# Wat er speelt

seo economisch onderzoek

Amsterdam, maart 2011
In opdracht van WODC, met medefinanciering van OCW

# Wat er speelt

## De positie van makers en uitvoerend kunstenaars in de digitale omgeving

*SEO Economisch Onderzoek*
Jarst Weda
Ilan Akker
Joost Poort
m.m.v. Peter Risseeuw

*Universiteit Antwerpen / PR Onderzoek*
Paul Rutten

*eLaw@Leiden*
Annemarie Beunen

seo economisch onderzoek

"De wetenschap dat het goed is"

*SEO Economisch Onderzoek doet onafhankelijk toegepast onderzoek in opdracht van overheid en bedrijfsleven. Ons onderzoek helpt onze opdrachtgevers bij het nemen van beslissingen. SEO Economisch Onderzoek is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dat geeft ons zicht op de nieuwste wetenschappelijke methoden. We hebben geen winstoogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.*

SEO-rapport nr. 2011-17

ISBN 978-90-6733-601-7

Copyright © 2011 WODC, Ministerie van Veiligheid & Justitie. Auteursrechten voorbehouden.

# Inhoudsopgave

**Voorwoord** ..... i

**Samenvatting** ..... iii

**Executive Summary** ..... vii

**1 Inleiding** ..... 1

**2 Methode van onderzoek** ..... 3
- 2.1 Vragenlijst ..... 3
- 2.2 Respons en doelgroepbereik ..... 3
- 2.3 Kenmerken van de respondenten ..... 6
  - 2.3.1 Beroepsgroepen ..... 6
  - 2.3.2 Inkomen en inkomensopbouw ..... 8
  - 2.3.3 Leeftijd en werkervaring ..... 10
- 2.4 Representativiteit en validiteit ..... 12
  - 2.4.1 Toetsing aan verzendbestanden en eerdere studies ..... 12
  - 2.4.2 Validiteit ..... 15
  - 2.4.3 Conclusies representativiteit ..... 16

**3 Digitale distributie en exploitatie** ..... 17
- 3.1 Exploitatievoorkeur ..... 17
- 3.2 Kansperceptie en inkomen ..... 22
- 3.3 Sociale media ..... 28
- 3.4 Uitoefening auteursrecht ..... 29

**4 Exploitatiecontracten** ..... 35

**5 Filesharing, remixing en DRM** ..... 43
- 5.1 Filesharing ..... 43
- 5.2 Remixing en sampling ..... 52
- 5.3 Technologische gebruiksbeperkingen ..... 55

**6 Collectieve beheersorganisaties** ..... 61
- 6.1 Relevantie en aansluiting ..... 61
- 6.2 Belang CBO in het digitale tijdperk ..... 64
- 6.3 Tevredenheid ..... 65

**7 Profielen van makers en uitvoerend kunstenaars** ..... 79

**8 Conclusies** ..... 87

**Referenties** ..... 89

**Bijlage A** **Vragenlijst** ..... 91

**Bijlage B** **Steekproef en respons** ..... 115

**Bijlage C** **Representativiteit** ..... 127

**Bijlage D** **Communicatie door Pictoright en BNO bij uitnodiging enquête** ..... 145

**Bijlage E** **Multivariate analyse** ..... 149

**Bijlage F** **Geïnterviewden en begeleiding** ..... 169

# Index figuren en tabellen

## Figuren


Figuur 2.1 Responspercentages per verzendpartij ... 6
Figuur 2.2 Belangrijkste activiteit respondent (N=4645) ... 7
Figuur 2.3 Meerderheid is parttimer en wil meer werken (N=5602) ... 8
Figuur 2.4 Bruto jaarinkomsten 2009 naar beroepsgroep (hoofdniveau) ... 9
Figuur 2.5 Inkomensopbouw (N=2726) ... 9
Figuur 2.6 Inkomensopbouw naar beroepsgroep (hoofdniveau) ... 10
Figuur 2.7 Leeftijdspreiding respondenten (frequentie, N=3920) ... 11
Figuur 2.8 Aantal jaar ervaring als maker/uitvoerend kunstenaar (N=3989) ... 12
Figuur 2.9 Leeftijdsvertegenwoordiging respondenten t.o.v. Nederlandse bevolking ... 14
Figuur 3.1 Exploitatievoorkeur per leeftijdsgroep (N=3744) ... 17
Figuur 3.2 Exploitatievoorkeur per beroepsgroep ... 18
Figuur 3.3 Vaststelling prijs en gebruiksvoorwaarden (N=4299) ... 19
Figuur 3.4 Collectieve vergoedingsregeling (N=4325) ... 19
Figuur 3.5 Vertegenwoordiging door agent/manager (N=4281) ... 20
Figuur 3.6 Rolverschuiving exploitatie (N=4311) ... 20
Figuur 3.7 Volledige rechtenoverdracht per beroepsgroep ... 21
Figuur 3.8 Noodzakelijke rechtenoverdracht (N=4412) ... 21
Figuur 3.9 Voorkeur voor licenties (N=4402) ... 22
Figuur 3.10 Terugverdienmogelijkheden exploitant (N=4393) ... 22
Figuur 3.11 Verwachting toekomstige verdienmogelijkheden per beroepsgroep ... 23
Figuur 3.12 Verwachting toekomstige verdienmogelijkheden per leeftijdsgroep ... 23
Figuur 3.13 Verwachting toekomstige verdienmogelijkheden naar inkomensontwikkeling ... 24
Figuur 3.14 Huidige verdienmogelijkheden (N=4367) ... 24
Figuur 3.15 Verdienmogelijkheden exploitant (N=4294) ... 25
Figuur 3.16 Publieksbereik (N=4361) ... 25
Figuur 3.17 Wijziging inkomensvergaring (N=4324) ... 26
Figuur 3.18 Digitale distributie als bedreiging per leeftijdsgroep ... 26
Figuur 3.19 Digitale distributie als kans per beroepsgroep ... 27
Figuur 3.20 Digitale distributie als bedreiging per beroepsgroep ... 27
Figuur 3.21 Gebruik van (sociale) media om werk te verspreiden ... 28
Figuur 3.22 Gebruik sociale netwerksites per leeftijdsgroep ... 29
Figuur 3.23 Vergoeding van iedere gebruiker (N=4581) ... 29
Figuur 3.24 Effect Pictoright-communicatie op de vraag over uitzondering van vergoeding ... 30
Figuur 3.25 Uitzonderingen naar type gebruiker (N=770) ... 31
Figuur 3.26 Bekendheid Creative Commons-licenties (N=4563) ... 31
Figuur 3.27 Redenen om geen gebruik te maken van Creative Commons-licenties (N=819) ... 32
Figuur 3.28 Effect Pictoright-communicatie op de vraag over CC-licenties ... 32
Figuur 3.29 Effect PAM op (toekomstige) verdienmogelijkheden (N=720) ... 33
Figuur 3.30 Effect PAM op publieksbereik (N=718) ... 33
Figuur 3.31 Rechtenbehartiging via PAM (N=713) ... 34
Figuur 4.1 Zwakte onderhandelingspositie per beroepsgroep ... 35
Figuur 4.2 Onderhandelingspositie naar opleidingsniveau ... 36
Figuur 4.3 Ongewilde rechtenoverdracht ... 36
Figuur 4.4 Tekenen exploitatiecontract (N=4265) ... 37
Figuur 4.5 Geen rechtenoverdracht bij leven (N=4252) ... 38
Figuur 4.6 Zelfbeschikking over rechtenoverdracht (N=4274) ... 38
Figuur 4.7 Recht om exclusieve licentie op te zeggen (N=4236) ... 39
Figuur 4.8 Risicoaversie bij exploitanten ... 39
Figuur 4.9 Onderhandelingen over (minimum)vergoedingen (N=4132) ... 40
Figuur 4.10 Gemiste exploitatiekansen ... 41
Figuur 4.11 Recht om van exploitant te wisselen (N=4129) ... 41

Figuur 4.12 Recht op aanvullende vergoeding bij commercieel succes (N=4138) ... 42
Figuur 5.1 Financiële schade door *filesharing* per beroepsgroep ... 43
Figuur 5.2 Financiële schade door *filesharing* per leeftijdsgroep ... 44
Figuur 5.3 Financiële schade door *filesharing* naar opleidingsniveau ... 44
Figuur 5.4 Financiële schade door *filesharing* naar bruto jaarinkomen ... 45
Figuur 5.5 Financiële schade door *filesharing* (N=3932~3924) ... 45
Figuur 5.6 Vergroting bekendheid van werk door *filesharing* ... 46
Figuur 5.7 Vergroting bekendheid van werk door *filesharing* naar beroepsgroep ... 46
Figuur 5.8 Mogelijkheden om in bestaan te voorzien door *filesharing* (N=3912~3919) ... 47
Figuur 5.9 Toekomstige mogelijkheden om in bestaan te voorzien door *filesharing* per leeftijdsgroep ... 48
Figuur 5.10 Harder optreden tegen consumenten die aan *filesharing* doen (N=3721) ... 48
Figuur 5.11 Harder optreden tegen consumenten die aan *filesharing* doen ... 49
Figuur 5.12 Downloadgedrag respondenten (N=3972) ... 50
Figuur 5.13 Downloadgedrag van downloaders (N=863) ... 50
Figuur 5.14 Harder optreden tegen consumenten die aan *filesharing* doen ... 51
Figuur 5.15 Aanpak van consumenten die aan *filesharing* doen (N=2310) ... 51
Figuur 5.16 Bewerking/*remixing* door respondenten (N=3846) ... 53
Figuur 5.17 Bewerking/*remixing* van werk (N=3838) ... 53
Figuur 5.18 Waardering van *remixing* ... 53
Figuur 5.19 Financiële schade door bewerking/*remixing* (N=3845) ... 54
Figuur 5.20 Bestrijding van *remixing* ... 54
Figuur 5.21 Relevantie Digital Rights Management ... 55
Figuur 5.22 Verdienmogelijkheden door DRM (N=1819) ... 56
Figuur 5.23 Verdienmogelijkheden exploitant door DRM (N=1802) ... 56
Figuur 5.24 Bescherming werk met DRM per leeftijdscategorie (N=1732) ... 57
Figuur 5.25 Bescherming werk met DRM per beroepsgroep ... 57
Figuur 5.26 Belemmering goedwillende gebruikers door DRM (N=1801) ... 58
Figuur 5.27 Schade publieksbereik door DRM per leeftijdscategorie (N=1715) ... 58
Figuur 5.28 Schade publieksbereik door DRM per beroepsgroep ... 59
Figuur 6.1 Relevante collectieve beheersorganisaties (N=4126) ... 61
Figuur 6.2 Aansluiting bij de CBO's (N=3889) ... 61
Figuur 6.3 Aansluiting bij de voor respondent relevante CBO of CBO's ... 62
Figuur 6.4 Meest relevante CBO per beroepsgroep ... 62
Figuur 6.5 Aansluiting bij een CBO naar leeftijdsgroep ... 63
Figuur 6.6 Aansluiting bij een CBO naar beroepsgroep ... 63
Figuur 6.7 Voorkeur collectieve onderhandelingen door CBO per leeftijdsgroep ... 64
Figuur 6.8 Voorkeur collectieve onderhandelingen door CBO per beroepsgroep ... 65
Figuur 6.9 Voorkeur collectieve onderhandelingen door CBO naar exploitatievoorkeur ... 65
Figuur 6.10 Rol en tevredenheid CBO ... 66
Figuur 6.11 Rol en tevredenheid CBO (vervolg) ... 67
Figuur 6.12 Rol en tevredenheid CBO (vervolg) ... 68
Figuur 6.13 Ruimte in aansluitcontract met CBO ... 69
Figuur 6.14 Algehele tevredenheid over belangenbehartiging ... 69
Figuur 6.15 Concurrentie voor de CBO ... 70
Figuur 6.16 Tevredenheid over CBO naar leeftijdsgroep ... 70
Figuur 6.17 Tevredenheid over CBO naar beroepsgroep ... 71
Figuur 6.18 Instemming met collectieve sociaal-culturele uitgaven ... 72
Figuur 6.19 Instemming met collectieve sociaal-culturele uitgaven per beroepsgroep ... 72
Figuur 6.20 Nut van de SoCu-gelden ... 73
Figuur 6.21 Verandering aan CBO ... 73
Figuur 6.22 Gewenste verandering/verbetering Buma/Stemra (N=434) ... 74
Figuur 6.23 Gewenste verandering/verbetering Sena (N=82) ... 75
Figuur 6.24 Gewenste verandering/verbetering Norma (N=42) ... 75
Figuur 6.25 Gewenste verandering/verbetering Pictoright (N=134) ... 76
Figuur 6.26 Gewenste verandering/verbetering Vevam (N=46) ... 76
Figuur 6.27 Gewenste verandering/verbetering Lira (N=69) ... 77
Figuur 0.1 Auteurs ... 117
Figuur 0.2 Vertalers ... 117
Figuur 0.3 Journalisten ... 118

Figuur 0.4 Scenario-/scriptschrijvers ... 118
Figuur 0.5 Acteurs ... 118
Figuur 0.6 Regisseurs ... 118
Figuur 0.7 Singer-songwriters ... 118
Figuur 0.8 Uitvoerende musici ... 118
Figuur 0.9 Componisten/tekstschrijvers ... 119
Figuur 0.10 Fotografen ... 119
Figuur 0.11 Beeldend kunstenaars ... 119
Figuur 0.12 Videokunstenaars ... 119
Figuur 0.13 Tekenaars, illustratoren, cartoonisten ... 119
Figuur 0.14 Ontwerpers / vormgevers ... 119
Figuur 0.15 Overige activiteiten ... 120
Figuur 0.16 Geslacht naar beroepsgroep (hoofdniveau) ... 122
Figuur 0.17 Leeftijdsverdeling: mannelijke versus vrouwelijke respondenten ... 122
Figuur 0.18 Responsspreiding ... 123
Figuur 0.19 Responsdichtheid ... 123
Figuur 0.20 Inkomensverdeling: mannelijke versus vrouwelijke respondenten ... 123
Figuur 0.21 Inkomensopbouw per leeftijdscategorie (N=2705) ... 124
Figuur 0.22 Aantal jaar relevante werkervaring naar beroepsgroep (hoofdniveau) ... 124
Figuur 0.23 Huidig aantal werkuren per week naar beroepsgroep (hoofdniveau) ... 125
Figuur 0.24 Leeftijdverdeling *Dans, theater & muziek* ... 129
Figuur 0.25 Leeftijdverdeling *Beeldende kunst, taal & overig* ... 129
Figuur 0.26 Geslacht ... 129
Figuur 0.27 Inkomen *Dans, theater & muziek* ... 130
Figuur 0.28 Inkomen *Beeldende kunst, taal & overig* ... 130
Figuur 0.29 Geografische spreiding ... 131
Figuur 0.30 Leeftijdsverdeling kunstenaars met kunstopleiding ... 131
Figuur 0.31 Geslacht personen met kunstopleiding ... 132
Figuur 0.32 Hoofdactiviteit ‘popmuzikanten’ in SEO (2011) ... 133
Figuur 0.33 Leeftijd popmuzikanten naar geslacht in IJdens *et al.* (2009) ... 133
Figuur 0.34 Leeftijd popmuzikanten naar geslacht in SEO (2011) ... 133
Figuur 0.35 Inkomensopbouw ... 134
Figuur 0.36 Opbouw inkomsten uit muziek ... 134
Figuur 0.37 Inkomensopbouw per leeftijdsgroep ... 135
Figuur 0.38 Specificatie muziekinkomsten naar leeftijdsgroep ... 135
Figuur 0.39 Netto jaarinkomen in IJdens *et al.* (2009) ... 136
Figuur 0.40 Schatting netto jaarinkomen in SEO (2011) ... 136
Figuur 0.41 Hoofdactiviteit ‘acteurs’ in SEO (2011) ... 137
Figuur 0.42 Man/vrouw-verdeling (N=371) ... 137
Figuur 0.43 Leeftijdsopbouw naar geslacht ... 138
Figuur 0.44 Inkomensopbouw ... 138
Figuur 0.45 Netto jaarinkomen in Fuhr *et al.* (2010) ... 139
Figuur 0.46 Schatting netto jaarinkomen in SEO (2011) ... 139
Figuur 0.47 Netto jaarinkomen naar type acteur in Fuhr *et al.* (2010) ... 139
Figuur 0.48 Schatting netto jaarinkomen naar type acteur in SEO (2011) ... 140
Figuur 0.49 Uitgeoefende activiteiten door beeldend kunstenaars (N=582) ... 141
Figuur 0.50 Man/vrouw-verdeling (N=495) ... 141
Figuur 0.51 Steekproefvergelijking naar beoefende technieken (N=582) ... 142
Figuur 0.52 Leeftijdsopbouw (N=495) ... 142
Figuur 0.53 Opleidingsniveau (N=504) ... 143
Figuur 0.54 Gezinssituatie (N=500) ... 143
Figuur 0.55 Aantal jaar actief als beeldend kunstenaar (N=503) ... 144
Figuur 0.56 Coëfficiëntverandering Ward’s Method (N=3552) ... 157
Figuur 0.57 Gemiddelde factorscores per cluster (N=4435) ... 159
Figuur 0.58 Gemiddelde gestandaardiseerde demografische scores per cluster (N=4435) ... 159

