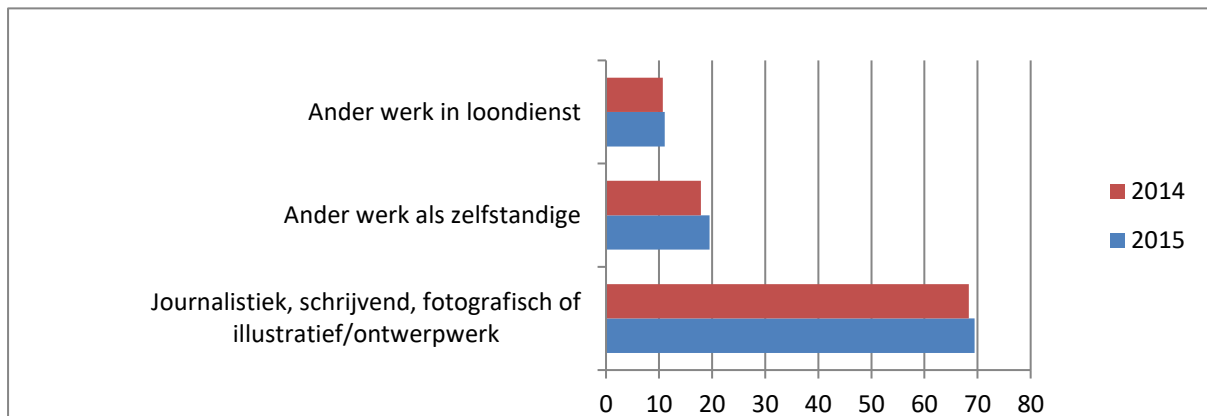
Er zijn relatief sterke fluctuaties afhankelijk van de betaalwijze waar we op inzoomen. Als de index voor de betaling per opdracht in 2014 op 100 staat, stijgt het in 2016 naar 108, ofwel 8%-punten meer dan in 2014. Het komt van 95 in 2008, daalt dan verder naar 88 in 2012 en neemt van 2013 weer toe. Per illustratie en ontwerp hebben we alleen data vanaf 2014 en, zoals boven al duidelijk werd, stijgt het gemiddelde tarief: van 100 in 2014 naar 166 in 2016, een stijging van 66%-punten. De betaling per pagina kent een gestage daling tot 2015 om in 2016 te stijgen. In 2016 staat het indexcijfer op 105, ofwel er wordt in 2016 5%-punten meer betaald dan in 2014. In 2008 stond het cijfer op 132. Toen werd dus 32%-punten meer betaald per pagina dan in 2014. Per online gebruik van werk is de stijging indrukwekkend: in 2016 staat de index op 157, ofwel wordt er 57%-punten meer betaald voor online werk in 2016 dan in 2014. De stijgende lijn in de onlinetarieven zet zich tussen 2008 en 2015 gestaag door om in 2016 duidelijk extra sterk toe te nemen. Bij het tarief per foto zien we een compleet ander beeld. Stond de index in 2008 nog op 112, ofwel 12%-punten hoger dan in 2014, dan dalen de indexcijfers tot 2013 verder en verder tot 80 (20%-punten minder dan in 2014), om vervolgens zeer licht te stijgen tot 85 in 2015 en 2016. Blijft staan dat in 2016 en in 2015 dus 15%-punten minder voor een foto wordt betaald dan in 2014. Ook de betaling per teken is gedaald, van 100 in 2014 naar 81 in 2016. We hebben geen oudere data over deze betaalwijze. De index voor de betaling per uur staat in 2016 op 98 of 2%-punten minder dan in 2014. In 2008 stond het indexcijfer op 123, ofwel over de hele periode bezien wordt 25%-punten minder per uur betaald. Tot slot, de betaling per woord: ook hier een daling. In 2008 staat de index op 139 en na elk jaar een afname staat deze in 2016 op 94, ofwel 6%-punten lager dan in 2014.



Figuur 12 Indexcijfers tariefontwikkeling 2008-2016 (gecorrigeerd voor inflatie in 2014-euro's)

Behalve naar tarieven is ook gevraagd naar het belastbaar inkomen in 2014 en in 2015 (de omzet minus kosten, aftrekposten en/of verrekenbare verliezen). Het belastbaar inkomen is gemiddeld 23,162 euro per jaar in 2014 en 23.536 euro per jaar in 2015, een zeer lichte stijging. De eerste 50% van de makers (de mediaan) verdient in beide jaren 20.000 euro.

We kijken in de volgende figuur naar het aandeel dat het journalistieke, schrijvende, fotografische en ontwerpwerk heeft in dat belastbaar inkomen.



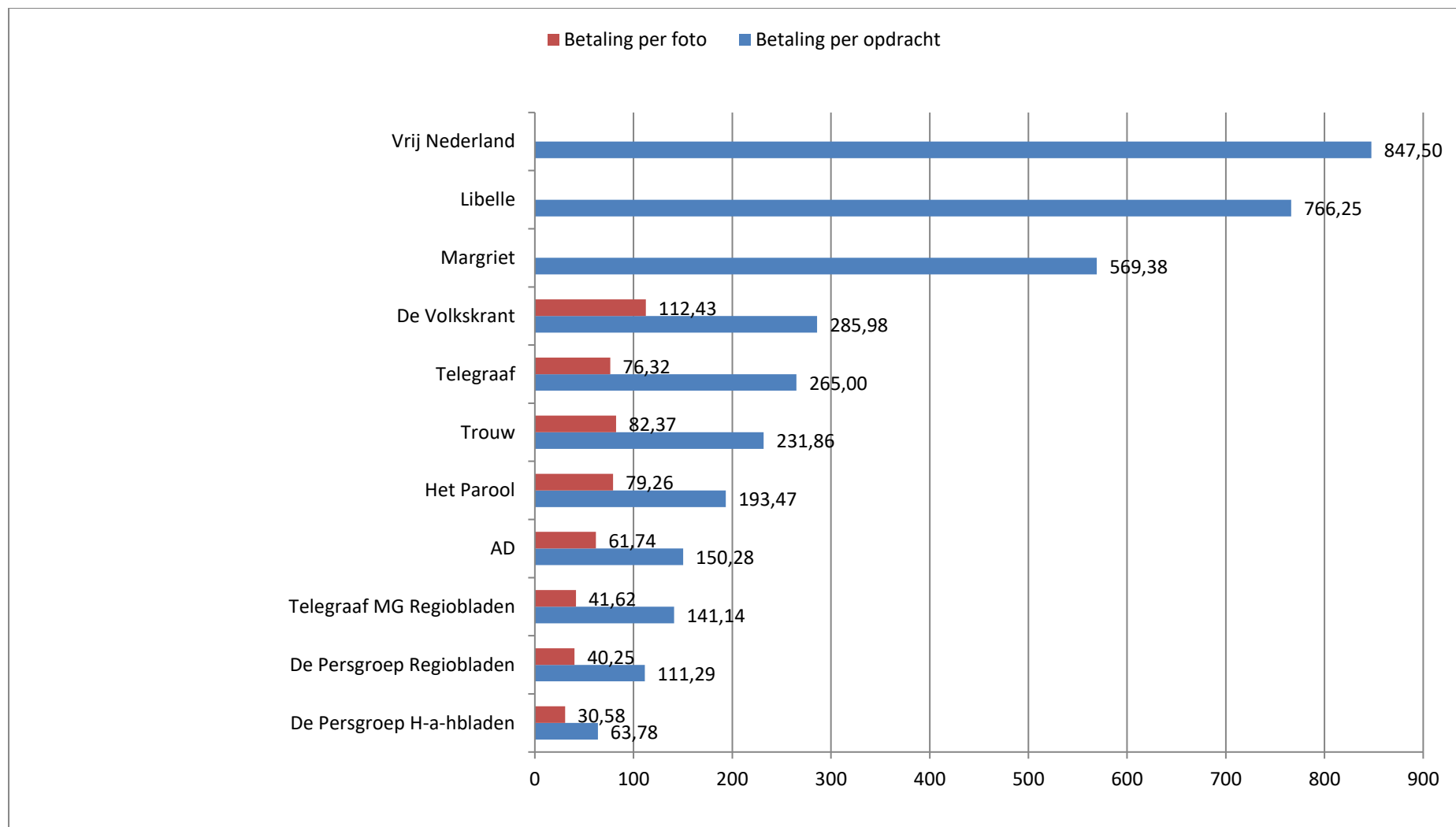
Figuur 13 Aandelen soorten werk in belastbaar inkomen 2014 (%)

