



Tarieven in de culturele en creatieve sector

Ruimte voor collectief onderhandelen

Tilburg, mei 2019

HTH Research: Henk Vinken

HTH Research
Willem II straat 49
5038 BD Tilburg
www.hth-research.nl

© 2019 HTH Research

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming. Het gebruik van cijfers en/of tekst als toelichting of ondersteuning bij artikelen, boeken en scripties is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
1.1	Vragen	2
1.2	Gesprekken	2
1.3	Tariefafspraken en onderhandelen	2
2	Hoofdpijnen	4
2.1	Algemeen	4
2.2	Wordt er onderhandeld en waarover dan?	5
2.3	Waarin zit onderhandelingsruimte en waarin staat men sterk, waarin zwak?	5
2.4	Zijn collectieve afspraken gewenst?	7
2.5	Wat moet er verder gebeuren aan de onderhandelingspositie?	7
3	Recapitulatie	9
3.1	Behoeftte aan afspraken	9
3.2	Onderhandelingspositie	9
3.3	Collectieve afspraken	10
3.4	Experiment	11
4	Vervolg	12
	Bijlage: Gespreksverslagen	13
	Cultuureducatie	13
	Archeologie	15
	Fotografie en fotojournalistiek	17
	Filmcrew	21

1 Inleiding

De Kunstenbond is 'aanjager' van agendapunt 3.9 van de Arbeidsmarktagenda Culturele en Creatieve Sector, waarvan het doel is om de inkomenspositie van werkenden in de culturele en creatieve sector te verbeteren door ruimte te creëren voor het maken van tariefafspraken, getoetst in een afgebakende proeftuin.¹ Een belangrijke rol speelt de motie Ellemeest/Asscher van eind 2017 bij de vaststelling van de begroting van het ministerie van OCW 2018 waarin de regering wordt opgeroepen experimenteeruimte te creëren voor zzp'ers in de genoemde sectoren om collectief te onderhandelen over de prijs van diensten en producten.²

De kernvraag bij het agendapunt en de motie is de behoefte aan welk soort contractvoorwaarden die werkenden in de culturele en creatieve sector met opdrachtgevende partijen bespreekbaar, c.q. onderhandelbaar wil maken: heeft men het dan over geld/tarieven, over soorten tijd/inzet, over type diensten/producten en/of over welke andere aspecten van een contract heeft men het dan? In het kader van de spelende mededingingsproblematiek gaat het dan vooral over onderwerpen die indirect en vooral onderwerpen die direct invloed hebben op de overall prijs van het gebodene. Vervolg vraag is hoe deze behoefte zich verhoudt tot de onderhandelingspositie die makers ten opzichte van andere partijen in de keten hebben: wat maakt die positie sterk/zwak, waar zit ruimte om te onderhandelen, waar zijn anderen aan zet? Dan: is het gegeven deze behoefte en onderhandelingspositie nodig om collectieve afspraken te maken om de inkomenspositie van werkenden te verbeteren?

Eerder heeft de auteur van dit verslag een inventarisatie voor het Fonds Podiumkunsten afgerond naar de werking en de eventueel verdere verspreiding van het instrument honorariumrichtlijn (agendapunt 3.8 van genoemde Arbeidsmarktagenda waarvan het Fonds 'aanjager' was).³ De inzet van honorariumrichtlijnen vertoont verwantschap met het opstellen van tarieven voor te leveren diensten en/of producten in de culturele en creatieve sector, of dat nu gaat om het produceren van een tentoonstelling, het leveren van een uur repetitietijd of een draaidag op de filmset, het geven van een lesuur, het maken van een schetsontwerp, een compositie, een journalistieke foto, of een bladontwerp. Het inzetten van honorariumrichtlijnen en het scheppen van (experimenteer)ruimte voor het publiceren van adviestarieven, het maken van tariefafspraken, c.q. het collectief onderhandelen over deze afspraken, liggen deels in elkaars verlengde. Het mededingingsverbod speelt bij allen een rol. Het onderscheid ligt hem vooral in de mate waarin men gebonden is aan de afspraken: een gezamenlijk afgesproken norm waarvan men naar boven en naar beneden kan afwijken (richtlijn) of een overeenkomst waarvan men alleen naar boven af kan wijken (tenzij dit in de overeenkomst is uitgesloten).

¹ Kunsten '92 (2017). *Arbeidsmarktagenda Culturele en Creatieve Sector 2017-2023*. Amsterdam: Kunsten '92. [Download](#). Zie pagina's 62-63 voor informatie over agendapunt 3.9.

² Zie <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-34775-VIII-19.html>

³ Vinken, H. (2019). *Honorariumrichtlijnen. Verslag van de eerste verkenning van agendapunt 3.8 van de Arbeidsmarktagenda Culturele en Creatieve Sector*. Tilburg: HTH Research. Zie www.arbeidsmarktagenda.cc voor een download van het verslag. Zie ook de samenvattende blog 'Honorariumrichtlijnen in de culturele sector. Wanneer werken ze?' op www.hth-research.nl

1.1 Vragen

De volgende vragen zijn, gegeven het bovenstaande, leidend bij de voorliggende inventarisatie over de ruimte voor het collectief onderhandelen over tarieven:

- Wordt er door makers gesproken, c.q. onderhandeld met werkgevers/opdrachtgevers over tarieven voor werk en waarover dan precies: geld, uren, soorten tijd (repetitie, uitvoering, etc.), soorten diensten, overuren etc.?
- Hoe wordt door makers de onderhandelingspositie ten opzichte van werk-/opdrachtgevers ervaren: waar zit de ruimte voor onderhandelen, waar staan makers sterk/zwak, wat is moeilijk aan het onderhandelen?
- Wat vinden makers van het maken van collectieve afspraken over tarieven?
- Wat is er volgens makers nodig om tot een sterkere onderhandelingspositie of betere voorwaarden te komen?

1.2 Gesprekken

In de eerste maanden van 2019 zijn diverse groepsgesprekken gevoerd met professionals uit een viertal sectoren: cultuureducatie, archeologie, fotografie/fotojournalistiek en film (met name vanuit het perspectief van crew, zoals productie-assistenten, locatiemanagers, etc.). In een aantal gevallen is aanvullend telefonisch contact gelegd om voor deelsectoren binnen de bovengenoemde sectoren een en ander nader toegelicht te zien. Bij de gesprekken was behalve Caspar de Kieft van de Kunstenbond en de auteur van dit verslag ook steeds iemand van het ministerie van OCW aanwezig, veelal de voor het betreffende beleidsterrein verantwoordelijke beleidsadviseur. De bijlage bevat de gespreksverslagen. Deze zijn voorgelegd aan en zo nodig van commentaar voorzien door de deelnemers aan de verschillende gesprekken.

Het is belangrijk te melden dat dit kwalitatieve onderzoek geen aanspraak doet op representativiteit in de klassieke, kwantitatieve betekenis van het woord. Het wil niet leiden tot breed geldende uitspraken over hoeveel makers in de culturele en creatieve sector, zelfs niet in die deelsectoren die in dit onderzoek betrokken zijn, wat vinden over tarieven en collectief onderhandelen. Wel wil en kan het leiden tot uitspraken over wat professionals in die sectoren verstaan onder tarieven en collectief onderhandelen en welke de aspecten zij als belangrijke factoren in de discussie waarderen. Een meer kwantitatief ingericht onderzoek zou als vervolg hierop kunnen leiden tot uitspraken over hoe breed die aspecten gedeeld worden.

1.3 Tariefafspraken en onderhandelen

Bij het scheppen van ruimte voor het maken van tariefafspraken en voor het collectief onderhandelen over deze afspraken gaat het, net als bij de inzet van honorariumrichtlijnen, om het structureel realiseren van kaders die nodig zijn voor het realiseren van een redelijke en eerlijke beloning van inzet, diensten en/of producten van werkenden in de culturele en creatieve sector. In alle gevallen speelt de vraag wanneer, op welke wijze en met welk middel,

deze realisatie als structureel ervaren wordt: is dat als er standaard (minimum) tarieven zijn overeengekomen waaraan in onderhandelingen en uiteindelijke afspraken kan worden gerefereerd en/of zijn er andere elementen van dusdanige invloed op de prijs dat daarover evengeoed afspraken nodig geacht worden?

Onderliggend is de vraag wat redelijk en eerlijk is in termen van beloning, c.q. wat de basis is voor wat als redelijk en eerlijk wordt ervaren: is dat een referentie aan het minimum- of modaal inkomen (omgeslagen per uur of anderszins); al dan niet gewogen naar opleidingsniveau en ervaringsjaren; al dan niet rekening houdend met 'verzwarende' criteria zoals spoed (bij invalspeelbeurten of uitzonderlijk korte repetitietijd), niveau van de instelling, orkest of ensemble, etc., duur van de vereiste inzet en/of draagkracht c.q. omvang van de instelling waarvoor een dienst of product wordt geleverd.

Ook speelt de vraag hoe bij het inrichten van de (experimenteer)ruimte rekening gehouden wordt met de reële machtsverschillen tussen actoren in de verschillende sectoren. In sommige sectoren zijn (zelfstandig werkende) makers sterk afhankelijk van de welwillendheid van werk-/opdrachtgevers om überhaupt aan het werk te komen, laat staan eisen rondom billijke tarieven te stellen. Mogelijk dat de ervaringen opgedaan met de honorariumrichtlijn in de beeldende kunstsector een rol kunnen spelen: grote partijen, zoals het Mondriaanfonds en grotere musea en presentatie-instellingen, hebben met hun steun voor de honorariumrichtlijn een belangrijke stimulans gegeven voor andere instellingen maar ook voor individuele makers om tot afspraken over beloning te komen.

2 Hoofdpijnen

Hier bespreken we de hoofdpijnen van de analyse van de (door de deelnemers zelf geaccordeerde) gespreksverslagen. We gaan eerst op een aantal algemene punten in, punten die bij elk gesprek naar voren kwamen. Vervolgens gaan we per vraag in op de bevindingen.

2.1 Algemeen

Alle zelfstandigen in de beroepsgroepen die wij gesproken hebben, lijken te maken te hebben met dalende budgetten waaruit hun tarieven betaald moeten worden. Of hun klanten nu Centra voor de Kunsten, overheden, uitgevers of productiebedrijven zijn. Daar is ook na het herstel van de crisis geen verandering in gekomen. Sterker nog, in sommige sectoren, zoals de uitgeverwereld en de film, worden de budgetten nog steeds verder ingekrompen.