# Tabellen


Tabel 2.1 Informatie verzending uitnodiging enquête ... 4
Tabel 2.2 Gemiddelde leeftijd en spreiding per beroepsgroep ... 11
Tabel 7.1 Beroepenprofiel 'Digitaal resistenten' ... 81
Tabel 7.2 Beroepenprofiel 'Handhavers' ... 82
Tabel 7.3 Beroepenprofiel 'Generatie 2.0' ... 82
Tabel 7.4 Beroepenprofiel 'Analoge generatie' ... 83
Tabel 7.5 Beroepenprofiel 'Digitale debutanten' ... 83
Tabel 7.6 Beroepenprofiel 'Zelfbewuste makers' ... 84
Tabel 7.7 Beroepenprofiel 'Verontruste jongeren' ... 84
Tabel 7.8 Opinieprofielen van de clusters ... 86
Tabel 7.9 Demografische profielen van de clusters ... 86
Tabel 0.1 Doelgroepbereik: verzendpartij versus meest relevante CBO ... 115
Tabel 0.2 Gemiddelde invultijden online enquête ... 115
Tabel 0.3 Opschoning databestand ... 116
Tabel 0.4 Toewijzen open antwoorden 'anders, namelijk' ... 117
Tabel 0.5 Meest genoemde activiteiten – meerdere antwoorden mogelijk (hoofdniveau, N=4645) ... 120
Tabel 0.6 Meest genoemde activiteiten – meerdere antwoorden mogelijk (detailniveau, N=4645) ... 121
Tabel 0.7 Categorisering beroepsgroepen in 'Kunstenaars in Nederland' ... 127
Tabel 0.8 Totaal verklaarde variantie 8-factorenoplossing ... 151
Tabel 0.9 Pattern matrix factoranalyse (geroteerde factorscores) ... 152
Tabel 0.10 Factorcorrelatiematrix ... 153
Tabel 0.11 Correlatiematrix geregresseerde en gewogen gemiddelde factorscores (Pearson, N=4435) ... 153
Tabel 0.12 KMO en Bartlett's Toets ... 154
Tabel 0.13 Measure of Sampling Adequacy (MSA) ... 154
Tabel 0.14 Interne consistentie factoren ... 155
Tabel 0.15 Overlap tussen hiërarchische en niet-hiërarchische clusteranalyse (N=3552) ... 158
Tabel 0.16 Verschiltoetsen (Turkey HSD) voor factorscores (N=4435) ... 160
Tabel 0.17 Verschiltoetsen (Turkey HSD) voor demografische kenmerken (N=4435) ... 161
Tabel 0.18 Initiële clustercentra / *centroids* (N=3552) ... 162
Tabel 0.19 Uiteindelijke clustercentra / *centroids* (N=3552) ... 162
Tabel 0.20 Verdeling respondenten over de clusters (N=4435) ... 162
Tabel 0.21 Uitkomsten *multinominal logit regression* (basiscluster is cluster 2, N=4435) ... 163

# Voorwoord

Dit rapport doet verslag van de eerste brede inventarisatie van de meningen van individuele makers en uitvoerend kunstenaars ten opzichte van het beheer, de mogelijkheden en belemmeringen van auteursrecht in een digitale omgeving. Het onderzoek is uitgevoerd door een consortium van SEO Economisch Onderzoek, eLaw@Leiden en prof. dr. Paul Rutten, in opdracht van het Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum (WODC) op verzoek van de Directie Wetgeving van het Ministerie van Veiligheid en Justitie, met medefinanciering van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW).

Langs deze weg willen de onderzoekers een woord van dank richten tot de collectieve beheersorganisaties en de beroepsorganisaties, alsmede hun overkoepelende organisaties VOI©E en Platform Makers. Doordat zij hun adressenbestanden hebben ingezet, is het mogelijk geweest om ruim 30.000 makers en uitvoerend kunstenaars uit te nodigen voor deze enquête. Voorts danken wij Paul Keller van Stichting Nederland Kennisland voor zijn inspanningen om via de sociale media niet-gelieerde makers en uitvoerend kunstenaars te bereiken. Ook gaat onze dank uit naar de makers en kunstenaars die wij in de startfase van het onderzoek hebben geïnterviewd en die waardevolle reacties hebben gegeven op vroege concepten van de vragenlijst. Nuttige reacties op concepten van de vragenlijst en dit rapport kwamen ook van Mr. dr. Bart Schermer en Prof. mr. Aernout Schmidt van eLaw@Leiden en Prof. mr. Dirk Visser van het Instituut voor Privaatrecht, Afdeling Ondernemingsrecht, van de Universiteit Leiden.

Ten slotte verdienen de leden van de begeleidingscommissie een speciale vermelding voor hun bijdrage aan en ondersteuning van het onderzoeksproces. Deze begeleidingscommissie had een onafhankelijke voorzitter in de persoon van prof. mr. Antoon Quaedvlieg (Radboud Universiteit Nijmegen) en bestond verder uit vertegenwoordigers van de ministeries van Veiligheid en Justitie, OCW, EL&I en het WODC alsmede dr. Annette Scherpenzeel (CentERdata, Universiteit van Tilburg), die als onafhankelijk lid het methodologisch geweten van de begeleidingscommissie was.

# Samenvatting

*Wat speelt er onder makers en uitvoerend kunstenaars? Voor het eerst zijn de opvattingen en ervaringen van individuele makers en uitvoerend kunstenaars ten opzichte van het beheer, de mogelijkheden en belemmeringen van auteursrecht in een digitale omgeving onderzocht. Daaruit blijkt dat de meesten van hen onverkort waarde hechten aan het auteursrecht, de traditionele exploitatiestructuren en de collectieve beheersorganisaties.*

Ruim vierenhalf duizend respondenten, met een brede spreiding over creatieve beroepen, leeftijden, inkomensgroepen en andere demografische kenmerken, vulden in het najaar van 2010 een online enquête in. Een meerderheid van deze groep ziet digitale distributie en exploitatie eerder als een bedreiging dan als een kans. Het downloaden van auteursrechtelijk beschermd materiaal zonder toestemming (*filesharing*) zien zij als een bedreiging en een grote meerderheid is van mening dat op dit vlak harder moet worden opgetreden tegen consumenten en websites. Makers die zelf hun eigen werk op sites voor *filesharing* zetten zijn schaars. Ook creatief hergebruik van het eigen werk door anderen ('*remixing*') wordt over het algemeen door de meesten niet gewaardeerd of zelfs als een bedreiging gezien voor de inkomsten. Een aanzienlijk deel van makers staat positief tegenover technische (gebruiks)beperkingen (DRM).

Een meerderheid beschouwt zijn onderhandelingspositie tegenover opdrachtgevers en exploitanten als zwak en steunt voorgestelde maatregelen om die positie te versterken. De collectieve beheersorganisaties Buma/Stemra, Sena, Norma, Lira, Pictoright en Vevam worden door de bank genomen positief beoordeeld: een grote meerderheid vindt dat deze CBO's collectief regelen wat ze individueel niet kunnen en ze beoordelen hun CBO gemiddeld goed op transparantie, inspraak en service. Op al deze punten zijn er wel verschillen tussen de CBO's, waarbij Buma/Stemra het meest kritisch wordt beoordeeld door zijn achterban.

Onder deze 'gemiddelde' opvattingen, ligt een verscheidenheid aan opinies die samenhangen met achtergrondkenmerken van makers zoals hun leeftijd, inkomen, opleiding en creatieve discipline. Met clusteranalyse zijn zeven typen makers en uitvoerenden onderscheiden.

**Digitaal resistenten**
Tot deze groep behoort ongeveer 18 procent van de respondenten. Digitale ontwikkelingen hebben weinig invloed op de activiteiten van deze groep, wat samenhangt met de beroepen die in deze groep zijn oververtegenwoordigd: beeldend kunstenaars, ontwerpers en regisseurs. Auteurs, singer-songwriters, componisten en tekenaars zijn juist ondervertegenwoordigd. Digitaal resistenten werken minder dan de gemiddelde respondent in hun creatieve beroep en hebben minder dan anderen de ambitie om daar meer tijd in te stoppen. Deze groep ervaart zijn onderhandelingspositie ten opzichte van exploitanten als slechter dan andere groepen. Toch is de behoefte aan versterking van de rechtspositie klein. Ze ontvangen naar verhouding weinig inkomsten uit rechtenvergoedingen van CBO's.

**Handhavers**
Tot de groep 'Handhavers' behoort ongeveer 9 procent van de respondenten. Zij zien kansen in digitale ontwikkelingen, maar vinden de bedreiging van *filesharing* minstens net zo groot. Daarom zijn ze meer dan anderen voor strengere maatregelen om *filesharing* te beheersen. Handhavers zijn

vaker verantwoordelijk voor een aanzienlijk deel van het gezinsinkomen en zijn ouder dan alle andere groepen: 80 procent van deze groep is ouder dan 45 jaar. Beroepen die sterker vertegenwoordigd zijn onder de Handhavers zijn tekenaars, fotografen en auteurs. Deze groepen zijn voor hun inkomsten sterk afhankelijk van de exploitatie van hun rechten, maar tegelijk kwetsbaar voor ongeautoriseerde verspreiding van hun werk. Dat verklaart waarom ze internet behalve als een kans ook als een bedreiging zien. Wettelijke regelingen om de eigen onderhandelingspositie te bevorderen kunnen rekenen op steun van deze groep. Ook is men zeer tevreden over CBO's. Opvallend is de ondervertegenwoordiging van uitvoerende musici in deze groep.

**Generatie 2.0**

Zo'n 18 procent van de respondenten behoort tot de Generatie 2.0, die vooral kansen ziet in digitale ontwikkelingen, *filesharing* en *remixing*. De groep is relatief jong en voelt zich financieel niet of nauwelijks bedreigd, werkt minder uren als maker of kunstenaar, maar heeft wel de ambitie om meer uren te gaan werken. Leden van deze groep hebben relatief veel inkomsten buiten hun creatieve discipline. De groep kent een positieve inkomensontwikkeling en is minder tevreden over CBO's. Een relatief groot deel van hen, 20 procent, is niet bij een CBO aangesloten. De muziekwereld is duidelijk oververtegenwoordigd in deze groep: singer-songwriters, componisten en uitvoerend musici. Dat is opvallend omdat de muziekwereld grondig veranderd is door digitalisering, waarbij de effecten voor sommige beroepen en sectoronderdelen substantieel blijken. Een typerend kenmerk van deze groep is dat hun inkomsten voor het grootste deel uit gages afkomstig zijn en niet uit rechten.

**Analoge generatie**

Ongeveer 12 procent van de respondenten behoort tot de Analoge generatie. Deze groep vindt geen aansluiting bij digitalisering. De analoge generatie maakt weinig gebruik van nieuwe media en schat de kansen van digitale ontwikkelingen zeer laag in. Dat geldt ook voor *filesharing,* waar volgens deze groep weinig kansen, maar ook niet zo veel bedreigingen van uit gaan, vooral in vergelijking met de handhavers. Deze groep is ouder dan gemiddeld, werkt veel en heeft meer dan andere groepen te maken met een negatieve inkomensontwikkeling. De inkomsten zijn binnen deze groep voornamelijk afkomstig uit rechtenvergoedingen van CBO's en royalty's van exploitanten. Opvallend is dat deze groep ondanks het belang van rechteninkomsten, CBO's niet hoger dan gemiddeld waardeert. Zo staat deze groep negatiever dan gemiddeld tegenover collectieve onderhandelingen door CBO's over digitaal hergebruik. In deze groep zijn auteurs, vertalers, journalisten, fotografen en tekenaars meer dan gemiddeld vertegenwoordigd. De muziekwereld is ondervertegenwoordigd, evenals regisseurs, scenaristen en beeldend kunstenaars.

**Digitale debutanten**

In deze groep valt ongeveer 17 procent van de respondenten. De Digitale Debutanten zien kansen in digitale ontwikkelingen en *filesharing*, maar weten doordat zij nog weinig gebruik maken van nieuwe media, nog niet zo goed hoe zij deze kansen moeten benutten. De beroepen die in deze groep oververtegenwoordigd zijn (scenaristen, acteurs, regisseurs en auteurs) werken overwegend in sectoren die de kansen en consequenties van digitalisering voor een groot deel nog moeten ervaren. Ten opzichte van de andere groepen werken de Digitale debutanten minder uren en hebben ze minder ambities om meer te werken. Het deel van hun inkomen dat ze met creatieve arbeid verdienen is relatief vaak het resultaat van (tijdelijke) dienstverbanden of

contracten. Ze zijn tevreden over CBO's en zien ook bij digitale exploitatie een rol voor de CBO's. Deze groep is relatief oud: driekwart is ouder dan 45 jaar.

**Zelfbewuste makers**

Plusminus 15 procent van de respondenten kan worden aangeduid als Zelfbewuste makers. Zij verdienen hun inkomen vooral door exploitatie in eigen beheer en werken zelden in dienstverband. Dat is een typisch kenmerk van de verschillende beroepen die in deze groep zijn oververtegenwoordigd: fotografen, beeldend kunstenaars, tekenaars en ontwerpers. Ondanks het feit dat de werken van deze makers gemakkelijk digitaal te verspreiden zijn, is er een significante groep onder hen die samen met de beeldend kunstenaars, volop mogelijkheden ziet in het digitale tijdperk. De afkeer van *filesharing* en *remixing* onderstreept echter dat ze tevens beducht zijn voor mogelijke schaduwkanten van digitale distributie. Desalniettemin zien ze veel kansen in digitale ontwikkelingen. Ze maken relatief veel gebruik van nieuwe media en oordelen positief over hun eigen onderhandelingspositie. Hun inkomensontwikkeling is relatief gunstig.

**Verontruste jongeren**

Ongeveer 11 procent van de respondenten behoort tot de groep Verontruste jongeren. Deze groep lijkt in leeftijd en professionele achtergrond op de Generatie 2.0, maar staat aanzienlijk negatiever tegenover digitalisering en *filesharing*. Zij beoordelen de kansen van digitale ontwikkelingen niet positiever of negatiever dan de gehele populatie en zijn daarmee een stuk minder positief dan de Handhavers en Generatie 2.0. De Verontruste jongeren vormen een groep die veel uren maakt in het creatieve beroep en wier inkomen vooral uit gages bestaat. Daarnaast zijn ze minder vaak dan gemiddeld kostwinner en hebben ze een negatieve inkomensontwikkeling. Ze hebben een lagere opleiding genoten dan geldt voor het gemiddelde in de responsgroep. Over CBO's zijn de verontruste jongeren over het algemeen minder tevreden dan de rest van de populatie.

# Executive Summary

*The opinions of publishers, producers and consumers concerning copyright in the digital era are fairly well-known. Relatively little is known, however, about the opinions and experiences of creators and performers. This report fills that gap. It turns out that most creators and performers abidingly value copyright, traditional business models and collecting societies.*

Data for this study was collected through a survey sent out in the fall of 2010. More than 4.5 thousand respondents, representing a broad range of creative professions, age and income groups, completed the online survey. Generally, digital distribution and commercialisation is perceived as a threat rather than an opportunity. Most respondents are fearful of unauthorised downloading of copyright protected works and think that action should be taken against both consumers and file sharing websites. Hardly any creator shares own work on file sharing websites. An equally small minority appreciates reuse (remixing and sampling) of their work by others. Reuse is by many even perceived as a potential threat of income. A considerable part of the respondents endorsed the use of *digital rights management* (DRM).