Ruim tweederde van het belastbaar inkomen komt in beide jaren op conto van het werk als (foto)journalist, schrijver, fotograaf en/of illustrator of grafisch ontwerper. Men verwacht desgevraagd dat de aandelen van de soorten werk in 2015 gelijk zullen zijn. Ook is nagegaan of men gebruik maakt van de zelfstandigenaftrek. Ja, zegt bijna 80%. Weet niet, zegt 9% en dat in beide monitors, die van 2015 en van 2016!

Tarieven mediatitels

In de 2016-monitor zijn extra vragen gesteld over de betaling bij verschillende mediatitels. Zie de bijlage voor de exacte titels per mediaconcern. We weten hoeveel procent van de respondenten voor de verschillende titels gewerkt heeft en vervolgens, als er voor een titel gewerkt werd, is gevraagd wat de betalingen waren per opdracht, uur, woord of foto. Deze vier betaalwijzen komen het vaakst voor in het voorgaande inkomenshoofdstuk en zijn daarom hier herhaald. De respons op de tariefvragen is niet hoog. We presenteren hier de resultaten voor een respons van 10 respondenten of meer. De betalingen per foto en per opdracht bij elf mediatitels voldoen aan dit criterium (zie figuur 14).

Zoals we hierboven zagen wordt gemiddeld in 2016 zo'n 590 euro per opdracht betaald. Alleen de Libelle en Vrij Nederland zitten hier boven (respectievelijk 850 en 766 euro). Margriet betaalt met 570 euro bijna dit gemiddelde bedrag. De Persgroepkranten De Volkskrant, Trouw, Het Parool en AD als ook de regionale en huis-aan-huisbladen van De Persgroep zitten hier duidelijk onder. In de volgorde hier genoemd betalen ze steeds minder: van 286 euro bij de Volkskrant tot 64 euro bij een huis-aan-huisblad. Ook twee titels van de Telegraaf Mediagroep betalen minder dan gemiddeld: 265 euro bij dagblad De Telegraaf en 141 euro bij de regionale bladen van de Telegraaf Mediagroep.

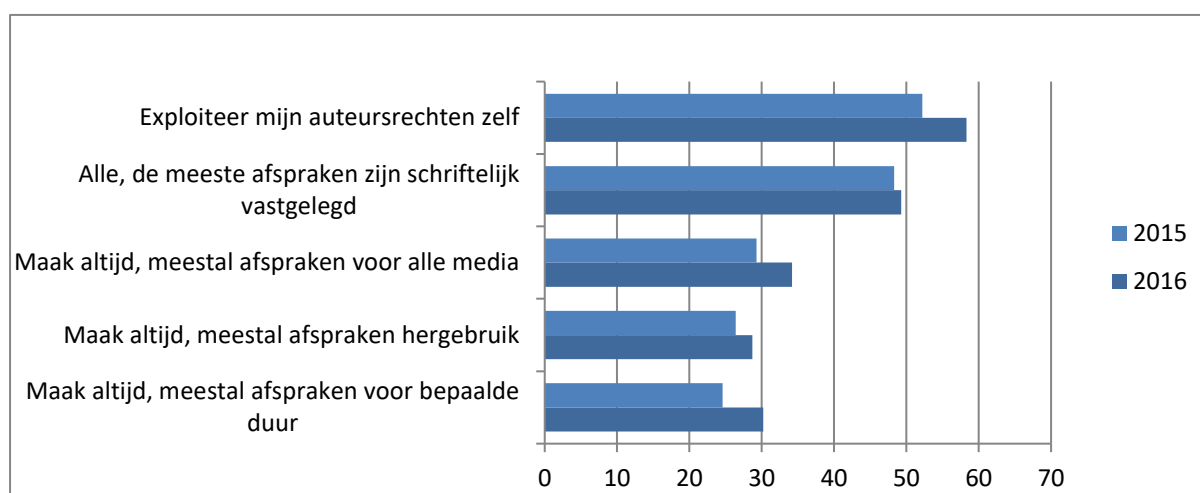


Figuur 14 Betaling per foto en opdracht in euro bij verschillende mediatitels in 2016

De betalingen per foto zijn bekend voor titels van de Persgroep en de Telegraaf Mediagroep. Uit het vorige hoofdstuk weten we dat gemiddeld per foto zo'n 67 euro wordt betaald. De Volkskrant (112 euro), de Telegraaf (76 euro), Trouw (82 euro) en Het Parool (79 euro) zitten hier boven. De andere, AD (62 euro), TMG Regiobladen (42 euro), Persgroep Regiobladen (40 euro) en de Persgroep huis-aan-huisbladen (31 euro) zitten hier soms ver onder.

Auteursrechten en onderhandelingen

De volgende figuur vat de antwoorden op een aantal vragen rondom (her)gebruik van werk en auteursrechten samen. We bespreken die plus nog een aantal die niet in de figuur zitten.



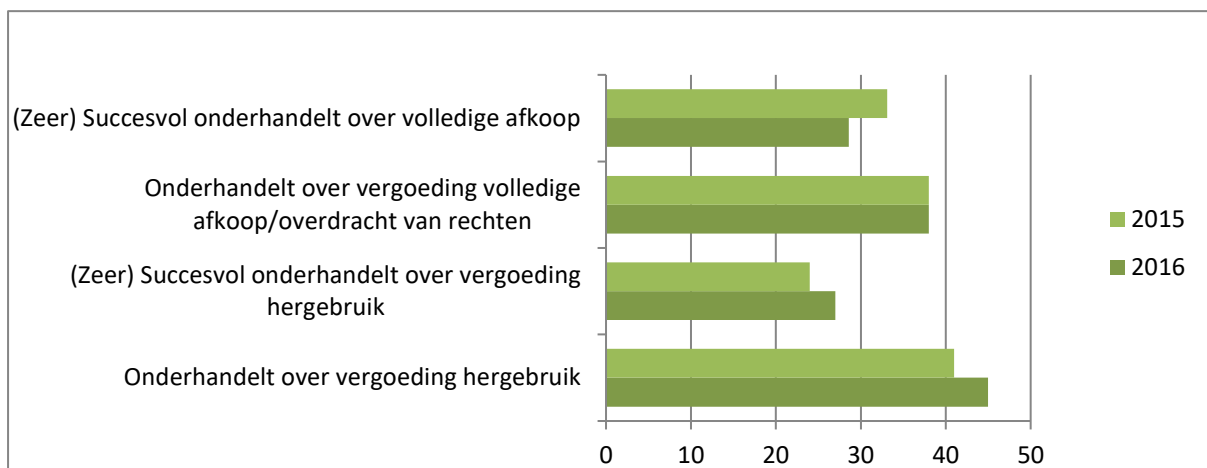
Figuur 15 Afspraken over (her)gebruik met opdrachtgevers (%)