Ook zijn de meeste deelsectoren erg divers, zeker de wereld van de cultuureducatie, archeologie en de film. Dit geldt wellicht in iets mindere mate voor de fotografie. Voorts zijn in de cultuureducatie, fotografie en de film opdrachtnemers zelf vaak ook opdrachtgever (van in te huren docenten, visagisten, assistenten, setbouwers, etc.). Dat betekent dat zij niet alleen zelf met hun opdrachtgevers moeten onderhandelen, maar ook met de mensen die zij zelf inhuren. Niet zelden geven zij in beide rollen aan dat zij weinig ruimte zien voor het onderhandelen over tarieven. Anders gezegd wordt de 'hete aardappel' van de lage tarieven waar 'zij het maar mee moeten zien te doen' doorgeschoven naar hun onderaannemers.

Alleen bij de archeologie is sprake van een deels gesloten circuit waarbij alleen geregistreerde archeologen kunnen meedingen naar opdrachten. Bij alle andere deelsectoren ligt het circuit veel meer open, hoewel ook in deze circuits mensen opereren die vooral op basis van hun specialisatie en bewezen verdiensten eerder in aanmerking komen voor opdrachten dan anderen. Ook in die gevallen is sprake van een beperkt circuit van specialisten die weinig omkijken naar werk hebben. Voor iedereen geldt echter dat de tarieven 'vloeibaar' zijn ofwel afhankelijk zijn van de mate waarin de werkportefeuille gevuld is: 'als je 2-3 maanden geen werk hebt, doe je het voor elk tarief'. De beroepspraktijk is met ander woorden voor iedereen precair.

Er wordt ook aandacht gevraagd voor zzp'ers die dit 'gedwongen' zijn (na ontslag) en zij die dat 'vrijwillig' zijn. Voor het eerste type is het een hard gevecht om aan werk en een redelijk tarief te komen, voor het tweede type komt het ook niet vanzelf 'aanwaaien', maar is het eerder een vanzelfsprekendheid dat er voortdurend om werk en inkomen 'gestreden' moet worden. In dit verband is het belangrijk te wijzen op sterke afhankelijkheden in sommige deelsectoren die het fenomeen van schijnzelfstandigheid in de hand lijken te werken. Vooral de fotojournalisten zeggen klanten te hebben die verlangen dat zij exclusief voor hen werken zonder dat over tarieven onderhandeld kan worden. Dat dit werk dan toch gedaan wordt heeft, tot slot, met een breed gevoeld verschijnsel te maken: het werk is niet alleen interessant ('leuk'), maar ook erg belangrijk, zo niet van groot maatschappelijk belang, zodat soms tarieven worden gehanteerd die een fractie zijn van de tarieven voor commercieel werk.

2.2 Wordt er onderhandeld en waarover dan?

Dat er weinig tot niet wordt onderhandeld is een goed verdedigbare conclusie voor bijna alle deelsectoren. Er zijn wel ideeën over wat er in een onderhandeling over tarieven met opdrachtgevers allemaal betrokken zou moeten worden, maar de realiteit is dat dat niet gebeurt. In de cultuureducatie wordt er wat tarieven betreft met minder genoegen genomen vanuit het idee dat er later wellicht ruimte is voor meer. Het zou goed zijn als ervaring en opleiding mee zouden tellen in de tarieven, maar dat is geen onderwerp van gesprek. Ook is er de onvrede over een tarief voor alleen de lestijd en niet ook voor de voorbereidingstijd. Alleen wordt dit over het algemeen niet aangekaart. Het zou goed zijn, zeggen de zelfstandige archeologen, als materiaal, uitrusting, arbeidsomstandigheden (een toilet op de opgravingsite!) mee genomen zouden worden in de onderhandelingen. Tot op heden is dat eerder een wens dan realiteit. Fotografen en zeker fotojournalisten onderhandelen niet tot nauwelijks met uitgevers. De prijzen staan vast, tenzij je zelf met een voorstel of project komt waar uitgevers brood in zien. Onkosten voor huur van een studio of visagist kunnen worden gedeclareerd alleen wat hiervan de prijs is, is geen onderwerp van onderhandelen, c.q. zijn voorgegeven. Met commerciële partijen wordt wel onderhandeld en daar kan een veelvoud verdiend worden van het bedrag dat uitgevers bieden. Bij de filmcrew leeft de wens om te onderhandelen over tijd en inzet van tijd (het aantal dagen en soort dagen, zoals voorbereidingsdagen en draaidagen) in plaats van tarieven. De gevestigde namen binnen de deelsectoren onderhandelen hier ook over en hebben de ruimte om gaandeweg een project nieuwe schattingen te maken van de inzet van eigen uren en van ingehuurde uren.

2.3 Waarin zit onderhandelingsruimte en waarin staat men sterk, waarin zwak?

Onderhandelingsruimte lijkt vooral samen te hangen met het moment waarop zelfstandigen betrokken worden in het onderhandelingsproces. Tot op heden is dat meestal te laat, waardoor tarieven als voldongen feiten worden gepresenteerd, c.q. niet (meer) onderhandelbaar zijn.

Het probleem in bijvoorbeeld de archeologie is dat al voorafgaand aan archeologisch onderzoek (in de aanbestedingsfase) bedragen worden vastgesteld voor de verschillende onderdelen van het werk. Hierdoor valt er voor zelfstandigen die aan de uitvoeringskant zitten weinig meer te onderhandelen. Ook adviseurs in deze sector zien wel de aanbestedingsbedragen maar hebben geen realistisch beeld van de werkelijke kosten en de winstmarges die opdrachtgevers maken. Opgravingsbedrijven schrijven in op aanbestedingen. In de meeste gevallen wordt het project gegund aan de goedkoopste inschrijving. Pas ná deze gunning huren de opgravingsbedrijven, al naar gelang de behoefte, zelfstandigen in voor (delen van) de uitvoering. De budgetten daarvoor zijn dan dus al lang bepaald, waardoor de onderhandelingsruimte beperkt is. Het ondernemersrisico wordt zo door de opgravingsbedrijven doorgeschoven naar de zelfstandigen die ze inhuren: 'die moeten het er maar voor doen'.

Ook in de cultuureducatie-, fotografie- en de filmwereld zitten er partijen op afstand die de prijzen bepalen en waarmee in de praktijk niet altijd (of liever gezegd, bijna nooit) mee in onderhandeling getreden kan worden. Centra voor de Kunsten en scholen hanteren vaste

tarieven die veelal niet met diegenen die de zelfstandigen inhuren te onderhandelen zijn. Op landelijke schaal zijn koepels in de onderhandelingsgesprekken over tarieven in de cultuureducatieve sector betrokken, niet de beroepsgroepen van diegenen die het werk moeten doen. De grote uitgeversconcerns hebben ook de tarieven voor fotografen en fotojournalisten vastgelegd. De beeldredacteurs waarmee de zelfstandige fotografen contact hebben 'kunnen hieraan niets veranderen'. Het factureren is ook geautomatiseerd waardoor het onmogelijk wordt in een gesprek met een 'echt persoon' te onderhandelen over realistische kosten die zijn gemaakt. In toenemende mate wordt door opdrachtgevers in de media ook bij kleinere opdrachten (die op zichzelf (veel) te weinig opleveren om een beroepspraktijk draaiende te houden) exclusiviteit gevraagd. In de filmwereld zijn het de producenten die met hun investeerders en subsidiegevers de budgetten hebben bepaald voor de zelfstandige crewleden (en voor regisseurs, scenaristen en acteurs).

Waar ruimte zit volgens vooral de fotografen en fotojournalisten is het hergebruik van beeldmateriaal. Het gaat dan om hergebruik via online kanalen en/of via doorplaatsing naar andere titels of media van een uitgever. Over dit gebruik is te onderhandelen. Ook wordt het indexerende van tarieven genoemd, iets wat een groot aantal jaren niet gebeurd is.

Waar zelfstandigen zeggen sterk in te staan, zeker in de fotografie- en filmwereld, is dat opdrachtgevers niet op zoek zijn naar 'elke zelfstandige', maar dat ze op zoek zijn naar 'jou', naar die ene zelfstandige die past bij het dna van het medium, een bepaalde beeldtaal heeft of op de set dingen voor elkaar kan krijgen. Dat heeft mogelijk positieve effecten op de tariefbesprekingen. In de gesprekken zijn hiervan geen evidente voorbeelden gegeven. Eerder het tegendeel: sommigen zeggen gevleid te zijn dat een opdrachtgever exclusief voor hen kiest al heeft dat geen betekenis in de vorm van een hogere betaling.

Dat positieve tariefffecten niet gedetailleerd benoemd worden hangt mogelijk samen met de tegenstelling individu-collectief. Men spreekt niet graag over wat men zelf precies rekent en weet eigenlijk ook niet precies wat collectief aan tarieven courant is. Er is zeker in de fotografie- en filmwereld op zijn best sprake van informele collectiviteit. Uiteraard zijn er tal van beroeps- en vakverenigingen, binnen de koorwereld, de anorganische archeologie, de fotojournalistiek, voor filmscouts, geluidsmensen, editors, etc., maar in de praktijk van alle dag, zeker bij het onderhandelen over een opdracht, staat een zelfstandige er alleen voor en weet men ook weinig over wat anderen vragen. 'Af en toe spreken we elkaar en kijken we wat een ieder vraagt.' De filmeditors hebben nog een soort erecode waarbij 'je niet zomaar voor iemand gaat werken van wie je weet dat ie altijd met een collega werkt'. In de meeste gevallen wordt echter aangegeven dat men geen 'collectiviteit' ervaart, niet als collectief optreedt en ook niet kan terugvallen op iets wat collectief is afgesproken. Er wordt wel ervaren dat er een grote onderlinge concurrentie is en sommigen vinden zelfs dat 'men niet collegiaal is'. Komt bij dat men zegt 'te druk' te zijn met de dagelijkse betaalde werkzaamheden om toe te komen aan het samen optrekken of zich zelfs maar te verdiepen in wat anderen rekenen. Zelfs bij optredens waar het belangrijk is om als groep te verschijnen en als groep belangen te verdedigen zijn mensen afwezig omdat ze te druk zijn en elders een klus hebben.