The respondents were also asked how they see their bargaining position towards clients and publishers. Most creators and performers do perceive their bargaining position to be weak and support measures to strengthen their position. Overall, respondents were positive about collecting societies (Buma/Stemra, Sena, Norma, Lira, Pictoright, and Vevam) and think that collecting societies arrange what they could not have organised by themselves. On average, collecting societies are positively seen in terms of transparency, participation and service in general. Buma/Stemra is least favourable judged on all these issues.

Underneath these 'averages' lies a variety of opinions and experiences, partly associated with differences in age, income, education and creative discipline. Using cluster analysis, seven types of creators and performers can be distinguished.

**Non-affected**
18 percent of the respondents belong to the Non-affected. Digital developments have little impact on the activities of these creators and performers. Visual artists, designers and directors belong relatively often to this group, whereas visual authors, singer-songwriters, composers and illustrators are underrepresented. The Non-affected works fewer hours in his creative profession than the average respondent and is less ambitious to work more hours. This group is more negative about its bargaining position than the average respondent. Nonetheless, there is little support within this group for legislative measures to strengthen their bargaining position. They derive a relatively small share of their income from royalties from collecting societies.

**Claimers**
Claimers make up about 9 percent of the respondents. They see opportunities in digital developments, but see an equally large threat in unauthorised file sharing. Consequently, Claimers endorse stricter measures against file sharing. Claimers are often responsible for a substantial part of household income and are on average older than all other groups; 80 percent of this group is older than 45 years. Within this group, illustrators, photographers and authors are

overrepresented. Earnings in these creative disciplines are highly dependent on copyright, making them vulnerable for unauthorised distribution of their work. This explains why they see Internet both as an opportunity and a threat. Legal arrangements to improve their bargaining position are generally approved of by this group. Claimers are very satisfied with their collecting societies. Strikingly, musicians are underrepresented amongst the Claimers.

**Generation 2.0**

Around 18 percent of the respondents belongs to Generation 2.0. This group primarily sees opportunities in digital developments, file sharing and remixing. Creators and performers of Generation 2.0 are relatively young, hardly feel financially threatened by digital developments, and work fewer hours as a creator or performer than the average respondent. They would, however, like to work more hours if they would have the chance. They earn a relatively large share of their income outside their creative profession and saw their income increase over the past years. They are more critical than other groups about collecting societies; a relatively large proportion of this group (20 percent) is not associated with their relevant collecting society. The music industry – singer-songwriters, composers and musicians – are clearly overrepresented in this group. This is remarkable, since the music industry was profoundly changed by digitisation, which dramatically affected various professions in the industry. A typical characteristic of Generation 2.0 is that they rely on performing fees for their income, rather than on royalties from collecting societies and commercial agents.

**Generation Analog**

Generation Analog comprises about 12 percent of the respondents. This group cannot connect with the digital environment. Generation Analog makes little use of social media and sees neither opportunities nor threats in digital developments and file sharing. Generation Analog is older than the average respondent, works many hours and more often than other groups experienced a negative income development. This group derives a large share of its income from royalties from collecting societies and commercial agents. Despite the importance of royalties as a source of income, Generation Analog's satisfaction with collecting societies is similar to other groups. They are even less supportive of collective bargaining by collecting societies about digital reuse of their creations. Authors, translators, journalists, photographers and cartoonists/illustrators are overrepresented in this group, while the music industry, directors, writers and visual artists are underrepresented.

**Digital Newcomers**

About 17 percent of the respondents belong to the Digital Newcomers. They see opportunities in digital developments and filesharing, but do not know how to take advantage of these opportunities as they make little use of new media. The overrepresented professions in this group (screenwriters, actors, directors and authors) predominantly work in sectors that yet have to experience the opportunities and consequences of digitisation. Compared to the other groups, Digital Newcomers work fewer hours and are less ambitious to work more. They earn their creative income relatively often with (temporary) jobs or contracts. They are satisfied with collecting societies and see a role for them in digital commercialisation. This group is relatively old; three-quarters is older than 45 years.

**Self-conscious Makers**

About 15 percent of respondents are referred to as the Self-conscious Makers. They earn their income mainly by commercialising their own work and are seldom employed. This is a typical feature of the various professions that are overrepresented in this group: photographers, visual artists, cartoonists/illustrators, and designers. Despite the fact that the works of these creators are easy to distribute digitally, there is a significant group among them which, together with the visual artists, see plenty of opportunities in the digital era. Their aversion of file sharing and remixing, however, stresses that they are also aware of the flipside of digital distribution. Nevertheless, they see many opportunities in digital developments. They frequently use new media and are optimistic about their own bargaining position. Their income development is comparatively positive.

**Concerned Young People**

Approximately 11 percent of the respondents belongs to the group Concerned Young People. This group is similar to Generation 2.0 in age and professional background, but is considerably more pessimistic towards digitisation and file sharing. They are neither more positive nor more negative than the average respondent about the opportunities of digital developments, and as such a lot less positive than the Claimers and Generation 2.0. The Concerned Young People work many hours in their creative profession. Their income consists mainly of performing fees. In addition, they are less often the main contributor to the household income and they have experienced a negative income development in recent years. They have less education than the average respondent and are less positive about collecting societies.

# 1 Inleiding

*Op 22 april jongstleden verwijderde YouTube onder druk van producent Constantin Films een groot aantal parodieën op de beroemde bunkerscène uit de film* Der Untergang. *Constantin Films diende een klacht in over schending van het auteursrecht. Oliver Hirschbiegel, de regisseur van de film, gaf desgevraagd aan dat hij wel kon lachen om de parodieën.*[1]

Dit nieuwsbericht illustreert in een notendop de tegenstelling tussen makers aan de ene kant en exploitanten aan de andere kant, in hun opvattingen over het auteursrecht in een digitale omgeving. Waar beleidsmakers echter veelvuldig kennis kunnen nemen van de opvattingen van beheersorganisaties, bedrijfsleven en deskundigen, en er inmiddels ook de nodige kennis bestaat over de opvattingen van consumenten[2], is weinig bekend over de positie en opinies van de makers.

In de kabinetsreactie op het rapport van de parlementaire werkgroep auteursrechten onder voorzitterschap van Tweede-Kamerlid Gerkens, heeft het kabinet aangekondigd onderzoek te gaan verrichten onder individuele makers en uitvoerend kunstenaars om beter zicht te krijgen op hun positie en belangen.[3] Het internet biedt makers meer mogelijkheden om hun rechten zelf te beheren en te exploiteren of in zee te gaan met nieuwe exploitanten. Het is van belang om de implicaties hiervan te onderzoeken voor hun werkwijze, de mogelijkheden om werk te verspreiden en daarmee inkomsten te genereren. Een voorvraag is echter: maken de makers en uitvoerend kunstenaars wel gebruik van deze nieuwe mogelijkheden? Zo ja, hoe vaak doen ze dat? En doen ze dat allemaal, of alleen bepaalde groepen?

Daarnaast is het van belang na te gaan of hun belangen adequaat worden vertegenwoordigd door de bestaande beheersorganisaties, die optreden uit naam van makers en uitvoerenden. In juni 2009 werd in het rapport van de bovengenoemde parlementaire werkgroep auteursrechten gesteld dat een deel van de problemen met het auteursrecht wordt veroorzaakt door het functioneren van de collectieve beheersorganisaties.[4] Vanuit het betalende bedrijfsleven is onder meer kritiek geuit op de versplintering, het gebrek aan transparantie van gehanteerde tarieven en de handelswijze bij de incasso van de collectieve beheersorganisaties.

De eerder gememoreerde kabinetsreactie heeft geresulteerd in het voorliggende rapport waarin de volgende vragen centraal staan:

1. Wat zijn de meningen van individuele makers en uitvoerend kunstenaars over de digitale ontwikkelingen, mede in relatie tot bestaande vormen van distributie en de rol van het auteursrecht daarin?
2. Wat vinden makers van de (nieuwe) mogelijkheden tot het exploiteren van hun werk en hun relatie tot commerciële exploitanten, zoals uitgeverijen en platenmaatschappijen?

---

1 'Hitler verwijderd van YouTube', NOS.nl 22 april 2010.
2 Zie onder andere Huygen *et al.* (2009).
3 Kamerstukken II, 2009-2010, 29 838, nr. 22, *Brief van de Minister van Justitie d.d. 30 oktober 2009*.
4 Het kabinet benoemt compensatieregelingen (zoals de thuiskopieregeling) en handhaving als 2 andere belangrijke knelpunten. Zie: *Kamerstukken II*, 2008-2009, 29 838, nr. 19 herdruk.

3. Wat zijn de meningen van de makers over het functioneren en de rol van collectieve beheersorganisaties en de wijze waarop zij ingaan op digitale ontwikkelingen?

Ontwikkelingen, zoals digitaal hergebruik en distributie, sociale media en *user-generated* –content, hebben invloed op de manier van werken en verdienmogelijkheden van makers en uitvoerenden. Om de opinies en gedragingen van makers en uitvoerenden in de digitaliserende wereld in beeld te brengen, is in het najaar van 2010 een enquête uitgezet. Een uitnodiging om deze enquête op internet in te vullen is verstuurd naar ruim 23 duizend makers en uitvoerenden in Nederland. Daarvoor is de medewerking verzocht en gekregen van een groot aantal collectieve beheersorganisaties en beroepsorganisaties, die hun aangeslotenen hebben benaderd met het verzoek mee te werken aan dit onderzoek. Door deze combinatie van bestanden, die in het volgende hoofdstuk verder wordt toegelicht, is een brede dekking ontstaan over alle disciplines van makers en uitvoerend kunstenaars.[5]

Dit rapport doet verslag van de uitkomsten van de enquête. Hoofdstuk 2 gaat vooraleerst in op de onderzoeksmethode, respons en de kenmerken van de responsgroep. Daarna bespreken de hoofdstukken 3-6 gethematiseerd de vragen uit de enquête, waarbij speciale aandacht wordt besteed aan de verschillen tussen de diverse creatieve disciplines en de relatie tussen de gegeven antwoorden en achtergrondkenmerken van respondenten zoals hun leeftijd, inkomsten en opleiding. Per vraag zijn deze verbanden onderzocht en wanneer er opvallende patronen of verschillen bestonden zijn deze met extra figuren geïllustreerd. Bij minder in het oog springende verbanden wordt soms volstaan met een vermelding in de tekst.

Hoofdstuk 7 gaat dieper in op deze relaties: met behulp van clusteranalyse is onderzocht welke patronen dominant zijn in de opvattingen van respondenten over verschillende thema's. Aan de hand daarvan is de responsgroep te onderscheiden in zeven clusters van makers, met specifieke antwoordpatronen. Het hoofdstuk bespreekt deze zeven groepen en legt per groep de relatie tussen de antwoordpatronen, de achtergrondkenmerken van respondenten en hun creatieve discipline. De belangrijkste conclusies van deze studie, ten slotte, zijn vervat in hoofdstuk 8.

[5] Alleen wetenschappelijke auteurs behoorden niet tot de doelgroep en komen daarom ook niet aan bod in dit onderzoek. Zij bevinden zich vrijwel allemaal, door hun dienstverband bij een wetenschappelijke instelling, in een structureel andere positie dan de makers die in onderzoek aan bod komen.

# 2 Methode van onderzoek

## 2.1 Vragenlijst

Makers en uitvoerend kunstenaars zijn bevraagd door middel van een online enquête. Een conceptvragenlijst is door het onderzoeksteam opgesteld in overleg met auteursrechtspecialisten bij eLaw@Leiden. In een achttal interviews met makers en uitvoerenden is deze vervolgens op relevantie, volledigheid en begrijpelijkheid getoetst en waar nodig aangepast en voorzien van aanvullingen en toelichtingen. Daarnaast zijn gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van makers en uitvoerenden (Platform Makers) en collectieve beheersorganisaties (VOI©E), waarna met deze vertegenwoordigers, alsook de Ministeries van Justitie, OCW en EL&I nog diverse schriftelijke afstemmingsrondes zijn geweest over de vragenlijst.

Nadat overeenstemming was bereikt over de inhoud, structuur en vraagformulering van de enquête, is deze online geprogrammeerd, getest en gepubliceerd in oktober 2010.

De uiteindelijke vragenlijst telt 58 vragen over uiteenlopende onderwerpen.[6] De volledige vragenlijst is terug te lezen in Bijlage A. De meeste vragen – in het bijzonder de stellingen – bevatten subvragen, waardoor het tijdsbeslag op deelnemers aanzienlijk is.[7] Daarom is in hoofdzaak gekozen voor gesloten in plaats van open vragen. Stellingen zijn gepresenteerd met 5-punts-Likertschalen, van *Helemaal eens* tot *Helemaal oneens*, plus een zesde antwoordoptie *Weet niet* (Pelsmacker & Kenhove, 2006, p. 195).

## 2.2 Respons en doelgroepbereik

De uitnodiging om deel te nemen aan het onderzoek is grotendeels via de collectieve beheersorganisaties (CBO's) en beroepsorganisatie naar de makers en uitvoerenden verstuurd. Strikt genomen bestaat de *onderzoekspopulatie* uit alle makers en uitvoerenden en de *steekproef* dus uit makers en uitvoerenden die lid zijn van een CBO en/of een beroepsorganisatie.[8]

Bij de verzending hebben de twaalf organisaties, weergegeven in Tabel 2.1, hun leden actief benaderd door hen een uitnodiging voor het invullen van de vragenlijst toe te sturen. De keuze voor deze verzendende partijen is uitvoerig afgestemd met Platform Makers en VOI©E, met het doel een zo volledig mogelijk bereik binnen alle creatieve disciplines te behalen, en tegelijkertijd

---

6 Sommige van deze vragen en subvragen zijn voorwaardelijk op eerder gegeven antwoorden en worden overgeslagen indien ze voor de respondent niet van toepassing zijn.

7 De volledige vragenlijst (inclusief onderdelen waaraan routering voorafgaat) telt meer dan 100 vragen. Niettemin heeft ongeveer 85 procent van de respondenten de vragenlijst volledig ingevuld, en gaf slechts 31 procent van de respondenten aan de enquête te lang te vinden. Slechts vier procent van de respondenten vond de enquête niet nuttig, terwijl slechts 22 procent het eens was met de stelling dat de enquête moeilijk was.

8 Waarbij aangetekend dat een gedeelte van de niet-gelieerde makers en uitvoerenden is bereikt via de oproepen in weblogs, zoals later besproken. Dit laat onverlet dat de overgrote meerderheid van onderzoekdeelnemers gelieerd is aan een CBO en/of beroepsorganisatie.

dubbele uitnodigingen zo veel mogelijk te voorkomen.[9] De Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) heeft ervoor gekozen een nieuwsbericht te plaatsen op het haar website, waarna leden zich konden aanmelden via de website van SEO Economisch Onderzoek. FNV Kiem heeft een soortgelijke oproep in haar digitale nieuwsbrief gedaan. Makers en uitvoerenden die niet aangesloten zijn bij één van de verzendende organisaties konden zich eveneens via de website van SEO Economisch Onderzoek aanmelden voor deelname aan het onderzoek. Om aandacht te vestigen op deze mogelijkheid, zijn met de medewerking van Stichting Kennisland berichten geplaatst op diverse websites, die zich via de sociale media snel verspreidden. In de onderstaande tabel is voor elke organisatie te zien hoeveel makers en uitvoerenden per CBO of beroepsorganisatie zijn aangeschreven.

Tabel 2.1 Informatie verzending uitnodiging enquête

| Organisatie | Beroepsgroep(en)[10] | Aangeschreven | Uitnodiging | Herinnering |
|---|---|---|---|---|
| *Collectieve beheersorganisaties* | | | | |
| Buma/Stemra | Singer-songwriters<br>Componisten/tekstschrijvers | 4.992* | 18-10-2010 | 22-10-2010 |
| Norma | Acteurs<br>Dansers<br>Cabaretiers<br>Singer-songwriters | 6.846* | 15-10-2010 | 29-10-2010 |
| Pictoright (incl. BNO) | Fotografen<br>Beeldend kunstenaars<br>Videokunstenaars<br>Tekenaars, e.d.<br>Vormgevers | 4.620 | 15-10-2010 | 28-10-2010 |
| Sena | Uitvoerende musici | 9.233 | 19-10-2010 | 29-10-2010 |
| Vevam | Regisseurs | 1.919* | 15-10-2010 | 1-11-2010 |
| *Beroepsorganisaties* | | | | |
| BBK | Beeldend kunstenaars | 895* | 12-10-2010 | 28-10-2010 |
| Fotografenfederatie | Fotojournalisten<br>Kunstfotografen | 1.798 | 15-10-2010 | 28-10-2010 |
| NBDK | Choreografen | 184 | 13-10-2010 | 28-10-2010 |
| NIMK | Videokunstenaars | 115 | 8-10-2010 | 28-10-2010 |
| VSenV | Auteurs<br>Vertalers<br>Journalisten<br>Scenario-/scriptschrijvers | 1.063 | 12-10-2010 | 28-10-2010 |
| VvEA | Auteurs educatieve uitgaven<br>Auteurs vak- & wetenschap | 124 | 12-10-2010 | 28-10-2010 |
| *Weblogs* | | | | |
| - | Diverse | 298 | 8-10 t/m 16-11 | 28-10-2010 |
| **Totaal** | | **32.087** | | |

SEO Economisch Onderzoek; * = Niet gecorrigeerd voor *bounces*

9 In verband met privacybescherming konden de bestanden niet worden gekoppeld en ontdubbeld.

10 Singer-songwriters zijn in feite zowel componist/tekstschrijver als uitvoerend musicus en worden daarom als aparte beroepsgroep onderscheiden. DJ's vallen onder uitvoerende musici (geen eigen composities) en componisten/tekstschrijvers (componerende DJ).