Rond een kwart van de freelance makers maakt afspraken met opdrachtgevers voor het (her)gebruik van werk in 2015. Dat neemt toe naar bijna 30% in 2016. Ook een kwart maakt die afspraken voor een bepaalde duur in 2015 en ook dat neemt toe naar 30% in 2016. In beide jaren maakt bijna 50% meestal geen of nooit afspraken en ruim 40% maakt afspraken voor onbepaalde duur (niet in de figuur). Ook rond de 50% en ook weer in alle jaren maakt meestal niet of nooit afspraken over een exclusiviteitstermijn (niet in de figuur). Drie op tien maakt afspraken die gelden voor alle media bij de opdrachtgever. Ook dat verandert niet over de jaren. Een even grote groep maakt in beide jaren afspraken voor alleen bepaalde media (niet in de figuur). In de nieuwe wet Auteurscontractrecht staat dat afspraken over hergebruik altijd schriftelijk, per akte, dienen te worden vastgelegd. Dat is in bijna de helft van de afspraken het geval en opnieuw in alle jaren. Bij ruim twee op de tien afspraken zijn deze meestal of altijd mondeling (niet in de figuur) en ook weer voor alle jaren.

Elke maker blijft eigenaar van het werk en de rechten kunnen zelf geëxploiteerd worden – en dat doet ruim de helft in 2015 volgens de cijfers in de figuur. Dat neemt toe tot bijna 60% in 2016. De exploitatie overdragen aan de opdrachtgever doet 30% in 2015 en 40% in 2016. Het overdragen aan een collectieve beheersorganisatie doet in 2015 minder dan twee op tien, in 2016 bijna vier op de tien (niet in de figuur).

Ook is gevraagd naar het belang van auteursrechten voor de eigen beroepspraktijk. In alle jaren vindt 40% die heel en 33% tamelijk belangrijk. Voor ruim een kwart zijn auteursrechten niet zo of helemaal niet belangrijk.

Als auteursrechten zo belangrijk zijn, zal het wel onderdeel zijn van de onderhandelingen tussen freelancer en opdrachtgever. We zijn dat nagegaan. Vooraf: 85% zegt te onderhandelen in 2015. Dat daalt naar 82% in 2016. De 15-18% die niet onderhandelt, noemt als belangrijkste reden dat er een standaardcontract wordt aangeboden (60% in 2015 en 2016), dat ze tevreden zijn met het aanbod (steeds rond de 30%), dat onderhandelen niet op prijs wordt gesteld (25% in 2015 en 21% in 2016) of dat ze niet durven te onderhandelen (steeds rond de 20%). Diegenen die wel onderhandelen doen dat steeds, in beide jaren, allemaal over de tarieven. De volgende figuur laat zien hoeveel er onderhandeld wordt over hergebruik en over volledige afkoop/overdracht van rechten en met welk resultaat (naar eigen inschatting).

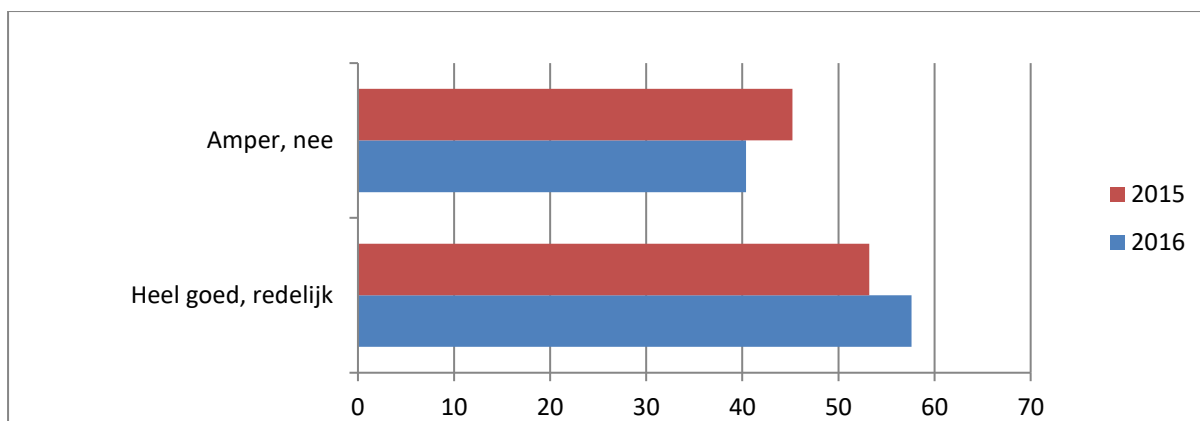


Figuur 16 Waarover onderhandeld en tevredenheid met het resultaat (%)

Bijna een kwart onderhandelt in 2015 over hergebruik. In 2016 is dat bijna drie op de tien. Onderhandelen over de volledige afkoop van rechten doet in 2015 en 2016 bijna vier op de tien. Van diegenen die over hergebruik onderhandelen is maar een kwart tevreden over het onderhandelingsresultaat (in 2016 met 27% iets meer dan in 2015 met 24%). Bij de onderhandelaars over afkoop is de tevredenheid hoger in 2015 met 33%, maar dat daalt naar 29% in 2016. De meerderheid is met andere woorden ontevreden over het onderhandelingsresultaat. Steeds zo'n 40% schat de eigen onderhandelingsvaardigheden als matig tot slecht in. Steeds maar 15% vindt zich goed in onderhandelen.

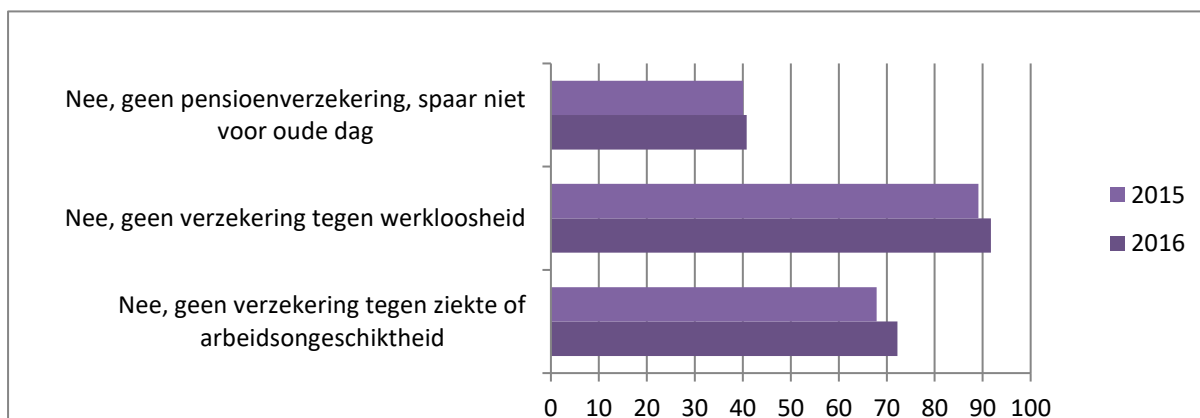
Voorzieningen en vooruitblik

Eerst is vastgesteld of men aangewezen is op het inkomen van een eventuele partner om in het levensonderhoud te voorzien. Twee op tien in 2015 en 2016 leven niet in een huishouden met een partner en circa vier op tien zegt op het inkomen van een partner aangewezen te zijn. Dat percentage is wel iets gedaald van 43% in 2015 naar 40% in 2016. Het vermoeden is dat velen niet rond kunnen komen van het werk als maker. We zien het antwoord in Figuur 16.