2.4 Zijn collectieve afspraken gewenst?

Het maken van collectieve afspraken lijkt zeker gewenst. Er zijn wel wat kanttekeningen bij het maken van 'voor altijd vastliggende' tariefafspraken, maar grosso modo zijn de verschillende zelfstandigen positief over het maken van collectieve afspraken, juist omdat men, zie het laatste punt in het voorgaande stuk, zelf niet toekomt aan het maken van afspraken die het voeren van een meer duurzame praktijk mogelijk maken. Men geeft aan niet in oude contracten in het eigen archief te willen kijken, omdat men weet dat dit te confronterend zal zijn. De tarieven zijn of al vele jaren gelijk en vaak zelfs gedaald in plaats van gestegen. Dat is de realiteit van vandaag de dag.

In collectieve afspraken moeten verschillende aspecten meegenomen worden: soorten tijd (zoals voorbereidings- en uitvoeringstijd), bijscholing, voorzieningen voor ziekte, arbeidsongeschiktheid en voor de oude dag, maar ook de mogelijkheid eens een dag vrij te zijn of voor iemand anders te zorgen. Er moet ook naar het perspectief van het product worden gekeken. Het voorgaande gaat over de maker en zijn uren inzet. Maar het moet ook gaan over de waarde dat een product, zoals een beeld, heeft. Goede afspraken over de balans tussen eerste gebruik en hergebruik zijn in dit geval op zijn plaats. Ook relevant in dit verband is de discussie over wat nu verstaan moet worden onder een dag werk: 'Hoeveel uren gaan erin, wat is aan overwerk, is het inclusief of exclusief reistijd en lunch, vallen alle aanwezigen op de set dezelfde regeling, hoe zit dat met de niet-aanwezigen in productie en post-productie, wat zijn bijzondere dagen (in het buitenland is dan de dagprijs hoger, in Nederland niet)'.

De basis 'loon naar werken' en de mogelijkheid om een 'gezonde' praktijk te voeren staan centraal. Men wil 'gewoon' loon naar werken, een 'normale' vergoeding, niet omdat makers bijzonder zijn, of omdat men maatschappelijk belangrijk werk doet, maar gewoon omdat het ook elders in de economie normaal is dat je wordt betaald voor producten of diensten. Alleen, op je eentje, kan je dat niet bereiken. Collectieve afspraken zijn de logische keuze. De basis moet zijn dat je een 'gezonde praktijk' kan voeren. Collectieve afspraken moeten daarop gericht zijn. Wat een gezonde praktijk is, staat open voor discussie. Wel is de suggestie dat in collectieve afspraken een aantal vaste posten moeten worden benoemd, vooral over benodigde tijd voor het leveren van diensten en over ervaringsjaren, en dat daarnaast ruimte komt voor individuele onderhandelingen. Ook de koppeling van de afspraken aan loonniveaus, zoals in de honorariumrichtlijn die in de beeldende kunst bestaat wordt als positief ervaren.

De vraag is of dit voor alle deelsectoren tegelijk of zelfs voor alle rollen binnen een deelsector collectief kan worden bepaald. Denk aan het hierboven genoemde moment waarop men bij onderhandelingen betrokken wordt en vooral zou moeten worden. Dit kan per deelsector anders uitpakken en hiermee moet in het maken van afspraken rekening gehouden worden.

2.5 Wat moet er verder gebeuren aan de onderhandelingspositie?

Van groot belang wordt het bewust maken van partijen genoemd die indirect betrokken zijn bij de prijsafspraken in de culturele en creatieve sector. Gemeenten stellen hoe eisen aan hetgeen ze financieel ondersteunen, bijvoorbeeld in de cultuureducatie, ook wat betreft het bereiken van

maatschappelijke doelen. Dat terwijl budgetten verminderen. Het gevolg is dat alleen nog welwillende amateurs bereid zijn, c.q. tegen zeer geringe vergoedingen bereid zijn om diensten te verlenen in de culturele en creatieve sector. De 'inhuur' van vrijwilligers en andere liefhebbers neemt toe. Ook in de wereld van de media zien we een soortgelijke ontwikkeling, aldus de fotografen. Culturele en creatieve productie wordt hobbyïsme, iets om erbij te doen. Er wordt aangegeven dat prijsdalingen op een zeker moment effect hebben op de kwaliteit van producten en diensten, Als voorbeeld worden de regionale media genoemd die lager betalen dan de landelijke media. 'Goedkoper' lijkt het als aanprijzing altijd te winnen van 'beter'.

Makers willen ook eerder inzicht in de prijsafspraken van die instanties waar zij van afhankelijk zijn. Er is nog veel onduidelijkheid over geoffreerde kosten of bij subsidiënten ingebrachte bedragen op basis waarvan makers uiteindelijk worden betaald. Er is ten aanzien van de meer commerciële praktijk veel onbekend over de exploitatie en -mogelijkheden van de producten en diensten waaraan zelfstandige een bijdrage leveren. Kennis van en inzage hierin en omtrent de winstmarges is nodig om zicht te krijgen op de werkelijke waarde van de prestaties. Het is voor zelfstandige fotografen en fotojournalisten zo goed als onmogelijk om op individuele of op groepsbasis met uitgevers in gesprek te raken over tarieven. De fotografen en fotojournalisten vragen, als het gaat om tariefafspraken, aandacht voor mogelijke 'kartelvorming' bij de mediagroepen, niet bij de zelfstandigen zelf. Meer in het algemeen raakt dit aan het thema kennisuitwisseling. Er wordt gepleit voor inzage in de tarieven die filmproducenten opvoeren bij de fondsen. De rol van het Filmfonds wordt hier expliciet genoemd. Het fonds zou op dit vlak meer openheid moeten bieden.

Makers weten niet welke tarieven de producenten, maar ook allerlei anderen, inclusief hun naaste collega's, rekenen. Wat erop een factuur wordt gezet voor hetzelfde werk is bij de een anders dan bij de ander. De ene fotograaf factureert zonder aarzelen voor het hergebruik van beeldmateriaal, de ander doet dat eigenlijk nooit. De ene maker weet precies wat er in de commerciële sector voor verschillende categorieën online beeldmateriaal wordt betaald, de ander heeft hier geen idee van ook al worden diens werken online (her)gebruikt. Tarieven moet weer online komen en die er al zijn, zouden geactualiseerd en geïndexeerd moeten worden.

Er is ook aandacht voor de rol van 'de opleiding'. Jonge, beginnende, net afgestudeerde makers zouden niet moeten kunnen 'duiken' onder de gangbare tarieven. Er moet hen duidelijk gemaakt worden wat het kost om zelfstandig te zijn en een 'gezonde praktijk' te draaien, wat bijvoorbeeld de kostenopbouw is en hoe zich dat vertaalt naar tarieven. Deze onderwerpen zouden, net als het onderwerp 'zakelijk opereren' in het algemeen, aandacht moeten krijgen in de opleiding van de nieuwe collega's.

Leren van het buitenland wordt ook genoemd. Tariefafspraken zijn in het buitenland beter voor de makers en tariefafspraken, bijvoorbeeld bij overwerk, zijn ook beter (centraal) vastgelegd. Dat dit in Nederland niet zo is, wordt geweten aan de cultuur waarin iedere individuele maker een onnipotente ondernemer is die, al bewijst de realiteit het tegendeel, uitstekend voor zichzelf kan zorgen.

3 Recapitulatie

We kijken nog eens vanuit de startvragen naar de bevindingen. Is er bij makers behoefte aan afspraken over contractvoorwaarden met opdrachtgevende partijen en welke onderdelen gaat het dan om? Hoe verhoudt die behoefte zich tot de onderhandelingspositie van makers? Is het gezien de behoefte en onderhandelingspositie nodig om tot collectieve afspraken te komen? En, hoe zou een experiment met maken van collectieve afspraken er dan uitzien? Deze vragen pakken we hieronder op.

3.1 Behoeftte aan afspraken

Er is behoefte aan het maken van afspraken. Vooral over de soorten tijd en inzet willen makers afspraken. Voorbereidingstijd, reistijd, les/speel/uitvoeringstijd, overwerktijd en tijd besteed in weekenden en 's avonds, tijd die opgaat aan promotie, optredens en presentaties, al deze vormen van tijd en inzet worden breed over alle sectoren heen genoemd. Afspraken over tarieven voor eerste gebruik en hergebruik van werk is een heet hangijzer bij mediafreelancers. Net als afspraken over de kosten van gevraagde exclusiviteit. Vergoedingen voor materiaal, uitrusting en zelfs arbeidsomstandigheden zouden afgesproken moeten worden in de archeologiesector. In de cultuureducatiesector wordt het thema ervaringsjaren aangesneden als een gewenst onderdeel van te maken afspraken. De discussie over de hoogte van tarieven staat vaak op het tweede plan, maar er is in elk geval wel behoefte aan actualisering en afspraken waardoor de inmiddels al tientallen jaren stilstaande of gedaalde tarieven naar de bestaande realiteit worden getild en ook in de toekomst meestijgen met de kosten van levensonderhoud en andere ontwikkelingen. En er wordt gewezen op de groepen die net van de opleidingen komen waarvoor aanvaardbare minimumtarieven ontbreken die aansluiten bij de gangbare tarieven van de professionals die al langer meelopen. In de cultuureducatiesector is er duidelijk wrevel over het verschil tussen de (hoge) tarieven die Centra voor de Kunsten vragen en de (lage) tarieven die in de markt gevraagd kunnen worden.

3.2 Onderhandelingspositie

In bijna alle gevallen hebben makers weinig onderhandelingsruimte, niet naar hun opdrachtgevers toe en niet naar diegenen die zij zelf inhuren toe. De 'hete aardappel' van de lage tarieven waar 'zij het maar mee moeten zien te doen' wordt ook weer doorgeschoven naar hun onderaannemers. Zeker als men een tijd geen werk heeft of als men ooit 'gedwongen' zelfstandige is geworden, wordt er weinig onderhandeld.