Buma/Stemra heeft niet haar voltallige ledenbestand aangeschreven, maar in plaats daarvan een selectie gemaakt op basis van stemrecht. Iemand is *stemgerechtigd* indien hij of zij over een periode van ten minste drie aaneengesloten kalenderjaren jaarlijks gemiddeld 250 euro aan Buma/Stemra-inkomsten ontvangt. De resulterende 4.992 stemgerechtigde aangeslotenen vormen ongeveer een kwart van het totale adressenbestand van Buma/Stemra.[11]

Er zijn in totaal 32.087 uitnodigingen voor deelname aan de enquête verstuurd.[12] Het responspercentage *inclusief* gedeeltelijk afgeronde enquêtes bedraagt 14 procent en 12 procent *exclusief* gedeeltelijk afgeronde enquêtes. In dit percentage is nog geen rekening gehouden met de overlap tussen verzendbestanden: vanwege de decentrale verzending van uitnodigingen was het niet mogelijk bestanden vooraf te ontdubbelen, waardoor veel respondenten – via verschillende organisaties – meerdere keren zijn benaderd. Respondenten is gevraagd hoe vaak zij zijn benaderd. Gemiddeld is dat ongeveer 1,4 keer per deelnemer.[13] Hiervoor gecorrigeerd bedraagt het aantal aangeschreven personen *ongeveer* 23.500, waarmee de 'netto respons' op *ongeveer* 20 procent uitkomt, inclusief gedeeltelijk afgeronde enquêtes.[14]

In totaal hebben 6.054 respondenten de link naar de vragenlijst geopend en ingelogd. Voor ongeveer 600 respondenten bleek uit de filtervragen dat de vragenlijst voor hen niet relevant was en nog eens ruim 400 respondenten stopten in deze fase (een deel van hen constateerde mogelijk in deze fase dat ze de enquête reeds hadden ingevuld). Na een aantal verdere toetsen op het aantal ingevulde vragen en de antwoordvariatie zijn uiteindelijk 4.645 vragenlijsten meegenomen in de analyse. Hiervan hebben 3.935 personen (85 procent) de vragenlijst volledig ingevuld, en hebben 210 personen (5 procent) een verkorte versie van de vragenlijst doorlopen omdat hun werk noch nu, noch in de toekomst via internet wordt verspreid.[15]

Responspercentages zijn het hoogst onder leden van de Vereniging van Educatieve Auteurs (VvEA), leden van de Vereniging van Schrijvers en Vertalers (VSenV) en leden van Pictoright en de Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO), zie Figuur 2.1. Leden van de Nederlandse Beroepsvereniging van Danskunstenaars (NBDK) zijn nauwelijks vertegenwoordigd in de steekproef (6 personen, een respons van 3-4 procent).

---

11 Ondervertegenwoordiging van niet-stemgerechtigden wordt goeddeels voorkomen doordat veel Buma/Stemra-aangeslotenen zijn bereikt via andere bestanden. Er zijn 416 respondenten via Buma/Stemra ingestroomd, en 906 via andere verzendpartijen, hoofdzakelijk Sena (479 personen) en Norma (301 personen). Van deze repondenten is overigens niet te achterhalen of zij al dan niet een uitnodiging van Buma/Stemra hebben ontvangen. Bij Norma-instromers zal de verzenddatum, 3 dagen vóór Buma/Stemra, een rol hebben gespeeld.

12 Van vier verzendende partijen, te weten Buma/Stemra, Vevam, Norma en BBK, is het aantal niet-ontvangen e-mails (zogenoemde *bounces*) niet bekend. Dit impliceert dat het werkelijke aantal verstuurde uitnodigingen lager is dan 32.087.

13 Dit is exclusief respondenten die aangaven 0 keer benaderd te zijn en antwoorden van personen die zichzelf hebben aangemeld via de website van SEO Economisch Onderzoek.

14 Exclusief gedeeltelijk afgeronde enquêtes is dat 17 procent.

15 Tabel 1.3 in Bijlage B.2 laat zien op welke wijze het databestand is opgeschoond van 6.054 respondenten naar 4.645 respondenten.

Figuur 2.1 Responspercentages per verzendpartij

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Ook aangeslotenen van Buma/Stemra, Norma, Sena en Vevam hebben verhoudingsgewijs minder vaak gehoor gegeven aan hun uitnodiging (Figuur 2.1), zij het dat dit deels wordt verklaard uit de overlap tussen de verzendbestanden van deze CBO's. Overlap tussen verzendbestanden brengt ook met zich mee dat het responspercentage lager is bij partijen die de vragenlijst later hebben verzonden. Tabel 8.1 in Bijlage B.1 geeft een overzicht van de verzendpartij via welke de respondent 'ingestroomd' is, versus de CBO die hij of zij als meest relevant aanmerkt. Dit is een maat voor het doelgroepbereik van verzending door collectieve beheersorganisaties. De grootste overlap bestaat tussen de bestanden van Buma/Stemra, Norma en Sena. Ter illustratie: personen die via Sena zijn benaderd, merken Sena en Buma/Stemra even vaak aan als meest relevante CBO. Deze CBO's bedienen veelal dezelfde personen die in verschillende hoedanigheden voor dit onderzoek van belang zijn: in hun hoedanigheid als uitvoerend musicus, als componist/tekstschrijver en/of als singer-songwriter.[16]

## 2.3 Kenmerken van de respondenten

### 2.3.1 Beroepsgroepen

Uitvoerende musici, fotografen, componisten en beeldend kunstenaars vormen samen meer dan de helft van de respons (Figuur 2.2). Merk op dat het hierbij gaat om de activiteit die de respondent als *meest relevant* heeft aangemerkt. Respondenten kunnen meerdere activiteiten aangeven. Respondent geven op 'hoofdniveau' – dat wil zeggen binnen de 19 beroepsgroepen uit Figuur 2.2 – gemiddeld twee activiteiten aan. Binnen de muzikale beroepen bestaat de meeste overlap tussen activiteiten: 90 procent van de singer-songwriters noemt zichzelf ook componist/

16 Uitvoerende musici en singer-songwriters zijn het vaakst via Sena bereikt, componisten/tekstschrijvers het vaakst via Buma/Stemra, wat gezien de taken van beide organisaties ook verwacht kon worden. Zie Bijlage B.1 voor details over gebruikte adressenbestanden en het responsverloop.

tekstschrijver, 80 procent noemt zichzelf ook uitvoerend musicus. Driekwart van de componisten/ tekstschrijvers is ook uitvoerend musicus.[17] Ook binnen de hoofdgroepen zijn meerdere antwoorden mogelijk – een beeldend kunstenaar kan bijvoorbeeld zowel schilder als beeldhouwer zijn, of uitvoerend musicus in verschillende genres. Inclusief deze verbijzondering oefent de respondent gemiddeld 3,5 activiteit uit.

In Bijlage B staan de verbijzonderingen en aantallen per beroepsgroep. De beroepsgroepen cabaretier, choreograaf, danser en gameontwikkelaar zijn in de rest van het rapport onder 'overige activiteit' geschaard vanwege het kleine aantal respondenten in deze groepen.

Figuur 2.2 Belangrijkste activiteit respondent (N=4645)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

De meerderheid van de respondenten is parttime actief als maker/uitvoerend kunstenaar, zie Figuur 2.3. Het geambieerde aantal werkuren per week ligt doorsnee hoger dan het huidige aantal werkuren per week. Dat is opvallend, omdat werkenden in het algemeen doorgaans juist aangeven *minder* te willen werken. Mogelijk wordt dit verklaard door mensen die ook buiten hun creatieve discipline werken, en die hun urenbalans graag zouden verschuiven richting werk binnen hun creatieve discipline.

De spreiding tussen beroepsgroepen is fors: ontwerpers/vormgevers werken het vaakst fulltime in hun creatieve discipline (58 procent), singer-songwriters met 22 procent het minst vaak (zie Figuur 8.23 van Bijlage B.

17 Andere veelvoorkomende combinaties zijn auteur en journalist, regisseur en scenarioschrijver, en cabaretier en acteur.

Figuur 2.3 Meerderheid is parttimer en wil meer werken (N=5602)[18]

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## 2.3.2 Inkomen en inkomensopbouw

Figuur 2.4 geeft per beroepsgroep de verdeling weer over de acht inkomensklassen die in dit onderzoek zijn gehanteerd. Het betreft hier het totale bruto inkomen in 2009, zowel uit het werk als maker of uitvoerend kunstenaar als uit eventuele andere werkzaamheden, beurzen, bijstand, werkloosheidsuitkering, Wwik, etc. Bij een modaal jaarinkomen van € 32 duizend blijkt iets meer dan de helft van de respondenten beneden modaal te verdienen. Iets meer dan tien procent verdiende meer dan tweemaal modaal en slechts 0,9 procent geeft aan meer te hebben verdiend dan de Balkenendenorm van € 176 duizend. De verschillen tussen de creatieve disciplines zijn groot: binnen de responsgroep bleken regisseurs het meeste te verdienen en beeldend kunstenaars het minst.

Figuur 2.5 geeft vervolgens de opbouw van het inkomen. Maakhonoraria zoals werk in opdracht en gages voor uitvoeringen/optredens, maar waar ook inkomsten uit dienstverbanden onder worden geschaard, vormen de hoofdmoot van de inkomsten, gevolgd door werkzaamheden buiten de creatieve discipline. Rechtenvergoedingen vormden 8,7 procent van de totale inkomsten. De verschillen in deze inkomstenverdeling tussen de beroepsgroepen zijn groot, zo is te zien in Figuur 2.6.

18 Voor deze figuur is een deels gefilterde steekproef gebruikt om vertekening te voorkomen. Het betreft de actieve kunstenaars, minus testrespondenten (5.602 respondenten, zie Tabel 1.3). Verdere filtering, met name op het aantal werkuren per week, veroorzaakt een onjuiste afspiegeling van het (geambieerde) werkpatroon van de steekproef.

Figuur 2.4 Bruto jaarinkomsten 2009 naar beroepsgroep (hoofdniveau)[19]

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 2.5 Inkomensopbouw (N=2726)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

19 Exclusief de groep "Weet niet / wil ik niet zeggen".

Figuur 2.6 Inkomensopbouw naar beroepsgroep (hoofdniveau)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

De inkomensopbouw is ook afhankelijk van de leeftijd van de respondent. Jonge makers en uitvoerend kunstenaars verdienen een groter deel van hun inkomen buiten hun creatieve discipline – met name omdat ze minder uren binnen hun creatieve discipline werken – en ontvangen minder rechtenvergoedingen van CBO's en exploitanten dan oudere makers/ uitvoerenden (zie Figuur 8.21 in Bijlage B.5).

## 2.3.3 Leeftijd en werkervaring

In Figuur 2.7 staat de leeftijdsverdeling van de respondenten. De gemiddelde leeftijd is 48,6 jaar.[20] Het valt op dat veel makers en uitvoerend kunstenaars doorwerken to (ver) na hun pensioengerechtigde leeftijd: ruim 250 respondenten zijn ouder dan 65 jaar.

In Tabel 2.2 staan de leeftijden per beroepsgroep – op hoofdniveau, dus niet verbijzonderd naar type vertaler, auteur, beeldend kunstenaar, enzovoorts. Kleine beroepsgroepen buiten beschouwing gelaten schommelt de gemiddelde leeftijd tussen 44 en 56 jaar, met videokunstenaars en cabaretiers aan de onderzijde van de bandbreedte en vertalers en auteurs aan de bovenzijde.

[20] De mediaan, de middelste waarneming in de steekproef, is 49 jaar.

Figuur 2.7 Leeftijdspreiding respondenten (frequentie, N=3920)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Tabel 2.2 Gemiddelde leeftijd en spreiding per beroepsgroep

| | Gemiddelde (+/- std.afw.) | Aantal respondenten |
|---|---|---|
| Vertaler | 56,0 (+/-9,7) | 89 |
| Auteur | 55,0 (+/-10,6) | 256 |
| Beeldend kunstenaar | 54,5 (+/-10,5) | 382 |
| Scenarioschrijver, scriptschrijver | 50,3 (+/-11,9) | 67 |
| Regisseur | 49,3 (+/-10,5) | 196 |
| Journalist | 49,1 (+/-10,8) | 71 |
| Fotograaf | 49,0 (+/-10,7) | 500 |
| Overige activiteit | 48,8 (+/-10,5) | 30 |
| Acteur | 47,6 (+/-12,6) | 238 |
| Componist / tekstschrijver | 46,8 (+/-12,6) | 489 |
| Singer-songwriter | 46,4 (+/-12,5) | 158 |
| Tekenaar, illustrator, cartoonist | 46,3 (+/-10,7) | 258 |
| Uitvoerend musicus | 46,2 (+/-12,3) | 798 |
| Ontwerper / vormgever | 46,1 (+/-11,2) | 336 |
| Cabaretier | 44,9 (+/-11,7) | 14 |
| Videokunstenaar | 44,4 (+/-10,4) | 27 |
| Choreograaf | 39,0 (+/-8,7) | 3 |
| Danser | 34,5 (+/-7,0) | 4 |
| Gameontwikkelaar | 30,8 (+/-11,3) | 4 |
| **Totaal** | **48,6 (+/-11,9)** | **3.920** |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 2.8 Aantal jaar ervaring als maker/uitvoerend kunstenaar (N=3989)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

De relatief hoge gemiddelde leeftijd van de respondenten vertaalt zich in ruime ervaring, zoals te zien in Figuur 2.8. 80 procent is meer dan 10 jaar actief in zijn/haar vakgebied, de helft zelfs meer dan 20 jaar.

Uitvoerende musici, beeldend kunstenaars en 'overige makers/uitvoerenden' zijn de meest ervaren beroepsgroepen in de respons. Fotografen en scenaristen zijn relatief kort actief: ongeveer 30 procent van hen is minder dan 10 jaar actief in zijn/haar expertise, ongeveer 20 procent zelfs minder dan 5 jaar (zie Figuur 8.22 van Bijlage B).

## 2.4 Representativiteit en validiteit

### 2.4.1 Toetsing aan verzendbestanden en eerdere studies

Voor het beoordelen van de representativiteit van de respons is in de ideale situatie bekend wat de kenmerken zijn van de populatie als geheel. Het ligt voor de hand daarbij als populatie uit te gaan van iedereen die werkzaam is als maker of uitvoerend kunstenaar in de beroepsgroepen die onderwerp zijn van deze studie.[21] Over deze populatie is echter onvoldoende bekend voor een goede analyse van de representativiteit. Onlangs heeft het CBS of basis van een steekproef (de Enquête Beroepsbevolking, kortweg EBB) een publicatie uitgebracht over de creatieve beroepen (Urlings & Braams, 2011). Deze studie biedt op een aantal punten interessant vergelijkingsmateriaal. Daarbij moet wel worden opgemerkt dat de beroepen die het CBS beschouwt niet geheel overeenkomen met de beroepen die relevant zijn voor de onderhavige studie. Het CBS onderscheidt beroepen in drie clusters: *Kunsten*, *Media & Entertainment*, en de *Creatieve zakelijke dienstverlening*. Met name die laatste groep, die goed is voor 41 procent van het totaal, bestaat hoofdzakelijk uit personen die buiten de doelgroep van het onderhavige onderzoek vallen.