Figuur 17 Kan financieel rondkomen van het werk als (foto)journalist, schrijver, fotograaf en/of illustrator/ontwerper (%)

De meningen zijn sterk verdeeld: iets meer dan 50% zegt in 2015 redelijk tot uitstekend rond te kunnen komen en 45% zegt amper tot niet rond te kunnen komen. In 2016 neemt het percentage freelancers dat zegt (redelijk tot goed) te kunnen rondkomen toe tot 58% en het percentage freelancers dat amper of niet rond komt daalt naar 40%. Al is de tendens positief, toch is er nog steeds een grote groep freelancers die niet of amper rond komt. Heeft men dan voorzieningen getroffen voor als men arbeidsongeschikt, werkloos of ouder wordt? Nee, is het antwoord dat voor grote groepen geldt, zo laat de onderstaande figuur zien.



Figuur 18 Voorzieningen getroffen? (%)

Men verwacht ook niet dat de toekomst alleen maar zwaar weer gaat leveren. Gevraagd hoe tarieven op korte termijn (2015 in de 2015-monitor en 2016 in 2016-monitor) zich ontwikkelen, zegt respectievelijk 23% en 15% dat deze (sterk) dalen. Op middellange termijn (2016-2017 in de eerste en 2017-2018 in de tweede monitor) denkt respectievelijk 31% en 24% dat de tarieven (sterk) dalen. Op lange termijn (na 2018 of na 2019) denkt respectievelijk 31% en 25% dat de tarieven (sterk) dalen. Het pessimisme op korte, middellange en lange termijn is dus gedaald.

Ook denkt in beide jaren zeker 95% dat ze over een jaar nog als maker aan het werk zijn. De orderportefeuille is ook voor een iets langere duur met werk gevuld. In 2016 zegt men voor 4,4 maanden werk in portefeuille te hebben, in 2015 was dat 4,2 maanden.

Uitsplitsingen

Op een aantal hoofdpunten hebben we gekeken of er significante en redelijke sterke verschillen zijn te vinden tussen diverse soorten freelancers.³ In een eerste serie analyses hebben we gekeken naar freelancers die een puur mediagerichte (als journalist, schrijver, fotograaf of vormgever) of juist een gemengde beroepspraktijk (naast mediawerk ook ander werk doen) hebben (zie figuur 8). Daarnaast hebben we het onderscheid gemaakt naar freelancers die uit ondernemerschap freelancer zijn, dat gedwongen zijn of om andere redenen freelancer zijn (zie figuur 3). Ook hebben we gezocht naar verschillen tussen freelancers uit drie leeftijdsgroepen: onder 35 jaar, tussen 35 en 54 jaar en boven de 55 jaar. In een tweede serie analyses hebben we een onderscheid gemaakt naar het soort werk dat men zegt te doen (zie figuur 7).

Voor al deze groepen zijn we nagegaan of ze verschillen naar:

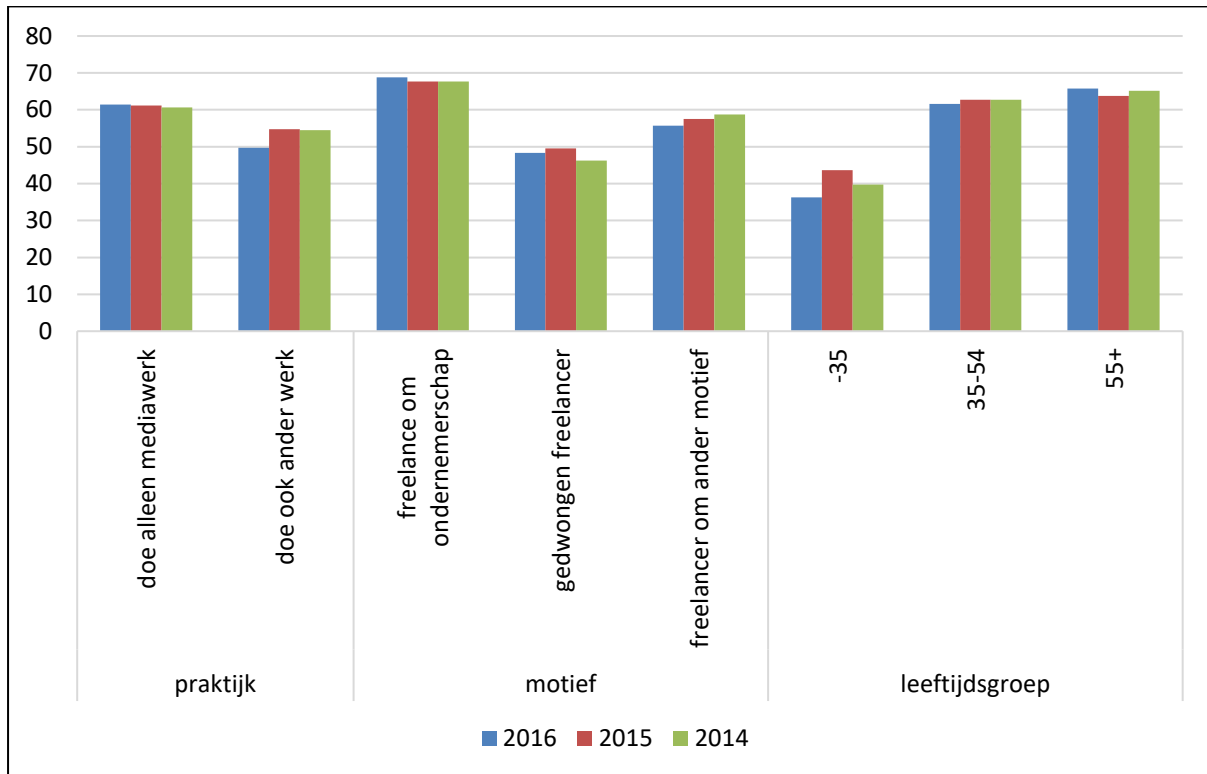
- Aantal gewerkte en betaalde uren per week (2016 en 2015)
- Tarieven per opdracht, per uur, per woord en per foto (2016, 2015, 2014)
- Gemiddeld belastbaar inkomen (2015 en 2014)
- Financieel afhankelijkheid van een partner (2016 en 2015)
- Financieel kunnen rondom van het freelance mediawerk (2016 en 2015)
- Aantal maanden werk in portefeuille (2016 en 2015)
- Onderhandelen over vergoeding hergebruik en volledige rechtenafkoop (2016 en 2015)
- Verzekerd zijn tegen arbeidsongeschiktheid en tegen werkloosheid (2016 en 2015)
- Iets opbouwen voor de oude dag (2016 en 2015)

Hieronder presenteren we alleen cijfers als er bij de genoemde groepen significante en redelijke sterke verschillen op deze onderwerpen te vinden zijn. Dat betekent dat als een onderwerp niet aan bod komt er dus geen noemenswaardige verschillen tussen de groeperingen zijn en dat hun positie op die onderwerpen gelijk is aan die van alle respondenten samen (zoals in voorgaande hoofdstukken is besproken).