De onderhandelingspositie van makers is vaak zwak. Veel makers zitten in een afhankelijkheidspositie die neigt naar schijnzelfstandigheid. De opdrachtgever bepaalt en is vaak simpelweg niet aanspreekbaar op diens tariefstellingen. De positie wordt verder telkens negatief beïnvloed door de vele collega's die anders het aanbod wel accepteren. Als het al geen ervaren collega's zijn die de tarieven onder druk houden, dan in elk geval wel de steeds nieuwe groep jonge net afgestudeerde collega's die nog een positie moeten verwerven. De positie van zelfstandigen wordt verder verzwakt doordat men de (niet-commerciële) opdrachten

toch aanneemt (omdat ze leuk of maatschappelijk nuttig zijn; omdat er later misschien meer ruimte komt; het reputerend is, etc.), ook al weet men dat de tarieven zo laag zijn dat er alleen op deze opdrachten geen fatsoenlijke beroepspraktijk te draaien valt. Geen enkele van de genoemde interventie lijkt op zichzelf stevig genoeg om hieraan iets kunnen veranderen. Om de tendens te keren zouden meerdere interventies tegelijkertijd actief moeten zijn en altijd in combinatie met een collectieve aanpak die stevig stuurt omdat er anders steeds teveel mogelijkheden resterend om af te wijken. Het is erg moeilijk om sterke punten aan te wijzen als het gaat om de onderhandelingspositie van makers. Het enige is wellicht dat opdrachtgevers de makers nodig hebben om producten en opdrachten te realiseren, zeker die diensten en producten die passen bij 'het dna' van de opdrachtgever. Zolang er echter geen gesloten front is bij makers, hebben opdrachtgevers geen problemen om makers te vinden die voor lage tarieven leveren. Alleen de 'gevestigde namen' kunnen gaandeweg een project nog wel eens het tarief bijstellen.

Makers voorzien onderhandelingsruimte als zij eerder in het onderhandelingsproces betrokken worden. Uiteraard verandert dat op korte termijn niets aan de lage budgetten die in de sector beschikbaar zijn voor de diensten van makers. Nu is de stem van makers bij het bepalen van (aanbestedings)budgetten door gemeenten, centra voor de kunsten, koepels, producenten, mediapartijen, etc. niet hoorbaar en is de boodschap dat 'dit het is waarmee men het moet doen'. Het zou goed zijn de stem van makers eerder te laten horen, al was het maar om kenbaar te maken welk ondernemersrisico makers lopen door zo laat in het proces betrokken te zijn. Hoe dan ook, lijkt er educatie, of liever druk van onderop nodig om bij de bovenliggende opdrachtgevendende partijen effect te sorteren. Die druk moet niet alleen in 'de piramide' omhoog worden uitgeoefend maar ook naar 'zijdelings' betrokken partijen, zoals gemeenten, fondsen publiek en investeerders.

3.3 Collectieve afspraken

Grosso modo zijn makers positief over het maken van collectieve afspraken. Zelf komt men niet toe aan het maken van afspraken die de beroepspraktijk verduurzamen. In de praktijk van alle dag, zeker bij het onderhandelen over een opdracht, staat een zelfstandige er alleen voor en weet men weinig tot niets over wat anderen vragen. In de meeste gevallen wordt echter aangegeven dat men geen 'collectiviteit' ervaart, niet als collectief optreedt en ook niet kan terugvallen op iets wat collectief is afgesproken. Men staat er alleen voor en dat realiseert men zich terdege. Daarom lijkt het maken van collectieve afspraken zeker een interventie die de onderhandelingspositie van makers kan versterken en zo de opmaat kan vormen van betere tarieven voor dezelfde makers. Hier staat het komen tot betere afspraken over de thema's tijd, bijscholing, voorzieningen, en meer in het algemeen loon naar werken centraal.

Het alternatief, het via inzet op professionalisering van individuele makers komen tot het versterken van de positie van diezelfde makers in het onderhandelingsproces, is niet expliciet aan de orde gekomen. Kort wordt nu en dan verwezen naar de opleiding die makers beter moet voorbereiden op de harde werkelijkheid, en naar het beter informeren van collega's via vak- en koepelorganisaties, maar daar is het bij gebleven.

3.4 Experiment

Hoe zou een experiment voor het verruimen van de onderhandelingspositie van makers er uit moeten zien? Dit thema is in de gesprekken niet tot nauwelijks aan de orde geweest. Het lijkt wel van belang, gezien de behoefte eerder in het onderhandelingsproces betrokken te worden, om minstens per sector verschillende soorten makers en opdrachtgevers (en de partijen die hun budgetten weer bepalen) goed in kaart te brengen en te verleiden aan een dergelijk experiment deel te nemen. Mogelijk kan met een aantal 'urgente' sectoren worden begonnen, zoals de sectoren die in dit onderzoek zijn betrokken. Ook is het van belang dat dit experiment wordt begeleid door een gedegen evaluatie en monitoring zodat ook andere sectoren van de resultaten van het experiment baat bij kunnen hebben.

4 Vervolg

Er is zeker behoefte aan het maken van collectieve afspraken die worden onderhandeld door vertegenwoordigers van de sector. De soorten tijd, opleiding en ervaring moeten daarin een plaats krijgen. Loon naar werken moet het basisprincipe zijn. Dat moet leiden tot een situatie waarin een gezonde beroepspraktijk te voeren is waarin ook investeringen gedaan kunnen worden in voorzieningen voor ziekte, oude dag en bijscholing. Men wil hiernaast ruimte voor individuele onderhandelingen. De collectieve afspraken zouden per deelsector gepreciseerd moeten worden.

Ook zijn er aanbevelingen gedaan om al te handelen los van het inrichten van een collectieve onderhandelingsruimte, zoals het bewustmaken van beginners en van derden van de kosten van een gezonde beroepspraktijk, het openbaar maken van kosten die derden rekenen, het online zetten van tarieven en vooral ook het leren van hoe het een en ander elders (in het buitenland) is ingericht. Ook moet worden meegewogen dat in veel gevallen er sprake lijkt van schijnzelfstandigheid waarbij er door de 'zelfstandigen' onder geen enkele voorwaarde te spreken, laat staan te onderhandelen is over tarieven, zelfs niet als zij exclusief voor een bepaalde opdrachtgever dienen te werken.

Het lijkt raadzaam dat er een kennisbasis komt waarin ervaringen worden vastgelegd met de onderhandelingsruimte en de mogelijke consequenties die deze hebben voor inkomsten uit de werkzaamheden van betrokkenen in de gehele keten. De nadruk zou moeten liggen op de inkomsten in de beroepspraktijk van makers, maar dat er ook voorbij makers gekeken moet worden.

Bijlage: Gespreksverslagen

Cultuureducatie

Op 18 januari 2019 vond een gesprek in Utrecht plaats over tariefonderhandelingen in de sector cultuureducatie. De aanwezigen waren actief in de beeldende kunst, (hiphop)dans en (koor)muziek. De beroepspraktijk in deze deelsectoren is divers: van lessen aan groepen (zoals koren) tot een-op-eenlessen; van het geven van lessen en workshop tot het meedoen aan projecten in scholen, buurt en stad; werkend in de rol van aanbieder bij een scala van opdrachtgevers maar niet zelden ook werkend in de rol van opdrachtgever; met cultuureducatie als hoofdberoep tot voornamelijk werk binnen aanpalende sectoren en het cultuureducatiewerk in de avonduren. De werkenden in de cultuureducatiesector hebben één van de meest diverse beroepspraktijken in de culturele en creatieve sector. Het lijkt wel vaker een solistische beroepspraktijk waarbij elke zelfstandige op en voor zichzelf druk is met het verzamelen en uitvoeren van opdrachten. Het is zeldzaam (geworden) dat de werkenden (deels) in dienst zijn van een opdrachtgever, zoals een Centrum voor de Kunsten, c.q. muziek- of dansschool.

Een van de eerste punten die aan de orde kwam was het werken als zelfstandig ondernemer in de lokale setting waar een Centrum voor de Kunsten een dominante rol vervult, ook in de tariefstelling. Deze gesubsidieerde instellingen hanteren een (hoog) tarief dat in de markt, bijvoorbeeld door een zakelijk opererende dansschool, niet gehanteerd kan worden omdat potentiële klanten niet bereid zijn dat te betalen. Dat maakt het moeilijk, zo niet onmogelijk om als commerciële partij met de CvK's samen te werken. Ook bemoeilijkt het de samenwerking met zelfstandige dansdocenten (in de rol van opdrachtgever) die een tarief bij dansscholen verwachten dat niet realistisch is, c.q. als dansschool niet is op te brengen. Er kan in de markt geen 70 euro per uur worden gevraagd. Een tarief van 35 uur per les is realistisch. Voor het onderwijs is dat 45 euro. In dat geval gaat het om de betaling van lesuren, niet van voorbereidingsuren. De keerzijde is dat de marktwerking gebrekkig is: er zijn gesubsidieerde instellingen die met gratis (dans)aanbod komen. (Het is zeker de vraag of het aanbod van hetzelfde niveau is.) De analyse is dat vele zzp'ers die in de zakelijke markt willen opereren niet echt willen werken als ondernemer maar die zich spiegelen aan een docent in loondienst die kan bogen op arbeidsvoorwaarden uit een cao. Overigens 'kreeg ik pas door zelf zzp'ers in te huren zicht op de tarieven, ook het feit dat ik dus erg lage tarieven hanteerde bij mijn eigen verhuur. Een gesprek met een leidinggevende, die 'interimmer' was en mij goed begreep, leidde gelijk tot hogere tarieven. Je moet wel zelf actie ondernemen om een beter tarief te krijgen'.

Voor de koorwereld zijn er adviestarieven van dirigenten gekoppeld aan het opleidingsniveau.⁴ Het hoogste tarief is voor een koordirigent met een vakopleiding koordirectie en dat is 72,53 euro per uur. Het laagste is voor een dirigent zonder een muzikale opleiding en dat is 18,13 euro per uur. Deze tarieven zijn begin 2019 vastgesteld door Koornetwerk Nederland. Er blijft veel inzet nodig om als dirigent bij een koorbestuur kenbaar te maken wat een gangbaar tarief

⁴ Zie <https://koornetwerk.nl/wp-content/uploads/2019/01/2019-Besluit-Tarievenadvies-Dirigenten-versie-18-januari-2019.pdf>

is. Onderhandelen is erg afhankelijk van je relatie met de besturen van de koorverenigingen. Veelklagers hebben vaak een slechte relatie. Niet zelden is er de afspraak om te komen met een begintarief met de wens dit later te laten groeien. Ervaringsjaren tellen echter vaak niet mee. Ook zijn tarieven jarenlang niet geïndexeerd. De adviestarieven zijn gebaseerd op jongafgestudeerden. 'Anciënniteit zou geen hoofdonderwerp moeten zijn, maar waarom eigenlijk niet als je bedenkt dat dit wel telt in de markt?' Dirigenten en ook koorzangers zijn nooit echt partij in de tariefafspraken met opdrachtgevers (partij zijn koorcoepels, waarvan er vele zijn). Het gesprek met alle partijen zou op gang moeten komen met Koor netwerk staand voor de kant van werk-/opdrachtgevers en dirigenten en misschien ook solisten, zangers namens opdrachtnemers. Het gesprek moet breed gevoerd worden: moet gaan over tarieven en samenstellende criteria (ervaring, opleiding etc.), waarbij een breed aantal standpunten gehoord worden, en ook de rol van het verenigingsleven aan bod komt (In koorwereld is er nog sprake van een verenigingsleven, in de dans en beeldende kunst veel minder. 'Zouden deze sectoren zich niet ook meer als collectief moeten organiseren?') 'Ik ga er dan wel vanuit dat het om tarieven gaat waarmee zzp'ers in hun levensonderhoud kunnen voorzien.' 'Dan wordt het misschien allemaal wel wat duurder maar kan iedereen er in ieder geval van leven'. De spreker die ook in de rol van opdrachtgever zit: 'Ik zou dat wel willen, maar een hoger tarief kan ik niet betalen'. 'Misschien moet het onderscheid gemaakt worden in tarieven tussen zelfstandige docenten met eigen praktijk, leerlingen, etc. en de docent die door dansscholen of centra voor de kunsten ingehuurd wordt.'