[21] Zoals eerder vermeld zijn wetenschappelijke auteurs in dit onderzoek geen primaire doelgroep.

Vergelijkingen van het aantal personen per beroepsgroep is niet goed mogelijk. Het CBS maakt gebruik van opgehoogde uitkomsten uit de EBB-bestanden die betrekking hebben op de gehele beroepsbevolking. Als gevolg hiervan worden aantallen per beroepsgroep niet gerapporteerd of afgerond op duizenden. Wel worden voor de totale populatie en per cluster uitspraken gedaan over bijvoorbeeld de leeftijdopbouw en sekseverdeling. De leeftijdopbouw blijkt redelijk in lijn met die van de werkzame beroepsbevolking. Daarbij aangetekend dat de EBB personen ouder dan 65 buiten beschouwing laat, terwijl 65-plussers juist onder actieve makers nog relatief ruim vertegenwoordigd zijn. Ook ligt de leeftijd in de meest relevante clusters *Kunsten* en *Media & Entertainment* hoger dan in de *Creatieve zakelijke dienstverlening*. Tweederde van de totale groep bestaat uit mannen; in de *Kunsten* en *Media & Entertainment* ligt dit lager, op respectievelijk 56 en 59 procent. Opvallend is de constatering van het CBS dat personen in de creatieve beroepen gemiddeld meer uren werken dan de werkzame bevolking. Dit *lijkt* haaks te staan op het grote aantal parttimers volgens Figuur 2.3 maar dat staat het niet omdat die figuur het aantal werkzame uren in de creatieve discipline weergeeft, terwijl het CBS de totale arbeidsduur rapporteert.

Wel kunnen diverse kenmerken van de respons van dit onderzoek afgezet worden tegen die van eerdere onderzoeken. In het meest relevante eerdere onderzoek is net als voor dit onderzoek gebruik gemaakt van de bestanden van beroepsorganisaties en CBO's. Vergelijking met deze eerdere studies suggereert dat in het onderhavige onderzoek jonge makers en uitvoerenden ondervertegenwoordigd zijn en oudere leeftijdscohorten zijn oververtegenwoordigd. Dit zou suggereren dat de leeftijdsverdeling van de respons (zie Figuur 2.7) zich rechts bevindt van de leeftijdsverdeling van de totale populatie van makers en uitvoerend kunstenaars. Dit gaat in ieder geval op voor de beroepsgroepen waarvoor de eerdere studies een vergelijking mogelijk maken. Voor drie beroepsgroepen bieden de eerdere studies gedetailleerd vergelijkingsmateriaal (popmuzikanten, acteurs en beeldend kunstenaars/videokunstenaars), voor 14 beroepsgroepen geven ze (tevens) geaggregeerde informatie over de populatie (Jenje-Heijdel & Haar, 2007). Voor vier beroepsgroepen – journalisten, tekenaars/illustratoren/cartoonisten, ontwerpers/ vormgevers en gameontwikkelaars – zijn geen vergelijkende studies gevonden.

Een leeftijdverschil bestaat niet alleen tot opzichte van de CBS-studie 'Kunstenaars in Nederland' (Jenje-Heijdel & Haar, 2007), die gebruik maakt van andere databestanden, maar ook ten opzichte van andere onderzochte studies die gebruik maken van dezelfde adressenbestanden (zie verder Bijlage C.2). Dit werkt door in steekproefkenmerken die sterk samenhangen met leeftijd, zoals het inkomen, het aantal jaar relevante werkervaring en de gezinssituatie van de maker/uitvoerend kunstenaar.

Daar staat echter tegenover dat een vergelijking van de leeftijdverdeling van de respondenten met die van de aangeschreven personen niet wijst op een systematische afwijking: ten opzichte van de aangeschreven makers en uitvoerend kunstenaars uit de bestanden van Norma en Buma/Stemra zijn de respondenten in het onderhavige onderzoek wat ouder, maar in vergelijking met de aangeslotenen van SENA waren de respondenten juist weer wat jonger. In vergelijking met de aangeschrevenen van BBK, VS&V en VvEA waren er geen noemenswaardige verschillen.[22]

[22] Voor de aangeslotenen bij Pictoright, BNO en de Fotografenfederatie was een vergelijking op leeftijd helaas niet mogelijk.

Om de leeftijdverdeling van de respondenten nader te onderzoeken, zet Figuur 2.9 deze af tegen de leeftijden van de Nederlandse bevolking. Nadeel hiervan is echter dat een oververtegenwoordiging (of ondervertegenwoordiging) op twee manieren kan worden veroorzaakt: (1) er zijn meer mensen actief als makers binnen de leeftijdsgroep en (2) de leeftijdsverdeling van de respondenten in het onderzoek is niet representatief. In de onderstaande grafiek is de verhouding te zien tussen de leeftijd van de respondenten en de leeftijden van de Nederlandse bevolking. Hierin is bijvoorbeeld te zien dat de respondenten 1,6 keer zo vaak vijftigers zijn, als op basis van het aantal Nederlandse vijftigers kan worden verwacht (oftewel: 60 procent oververtegenwoordiging). Het blijft in het midden in hoeverre zij vaker maker/uitvoerende zijn dan wel oververtegenwoordigd in deze studie.

Figuur 2.9 Leeftijdsvertegenwoordiging respondenten t.o.v. Nederlandse bevolking[23]

Bron: SEO Economisch Onderzoek en CBS Statline

Voorts lijken in vergelijking met andere studies in bepaalde beroepsgroepen mannelijke respondenten oververtegenwoordigd. Dit geldt voor de 'beroepsclusters' *Dans, theater & muziek* en *Beeldende kunst, taal & overig* van het CBS (Jenje-Heijdel & Haar, 2007), en wordt bevestigd door andere studies die over beroepen binnen deze clusters rapporteren, te weten voor acteurs (Fuhr, Langenberg, Sentjens, & IJdens, 2010) en beeldend kunstenaars (Brouwer & Zijderveld, 2003). Ook een vergelijking met de sekseverdeling van de aangeschrevenen wijst hierop: ten opzichte van de bestanden van BBK, Sena, BNO en Norma heeft de onderhavige enquête naar verhouding meer mannelijke respondenten. Ten opzichte van de bestanden van Buma/Stemra, VvEA en VS&V zijn er geen duidelijke verschillen.

23 Voortschrijdende 5-jaarlijkse gemiddelden.

### 2.4.2 Validiteit

Zoals eerder aangegeven zijn de uitnodigingen voor de enquête via CBO's en beroepsorganisaties verstuurd. De tekst van de uitnodiging is in overleg tussen de versturende organisaties en het onderzoeksteam tot stand gekomen. Voorafgaand aan de uitnodiging is echter door Pictoright een e-mail gestuurd aan haar leden waarin concreet wordt ingegaan op enkele vragen en die aldus tot beïnvloeding van de respondenten kan hebben geleid. BNO heeft een soortgelijk bericht op haar website geplaatst. Beide teksten zijn weergegeven in Bijlage D van dit rapport. In beide berichten wordt gesteld dat de enquête "gericht lijkt te zijn op het terugdringen van het auteursrecht" en dat de antwoorden van de respondenten "verregaande consequenties kunnen hebben voor hun auteursrechten". Er worden drie specifieke voorbeelden gegeven: (1) vergoedingen voor het gebruik van werk door onderwijsinstellingen, (2) vergoedingen door bibliotheken en (3) Creative Commons- licenties. Overigens moet vermeld worden dat op enkele internetfora een kritische discussie op gang kwam over de inhoud van de uitnodigingsbrief van Pictoright.[24]

Om erachter te komen in hoeverre de respondenten zijn beïnvloed door de oproep van Pictoright en BNO, is een relevante selectie van de respondenten gemaakt die behoren tot de doelgroep van Pictoright en BNO. Het gaat om fotografen, beeldend kunstenaars, tekenaars en ontwerpers/vormgevers. Hiervan is de groep genomen die gelieerd is aan een CBO (dit hoeft niet per se Pictoright te zijn) om te corrigeren voor de eventuele inherente verschillen tussen gelieerde en niet-gelieerde kunstenaars. Vervolgens is een splitsing aangebracht tussen de groep respondenten die de enquête hebben ingevuld via de uitnodiging van Pictoright/BNO (729 personen). De vergelijkingsgroep behoort tot dezelfde beroepsgroepen, maar is *niet* via het adressenbestand van Pictoright/BNO ingestroomd (255 personen). Zij zijn benaderd via een andere CBO of hadden zichzelf al aangemeld op de website van SEO Economisch Onderzoek vóór zij de uitnodiging via Pictoright/BNO ontvingen. Merk op dat niet met zekerheid is vast te stellen dat zij geen kennis hebben genomen van de communicatie van Pictoright en BNO.[25] Ook in de vergelijkingsgroep is het merendeel van de respondenten (85 procent) bij Pictoright aangesloten en kan dus beïnvloeding hebben plaatsgevonden.[26]

In het bijzonder de resultaten van de drie vragen die door Pictoright en BNO als voorbeeld zijn genomen, moeten met voorzichtigheid worden geïnterpreteerd. Bij de bespreking van deze vragen in de volgende hoofdstukken, zal de vergelijking worden gemaakt tussen de respondenten die wel te maken hebben gehad met de mogelijke beïnvloeding vanuit BNO of Pictoright en de controlegroep. Over het algemeen blijkt hieruit dat de antwoorden van de controlegroep sterk lijken op de antwoorden van alle overige respondenten (waarbij nogmaals het voorbehoud dat het niet mogelijk is om een controlegroep samen te stellen waarvan met zekerheid is vast te

---

24 Zie bijvoorbeeld http://eerstehulpbijplaatopnamen.blogspot.com/2010/10/pictoright-denkt-met-u-mee.html

25 Een striktere definitie van de vergelijkingsgroep – niet via Pictoright/BNO ingestroomd *en* niet bij Pictoright aangesloten – resulteert in een te kleine controlegroep van slechts 39 personen.

26 Een controle op beïnvloeding met behulp van multinominale regressieanalyse (*multinominal logit*), waarin het antwoord op deze vragen wordt voorspeld met behulp van andere vragen (o.a. exploitatievoorkeur, kansen en bedreigingen van digitale ontwikkelingen, beroepsgroep en achtergrondkenmerken), biedt geen uitkomst. Het is lastig om de antwoorden accuraat te voorspellen vanuit deze variabelen, zowel voor de potentieel beïnvloede groep als voor de vergelijkingsgroep, waardoor het niet opportuun is om werkelijke en voorspelde antwoorden met elkaar te vergelijken ter indicatie van beïnvloeding.

stellen dat deze niet is beïnvloed). De respondenten die de uitnodiging via Pictoright en BNO hebben ontvangen zijn over het algemeen uitgesprokener voorstander van bescherming van makers en uitvoerenden. Bij de clusteranalyse in hoofdstuk 7 vallen deze respondenten vaker in de groep respondenten die als 'handhavers' worden getypeerd.

### 2.4.3 Conclusies representativiteit

Onderzoeken die zich richten op een specifiek thema, in dit geval auteursrecht en naburige rechten (met name in een digitale context), hebben een grotere aantrekkingskracht op personen voor wie het thema relevant is dan voor wie dat niet of minder geldt. Die relevantie kan op verschillende aspecten betrekking hebben. In het onderhavige onderzoek ligt het voor de hand te veronderstellen dat makers en uitvoerenden die een belangrijk deel van hun inkomsten ontlenen aan rechten, een bijzonder belang in dit onderzoek stellen.

Dit verklaart in ieder geval ten dele waarom de responsgroep een samenstelling heeft die ouder is dan die van de Nederlandse bevolking. De hoeveelheid inkomsten die een maker of uitvoerende incasseert op basis zijn of haar rechten, groeit immers doorgaans met de opbouw van een oeuvre, dat weer samenhangt met het aantal jaar dat een creatieve maker of uitvoerende actief is in het vak, en dus met zijn of haar leeftijd.

Uiteindelijk hebben verschillende vormen van relevantie – en de daaruit voortvloeiende beweegredenen voor onderzoeksdeelname – geleid tot een brede respons, met daarin vermoedelijk enige oververtegenwoordiging van oudere rechthebbenden, al is er ten opzichte van de leden en aangeslotenen van beroepsorganisaties en CBO's niet een systematisch leeftijdverschil geconstateerd: ten opzichte van de bestanden Norma en Buma/Stemra zijn de respondenten wat ouder, maar ten opzichte van die van Sena zijn ze weer wat jonger. Voorts lijkt er enige oververtegenwoordiging van mannen te zijn. Dit staat niet in de weg dat op basis van de totale respons geldige analyses kunnen worden verricht ten aanzien van de hoofd- en deelvragen van dit onderzoek, ook wanneer leeftijdscategorieën daarin van belang zijn. Ook de groep jongere makers en uitvoerenden is immers groot genoeg om betrouwbare uitspraken te kunnen doen.[27] Bovendien worden in het vervolg van dit rapport de antwoorden per leeftijdgroep getoond indien ze statistisch significant samenhangen met de leeftijd van de respondent.[28]

[27] Ter illustratie: ruim 500 respondenten zijn jonger dan 35 jaar.

[28] De resultaten van de factor- en clusteranalyse (hoofdstuk 7) worden slechts beperkt beïnvloed door de leeftijdsverdeling. Bij factoranalyse is de samenhang tussen vragen van belang, terwijl de clusteranalyse inzicht geeft in samenhang tussen meningsprofielen van respondenten. Zoals zal blijken, hangen deze meningsprofielen deels samen met de leeftijd van de respondent, waarmee clusteranalyse leeftijdseffecten voor een belangrijk deel 'isoleert'.

# 3 Digitale distributie en exploitatie

*Wat zijn de meningen van individuele makers en uitvoerend kunstenaars over de digitale ontwikkelingen, mede in relatie tot bestaande vormen van distributie en de rol van het auteursrecht daarin?*

## 3.1 Exploitatievoorkeur

Het overgrote deel van de makers en uitvoerenden laat de exploitatie van werken bij voorkeur door de traditionele partijen doen. Uit Figuur 3.1 blijkt dat slechts 10 procent van de respondenten het liefst in zee gaat met partijen die gericht zijn op digitale exploitatie, zoals iTunes. Daarbij is een duidelijk leeftijdseffect zichtbaar. In de leeftijdscategorieën tot 35 jaar geeft meer dan 20 procent aan het liefst de exploitatie te laten doen door partijen die specifiek gericht zijn op digitale exploitatie. Bij de leeftijdsgroepen boven de 45 jaar is dat minder dan 10 procent. Hetzelfde effect is uiteraard andersom zichtbaar bij de voorkeur voor traditionele partijen. Bij de leeftijdsgroepen boven de 55 jaar, geeft meer dan de helft aan de exploitatie het liefst in de handen van traditionele partijen te leggen, terwijl dit bij de leeftijdsgroepen onder de 35 jaar minder is dan 40 procent.

Figuur 3.1 Exploitatievoorkeur per leeftijdsgroep (N=3744)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Bij de voorkeur om exploitatie in eigen hand te nemen, speelt leeftijd nauwelijks een rol. Dit volgt uit het feit dat het in bepaalde beroepsgroepen gebruikelijker is om de exploitatie in eigen hand te nemen dan bij andere beroepsgroepen (zie Figuur 3.2). Zo hadden fotografen en beeldend kunstenaars de exploitatie ook vóór de digitalisering al vaker in eigen hand. Vertalers, schrijvers en acteurs zijn het minst geneigd de exploitatie in eigen hand te nemen. Exploitatie door partijen specifiek gericht op digitale exploitatie is vooral in trek in professies in de muziekwereld: singer-songwriters, uitvoerende musici en componisten/tekstschrijvers. In de muzieksector zijn nieuwe vormen van exploitatie momenteel al redelijk ontwikkeld.

Figuur 3.2 Exploitatievoorkeur per beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

De prijs en vergoeding voor gebruik van werken via internet kan door rechthebbenden zelf worden vastgesteld, maar ook door middel van collectieve vergoedingsregelingen. Dat veel makers en uitvoerenden op dit vlak nog zoekende zijn, blijkt uit de op het eerste gezicht tegenstrijdige antwoorden op beide stellingen (Figuur 3.3 en Figuur 3.4).