We vinden in de eerste analyse naar beroepspraktijk, motief voor het freelancerschap en leeftijdsgroep alleen significante verschillen in de uurtarieven (zie figuur 19). De verschillen naar beroepspraktijk zijn niet significant en/of redelijk sterk. Die naar motief wel en dat voor de uurtarieven in 2014, 2015 en 2016. Freelancer die uit ondernemerschap freelancer zijn, krijgen een hoger uurtarief betaald: rond de 68 euro gemiddeld in de drie jaren, tegen 46-48 euro voor de 'gedwongen' freelancer en 56-59 euro voor de freelancer die om andere motieven freelancer is. Ook de verschillen tussen leeftijdsgroepen zijn in alle jaren significant en redelijk sterk. De jonge groepen krijgen 36 euro in 2016, 44 euro in 2015 en 40

³ In dit rapport maken we melding van verschillen en verbanden als ze statistisch significant zijn én als ze sterk genoeg zijn. Statistisch significant betekent dat een verschil of verband waarschijnlijk niet toevallig is: de kans dat het dat wel is, is lager dan 5%. Een verschil of verband is al snel significant (niet toevallig dus) als het aantal respondenten groot genoeg is. Belangrijker is dan of het ook een sterk verschil of verband is. Dat is hier het geval als de statistische mate van samenhang tenminste 0,25 is op een schaal van 0 (geen enkel verschil of verband) tot 1 (volledig sluitend verschil of verband).

euro in 2014 betaald. De groep van middelbare leeftijd ontvangt steeds rond de 62 euro per uur en de oudste groep (55+) rond de 66 euro in elk jaar. De daling tussen 2014 en 2016 zit dus vooral bij de jongeren. Ofwel de verschillen in uurtarief naar leeftijdsgroep zijn toegenomen met meer relatief lager betaalde jongeren in 2014 dan in 2016.

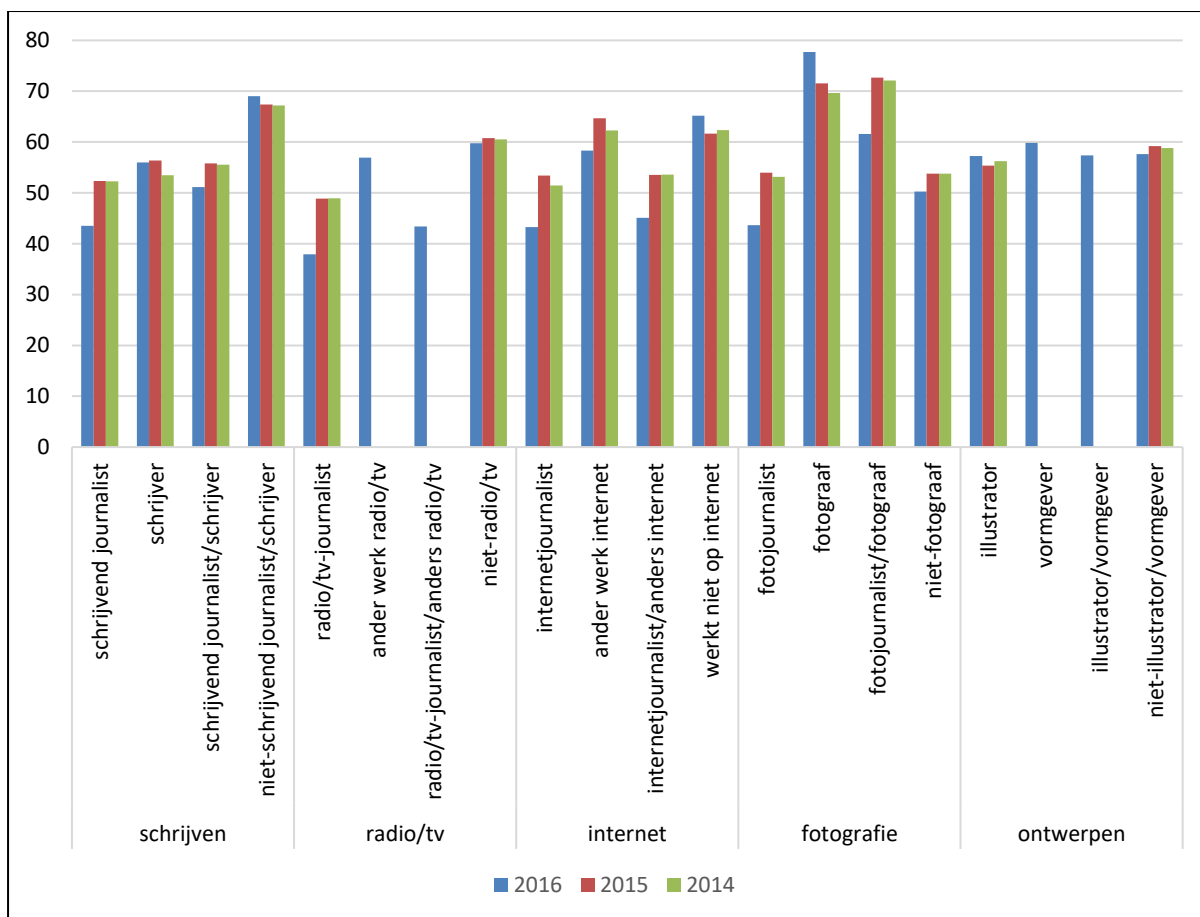


Figuur 19 Betaling per uur in euro naar beroepspraktijk, motief freelancerschap en leeftijdsgroep