Bij de tariefstelling moet ook gekeken worden naar de rol van gemeenten: de eis te innoveren wordt steeds gesteld, maar daar kan je alleen aan voldoen met professionals die nieuwe ideeën en impulsen kunnen geven. En: laat ook zien aan de gemeenten dat als je eisen opschroeft zonder budget je meer amateurs krijgt ('zij nemen het over'): zien zij wel de consequentie? In de lessen beeldende kunst is de tariefstelling eenvoudig. Vooral bij het werken voor scholen (en/of voor de buitenschoolse opvang) is het tarief vastgesteld op een x-bedrag: 'dat is het, je kan dit krijgen, klaar'. Vaak betreft het dan leestijd en geen voorbereidingstijd en er wordt ook geen rekening gehouden met materiaalkosten. Om de laatste kosten vergoed te krijgen is nog wel onderhandelingsruimte. Scholen proberen desondanks vaak lessen 'voor minder' te krijgen. Tarieven staan hoe dan ook onder druk. Scholen willen meer aanbod en terwijl er steeds minder docenten in vaste dienst zijn neemt het aantal potentiële zelfstandige aanbieders toe en dus ook de concurrentie (op tarief). Veel onderhandelingsruimte is er dus niet.

'Het zou erg goed zijn als er collectieve afspraken komen over tarieven voor les- en voorbereidingstijd'. Ook uitvoeringstijd moet meegenomen worden. Ook geld voor bijscholing wordt als facet genoemd dat in collectieve afspraken meegenomen kan worden. Ook voorzieningen voor arbeidsongeschiktheid en pensioen worden genoemd. ('Iets waar je aan het begin van je carrière niet aan denkt.') Er zou een vast tarief moeten worden bepaald, een niet te onderhandelen deel en daarnaast een deel dat belangrijk is om een gezonde praktijk te voeren, inclusief toekomstvoorzieningen (scholing, ziekte, oude dag). Belangrijk is ook het onderscheid tussen gediplomeerde docent. (Anderzijds wordt in het gesprek aangegeven dat lesgeven niet iets is wat je zomaar kan en dat kwaliteit zich dus mogelijk vanzelf uitselecteert.) In individuele onderhandelingen kun je het hebben over wat jij, met jouw opleiding, specialisatie en ervaring te bieden hebt. Bij collectieve onderhandelingen is gezamenlijkheid erg belangrijk: men moet

kunnen spreken voor de gehele beroepsgroep. En: als er collectieve afspraken komen en zzp'ers eisen kunnen stellen, moeten die eisen ook 'naar boven toe' doorwerken, moeten er dus consequenties zijn voor het aantal docenten (nu erg hoog), het aanbod (nu erg veel): dat verbetert de onderhandelingspositie, leidt tot betere tarieven, betere docenten en tevredener klanten. Collectieve afspraken maakt ook 'dat je niet individueel hoeft te onderhandelen, iets wat in een drukke aanbiedersmarkt erg moeilijk is, instaptarieven erg laag maakt en dus weinig ruimte biedt voor onderhandelen'.

Archeologie

Het tweede gesprek over tarieven werd eind maart 2019 gehouden bij de Kunstenbond in Amsterdam, nu met een groep zzp'ers in de archeologie. Ook hier verschillende rollen variërend van (redelijk goedbetaalde) zelfstandige adviseurs die opdrachtgevers en initiatiefnemers van archeologische projecten (vaak gemeenten of overheidsorganisaties als Rijkswaterstaat) bijstaan aan de ene kant en aan de ander kant (evident minder goedbetaalde) specialisten uit verschillende archeologische disciplines die door een uitvoeringsbedrijf van die projecten als zelfstandigen worden ingehuurd. Binnen de archeologie zijn er tal van beroeps- en vakverenigingen actief, afhankelijk van het soort specialisme.

In totaal gaat het om 1.000-2.000 in de archeologie actieve personen (met nog eens 1.000 personen in de 'flexibele schil', zoals uitzendkrachten en vrijwilligers), met daarvan ongeveer een paar 100 zelfstandigen. Het aantal hangt ervan af of je kijkt naar het beroepsregister of niet.⁵ Uitvoerend specialisten zijn verplicht zich te registreren om aan het werk te komen (adviseurs zijn dat niet verplicht, maar kunnen dat dus wel zijn). Het werk is toegenomen na afloop van de economische crisis toen veel bouwprojecten en dus veel archeologische projecten stil kwamen te liggen. Nu is er weinig expertise bij de bouwbedrijven en omgevingsdiensten over gebleven (die werken met een kleine vaste kern en een grote flexibele schil, inclusief uitzendkrachten en vrijwilligers) en is er dus veel werk. De ontslagen betekenen wel dat er ook veel zzp'ers deze zelfstandige rol gedwongen vervullen. Dat zijn andere mensen dan de 'zelfgekozen zzp'er'. Er is geen enkel zicht op hoeveel dat er zijn.

Al met al zijn er veel mensen die het werk willen doen ('iedereen is concurrent van elkaar') en dat zet druk op de tarieven. Onderhandelen over tarieven is afhankelijk van de fase waarin je wordt ingehuurd, bij de eerste fase waarin advies geboden is aan opdrachtgevers, initiatiefnemers en het bevoegd gezag of de latere fase waarin een project in uitvoering is en moet worden bepaald wat er in de bodem archeologisch van waarde is. Dat laatste kan uiteraard alleen maar blijken als een project gaande is. Dat betekent ook dat verwachtingen en ook contracten gaandeweg vaak worden bijgesteld. De contracten gaan uit van vaste en berekenbare kosten (x euro per x aantal voorwerpen dat bijvoorbeeld bij een opgraving wordt gedetermineerd).

Eén van de aanwezige adviseurs legt uit hoe een aanbesteding in de praktijk werkt: 'Projectontwikkelaars worden in het kader van ruimtelijke ordening wettelijk verplicht tot het

⁵ Zie <http://beroepsregistratie.nl>

uitvoeren (en betalen) van archeologisch onderzoek (bv in kader bestemmingsplanwijzigingen). Bevoegde overheden (rijk, provincie, gemeente of waterschap) stellen eisen aan dat onderzoek middels een Programma van Eisen (PvE). Dat PvE bevat de kwaliteitseisen die aan het onderzoek worden gesteld. Adviseurs helpen overheden en opdrachtgevers om het onderzoek aan te besteden adhv van deze eisen. Opgravingsbedrijven schrijven in op deze aanbestedingen. In de meeste gevallen (maar niet altijd!) wordt het project gegund aan de goedkoopste inschrijving. Pas ná deze gunning huren de opgravingsbedrijven, al naar gelang de behoefte, zelfstandigen in voor (delen van) de uitvoering. De budgetten daarvoor zijn dan dus al lang bepaald, waardoor de onderhandelingsruimte beperkt is. Het ondernemersrisico wordt zo door de opgravingsbedrijven doorgeschoven naar de zelfstandigen die ze inhuren; die moeten het er maar voor doen.'

Met of zonder vooraf een adviseur te consulteren neemt het bevoegde gezag dus een beslissing of een opgraving moet plaatsvinden en wordt onderhandeld met een uitvoerend bedrijf of een project binnen een bepaald programma van eisen voor een bepaald bedrag kan worden uitgevoerd. Pas dan breekt de fase aan dat specialisten worden benaderd: 'dan ligt de prijs vast en moet je binnen die prijs onderhandelen.' Algemeen is het gevoelen dat zelfstandige archeologen te laat bij de uitvoering van projecten worden betrokken. Het probleem hier is dat al voorafgaand aan het onderzoek (in de aanbestedingsfase) bedragen worden vastgesteld voor de verschillende onderdelen van het werk. Hierdoor valt er voor zelfstandigen die aan de uitvoeringskant zitten weinig meer te onderhandelen. In het algemeen zijn die bedragen (veel) te laag, zeker gezien de wettelijke eisen die aan de kwaliteit worden gesteld. Hierdoor wordt het vrijwel onmogelijk om een behoorlijk tarief te hanteren.

Belangrijk is te weten dat veel adviseurs niet betrokken zijn bij de uitvoering van onderzoeken en daardoor geen realistische kijk hebben op de daadwerkelijke kosten; ze zien alleen de bedragen bij de aanbestedingen maar weten niet wat de werkelijke kosten en de winstmarges zijn. Het zou goed zijn prijzen af te geven die realistisch zijn. Het advies is het tarief nooit naar beneden aan te passen, maar een korting aan te bieden als men de opdracht graag wil en het budget beperkt is. Het is gecompliceerd: want als je de opdracht niet krijgt, heb je ook geen inkomen, 'dan is het moeilijk je rug recht te houden'. (Het is belangrijk aan het werk te blijven, want om gecertificeerd te blijven in het beroepsregister is een xx aantal uren werk per jaar nodig.) Komt bij dat het bij de tariefafspraken niet altijd gaat waar het over moet gaan: het aantal uren dat je er mee kwijt bent. Vaak het aantal handelingen per determinatie aan bod en niet het aantal uren. Is bijvoorbeeld het aantal 'uitleveringen' bij een opgravingen gering dan heb je ook weinig verdiend. Het lijkt erop dat specialisten niet zomaar kunnen leven van hun werk, in tegenstelling tot de adviseurs. Specialisten hebben er vaak een andere functie/baan bij. Adviseurs zitten wel in de positie dat zij kunnen zien in een aanbesteding of er marktconform wordt betaald.