Bij bestudering van de toelichtingen die respondenten op hun antwoorden gaven, blijken de antwoorden toch coherent te zijn. Zo geeft een grote groep makers aan idealiter zelf de voorwaarden vast te willen stellen. Omdat zij dat lastig vinden en niet weten of ze dat goed zouden kunnen doen, geven ze uiteindelijk toch de voorkeur aan de collectieve regeling. Een andere aanzienlijke groep wil zelf de voorwaarden kunnen vaststellen, tenzij het collectief goed geregeld is. De laatste, wat kleinere groep, geeft aan dat collectieve regelingen beter zijn tegenover grote spelers als Google, maar in overige gevallen zelf de prijs en voorwaarden vast te willen stellen.

Over het geheel genomen zijn oudere makers vaker voorstander van een collectieve vergoedingsregeling dan jongere.

Figuur 3.3 Vaststelling prijs en gebruiksvoorwaarden (N=4299)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 3.4 Collectieve vergoedingsregeling (N=4325)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Ongeveer 40 procent van de makers en uitvoerenden geeft aan geen gebruik te maken van een manager of een agent bij het aangaan van een exploitatiecontract. Ruim 20 procent geeft aan dit wel te doen. Journalisten en vertalers maken weinig gebruik van een agent of manager (60 procent maakt hier geen gebruik van), terwijl ongeveer de helft van de acteurs en scenaristen zich wel laat vertegenwoordigen.

Figuur 3.5 Vertegenwoordiging door agent/manager (N=4281)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Bijna 50 procent van de respondenten verwacht de komende jaren grote verschuivingen bij de exploitatie van hun werk. Slechts 10 procent verwacht geen grote verschuivingen.

Figuur 3.6 Rolverschuiving exploitatie (N=4311)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

In Figuur 3.7 is te zien dat ongeveer 15 procent van de respondenten het auteursrecht graag overdraagt voor de exploitatie.

Figuur 3.7 Volledige rechtenoverdracht per beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Uit Figuur 3.8 blijkt dat de groep makers en uitvoerenden die meent dat overdracht van het auteursrecht of naburig recht noodzakelijk is voor exploitatie, beperkt is tot iets meer dan 15 procent. Een alternatief voor het overdragen van rechten bij de exploitatie van een werk, is het gebruik van licenties. Voordeel van een licentie is dat het auteursrecht bij de maker blijft, en deze zo naar wens aan diverse partijen al dan niet tegen vergoeding licenties kan verlenen. Iets minder dan 50 procent geeft aan het liefst met licenties te werken, terwijl slechts een ruime 10 procent aangeeft dat niet te prefereren. Tekenaars, vertalers, regisseurs en fotografen werken relatief vaak met licenties (ongeveer 60 procent), terwijl dit weinig voorkomt onder beeldend kunstenaars en acteurs.

Figuur 3.8 Noodzakelijke rechtenoverdracht (N=4412)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 3.9 Voorkeur voor licenties (N=4402)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 3.10 Terugverdienmogelijkheden exploitant (N=4393)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Op de vraag of de exploitant in staat is om binnen vijf jaar de investeringen met winst terug te verdienen, zijn iets meer respondenten het eens dan oneens. Meer dan 60 procent twijfelt hierover of heeft geen mening. Kennelijk was dit een moeilijk te beantwoorden vraag waardoor respondenten ook geen stelling innamen. Tevens zullen terugverdienmogelijkheden van exploitanten niet voor alle makers relevant zijn. Dit geldt in de eerste plaats voor degenen die hun werk zelf exploiteren, waaronder veel fotografen, beeldend kunstenaars en ontwerpers/vormgevers (zie Figuur 3.2).

## 3.2 Kansperceptie en inkomen

Iets meer dan 50 procent van de respondenten verwacht door digitalisering in de toekomst meer verdienmogelijkheden met zijn creatieve arbeid te krijgen. Dit betekent trouwens niet dat zij ook denken meer te gaan verdienen, maar dat er *meer manieren* zullen zijn waarop zij kunnen gaan verdienen. Bij de uitsplitsing per beroepsgroep zitten de meeste beroepsgroepen rond het gemiddelde. Vertalers (40 procent) en acteurs (45 procent) denken minder vaak dat zij in de

toekomst meer verdienmogelijkheden zullen hebben, terwijl singer-songwriters (bijna 70 procent) dat relatief vaak wel denken.

Figuur 3.11 Verwachting toekomstige verdienmogelijkheden per beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Uit de uitsplitsing naar leeftijd in Figuur 3.12 blijkt dat jongere maker en uitvoerenden positiever zijn over hun verdienmogelijkheden dan de ouderen. In de leeftijdsgroepen tot 35 denkt ongeveer 70 procent door digitalisering meer verdienmogelijkheden te krijgen. Maar ook in de leeftijdsgroepen boven de 55 jaar is dat nog altijd ongeveer 50 procent.

Figuur 3.12 Verwachting toekomstige verdienmogelijkheden per leeftijdsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Ook de recente inkomensontwikkeling van een respondent speelt een rol bij de verwachting in de toekomst meer verdienmogelijkheden te krijgen door digitalisering. Bij gestegen inkomen denkt ongeveer 70 procent in de toekomst meer verdienmogelijkheden te hebben, terwijl dat bij gedaalde inkomsten ongeveer 50 procent is.

Figuur 3.13 Verwachting toekomstige verdienmogelijkheden naar inkomensontwikkeling

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Daar waar ruim 50 procent denkt in de toekomst meer verdienmogelijkheden te krijgen door digitalisering, geeft ongeveer 40 procent *nu* al aan meer verdienmogelijkheden te hebben door digitalisering, oplopend tot 50 procent onder videokunstenaars en fotografen. Ongeveer 25 procent denkt dat digitale ontwikkelingen geen bijdrage hebben geleverd aan hun huidige verdienmogelijkheden. Vertalers spannen de kroon – ruim 50 procent is het oneens met de stelling. Overigens zijn er bij deze vraag geen significante effecten voor leeftijd, inkomen of opleiding.

Figuur 3.14 Huidige verdienmogelijkheden (N=4367)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Een gedeelte van de respondenten is van mening dat de exploitanten *wel* meer verdienmogelijkheden hebben door digitalisering, maar zij zelf *niet*. Daar waar ongeveer 40 procent aangaf zelf meer verdienmogelijkheden te hebben, denkt ongeveer 50 procent dat de exploitant meer verdienmogelijkheden heeft. Respondenten met hogere inkomens gaven vaker aan dat hun exploitant meer mogelijkheden heeft geld te verdienen door digitalisering.

Figuur 3.15 Verdienmogelijkheden exploitant (N=4294)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Makers en uitvoerenden zijn het er bijna unaniem over eens dat er door digitalisering meer mogelijkheden zijn het publiek te bereiken. Ongeveer 85 procent van de respondenten is het eens met deze stelling. Jongere makers onderschreven deze stelling significant vaker.

Figuur 3.16 Publieksbereik (N=4361)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Ruim 25 procent van de respondenten geeft aan door digitalisering momenteel op een andere manier inkomen te verwerven.

Figuur 3.17 Wijziging inkomensvergaring (N=4324)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

In alle leeftijdscategorieën geldt dat ongeveer 30 procent van de respondenten digitale distributie als een bedreiging ziet. De verschillende leeftijdsgroepen zien deze bedreiging echter wel in verschillende mate. Oudere leeftijdsgroepen zijn het relatief vaak zeer eens met de stelling dat digitalie distributie een bedreiging is. Jongere makers zijn het juist vaker geheel oneens met deze stelling.

De recente inkomensontwikkeling heeft invloed op de mate waarin een respondent digitale distributie als gevaar ziet. Respondenten met een negatieve inkomensontwikkeling zien digitale distributie vaker als een bedreiging.

Figuur 3.18 Digitale distributie als bedreiging per leeftijdsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Zestig tot tachtig procent van de respondenten ziet digitale distributie en exploitatie als kans. Dit percentage is stabiel over beroepsgroepen, zij het dat vertalers (zeer negatieve beoordeling) en videokunstenaars (zeer positieve beoordeling) afwijkend antwoorden.

Figuur 3.19 Digitale distributie als kans per beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 3.20 Digitale distributie als bedreiging per beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Dat kansen en bedreiging niet per definitie hand in hand gaan, blijkt uit Figuur 3.20. Met name fotografen vallen op: bijna de helft ziet digitale distributie en exploitatie als een bedreiging, terwijl driekwart het (ook) als een kans ziet (zie Figuur 3.19). De *mixed blessing* die digitalisering hen biedt, bleek al uit hun inschatting van huidige verdienmogelijkheden: ruim 50 procent van de fotografen

ervaart op dit moment meer verdienmogelijkheden door digitale distributie en exploitatie. Zij zijn na de groep 'overige activiteit' het meest optimistisch over hun huidige verdienkansen.

## 3.3 Sociale media

Een zichtbaar gevolg van digitalisering is de opkomst van sociale media. Het gebruik van e-mail en een eigen website zijn inmiddels zeer gangbaar. Bijna 50 procent van de respondenten gebruikt vaak of regelmatig sociale netwerksites als LinkedIn of Facebook. Nog eens 20 procent doet dat af en toe. Ruim 30 procent van de respondenten heeft een eigen weblog. Opvallend is dat het plaatsen van eigen werk op websites om content te delen (actieve *filesharing*) nauwelijks gebeurt.

Het gebruik van sommige media is op het eerste oog beroepsafhankelijk. Bij websites om foto's te delen (zoals Flickr en Twitpic) ligt gebruik door fotografen voor de hand, echter, in de praktijk zijn het vooral de muzikale beroepen (singer-songwriters, componisten en uitvoerende musici), videokunstenaars en journalisten die het medium gebruiken: 10 tot 15 procent van hen gebruikt deze websites regelmatig tot dagelijks. Ook het gebruik van websites om video's te delen (zoals YouTube en Vimeo) komt relatief vaak voor in de muzieksector en onder videokunstenaars (de helft tot tweederde van hen gebruikt het medium regelmatig tot dagelijks), maar ook onder regisseurs en scenarioschrijvers.

Figuur 3.21 Gebruik van (sociale) media om werk te verspreiden

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Het sterkste leeftijdseffect bij digitale communicatiemiddelen is te zien in het gebruik van sociale netwerksites. In de oudste leeftijdscategorie gebruikt iets meer dan 10 procent vaak of (bijna) dagelijks sociale netwerksites. Bij de leeftijdsgroepen onder de 45 jaar is dat 40 procent tot 65 procent.

Figuur 3.22 Gebruik sociale netwerksites per leeftijdsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## 3.4 Uitoefening auteursrecht

74 procent van de respondenten wil in principe van iedere gebruiker een vergoeding ontvangen, zoals blijkt uit Figuur 3.23. De variatie tussen beroepsgroepen is aanzienlijk: 9 op de 10 vertalers, fotografen en tekenaars willen van iedere gebruiker van hun werk een vergoeding ontvangen, onder regisseurs, acteurs en scenaristen – allen makers van groepswerken – is dat 'slechts' 60 procent.

Figuur 3.23 Vergoeding van iedere gebruiker (N=4581)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Dit is tevens een van de vragen waar Pictoright per mail de aandacht op vestigde (zie paragraaf 2.4.2 en Bijlage D). Figuur 3.24 vergelijkt het antwoord op deze vraag van de respondenten die de door Pictoright verstuurde link gebruikten, met het antwoord van een controlegroep, die bestond uit een selectie van beroepgroepen die de enquête langs andere weg hebben ingevuld, waarbij nogmaals het voorbehoud dat niet is uit te sluiten dat ook de controlegroep is beïnvloed.

Uit deze vergelijking komt geen duidelijk effect van beïnvloeding naar voren. Wel geven beide groepen duidelijk vaker aan van alle gebruikers een vergoeding te willen ontvangen: bijna 90 procent wil van iedere gebruiker een vergoeding ontvangen, over de totale steekproef geldt dat voor 'slechts' driekwart van de respondenten.

Figuur 3.24 Effect Pictoright-communicatie op de vraag over uitzondering van vergoeding

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Onder de respondenten die aangaven *niet* van alle gebruikers een vergoeding te hoeven ontvangen, gaf ruim 60 procent aan geen vergoeding te hoeven ontvangen van ideële organisaties. Voor gebruik door onderwijs, bibliotheken, musea en archieven hoefde 40 procent van hen geen vergoeding te ontvangen.[29]

[29] Vergoedingen voor het gebruik door onderwijsinstellingen en bibliotheken kwamen ook ter sprake in de communicatie van Pictoright en BNO (zie paragraaf 2.4.2). Het percentage dat *geen* vergoeding van deze instellingen verlangt, blijkt lager onder respondenten die via Pictoright/BNO zijn ingestroomd: 29 procent voor onderwijsinstellingen (vergelijk: 42 procent in Figuur 3.25) en 26 procent voor bibliotheken (vergelijk: 38 procent in Figuur 3.25). Het aantal Pictoright/BNO-instromers dat deze vraag heeft beantwoord, 58 personen, pleit echter voor voorzichtigheid bij de interpretatie van deze percentages.

Figuur 3.25 Uitzonderingen naar type gebruiker (N=770)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Ongeveer één op de vijf respondenten is bekend met Creative Commons-licenties. Met deze licenties kunnen rechthebbers aangeven tegen welke voorwaarden anderen gebruik mogen maken van hun werken. Door een Creative Commons-licentie aan zijn/haar werk te verbinden, staat een rechthebbende anderen toe diens werk gratis te gebruiken, naar keuze alleen voor niet-commercieel hergebruik dan wel ook voor commercieel hergebruik.

Figuur 3.26 Bekendheid Creative Commons-licenties (N=4563)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Aan de groep die een beetje bekend of bekend is met creative commons is vervolgens gevraagd of zij creative commons ook gebruiken. Slechts 12 procent van deze groep, dus ongeveer 3 procent van de totale respons gebruikte ook daadwerkelijk dergelijke licenties. Van de makers en uitvoerenden die *geen* creative commons licenties gebruiken maar er wel bekend mee zijn, geeft een groot deel als belangrijkste reden aan daar nog niet over nagedacht te hebben. Voor een nog iets groter deel geldt dat zij altijd betaald willen worden voor gebruik van hun werk.

Figuur 3.27 Redenen om geen gebruik te maken van Creative Commons-licenties (N=819)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Ook deze vraag is expliciet aan de orde gekomen in de communicatie van Pictoright en BNO. In Figuur 3.28 is te zien dat de Pictoright-doelgroep (fotografen, beeldend kunstenaars, tekenaars en ontwerpers/vormgevers) – zowel degenen die via de uitnodiging van Pictoright de enquête invulden (donkerrode balken) als degenen die dat langs andere weg deden (roze balken) – duidelijk vaker als motivatie om geen CC-licenties te gebruiken, aangeven altijd een vergoeding te willen ontvangen. De andere redenen worden juist minder genoemd.

Figuur 3.28 Effect Pictoright-communicatie op de vraag over CC-licenties

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## Box 3.1 PAM: *one-stop-shopping* in de audiovisuele sector

In de audiovisuele sector hebben enkele beroepsorganisaties samen met de CBO's (Lira, Vevam, Norma, Netwerk Scenarioschrijvers, DDG en ACT) het initiatief genomen tot een Portal Audiovisuele Makers (PAM): www.portal-pam.nl. Dit is één loket waar producenten, omroepen en distributeurs kunnen afrekenen voor het gebruik van auteurs- en naburige rechten. Uitgangspunt is dat de digitale exploitatiepraktijk vraagt om nieuwe auteursrechtelijke kaders om volop gebruik te kunnen maken van de nieuwe mogelijkheden, net als indertijd bij de introductie van kabeltelevisie en de uitzending van programma's via de satelliet. PAM werkt via collectieve licenties, een systeem dat al jaren gebruikelijk is in de Scandinavische landen.

Er zijn drie stellingen over PAM voorgelegd aan de ruim 700 respondenten die (deels) actief zijn als scenarioschrijver, regisseur en/of acteur. In Figuur 3.29 tot en met Figuur 3.31 valt vooral het grote aandeel 'Weet niet/geen mening' op: ongeveer 40 procent van de scenaristen, regisseurs en acteurs kan geen mening vormen over PAM, wat suggereert dat een groot deel van de respondenten niet bekend is met PAM, of in ieder geval niet weet wat PAM impliceert voor (toekomstige) verdienmogelijkheden, publieksbereik en rechtenbehartiging.