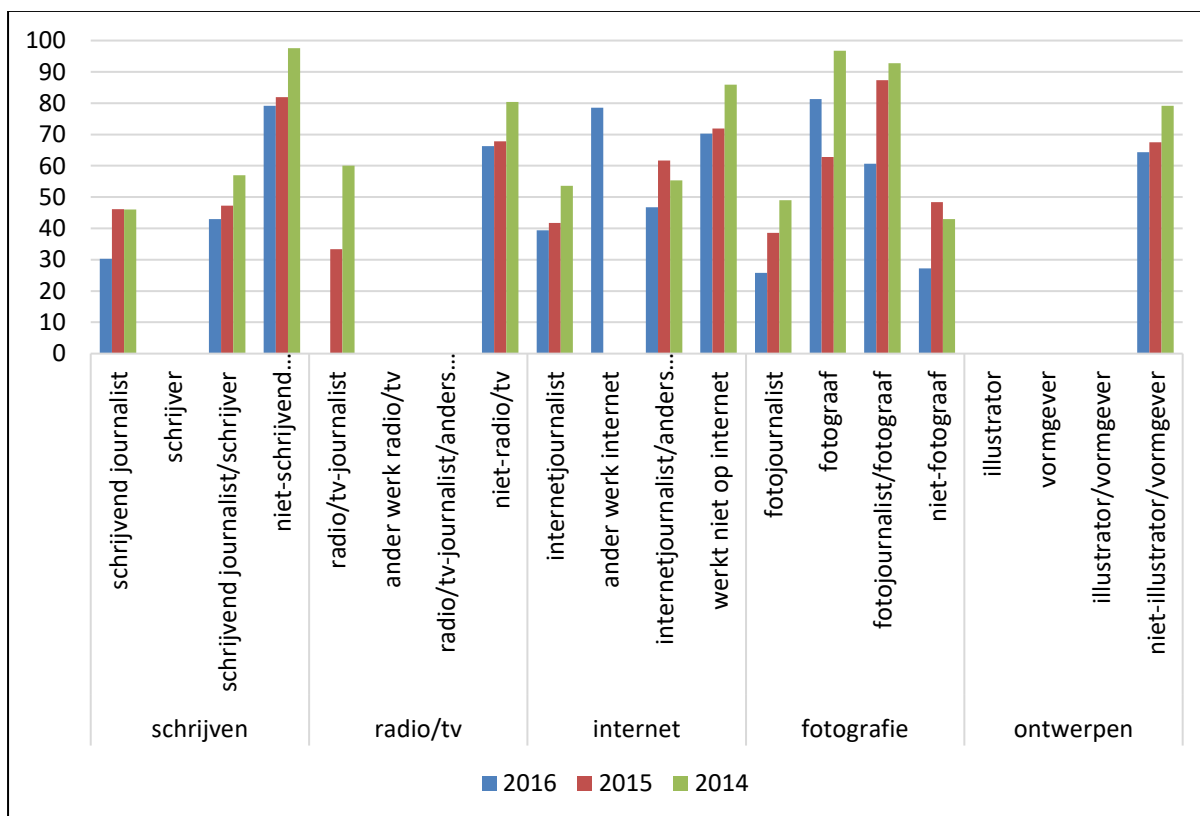
Kijken we naar soort werk (schrijven, werk voor radio/tv, werk voor internet, fotografie of ontwerpen) dan zijn er al meer significante en sterke verschillen waar te nemen: de betaling per uur, de betaling per foto en het onderhandelen over auteursrechtenvergoedingen verschillen naar gelang het soort werk dat de mediafreelancers doen. De volgende drie figuren laten de cijfers in grafische vorm zien. We bespreken ze hier kort.

De betaling per uur verschilt significant bij de schrijvende freelancers en de fotografen. Bij radio/tv-, internet- of ontwerpfreelancers zijn er geen onderlinge verschillen (ze staan ter vergelijking wel in de figuren). Bij de schrijvende freelancers zien we tegenstrijdige bewegingen tussen 2014 en 2016. De schrijvende journalisten gaan erop achteruit (gemiddeld 52 euro in 2014 en 44 in 2016) terwijl de schrijvers erop vooruit gaan (van 53 naar 56 euro). Degenen die journalistiek schrijven en algemeen schrijven combineren zakken ook iets weg (van 53 naar 51 euro). Bij de fotografen zien we precies dezelfde beweging als bij de schrijvende freelancers: fotojournalisten dalen van 53 euro naar 44 euro per uur en de fotografen stijgen van 70 naar 78 euro per uur.

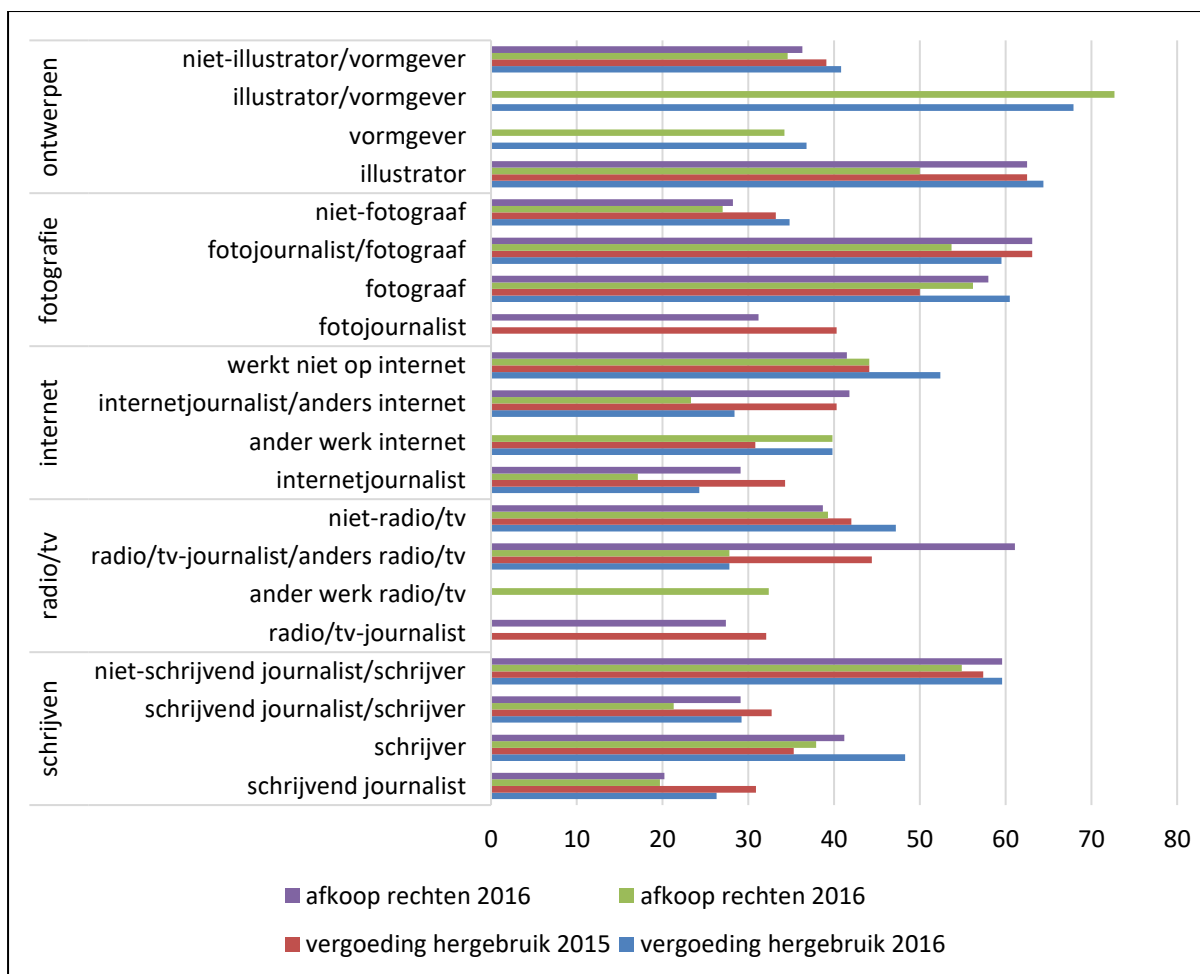
De betaling per foto levert voor dezelfde groepen onderling significante verschillen op, zij het nu alleen in 2015 en 2016. Bij de schrijvende journalisten zien we een daling van de betaling per foto van 46 naar 30 euro. Er zijn voor de algemene schrijvers niet voldoende observaties.



Figuur 20 Betaling per uur in euro naar soort werk



Figuur 21 Betaling per foto in euro naar soort werk



Figuur 22 Onderhandelen over vergoedingen hergebruik en afkoop rechten naar soort werk (% ja)

Zij die algemeen schrijven met journalistiek schrijven combineren krijgen ook minder voor een foto: 47 euro in 2015 en 43 in 2014. De fotobedragen bij de fotografen onderling zijn ook alleen in 2014 en 2015 significant. De fotojournalisten dalen van een tarief van 39 euro per foto naar 26 euro per foto. Bij de fotografen is er juist een stijging: van 63 euro naar 81 euro per foto. Zij die fotojournalistiek met fotografie combineren dalen van 87 euro naar 61 euro.