Wat betreft collectieve afspraken, zou het vooral goed zijn te normeren wanneer, in welk stadium, archeologen in het proces betrokken worden. 'Dat is beter dan tariefafspraken'. De initiatiefnemers zouden zich hiervan bewust moeten zijn: 'Rijkswaterstaat, provincies, gemeenten, waterschappen... iedereen'. Er wordt veel energie besteed aan een stelsel protocollen voor specialisten: wat op welke manier moet gebeuren. En er is een discussie over

opgraaftechnieken waarvan het nut niet wordt gezien. Ondertussen is er sprake van los zand en spelen gemeenten en andere opdrachtgevers ieder een rol, los van elkaar. Er is zeker een gedeeld belang richting erfgoed, maar niet over de juiste betaling/beloning die er voor alle partijen bij hoort. Er zou gekeken kunnen worden naar gemeenten waar het wel goed gaat en die in hun subsidiekaders zorgdragen voor een goede financiering van de aanbestedingspraktijk (Rotterdam, Leiden). 'We moeten de discussie ook breed voeren, inclusief de inhuur van uitzendkrachten en inzet van vrijwilligers.

Er moet helder zijn wat er in de tariefstelling moet komen: materiaal, uitrusting, professionalisering/opleidingsuren, arbeidsomstandigheden (reisafstand/reistijd, sanitaire voorzieningen). Het budget vanuit een PvE is bepalend en daar zitten bovengenoemde zaken niet in. Er is geen inzicht in wat de werkelijke kosten zijn van de opgraafbedrijven bij hun opdrachtgevers. Pas aan het eind wordt bepaald wat de uren voor specialisten en schil eromheen zijn. Adviseurs zijn nodig om op dit punt ook een rol te spelen bij opdrachtgevers en een goede balans te bepalen tussen inhoud en prijs.

Tot slot, 'je komt elkaar overal tegen, dat maakt duikgedrag onmogelijk'. Deze uitspraak doet vermoeden dat er een wereld te winnen is als adviseurs en specialisten in de wereld van de archeologie gezamenlijk optrekken in de tariefdiscussie.

Fotografie en fotojournalistiek

Het derde gesprek vond ook eind maart 2019 plaats, ook bij de Kunstenbond. Deze keer waren fotografen en fotojournalisten te gast. Het was een veelal zeer ervaren groep fotografen (vanaf hier als fotografen aangeduid, maar waarmee dus ook fotojournalisten en documentaire fotografen worden bedoeld) die werkt voor de grote landelijke dagbladen (van Volkskrant tot Telegraaf) enerzijds en voor commerciële partijen en voor de overheid anderzijds. Spontaan introduceerden de fotografen ieder voor zich de balans in percentages van inkomsten uit journalistiek en commercieel werk: gemiddeld genomen komt 33% van de inkomsten uit journalistiek werk en 66% uit commercieel werk. (Dat is niet voor alle aanwezigen zo; voor sommigen is het omgekeerd.) Grosso modo worden de (magere) verdiensten uit het eerste soort werk 'gecompenseerd' door (betere) verdiensten uit het tweede, waarmee gezegd lijkt dat journalistiek werk bij de meeste betrokkenen meer in aanzien staat dan het commerciële. 'Zo'n 20% van mijn inkomsten komt uit journalistieke projecten en 80% uit de profit/non-profitsector, waar ik dit het liefst andersom zou zien: 80%-20%'. Een enkeling voegde toe dat redactioneel werk soms ook tot het werk behoort en ook daarmee worden de beperkte verdiensten uit het fotografiewerk zelf gecompenseerd. Ook is een fotograaf nu vooral werkzaam als uitgever van (video)nieuws feeds voor grote bedrijven. Bij de start van het gesprek geven ook de veel publicerende fotografen aan dat het werk door de lage tarieven moeilijk is: 'ik sta wel overal in, en iedereen denkt altijd dat het heel goed gaat, maar dat is niet zo'.

Er zijn fotografen die zowel uitvoerder van een opdracht (opdrachtnemer) als medebepaler van een opdracht (opdrachtgever) zijn, in het laatste geval bijvoorbeeld bij de inhuur van visagisten, assistenten, etc. Met hen wordt 'niet echt' onderhandeld (vanuit een opdrachtgevende rol). Onderhandelen c.q. het uitwerken van je ondernemerschap is vooral mogelijk met commerciële

partijen. Met deze partijen is vooraf een prijs te stellen, 'hier doe het maar voor of anders neem je maar een ander', bij journalistieke partijen 'ben ik een soort verkapt in loondienst, want zij bepalen wat ik verdien'. 'Zo heeft het ANP besloten de tarieven te halveren, daar kan ik wat van vinden, maar helpen doet het niet'. 'We krijgen een brief van de Volkskrant; "vanaf volgende maand zijn dit de tarieven", daar moet je het mee doen'. Het is eerder zo dat je 20% ondernemer bent en 80% in een soort verkapte loondienst. Dit beeld wordt breed gedeeld. Als er wordt onderhandeld (veelal met commerciële partijen, maar ook wel met uitgevers) is dat over de onkosten voor de huur van een studio of de inhuur van assistentie. Daar is wel budget voor (maar ook heel weinig, 'ik kan daar niets vanaf snoepen/op verdienen; ook voor visagisten, assistenten etc. is het aanbod vaak onder hun normale uurtarief, de helft en vaak minder'; 'deze tarieven zijn ook vooraf gegeven, dus met mij als opdrachtgever van de visagisten is ook niet onderhandelen; ik krijg 150 euro voor een visagist en ik hoop dat ze het daarvoor willen doen; 'ik werk vaak met een beeldbewerker en die vraagt altijd of het redactioneel is of commercieel, in het eerste geval weet hij ook dat het bedrag laag is - 50 euro per beeldbewerking t.o.v. een dagtarief van 1.350 euro beeldbewerking voor een commerciële opdrachtgever').

Het gesprek over tarieven en het collectief onderhandelen hierover is eigenlijk iets wat niet op tafel ligt. 'Dit is zoals het werkt. Het zijn opgelegde tarieven, punt'. Dat is anders bij commerciële klussen: 'dan kijk je voor wie je het doet en of ze vast wel meer kunnen betalen.' Of je kan onderhandelen (al is het bescheiden) bij journalistieke partijen is als je zelf, 'als echte losse freelancer', met een idee/project komt wat ze wel willen hebben. Vanwege de automatisering van de uitbetaling van klussen bij deze partijen is het voor 'vaste' freelancers moeilijk om te onderhandelen. Hier gaan vaste bedragen in om: 'of je nu drie uur moet reizen of je werk af kan in de studio, het bedrag is hetzelfde. Bovendien krijg je alleen de kilometers en niet de tijd vergoed'. Men kan wel eigen facturen sturen naast declareren via het betalingssysteem alleen de bedragen die erop mogen staan zijn vooraf bepaald. Onderhandelen over b.v. inhuur van visagisten etc. doe je met de redacteur vooraf en die moet dat in het betalingssysteem goedkeuren. Er zijn geen personen meer waarmee je buiten het betalingssysteem om over je onkosten kan praten, laat staan onderhandelen. Bij de ene uitgeversgroep kan je iets ruimer declareren (b.v. door te kiezen uit verschillende dagdelen dat je hebt gewerkt, c.q. je hebt niet alleen maar één vast bedrag per beeld) dan bij de ander. Bij bepaalde titels staan de tarieven voor onderdelen (zaterdagbijlage b.v.) allemaal vast. Er zijn groepen fotografen die een betere uitgangspositie hebben, zoals reclamefotografen, gevolgd door fotografen voor vakbladen in b.v. de gezondheidszorg. Onderaan staan de fotojournalisten.

'De vraag is waarom wij de lage tarieven accepteren van b.v. de Volkskrant?' 'Omdat het werkt leuk, interessant is, word er blij van, blijer dan voor de vakbladen fotograferen.' 'Ook omdat het maatschappelijk relevant is en dat is voor mij de reden dat de overheid moet faciliteren dat er collectief wordt onderhandeld, juist omdat het niet zomaar 'alleen' leuk werk is, maar omdat fotojournalistiek een maatschappelijke functie heeft die onder deze voorwaarden niet gerealiseerd kan worden en zo niet langer door fulltime professionals kan worden vervuld'. 'Als je het er een beetje bij moet doen, fotojournalistiek, gaat het ten koste van de professionaliteit en de kwaliteit; zie de regionale pers die vaker kiezen voor hobbyisten.' De groep is het eens dat deze beweging niet alleen regionaal, maar ook landelijk 'full swing' gaande is: tarieven die zo laag zijn dat hobbyisten de enigen zijn die de foto's nog willen maken. Dat is uiteindelijk de

verantwoordelijkheid van het blad, maar er is ook nog zoiets als een 'maatschappelijke verantwoordelijkheid dat er goede journalistiek is en daar moeten ze op worden aangesproken'. En je keert het hobbyisme alleen maar 'door collectief te zeggen dit doen we niet meer voor deze bedragen'. De groep is het ook eens dat er misschien niet over tarieven zal kunnen worden onderhandeld in de nabije toekomst, wel over wat er vervolgens met je beeld gebeurt (c.q. de kwestie van auteursrechten) ook in de digitale ruimte. In dat verband wordt er ook op gewezen dat er kartelvorming in de mediagroepen is en dat dit eerder aandacht verdient dan de collectieve afspraken van makers. Ook zijn sinds de crisis de tarieven gedaald maar nu 'het beter gaat en de bedrijfswinsten stijgen, ook bij de media, blijven de tarieven dalen'.

Sommige media willen fotografen voor zichzelf houden: 'als je en in medium x en in medium y staat, wordt gezegd dat er niet meer met gewerkt kan worden. Ze willen jou voor hun zelf. Maar ze betalen niets extra als ik exclusief voor hen zou werken'. Het komt voor dat media het werken voor andere media verbieden. Ze begrijpen dat je om economische redenen voor meerdere media moet werken, maar toch willen ze dat niet. 'Zien ze je in andere media, dan krijg je gewoon minder opdrachten'. 'Ze becommentariëren je foto (online) of bellen ook op dat ze het vreemd vinden dat ze een foto van je elders zien staan'. 'Dat is zelf binnen één titel zo, b.v. dat je niet in verschillende katernen van één titel, alle met een eigen redactie, mag staan.' Media komen 'daarmee weg', c.q. dwingen fotojournalisten zo om er steeds meer naast te gaan doen, omdat er heel veel aanbod aan fotografen is bijgekomen de laatste tien jaar en op de redactie geen kennis, geen beeldredacties, en interesse in kwaliteitsbeelden meer is. Ook de specialisatie van de mediabedrijven speelt een rol: 'een redacteur zou je wel beter willen betalen, maar hij gaat er niet (meer) over, mogen niet meer betalen. Dat zijn mensen verderop in de organisatie'. Dat betekent dat fotografen niet met de juiste mensen (kunnen) onderhandelen. 'Het beetje dat je kan onderhandelen is je uren op te voeren als je b.v. ver moet reizen, dat valt niet op in het systeem en wordt geaccepteerd'.