### Figuur 3.29 Effect PAM op (toekomstige) verdienmogelijkheden (N=720)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

### Figuur 3.30 Effect PAM op publieksbereik (N=718)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 3.31 Rechtenbehartiging via PAM (N=713)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

# 4 Exploitatiecontracten

*Hoe beoordelen makers en uitvoerend kunstenaars hun positie bij het aangaan van exploitatiecontracten en hoe denken zij over de verschillende aspecten van het voorontwerp auteurscontractenrecht?*

Ruim de helft van alle respondenten beschouwt zijn onderhandelingspositie ten opzichte van opdrachtgevers en exploitanten als zwak (Figuur 4.1). Tussen de beroepsgroepen zijn echter grote verschillen zichtbaar. Ongeveer twee van drie acteurs en vertalers vinden hun onderhandelingspositie zwak, waarvan een aanzienlijk deel zelfs zeer zwak. Ook auteurs, journalisten, scenarioschrijvers/ scriptschrijvers en regisseurs vinden hun onderhandelingspositie zwakker dan andere groepen. Ontwerpers/vormgevers en beeldend kunstenaars geven met ongeveer 40 procent minder vaak aan dat hun onderhandelingspositie zwak is. Uit de gegeven toelichtingen bij deze stelling komt naar voren dat freelance auteurs en vertalers veel concurrentie ervaren bij het binnenhalen van opdrachten. Volgens hen maken opdrachtgevers hier gebruik van door voorwaarden te bedingen die ongunstiger zijn voor de auteur/vertaler. Een verband tussen de ervaren onderhandelingspositie en het opleidingsniveau van makers blijkt er niet of nauwelijks te zijn (Figuur 4.2).

Figuur 4.1 Zwakte onderhandelingspositie per beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Voor makers die meewerken aan de totstandkoming van filmwerken, zoals acteurs, regisseurs en scenarioschrijvers, bevat de wet voor de rechtenoverdracht een specifieke regeling die verschilt van andere werken. De producent van filmwerken geniet extra bescherming doordat de wet bepaalt dat bepaalde auteursrechten van de makers worden vermoed te zijn overgedragen aan de

producent. De bescherming van de makers bestaat daarbij uit een vergoedingsrecht (artikel 45d, Auteurswet). Dit verklaart (deels) waarom scenaristen, regisseurs en acteurs hun onderhandelingspositie als zwak ervaren.

Figuur 4.2 Onderhandelingspositie naar opleidingsniveau

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 4.3 Ongewilde rechtenoverdracht

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Een zwakke onderhandelingspositie kan zich uiten in het feit dat makers meer rechten overdragen dan ze eigenlijk zouden willen. Opvallend is dat ook hier weer 50 procent zegt wel eens meer rechten te hebben overgedragen in een exploitatiecontract dan zij eigenlijk zouden

willen. Onder acteurs, scenaristen en regisseurs maakt zelfs 65 procent tot 75 procent van de respondenten melding van ongewilde rechtenoverdracht. Dit grijpt vermoedelijk terug op hun eerder gememoreerde bijzondere auteurswettelijke positie.

Tevens kan een zwakke onderhandelingspositie zich uiten in de manier waarop makers en uitvoerenden omgaan met het tekenen van contracten. Als zij van mening zouden zijn toch geen invloed uit te kunnen oefenen op het uiteindelijke contract, zouden zij kunnen besluiten het contract niet eens te lezen. Tegelijkertijd kan een zwakke onderhandelingspositie ook volgen uit een gebrek aan alertheid van de maker of uitvoerende bij het afsluiten van het contract. Hier blijkt echter nauwelijks sprake van te zijn omdat de overgrote meerderheid aangeeft exploitatiecontracten pas te tekenen nadat zij het gelezen en begrepen hebben.

Figuur 4.4 Tekenen exploitatiecontract (N=4265)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Het voorontwerp Auteurscontractenrecht doet een aantal voorstellen om de rechtspositie van makers en uitvoerend kunstenaars ten opzicht van exploitanten te versterken. Eén van de manieren is het verbod op overdracht van auteursrechten en naburige rechten tijdens het leven. Een groot deel van de makers ondersteunt dit voorstel uit het voorontwerp. Ongeveer 65 procent is het hiermee eens terwijl, slechts iets meer dan 5 procent van de respondenten het hiermee oneens is.

In Figuur 4.6 blijkt dat een schijnbaar tegengestelde stelling eveneens veel bijval krijgt. Er blijkt veel overlap te bestaan tussen de respondenten: driekwart van de respondenten die vinden dat er bij leven geen rechtenoverdracht moet plaatsvinden, is het eens met de stelling dat de wet zich niet moet bemoeien met rechtenoverdracht bij leven.[30]

[30] Bij bestudering van de toelichtingen door respondenten bleek dat deze stellingen voor meerdere uitleg vatbaar waren en tot verwarring hebben geleid bij respondenten. Zo was niet voor alle respondenten duidelijk dat deze vragen slechts betrekking hebben op de exploitant. Enkele respondenten gaven namelijk aan dat zij hun rechten moeten overdragen aan de CBO. Naast verwarring over de rol van de exploitant en van de CBO, bleek met name de vraag over zelfbeschikking voor veel respondenten lastig interpreteerbaar. Zij gaven bijvoorbeeld aan het wel eens te zijn met het eerste deel van de stelling (zelf bepalen), maar niet met het tweede deel (daar moet de wet zich niet mee bemoeien). Er waren echter ook respondenten die aangaven dat het beter zou zijn als rechten niet overdraagbaar waren, maar dat de wet daarvoor te betuttelend is.

Figuur 4.5 Geen rechtenoverdracht bij leven (N=4252)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 4.6 Zelfbeschikking over rechtenoverdracht (N=4274)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Een ander aspect van het voorontwerp Auteurscontractenrecht is het voorstel om rechthebbenden eens in de vijf jaar de mogelijkheid te geven een exclusieve licentie op te zeggen. Opvallend is dat slechts 5 procent hier tegen is. Wel heeft 30 procent geen mening of twijfels. Ruim 65 procent van de respondenten geeft aan wel eens in de vijf jaar een exclusieve licentie op te willen kunnen zeggen. Dit loopt uiteen van 60 procent onder ontwerpers/vormgevers en acteurs, tot 80 procent onder videokunstenaars. Een duidelijk verband tussen het antwoord op deze vraag en de aangegeven exploitatievoorkeur (Figuur 3.1 en Figuur 3.2) bleek niet te bestaan.

Een nadeel voor makers en uitvoerenden van het recht een licentie op te kunnen zeggen, kan zijn dat exploitanten minder bereid zijn risicovolle investeringen te doen (Figuur 4.8). Ruim 40 procent van de respondenten ziet dit nadeel ook. Iets meer dan 20 procent is het daar niet mee eens. Regisseurs, tekstschrijvers en musici (zowel puur uitvoerend als singer-songwriters) zien dit probleem relatief vaker dan de andere beroepsgroepen. Tekenaars, beeldend kunstenaars

en journalisten zien dit probleem juist minder vaak. Dit is te verklaren uit het gegeven dat de laatstgenoemde beroepsgroepen in de regel niet werken aan projecten met een investeringshorizon van meer dan vijf jaar en vaak exploitatie in eigen beheer nemen (Figuur 3.2). Voor regisseurs, tekstschrijvers en musici geldt het tegenovergestelde.

Figuur 4.7 Recht om exclusieve licentie op te zeggen (N=4236)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 4.8 Risicoaversie bij exploitanten

Bron: SEO Economisch Onderzoek

De positie van makers en uitvoerenden zou ook kunnen worden versterkt door collectieve onderhandelingen tussen exploitanten en verenigingen van makers over een minimumvergoeding. Bijna 70 procent van de respondenten vindt dat deze onderhandelingen plaats zouden moeten

kunnen vinden. Een hypothese zou hier kunnen zijn dat jongere makers kritischer zijn over collectieve onderhandelingen, omdat dit hun mogelijkheden met lagere vergoedingen een positie te verwerven ondermijnt. Deze hypothese wordt echter door de uitkomsten gelogenstraft: instemming is stabiel over leeftijdsgroepen, zij het dat de jongste en oudste respondenten vaker positief antwoorden. Hun geringe aantal (50 personen) staat echter niet toe hier conclusies aan te verbinden.

Figuur 4.9 Onderhandelingen over (minimum)vergoedingen (N=4132)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Een ander onderdeel van het voorontwerp Auteurscontractenrecht is het *non-usus*-principe: makers kunnen licentiecontracten openbreken wanneer de exploitant zich onvoldoende inspant om de rechten te exploiteren. Concreet zou dit aan de orde kunnen komen wanneer de maker exploitatiemogelijkheden ziet die de exploitant onbenut laat. 40 procent van de respondenten geeft aan wel eens exploitatiekansen te zien die de exploitant niet benut. Onder componisten, journalisten, auteurs en videokunstenaars loopt dit op tot 60 á 70 procent. Een opvallend groot deel van de respondenten twijfelt over deze stelling of heeft geen mening. Niettemin is ruim 70 procent van de respondenten het eens met de stelling dat de mogelijkheid zou moeten bestaan exploitatiecontracten in dergelijke gevallen open te breken. Slechts enkele procenten zijn hier tegen.

Figuur 4.10 Gemiste exploitatiekansen

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 4.11 Recht om van exploitant te wisselen (N=4129)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Tot slot vindt driekwart van de makers dat zij het recht moeten hebben op een aanvullende vergoeding wanneer het werk een groot commercieel succes blijkt te zijn, ook als daarvoor geen afspraken zijn gemaakt in het exploitatiecontract.

Figuur 4.12 Recht op aanvullende vergoeding bij commercieel succes (N=4138)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

# 5 Filesharing, remixing en DRM

*Hoe staan makers uitvoerend kunstenaars tegenover* filesharing *en* remixing*? En wat vinden ze van technische gebruiksbeperkingen (DRM)?*

## 5.1 Filesharing

*Filesharing* heeft betrekking op verspreiding van muziek, films, games en e-books via internet zonder toestemming van de rechthebbende, via websites zoals The Pirate Bay of Torrent Reactor, en plaatsing op websites als YouTube.[31] Bijna 30 procent van de makers en uitvoerenden geeft aan momenteel financiële schade te lijden door *filesharing*. De gepercipieerde schade zit vooral bij makers in de muziekbranche en fotografen. Opvallend is de positie van componisten en tekstschrijvers, die het vaakst schade zeggen te lijden. Dat kan samenhangen met het feit dat ze wel inkomsten mislopen wanneer muziekopnames worden gedownload in plaats van gekocht, terwijl ze niet of minder profiteren van concerten waar uitvoerend musici dat wel kunnen. Begrijpelijkerwijs geven beeldend kunstenaars en ontwerpers het minst vaak aan schade te lijden door *filesharing*. Hun producten of diensten worden niet of nauwelijks digitaal verspreid.

Figuur 5.1 Financiële schade door *filesharing* per beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

[31] In sommige kringen wordt *filesharing* enger gedefinieerd door deze gelijk te stellen aan *peer-to-peer* (P2P) bestandsuitwisseling.

Bij deze kwestie is een duidelijk leeftijdseffect te zien. De leeftijdsgroepen tussen 55 en 75 jaar geven relatief vaak aan schade te lijden door *filesharing*, de leeftijdsgroepen tussen 25 en 55 ervaren minder vaak financiële schade, terwijl dat bij de leeftijdsgroep tot 25 jaar beperkt is tot minder dan 15 procent. Dit strookt met het beeld dat respondenten met het verstrijken van de werkzame jaren meer rechten opbouwen en dus een groter deel van hun inkomen uit rechtenvergoedingen betrekken naarmate ze ouder zijn (Figuur 8.21 in Bijlage B.5). Ook opleiding lijkt een rol te spelen: laagopgeleiden ervaren vaker financiële schade dan hoogopgeleiden.

Figuur 5.2 Financiële schade door *filesharing* per leeftijdsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 5.3 Financiële schade door *filesharing* naar opleidingsniveau

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Tot slot ervaren makers met hogere inkomens vaker financiële schade door *filesharing*. Met name de hoogste inkomensgroep geeft aan veel schade te ondervinden. Ook dit houdt vermoedelijk verband met een groter inkomensaandeel rechtenvergoedingen (vergelijk: Figuur 5.2). Het sluit bovendien aan bij de hypothese dat bekende artiesten bij *filesharing* vooral schade kunnen ondervinden van substitutie (downloaden in plaats van kopen) terwijl beginnende artiesten hun bekendheid er juist groter door zien worden (*sampling*).[32]

Figuur 5.4 Financiële schade door *filesharing* naar bruto jaarinkomen

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Over de *verwachte* schade door *filesharing* zijn de respondenten negatiever dan over de *huidige* schade. Bijna de helft van de respondenten verwacht in de toekomst financiële schade te lijden door *filesharing*. Slechts 15 procent denkt in de toekomst geen financiële schade te zullen lijden.

Figuur 5.5 Financiële schade door *filesharing* (N=3932~3924)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

32 Een uitwerking van deze redenering is te vinden in Huygen *et al.* (2009), paragraaf 5.3.

Tegelijkertijd denkt bijna 60 procent van de respondenten dat *filesharing* de bekendheid van hun werk verhoogt. Iets minder dan 15 procent is het hiermee oneens. Bij deze vraag is een sterk leeftijdseffect te zien. Jongere leeftijdsgroepen geven vaker aan dat *filesharing* de bekendheid van hun werk verhoogt dan oudere leeftijdsgroepen.

Figuur 5.6 Vergroting bekendheid van werk door *filesharing*

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 5.7 Vergroting bekendheid van werk door *filesharing* naar beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Niet alleen leeftijd is belangrijke determinant van de kansperceptie van *filesharing*, ook beroepsgroep speelt een rol. Fotografen, vertalers en tekenaars zijn het minst optimistisch over

hun kansen om via *filesharing* de bekendheid van hun werk te vergroten: zij zijn makers die geen geld verdienen met optredens. Het aandeel 30 procent (helemaal) eens steekt schril af tegen de inschatting van musici (uitvoerend, componerend of beide), scenaristen en videokunstenaars. Onder hen is ongeveer 70 procent positief gestemd over publieksbereik via *filesharing*. Dit gaat voor die laatste groep dus hand in hand met de gepercipieerde financiële schade door *filesharing* (Figuur 5.1).

*Filesharing* levert volgens de respondenten dus financiële schade op, maar verhoogt tegelijkertijd de bekendheid van hun werk. De combinatie van deze twee gevolgen van *filesharing* levert gemiddeld genomen geen positief eindoordeel van de respondenten op. Bijna de helft van de respondenten geeft aan door *filesharing* niet méér mogelijkheden te hebben in hun bestaan te voorzien. Ongeveer 10 procent geeft aan wel méér mogelijkheden te hebben door *filesharing*.

Figuur 5.8 Mogelijkheden om in bestaan te voorzien door *filesharing* (N=3912~3919)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Over de toekomst zijn respondenten iets positiever. Ruim 15 procent van de respondenten denkt in de toekomst wel méér mogelijkheden te hebben in het bestaan te voorzien door *filesharing*. Tegelijkertijd blijkt uit Figuur 5.9 dat er een sterk leeftijdseffect is: 40 procent van de jongeren tot 25 jaar en 30 procent in de leeftijdsgroep 25 tot 35 jaar ziet méér mogelijkheden door *filesharing*.

Figuur 5.9 Toekomstige mogelijkheden om in bestaan te voorzien door *filesharing* per leeftijdsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

In lijn met de verwachte schade door *filesharing,* vindt ruim de helft van de respondenten dat er harder moet worden opgetreden tegen consumenten die aan *filesharing* doen. Het verschil in opvattingen tussen de respondenten in de leeftijdsgroepen tot 45 jaar is klein. Van hen vindt rond de 40 procent dat consumenten die aan *filesharing* doen, harder moeten worden aangepakt. Jongeren tot 25 jaar zijn wel vaker uitgesproken tegen het aanpakken van consumenten. Bij oudere leeftijdsgroepen vindt oplopend tot 80 procent dat consumenten harder moeten worden aangepakt. Van de respondenten boven de 55 jaar is slechts een zeer klein deel uitgesproken tegen het harder aanpakken van consumenten. Dit hangt uiteraard samen met de financiële schade die de respondent als gevolg van *filesharing* ervaart (vergelijk: Figuur 5.2).

Figuur 5.10 Harder optreden tegen consumenten die aan *filesharing* doen (N=3721)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Vertalers, auteurs en fotografen zijn relatief vaak van mening dat consumenten die aan *filesharing* doen harder moeten worden aangepakt: het gaat hier om groepen die geen inkomsten hebben uit optredens en aangaven weinig te profiteren van *filesharing* in termen van publieksbereik. Videokunstenaars en scenarioschrijvers geven vaker aan het hiermee oneens te zijn. Respondenten uit de muziektsector zijn relatief mild, mogelijk omdat zij zowel na- als voordelen van *filesharing* ondervinden (zie respectievelijk Figuur 5.1 en Figuur 5.6), en mogelijk omdat ze relatief ruime ervaring hebben met digitale verspreiding van hun werk.