Tot slot, de bovenstaande figuur over het onderhandelen over auteursrechten. Opnieuw zijn er alleen significante en sterke verschillen bij de schrijvende en fotograferende freelancers. Schrijvende journalisten zijn minder gaan onderhandelen over hergebruik (31% in 2015 en 26% in 2016), terwijl schrijvers dat juist meer zijn gaan doen (van 35% naar 48%). Ook diegenen die beide werkzaamheden combineren doen dit in 2016 (iets) minder dan in 2015 (van 33 naar 29%). Onder de fotografen is er wat dit onderwerp betreft alleen een significant verschil in 2016 met ruim 60% onderhandelende fotografen en freelancers die hiernaast ook fotojournalistiek beoefenen tegen 35% onder de niet-fotografen. We hebben geen informatie over de positie van fotojournalisten in deze jaren. Wat de afkooponderhandelingen betreft zijn vooral de schrijvende combinatiebeoefenaren (schrijven en journalistiek schrijven) die minder zijn gaan onderhandelen (van 29% naar 21%). De schrijvende journalisten en de schrijvers zijn redelijk stabiel in de mate van onderhandelen op dit onderwerp: schrijvende journalisten steeds 20% en de schrijvers van 41% naar 38%. Afkooponderhandelingen zijn bij fotografen gebruikelijker al zijn er grote

verschillen: bij fotojournalisten in 2015 onderhandelt 31% tegen 58% van de fotografen en 63% van diegenen die beide vakken beoefenen. In 2016 weten we alleen voor de laatste twee beroepsbeoefenaren hoeveel er onderhandelt wordt: respectievelijk 56% en 27%, nauwelijks gedaald derhalve.

Tot slot: dit betekent dat we geen significante en/of sterke verschillen hebben gevonden naar het aantal gewerkte en betaalde uren per week, de tarieven per opdracht of per woord, het gemiddelde belastbaar inkomen, het financieel afhankelijk zijn van een partner, het kunnen rondkomen van het freelance mediawerk, het aantal maanden werk in portefeuille of het hebben getroffen van voorzieningen tegen arbeidsongeschiktheid, tegen werkloosheid of voor de oude dag. Al met al betekent dit dat de meeste algemene conclusies voor de hele groep freelance mediawerkers opgaan en dat de onderlinge verschillen klein zijn.

Hoofdpunten samengevat

We vatten de belangrijkste onderzoeksresultaten puntsgewijs samen. Tussen haakjes staan de resultaten van de Monitor Freelancers en Media 2015 (indien deze afwijken).:

- In november 2016 hebben 945 freelance (foto)journalisten, schrijvers, fotografen en ontwerpers meegedaan aan de Monitor Freelancers en Media 2016. De monitor geeft een goed beeld van de beroepspraktijk van freelancers die beroepsmatig met de media in Nederland te maken hebben.
- Profiel: Freelance journalisten, schrijvers, fotografen en ontwerpers die voor de media werken zijn gemiddeld vaker man, rond de 48 jaar en zeer hoog opgeleid. Zo'n 20% hen zou liever ook in loondienst zijn en ook 20% is gedwongen freelancer, door ontslag of gebrek aan vacatures. Deze percentages zijn in 2016 lager dan in 2015. Er is een lichte toename in het aantal freelancers dat de voorkeur geeft aan het puur alleen freelancer-zijn, zonder loondienstbetrekking ernaast, en die freelancer zijn uit ondernemerschap.
 - Zo'n 94% (91%) van de deelnemers aan de monitor zijn puur freelancer, 6% (9%) werkt vanuit een eigen bedrijf of ook in loondienst.
 - Bijna driekwart van de freelancers geeft ook de voorkeur aan het freelancebestaan (70%). Zo'n 20% (24%) van de mediafreelancers zou liever het freelancerschap combineren met een loondienstbetrekking; 8% (5%) zou helemaal in loondienst willen.
 - Precies 33% (30%) is uitsluitend freelancer uit ondernemerschap; 21% (24%) is puur gedwongen freelancer na ontslag of bij gebrek aan vacatures.
 - Het opleidingsniveau is hoog: rond de 80% heeft een HBO-opleiding of hoger.
 - De mediafreelancers zijn lid van vele verschillende beroepsorganisaties, tegelijk is 18% (27%) niet aangesloten bij Lira of Pictoright en 11% (8%) kent deze collectieve beheersorganisaties zelfs niet.
- Werkzaamheden: Gemiddeld wordt er 37 uur per week freelance gewerkt en krijgt men 22 uur (21 uur) per week betaald, doet de grootste groep schrijvend journalistiek werk, schrijfwerk, fotografie of fotojournalistiek. Het aandeel journalistiek werk in het freelance mediawerk is afgenomen; er wordt veel voor bedrijven en vaktijdschriften gewerkt, maar een relatief groot aandeel in de omzet

hebben regionale en landelijke omroepen en dagbladen. Het omzetaandeel van regionale en huis-aan-huisbladen is gestegen.

- Men werkt gemiddeld 37 uur als freelancer per week, waarvan 22 uur (21 uur) betaald.
- Bijna de helft, 47%, van de freelancers doet aan schrijvende journalistiek (62%) en ook bijna de helft, 46%, aan ander schrijfwerk (38%), een op vier doet fotografie (27%) en minder dan een op vijf aan fotojournalistiek (26%), een kwart doet werk op internet (19%) en een op tien journalistiek werk op internet (15%). Ook een op tien doet journalistiek werk voor radio en/of tv (15%) een ook een op tien doet ander werk voor radio en/of tv (4%). Een hele kleine groep, 3%, maakt journalistieke illustraties, strips en/of infographics (2%), tegen 14% die deze zonder journalistiek oogmerk maakt (7%). Een op tien geeft dagbladen, tijdschriften en/of boeken vorm (4%).
- Tweederde werkt alleen als journalist, schrijver, fotograaf of ontwerper, een derde doet er ander werk bij.
- Er wordt veel gewerkt voor niet-media opdrachtgevers, bedrijven en vak- en publiekstijdschriften; bedrijven en regionale en landelijke omroepen en dagbladen dragen relatief het meest bij aan de omzet. Regionale en huis-aan-huisbladen hebben in 2016 een iets groter aandeel in de omzet dan in 2015.
- Inkomsten: Per opdracht, per uur, per woord en per foto wordt gemiddeld respectievelijk 590, 58, 0,28 en 67 euro in 2016. Kijken we over de 2008-2015-periode dat zijn de tarieven per woord, foto, pagina, uur en per teken sterk gedaald (in deze volgorde). Vooral de tarieven per online gebruik van werk zijn (sterk) gestegen net als die per illustratie/ontwerp en die per opdracht. Het gemiddelde belastbare inkomen is iets gestegen tot ongeveer 23.500 euro op jaarbasis, waarvan tweederde uit freelancers mediawerk komt.
 - Rond de 70% krijgt betaald per opdracht, rond de 55% per uur, 33% per woord (36%) en bijna 30% per foto; betalingen per regel, minuut en kolom komen weinig voor.
 - De betaling per opdracht ligt rond de 590 euro (2015: 549 euro; 2014 561 euro), per uur rond 58 euro (2015 en 2014: 59 euro), per woord bij 28 eurocent (2015 en 2014: 30 eurocent) en per foto op 67 euro (2015: 67 euro; 2014: 78 euro). Per illustratie, strips, infographic en/of ontwerp is het gemiddeld tarief 404 euro (2015: 237 euro; 2014: 242 euro). De betaling per online gebruik van werk is ook gestegen naar 100 euro (2015: 75 euro; 2014: 69 euro).
 - In de periode 2008-2016 (met 2014 op 100 en gecorrigeerd voor inflatie) is de daling van tarieven per woord, foto, pagina, uur en teken (in deze volgorde) het scherpst; de betaling per online gebruik van werk stijgt, net als de betaling per illustratie/ontwerp en die per opdracht.
 - Het gemiddeld belastbaar inkomen (omzet minus kosten) per jaar is 23.536 euro in 2015 (was 23.162 euro in 2014) en daarvan komt 69% (68%) uit freelance mediawerk.
- Betalingen per mediatitel: Per opdracht betalen opinie- en publieksbladen meer dan gemiddeld; de meeste dagbladen en vooral de huis-aan-huisbladen betalen minder dan gemiddeld. Per foto betalen de meeste landelijke dagbladen meer dan

gemiddeld. AD en de regionale en huis-aan-huisbladen betalen per foto minder dan gemiddeld.