'Wij zouden als fotografen iets moeten doen dat redacties je niet exclusief kunnen claimen, vanuit een idee dat een fotograaf past bij het dna dat ze bij hun blad/katern koesteren'. Wat zou je zelf moeten doen, wat is je eigen rol, wat moet je samen doen? Het individueel optreden tegen misstanden wordt als een te groot risico gezien. 'Je wil werk, je werk publiceren, daar doe je het voor.' Er is ophef in de groep dat iemand in noodgevallen een medium uit de brand helpt met een foto voor 50 euro. 'Dat kan gewoon niet'. Er wordt nogmaals aandacht gevraagd voor hergebruik. 'Als dat redelijk betaald wordt dan is een laag tarief ok, dan verdien je er uiteindelijk aan.' Een fotograaf vertelt dat ze gewoon factureert als een foto in een andere titel in eenzelfde mediagroep wordt herplaatst. Dat deed een andere fotograaf nooit. Ofwel: er is onderling de beroepsgroep nog niet veel kennis en consensus over de manier van optreden. Uitwisselen van informatie is belangrijk. En de kwestie van kartelvorming betekent dat als je collectief afspraken wil, 'al is het maar dat je als Volkskrantfotografen laat weten dat je het voortaan samen zo gaat doen', dat niet kan. Komt bij dat je, al zou je samen afspraken kunnen maken, zwak staat als niet alle fotografen meedoen aan de nieuwe praktijk. Bovendien: ze willen niet elke fotograaf, maar jou, dus als je dan als groep optreedt en niet meer als éénpitter kan je wat bereiken tegenover een batterij advocaten zit of bestuurders die letterlijk zeggen dat ze voor jou tien anderen krijgen en je naar het gat van de deur wijzen.' Er wordt opgemerkt dat niet alleen de fotografen richting weinig geïnteresseerde bestuurders moeten optreden, maar ook de art

directors/beeldredacteuren, ook zij moeten zeggen dat ze zo niet kunnen werken, ze anders niet kunnen maken wat ze willen'. Dat gebeurt niet om dat er altijd wel gemaakt wordt wat men wil. De acties in januari (met het streven naar een dag zonder foto's in de kranten) hebben volgens sommigen niets opgeleverd, volgens anderen wel tot gevolg gehad dat het gesprek op gang is gekomen en verdere verslechtering niet wordt geaccepteerd.

Het idee van werken tegen laag tarief voor je exposure, je reputatie en eventuele opdrachten daarna (ook in de commerciële wereld) wordt niet door fotojournalisten onderschreven. Wel meer door fotografen die met hun werk willen laten zien hoe ze werken, wat hun beeldtaal is, die haast werken als een kunstenaar, die zien ook vervolgoopdrachten, de anderen niet, zij moeten het nieuws volgen en nu leveren. Misschien moet je bepaalde, vrolijke, niet-depressieve foto's maken om vervolgoopdrachten buiten fotojournalistiek om te krijgen. Zeker is dat de fotojournalistiek zich onderscheidt van andere fotografie. 'Idealiter zou je 100% hiervan moeten kunnen leven om ook dat maatschappelijke belang te dienen, onafhankelijk te zijn en je nooit te hoeven afvragen of je iets wel zou moeten doen. Dat een fotograaf nu voor Shell werkt en voor de krant wordt als minder problematisch gezien dan als een schrijvende journalist te zou doen. Dat accepteren we niet. Een dubbele moraal waar niemand meer moeilijk over doet'.

Er is discussie over wat er betaald wordt aan tarieven per (serie) foto's, per dag (weekend of niet), al dan niet cover (meer)/binnenwerk (tarief 2/3 vd cover) etc. Er is verbazing dat de uitgever uitmaakt of je op de cover komt en dus wat je uiteindelijk betaald krijgt. Andere onderhandelelementen behalve tarieven naar voornoemde onderverdelingen is vooral het doorplaatsen van foto's, dat gebeurt standaard maar daar krijg je niet (altijd) automatisch voor betaald. De grootte doet er, zeker in digitale tijdperk, niet toe, de opdracht zelf moet goed betaald worden. Wel moet opgelet worden dat als bladen reclame maken met de cover in abri's etc., 'dat je er dan achteraan gaat voor extra betaling'. Dit gebeurt allemaal automatisch, is weliswaar steeds een nieuwe openbaarmaking, maar wordt niet steeds betaald. Punt is steeds dat wij geen vuist kunnen maken. De uitgevers hebben geen belang en geen noodzaak iets te doen, want er werken toch wel kwalitatief goede fotografen voor ze.' Deze cultuur van gratis gebruik (en wat later wordt gezegd: 'het gevoel dat je maar een radartje bent en blij mag zijn dat je mee mag doen') wordt als afwijkend gezien ten opzichte van die in reclamewereld, daar vragen ze als ze een foto hergebruiken op een andere plek naar de kosten ('elke nieuwe outlet is opnieuw de dagprijs, betalen ze gelijk'). Het wordt als vreemd ervaren dat commerciële partijen meer betalen, een grote bereidheid hebben en dat maatschappelijke partijen (kranten, omroepen) dat niet doen, die bereidheid niet hebben en vooral dat wordt gedoogd. Ook door ons: 'we staan erbij en kijken er naar'. In de opleiding zou hier al aandacht voor moeten zijn: 'als jij als groen blaadje alles doet voor weinig, dan maak je de markt kapot'. En een groot punt is het samen optreden: 'in het gesprek met de Volkskrant waren we maar met vier, terwijl we er 30 op de maling list hadden staan. Men kon komen, omdat men moest werken.' Er is ook angst voor werk, 'men wil niet altijd praten', de voorbeelden dat men niet meer werk krijgt als men praat/moeilijk doet zijn legio. Men gaat niet vanzelf veranderen, 'je zult ze moeten dwingen omdat er een maatschappelijk belang in het geding is'. Dat geldt voor geschreven journalistiek en fotojournalistiek, maar ook voor (journalistieke en kunstzinnige) portretten in de journalistieke media. Alles wat een nieuwsmedium weergeeft.

De discussie wordt gekoppeld aan de maatschappelijke betekenis van nieuwsmedia terwijl de groep uiteindelijk beaamt dat de kern van het verhaal is of je voor werk normaal betaald krijgt, zoals ieder ander in de economie, los van het gegeven of het medium een maatschappelijk rol vervuld, of je ervan kan leven, etc., gewoon loon naar werken. Loon waarvan je je ook kan verzekeren, tegen ziekte en oude dag, een dag vrij te nemen, een opleiding te volgen. 'Wat je nu krijgt, b.v. 150 euro voor een portret bij de NRC, is gezien de tijd die er gaat zitten te weinig om deze zaken te financieren.' De hoeveelheid tijd die je aan iets besteed moet je wel scherp bewaken, je moet zelf verantwoordelijkheid nemen zodat je niet teveel tijd erin steekt. Verstandige keuzes maken is onderdeel van je opdrachtnemerschap. 'Ik maak afspraken met sommige media dat foto's altijd bij mij in de studio gemaakt worden.' Ook belangrijk dat je niet maar één klant hebt (ANP b.v., die tot veler schrik de tarieven halveerde). Anderzijds moet je met veel kleine klanten ook uitkijken want dan hou je vaak weinig tijd over voor acquisitie bij commerciële klanten. Behalve collectief onderhandelen helpt het ook om aandacht te besteden aan het beter zakelijk opereren van fotografen. Er is ook een gevoel niet serieus genomen te worden t.o.v. het topsegment ('voor Erwin Olaf betalen ze heus wel').

Tot slot, over collectieve tariefafspraken wordt onderkend dat samen optrekken beter is dan alleen (dat werkt niet), maar er is ook weerstand tegen het idee dat er wordt opgelegd wat tarieven zijn en er geen onderhandelingsruimte is. 'Het is niet goed als helemaal vaststaat wat je voor een foto in de krant mag vragen. Wel als het vertaald wordt als een minimum zoals er een minimumloon is.' Een vergelijking met de honorariumrichtlijn dringt zich op, 'is misschien te simpel voor fotografie, maar je kan er wel een basis uithalen. De richtlijnen zouden ook rekening moeten houden met ervaring, voorbereidingstijd, etc.' Richtprijzen (zoals bij Foto Anoniem; 'is geen norm maar iedereen kijkt er naar') zijn handig als start voor onderhandelen. Ook moeten opdrachtgevers worden verduidelijkt wat het kost zelfstandige te zijn, vergeleken met wat er voor een vaste medewerker allemaal betaald wordt. Ook redacteurs hebben geen idee wat er van het een bedrag af moet. 'Men weet niet eens dat een studio huren, licht, etc. geld kost.' 'We moeten er ook echt voor zorgen dat tarieven online niet omlaag gaan, zeker nu de digitale omslag echt gaat spelen, ook omdat dan ook hergebruik gaat boomen. Er zijn nu ook allerlei nieuwe soorten online beeldgebruik in de commerciële wereld, waar online eerst een verzamelcategorie was, heb je nu van alles, van banner, website tot marketing, afhankelijk van het gebruik van de foto'. Aan hergebruik zit ook nog een ander aspect zeker in de fotojournalistiek: 'als je meer dan één foto inlevert bij sommige media, b.v. 20 en ze gebruiken er één dan mogen ze de andere 19 gewoon in andere outlets gebruiken'.

Tip: vraag ook wat regionale fotojournalisten met deze thematiek aanvangen? In het algemeen missen de gesprekspartners een vergelijkend inzicht in de tariefsituaties bij de verschillende uitgevers.

Filmcrew

Het vierde en laatste gesprek was met verschillende crewleden uit de filmsector en dit gesprek was begin april 2019, opnieuw bij de Kunstenbond. Aanwezig zijn mensen die actief zijn in locatiescouting en -management, opnameleiders/assistent directors, production design. Camera- en geluidsmensen en editors ontbreken vanwege concurrerende activiteiten op het

moment dat het gesprek plaatsvond. (Er is kort gebeld met een editor/bestuurslid NCE, Nederlandse Vereniging van Cinema-Editors.)