- Libelle, Vrij Nederland en Margriet betalen per opdracht meer dan gemiddeld; minder dan gemiddeld doen dat de kranten van de Persgroep met hun huis-aan-huisbladen als de slechtst betalende. Ook dagblad De Telegraaf en de regionale bladen van de Telegraaf Mediagroep betalen per opdracht minder dan gemiddeld.
- De Volkskrant, de Telegraaf, Trouw en Het Parool betalen bovengemiddeld voor een foto. Het AD, de TMG Regiobladen, Persgroep Regio- en huis-aan-huisbladen betalen minder dan gemiddeld.
- Auteursrechten en onderhandelingen: Het aantal freelancers dat afspraken maakt over auteursrechten is in 2016 licht toegenomen. Ook het onderhandelen over auteursrechten is toegenomen, terwijl freelancers over het algemeen minder zeggen te onderhandelen. Een kwart tot een derde maakt afspraken met mediaopdrachtgevers over gebruik en hergebruik voor bepaalde duur en voor alle media bij die opdrachtgever. Voor driekwart van de freelancers zijn auteursrechten belangrijk, maar slechts vier op tien onderhandelt hierover en daarvan vindt maar iets meer dan een kwart dat ze dat succesvol doen.
 - 30% Maakt altijd of meestal afspraken voor hergebruik voor bepaalde duur (25%).
 - 29% Maakt altijd of meestal afspraken over hergebruik van werk (26%).
 - 34% Maakt afspraken voor hergebruik in alle media (29%).
 - 49% Van de afspraken zijn schriftelijk, in akte, vastgelegd (48%), 23% is nog mondeling (20%).
 - 72% Vindt auteursrechten heel tot tamelijk belangrijk voor de beroepspraktijk (71%); 27% vindt het (helemaal) niet zo belangrijk (28%).
 - 82% van de freelancers onderhandelt (85%), vooral over tarieven; 45% doet dat over vergoedingen voor hergebruik (41%) en hiervan vindt maar 27% zich succesvol onderhandelen (24%).
- Voorzieningen en vooruitblik: Vier op de tien freelancers is aangewezen op het inkomen van een partner. Het percentage freelancers dat zegt goed tot redelijk te kunnen rondkomen van het freelancen met mediawerk is gestegen en het percentage dat niet tot amper kan rondkomen is gelijk gebleven. Veruit de meerderheid van de freelancers is niet verzekerd tegen werkloosheid of tegen ziekte en arbeidsongeschiktheid. Het niet verzekerd zijn is licht toegenomen. Nog eens 40% legt niets opzij voor de oude dag. De orderportefeuille is voor gemiddeld viereneenhalve maanden gevuld en dat is licht hoger dan in 2015.
 - 40% is aangewezen op inkomen van een partner (43%); twee op tien leven niet in een huishouden met een partner.
 - 40% komt niet tot amper rond met het freelancen met mediawerk (45%); 58% zegt dat ze heel goed tot redelijk rondkomen (53%).
 - Flinker groepen zijn niet verzekerd: 92% niet tegen werkloosheid (89%), 72% niet tegen ziekte of arbeidsongeschiktheid (68%) en ook legt nog eens 41% niets opzij voor de oude dag via een verzekering of spaarrekening (40%).
 - In 2016 zit nog 4,4 maanden werk in de orderportefeuille. In 2015 was dat 4,2 maanden.

- Uitsplitsingen: Een groot aantal kernresultaten (zoals de betaalde uren en soorten tarieven) zijn uitgesplitst naar beroepspraktijk (mediawerk, mediawerk én ander werk), motief om freelancer te zijn (ondernemerschap, gedwongen, anders), leeftijdsgroep (<35, 35-54, 55+) en naar soort werk (journalistiek schrijven, schrijver, fotograaf, fotojournalist, etc.). Het is eerstens vooral opvallend hoe weinig noemenswaardige verschillen er te vinden zijn. Dan: Freelancers uit ondernemerschap, oudere freelancers, schrijvers, fotografen verdienen beter dan respectievelijk freelancers die dit gedwongen zeggen te zijn, schrijvende journalisten en fotojournalisten. Schrijvers en fotografen onderhandelen ook meer over auteursrechten dan schrijvende journalisten en fotojournalisten.
 - Freelancers die uit ondernemerschap freelancer zijn, krijgen in 2014, 2015 en 2016 per uur bijna 20 euro meer betaald dan freelancers die dit gedwongen zeggen te zijn.
 - Ook jonge freelancers (<35 jaar) krijgen ruim 20 euro per uur minder betaald in 2014-2016. De daling in uurtarieven lijkt vooral jongeren te treffen.
 - Schrijvende journalisten verdienen minder dan schrijvers en zij zijn er ook op achteruit gegaan (van 52 euro in 2014 naar 44 euro in 2016) terwijl schrijvers erop vooruit zijn gegaan (van 53 euro naar 56 euro).
 - Fotojournalisten verdienen ook minder per uur en per foto dan fotografen en ook zij op achteruit gegaan terwijl fotografen erop vooruit zijn gegaan. Per uur gaat het tarief van fotojournalisten van 53 euro naar 44 euro. Bij fotografen gaat het van 70 euro naar 78 euro per uur. Fotojournalisten verschillen niet van fotografen in 2016, wel in 2015 en 2014 toen ze van 39 euro naar 26 euro per foto zakte, terwijl fotografen stegen van 63 euro naar 81 euro.
 - Schrijvende journalisten onderhandelen in 2015 en 2016 minder dan schrijvers over hergebruik van werk.
 - Onderhandelen over afkoop van auteursrechten doen fotojournalisten in 2015 minder dan fotografen en zij die fotojournalistiek met fotografie combineren.

Bijlage: Onderzochte mediatitels

| | |
|--------------------------|---|
| De Persgroep | Trouw AD De Volkskrant Het Parool Regiobladen H-a-hbladen Geen van bovenstaande |
| De Telegraaf Mediagroep | Telegraaf De Financiële Telegraaf Telesport Metro Autovisie Privé VROUW Regiobladen Geen van bovenstaande |
| Sanoma | Libelle Margriet LINDA |
| Reed WB Pers Audax | Elsevier Vrij Nederland HP/De Tijd Geen van bovenstaande |
| Publieke Omroep | NOS Vara/BNN |
| Commerciële Omroep | RTL BNR Geen van bovenstaande |