De eerste kanttekening wordt gemaakt tegen het onderhandelen over 'tarieven'. Die hangen sterk af van de werkportefeuille. 'Alle discussie over bedragen is van tafel als we 2-3 maanden niet meer gewerkt hebben. Dan werk je voor ieder bedrag waarmee een ieder langskomt. Ook met de crisis zijn de tarieven gedaald. Tarieven zijn altijd wat 'vloeiender' voor crewleden. Ik ben veel meer voor onderhandelen over voorwaarden. Die kan je erbij zetten of eraf halen.' Een voorbeeld van de opnameleider: 'ik ben verantwoordelijk voor de planning en verloop op een opnamedag. Ik kan geen overwerk berekenen. Dat wordt als mijn verantwoordelijkheid gezien, terwijl de regisseur of de cameraman zorgt voor het ontstaan van overwerk.' Er wordt vooraf onderhandeld over tijd en inzet met uitvoerend producent. Dat wordt geaccepteerd van mensen met reputatie (een groep van 5-8 man op de totaal ca. 40, die niet echt samen optrekken, maar wel eens per jaar afspreken en dan kijken wat een ieder vraagt, zodat 'je eens in de 2-3 jaar wat op je tarief doet'). De onderhandeling kan leiden tot een opslag van 45% van de vooraf geboden aanneprijs (zonder overtijd en kilometervergoeding). Inzet zijn dan het aantal en soort dagen: voorbereidingsdagen (b.v. voor het maken van de planning van een speelfilm, ook die van andere crewleden, zoals make-up, kleding, etc.) en draaidagen. 'Ik attendeer de producent erop als iets niet kan in die tijd, op die dag, voor dat bedrag, ook namens andere crewleden. Letterlijk dat iets niet in 22 maar alleen maar in 24 dagen kan, zeg ik, na het lezen van het script. Producenten maken een budget zonder dat die ge-'fact checkt' is of hetgeen men wil wel kan voor dat bedrag, c.q. in die tijd'.

Vanuit production design volgt een vergelijkbaar verhaal. Ook hier een hard 'gevecht' om bij dalende budgetten redelijk betaald te krijgen. 'Ik ben verantwoordelijk voor het ontwerp van het beeld, hoe de film eruit gaat zien'. Na lezen script komt een beeldvoorstel dat besproken wordt met regisseur en cameraman, op basis hiervan 'maak ik een budget: voor mezelf, de middelen en het team van constructors, schilders, financiële afdeling, logistieke afdeling, mensen die spullen zoeken, etc.' 'Vroeger zat de 'art department' op 12% van het werkbudget van een film, nu op 6% en er wordt zelfs wel 4% aangeboden'. We hebben wel zicht op wat het werkbudget is. Het is voorgekomen dat er na juridisch getouwtrek inzage kwam in wat er voor een crewlid wordt gerekend bij subsidieaanvraag en dat is vaak evident meer dan er daadwerkelijk wordt betaald/overeengekomen met dat crewlid.' Het budget dat vanuit production design wordt gemaakt is vaak hoger, zeker nu, dan er budget beschikbaar is. 'Ik stel dan voor of iemand anders te kiezen' of gaandeweg 'op een wekelijkse basis' geïnformeerd te worden over dreigende budgetoverschrijdingen (b.v. 'omdat een ruimte waar gedraaid moet worden opnieuw moet worden ingericht, waarop niet gerekend was') waarna dan actie kan volgen. 'Ik herverdeel dan het budget, alleen het eigen salaris staat vast, dat heb ik bepaald op basis van een berekening van wat ik minimaal per maand wil verdienen. Ik probeer ook bepaalde dagen uit te sluiten, maar als ik op die dag en dan toch ben, reken ik die niet, is dat mijn eigen keuze.' Toch wordt er ook soms voor minder gewerkt, 'omdat het een interessant project is, met veel decor, beweging etc., en ik weet dat ze weinig geld hebben. Dan ben ik daar flexibel in: dan kies ik voor het project meer dan voor het salaris.'

Dat brengt het verhaal op niet-film werk, b.v. reclames. Dat is hard werken, maar 'na 36 uur draaien hoef je gelijk een week niet meer te werken van de hoeveelheid inkomsten'. Er zit verschil in dagprijzen: '100% bij drama, voor commercials 10% omhoog, voor series 10% omlaag'. Bij locatiemanagers lopen de bedragen wat verder uiteen tussen soorten werk. 'Wij maken ook erg veel uren, vaak ook overuren, die wij niet betaald krijgen (hv: itt tot mensen die op de set meedraaien)'. Locatiemanagers zijn als kleiding en make-up departementen waar weinig rekening mee wordt gehouden, aldus de andere aanwezigen. Er worden besluiten genomen zonder zicht op het kostenaspect. De voorgaande sprekers kunnen onderhandelen of iets wel of niet gebeurt, bij 'ons is het "het moet gebeuren en je lost het maar op"'. De locatiemanagers lost allerlei zaken op en doet alle externe communicatie zodat de leiding zich volledig kan richten op de crew. Een derde van de gemaakte uren is onbetaald. De ratio betaald/onbetaald zou je in de tariefdiscussie moeten betrekken. 'Dit geldt ook voor de kledingmensen, die moeten erg hard werken, ook vaak onbetaald.' In vele buitenland is dat beter geregeld: daar zijn regelingen over overwerk, hier niet. 'Nu is het geen punt dat producenten verdienen over de rug van crew, dat is misschien nu eenmaal de markt, maar dat ze rekenen op 1/3 onbetaalde arbeid. Daar heb je een naam voor: slavenarbeid'.

In de tariefdiscussie zouden overuren, voorbereidingsuren, nachttarieven, kilometers meegenomen moeten worden. De sector is erg verdeeld, ieder heeft zijn eigen onderneming, wil het graag allemaal zelf bepalen. (HV: Dat lijkt geen afdoende redenering waarom het in Nederland slecht is geregeld; immers in buitenland zijn het ook zzp'ers en toch is het daar beter. Er wordt wel gewezen op de idee dat makers in Nederland ook van zichzelf vinden dat ze alles kunnen.) Maar het is een kring naar beneden: lage budgetten, gebruikt als verklaring voor lage betaling zzp'ers ('er zijn wel ondergrenzen voor werknemers'), dat beïnvloedt weer de bereidheid om centrale afspraken te maken. Producenten willen ook liever met zzp'ers werken, vanwege de prijs en arbeidswetgeving die ze moeten hanteren bij werknemers. Werk bieden 'ze ook nog eens zo laat mogelijk aan. Lichtmensen zijn hiertegen in actie gekomen, maar er is altijd het risico dat je geen werk meer krijgt'. Het Filmfonds zou hier een andere rol in moeten spelen dan nu, nu lijkt het de vertegenwoordiger van de producentenwereld. Samen optrekken, mede met steun van Filmfonds, zou ideaal zijn. Dat lukt misschien bij productie-assistentie, bij editors, bij locatiemanagers en production design is dat minder evident: 'die zijn minder collegiaal', als gevolg van het specialistische werk ic de locatiemensen; en de concurrentie bij production design.

Bij het collectief onderhandelen moet niet voor de hele sector tegelijk inzet gepleegd worden ('ieder heeft eigen rol, er is geen universele factor') en moet vooral duidelijk worden wat onder één dag' verstaan moet worden. Hoeveel uren gaan erin, wat is aan overwerk, is het inclusief of exclusief reistijd en lunch, vallen alle aanwezigen op de set dezelfde regeling, hoe zit dat met de niet-aanwezigen in productie en post-productie, wat zijn bijzondere dagen (in het **buitenland** is dan de dagprijs hoger, in Nederland niet). Ook kan worden gekeken naar nascholing. Ook naar verschil tussen beginners/net afgestudeerden en ervaren crew, bijvoorbeeld door in de basistarieven rekening te houden met jaren ervaring. 'Dat moet tellen. Hou dan in het oog dat beginners niet voor niks gaan werken'. Ook: bij film crews zie je vooral jongeren (i.v.m. de werkuren), het zou goed zijn iets te doen aan de uitval van ouderen, hen te beschermen.

Algemeen: betrek de fondsen, spreek ze aan op hun verantwoordelijkheid, geef aan dat 'ze er voor iedereen zijn, niet alleen voor de producenten, spreek een code of conduct af'. 'We blijven afhankelijk van de uitvoerend producent die met vaststaande budgetten komen vanuit de producenten. 'Daar hebben we geen direct contact mee'. We hebben een goede informatievoorziening nodig, onderling, vanuit producenten, en willen zien wat de tarieven zijn, welke onderdelen erin zitten. Wat betreft het onderlinge: er is nu sprake van een informele collectiviteit, geen echte groepskracht, wel vele vak-/beroepsverenigingen, maar geen formele overkoepelende vorm, 'ook daarbinnen kan je per deelsector tariefafspraken maken.' Het wordt onderkend dat er een wederzijdse afhankelijkheid is en men elkaar nodig heeft. 'We zouden als beroepsgroep moeten optrekken richting ministerie, Raad voor Cultuur, niet via producenten of fondsen laten lopen.'

Tip: Ga na hoe dit bij post-productiemensen zit, zoals editors, nu geen zicht op. Nu wordt wel gezegd dat de budgetten te krap zijn, maar 'dat we dat in post oplossen', ofwel wordt de rekening doorgeschoven. Volgens de kort telefonisch gesproken editor werken producenten vanuit een sjabloon, een excel gebaseerd op kosten van vorige producties. 'De vorige comedy kostte zoveel dus nu kost dat weer zoveel'. 'Editing is een fixed post, wil je er meer uren in steken, dat is ok, maar voor eigen rekening. Het lijkt de productie niet uit te maken of de editing beter is en de film mooi of heel mooi wordt, daar zitten hun verdiensten niet in, sterker nog hoe goedkoper, hoe beter'. Dit geluid kwam ook van de locatiemanager: dat de productie het eigenlijk niet veel uitmaakt of je nu veel of weinig tijd in de voorbereiding steekt. Dan: 'Er is zeker sprake van een erecode onder editors dat je niet zomaar voor iemand gaat werken van wie je weet dat ie altijd met een collega werkt, dat wordt eerst bij de collega even afgecheckt hoe dat kan.'