Figuur 5.11 Harder optreden tegen consumenten die aan *filesharing* doen

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Ook is de respondenten gevraagd of zij afgelopen jaar *zelf* wel eens auteursrechtelijk beschermd werk hebben gedownload uit illegale bron. Zeven op de tien geven aan dit niet te doen, 22 procent geeft toe zelf wel eens te downloaden uit illegale bron. Dat is beduidend minder dan het landelijk gemiddelde. Uit een eerdere enquête, gehouden in 2008, blijkt dat 44 procent van de Nederlandse internetgebruikers wel eens downloadt (Huygen *et al.*, 2009).

Figuur 5.12 Downloadgedrag respondenten (N=3972)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

De respondenten die aangaven wel eens werk uit illegale bron te downloaden doen dit vooral bij muziek (meer dan 80 procent) en films (meer dan 40 procent). Het downloaden van games en e-boeken vindt nauwelijks plaats.

Figuur 5.13 Downloadgedrag van downloaders (N=863)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 5.14 laat de relatie zien tussen het eigen downloadgedrag en de opinie over het harder aanpakken van consumenten. Van de downloaders is nog altijd ruim 30 procent voor het harder aanpakken van *filesharing*, terwijl een iets groter percentage hierop tegen is. Van de niet-downloaders is 70 procent voorstander van een hardere aanpak van consumenten die aan *filesharing* doen.

Figuur 5.14 Harder optreden tegen consumenten die aan *filesharing* doen

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Voor het aanpakken van consumenten kijken de makers en uitvoerenden het vaakst naar de overheid, gevolgd door stichting Brein en de exploitanten.

Figuur 5.15 Aanpak van consumenten die aan *filesharing* doen (N=2310)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Bijna 60 procent van de respondenten vindt dat er harder moet worden opgetreden tegen websites voor *filesharing*. De respondenten kijken dus niet verschillend aan tegen het aanpakken van consumenten of websites. Bij analyse van de gegeven toelichtingen door respondenten blijkt dat zij reageerden op het fenomeen *filesharing* en niet zozeer op de vraag of de consument nu worden aangepakt of de websites.

Enkele respondenten maken een vergelijking tussen *filesharing* en diefstal: 'Torrentsites verdienen aan de producten van anderen'. Tegelijkertijd denkt een deel van de respondenten dat consumenten er teveel aan gewend zijn geraakt dat alles op het internet gratis is. Aan de andere

kant is er een grote groep die stelt dat je *filesharing* helemaal niet tegen kan houden: 'Voor elke site die je aanpakt krijg je er tien terug'. Verder zijn veel respondenten van mening dat het gebrek aan legaal aanbod, het illegale aanbod in de hand werkt: 'Je moet ze alternatieven bieden, dat betekent goed bereikbare content voor een redelijke prijs….(straffen) brengt alleen maar schade toe aan het imago van contentmakers'.

Naast het bieden van een alternatief moeten consumenten volgens een aantal makers bewust gemaakt worden van de schade die makers oplopen door downloaden uit illegale bron. 'Er zal echter altijd een groep mensen blijven die ook bij een ruim en betaalbaar digitaal aanbod kiezen voor gratis illegale downloads. Wanneer deze groep beperkt blijft tot 10 procent is dat niet zo een probleem. Makers moeten dit maar zien als een reclamebudget.' Vooral respondenten uit de muziekwereld geven aan dat *filesharing* juist goed is voor de publiciteit en dat ze er helemaal geen schade door lijden. Sommige muzikanten zijn juist door *filesharing* groot geworden. Tot slot wordt er naar mogelijkheden gezocht om het illegale aanbod legaal te maken. Suggesties zijn een heffing aan de *filesharing* sites per gedeeld bestand of een internetaansluitingheffing. Overigens laat een muzikant die zijn werk in eigen beheer uitgeeft weten dat hij de heffing op blanco cd's een onhandige regeling vindt: 'De heffing op blanco cd's is ouderwets. Ik betaal deze heffing zelf als maker wanneer ik cd's in eigen beheer uitgeef.'

## 5.2 Remixing en sampling

Bij *remixing* of *sampling* gebruikt een maker het werk van een andere maker om tot een nieuwe creatie te komen, bijvoorbeeld het verwerken van auteursrechtelijk beschermd materiaal in nieuwe liedjes, clips, beelden, collages en teksten. Dit kan zowel door makers zelf gebeuren als door anderen, bijvoorbeeld op YouTube. De respondenten is een aantal stellingen voorgelegd over bewerking waarbij de rechthebbende *geen* toestemming heeft verleend en *geen* vergoeding ontvangt.

Minder dan 10 procent geeft aan regelmatig werk van anderen te bewerken zonder toestemming van de oorspronkelijke maker. Jongere leeftijdsgroepen doen dit vaker dan oudere leeftijdsgroepen. Het is duidelijk dat sampling niet in alle beroepsgroepen een rol speelt: voor vertalers speelt het sowieso geen rol, en voor andere schrijvende makers is wat elders onder sampling zou vallen een citaat of plagiaat. Dergelijke verschillen komen terug in de antwoorden: vertalers, journalisten, scenaristen en fotografen geven aan zelden tot nooit aan sampling te doen. Videokunstenaars steken met 24 procent ver boven het gemiddelde.

Een twee keer zo groot deel van de respondenten (20 procent) geeft aan dat hun werk wel eens zonder toestemming wordt bewerkt. Respondenten met een hoog inkomen geven vaker aan dat hun werk wel eens bewerkt wordt zonder toestemming. Dit is logisch omdat vooral bekende werken worden hergebruikt. Hoewel *remixing* de bekendheid van het originele werk kan verhogen, staan de meeste respondenten hier negatief tegenover. Slechts 10 procent van de respondenten geeft aan bewerking zonder toestemming te waarderen.

Figuur 5.16 Bewerking/*remixing* door respondenten (N=3846)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 5.17 Bewerking/*remixing* van werk (N=3838)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 5.18 Waardering van *remixing*

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Bijna de helft van de respondenten ziet *remixing* dan ook als een bedreiging voor zijn inkomsten. Eenzelfde percentage van bijna 50 procent vindt dat bewerking zonder toestemming harder moet worden aangepakt. De leeftijdsgroepen tot en met 45 jaar zijn het minder vaak hiermee eens, terwijl vooral de leeftijdsgroepen boven de 65 jaar het hier vaker mee eens zijn.

Figuur 5.19 Financiële schade door bewerking/*remixing* (N=3845)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 5.20 Bestrijding van *remixing*

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## 5.3 Technologische gebruiksbeperkingen

*Digital Rights Management* (DRM) is een verzamelnaam voor technologische gebruikersbeperkingen die worden toegepast om ongeautoriseerd gebruik tegen te gaan en betaling voor het gebruik te waarborgen. Voorbeelden zijn kopieerbeveiligingen voor dvd's, cd's en muziekbestanden, watermerken in foto's, gebruiksregistratiesystemen en Adobe PDF Merchant voor e-books.[33]

Bijna de helft van de respondenten denkt dat DRM binnen zijn of haar vakgebied wordt (of zal worden) toegepast. Journalisten, acteurs en beeldend kunstenaars geven minder vaak aan dat DRM wordt toegepast in hun discipline. Voor fotografen en videokunstenaars en mensen in de audiovisuele sector is DRM bovengemiddeld relevant.

Figuur 5.21 Relevantie Digital Rights Management

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Aan de respondenten die denken dat DRM een rol zal spelen in hun vakgebied is ook gevraagd of zij denken dat DRM bij zal dragen aan hun verdienmogelijkheden. 70 procent van deze groep denkt dat dit zo is. Oudere respondenten zijn het hier vaker mee eens dan jongere respondenten. Op de vraag naar verdienmogelijkheden voor de exploitant wordt bijna identiek geantwoord.

[33] Dit is de omschrijving zoals aan respondenten voorgelegd. Naast technologische gebruikersbeperkingen omvat DRM bijvoorbeeld ook afrekenmogelijkheden, maar deze zijn niet relevant in het kader van dit onderzoek.

Figuur 5.22 Verdienmogelijkheden door DRM (N=1819)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 5.23 Verdienmogelijkheden exploitant door DRM (N=1802)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Van deze respondenten die aangeven dat DRM in hun vakgebied relevant is of zal zijn, vindt ruim 70 procent dat zijn werk met DRM beschermd zou moeten worden. In de leeftijdsgroepen tot 45 jaar is ongeveer 40 procent het hiermee eens, terwijl in de leeftijdsgroepen tussen 55 en 75 jaar bijna 80 procent het hiermee eens is. Let wel, dit geldt dus alleen voor de respondenten die aangaven dat DRM in hun vakgebied relevant is of zal zijn. De andere respondenten hebben deze vraag niet voorgelegd gekregen.

Figuur 5.24 Bescherming werk met DRM per leeftijdscategorie (N=1732)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Vertalers, tekenaar, acteurs en fotografen vinden vaker dan gemiddeld dat hun werk beschermd zou moeten worden met DRM. Over het algemeen zijn makers en uitvoerenden in de muziek minder positief over DRM voor hun eigen werk, terwijl deze groep aangaf veel schade te hebben van *filesharing*. Dat sluit aan bij de veelgehoorde stelling dat de muziekindustrie teruggekomen is op DRM als remedie tegen *filesharing*.

Figuur 5.25 Bescherming werk met DRM per beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Ongeveer 30 procent van de respondenten die van mening is dat DRM relevant zal zijn in de discipline, is van mening dat DRM een belemmering vormt voor goedwillende gebruikers. Ruim

40 procent is het hier niet mee eens. Er treedt ook een sterk leeftijdseffect op bij deze vraag. Jongere respondenten vinden vaker dat DRM wel een belemmering vormt voor goedwillende gebruikers, mogelijk omdat ze voor hun inkomen minder afhankelijk zijn van rechtenexploitatie.

Figuur 5.26 Belemmering goedwillende gebruikers door DRM (N=1801)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Ruim 40 procent van de respondenten onder de 25 jaar die denkt dat DRM relevant zal zijn in zijn discipline, denkt dat DRM schadelijk zal zijn voor de band met het publiek. In de leeftijdsgroep tot 35 jaar is ruim 30 procent deze mening toegedaan. Over alle respondenten die denken dat DRM relevant zal zijn in de discipline, denkt ongeveer 15 procent dat DRM schadelijk zal zijn voor band met het publiek. Componisten/tekstschrijvers en uitvoerende musici denken vaker dat DRM schadelijk zal zijn voor de band met het publiek. Dat is bijzonder, aangezien dit een groep is die relatief veel financiële schade ondervindt van ongeautoriseerde digitale verspreiding van hun werk (zie Figuur 5.1).

Figuur 5.27 Schade publieksbereik door DRM per leeftijdscategorie (N=1715)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 5.28 Schade publieksbereik door DRM per beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

# 6 Collectieve beheersorganisaties

*Wat zijn de meningen van de makers en uitvoerend kunstenaars over het functioneren en de rol van collectieve beheersorganisaties en de wijze waarop zij ingaan op digitale ontwikkelingen?*

## 6.1 Relevantie en aansluiting

Figuur 6.1 geeft aan welke collectieve beheersorganisatie voor welk deel van de respons relevant is, waarbij *relevant* niet hoeft te impliceren dat de respondent bij de CBO is aangesloten. In lijn met de verdeling over de creatieve disciplines (zie hoofdstuk 2) worden Buma/Stemra, Sena, Norma en Pictoright het meest dikwijls als relevant aangemerkt. Een kleine 10 procent merkt geen van de CBO's als relevant aan.

Figuur 6.1 Relevante collectieve beheersorganisaties (N=4126)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 6.2 Aansluiting bij de CBO's (N=3889)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Niet iedereen is echter ook daadwerkelijk aangesloten bij de relevante CBO's. Gemiddeld is per CBO 88 procent van de 'doelgroep' aangesloten, maar dit percentage varieert tussen 76 en 94 procent (Figuur 6.3). Figuur 6.4 geeft per beroepsgroep aan welke CBO het vaakst als *meest* relevant wordt genoemd.

Figuur 6.3 Aansluiting bij de voor respondent relevante CBO of CBO's[34]

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 6.4 Meest relevante CBO per beroepsgroep

| | Meest relevante CBO | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Beroepsgroep** | Buma/Stemra | Sena | Norma | Pictoright | Vevam | Lira | Buitenlands | Geen | **Totaal** |
| Singer-songwriter | 120 | 32 | 9 | | | | 1 | 5 | **167** |
| Componist | 448 | 40 | 8 | 1 | | | 3 | 7 | **507** |
| Overige activiteit | 25 | 7 | 13 | 4 | 4 | 4 | | 8 | **65** |
| Uitvoerend musicus | 347 | 384 | 87 | 1 | | 1 | 7 | 16 | **843** |
| Acteur | 17 | 8 | 210 | | | 8 | 1 | 4 | **248** |
| Fotograaf | 15 | 2 | | 424 | | 5 | 1 | 89 | **536** |
| Beeldend kunstenaar | 10 | 5 | 1 | 302 | | 4 | 1 | 79 | **402** |
| Tekenaar, e.d. | 1 | | | 248 | | 6 | | 13 | **268** |
| Ontwerper | 14 | 5 | 2 | 232 | 2 | 6 | 1 | 93 | **355** |
| Regisseur | 13 | 2 | 14 | 7 | 156 | 8 | 1 | 5 | **206** |
| Auteur | 17 | 4 | 7 | 18 | 7 | 192 | 1 | 20 | **266** |
| Vertaler | 2 | | 3 | | | 87 | | | **92** |
| Journalist | 5 | 1 | 1 | 11 | 5 | 47 | 1 | 3 | **74** |
| Scenarioschrijver | 3 | | 2 | | 14 | 48 | | 1 | **68** |
| Videokunstenaar | 6 | 2 | 2 | 6 | 1 | | | 12 | **29** |
| **Totaal** | **1043** | **492** | **359** | **1254** | **189** | **416** | **18** | **355** | **4126** |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Aangezien de meeste respondenten zijn benaderd via adressenbestanden van CBO's, is het niet verrassend dat de ruime meerderheid van hen (ongeveer 90 procent) ook is aangesloten bij een CBO. Figuur 6.5 maakt inzichtelijk welke leeftijdgroepen *niet* aan een CBO gelieerd zijn. Er is een patroon waarneembaar: jongere respondenten zijn verhoudingsgewijs minder vaak aangesloten dan oudere respondenten. Dit patroon is in de gehele populatie van makers en uitvoerenden

34 De CBO of CBO's die voor de respondent relevant is/zijn. Dit is niet per se de *meest* relevante CBO.

mogelijk duidelijker, aangezien niet-gelieerden aannemelijk zijn ondervertegenwoordigd in dit onderzoek door makers en uitvoerenden te benaderen via adressenbestanden van CBO's en beroepsorganisaties.

Figuur 6.5 Aansluiting bij een CBO naar leeftijdsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 6.6 Aansluiting bij een CBO naar beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 6.6 maakt duidelijk dat er qua aansluiting bij een CBO grote verschillen bestaan tussen beroepsgroepen. Onder ontwerpers, videokunstenaars, beeldend kunstenaars en fotografen is een relatief groot aantal makers niet gelieerd aan een CBO. Dit sluit aan bij de eerdere observatie dat een groot deel van hen de (volledige) exploitatie van zijn of haar werk in eigen beheer heeft (zie Figuur 3.2 in paragraaf 3.1).

Dit heeft als consequentie dat de stellingen over Pictoright relatief vaak door niet-aangeslotenen zijn beantwoord: het gaat om ongeveer 240 personen, bijna een kwart van de mensen die Pictoright als meest relevant typeerden en dus de Pictoright-stellingen voorgelegd kregen.[35] Bij de meeste stellingen heeft 75 tot 95 procent van deze niet-aangesloten respondenten geen mening.[36] Bij twee stellingen, die over collectiviteit (vraag 36a) en het belang van Pictoright voor hun inkomsten (vraag 36b), volgt het lagere percentage 'eens' uit het feit dat deze respondenten niet bij Pictoright zijn aangesloten.

In het vervolg van dit hoofdstuk zijn figuren en toelichtingen gebaseerd op enkel de antwoorden van respondenten die bij de desbetreffende CBO zijn aangesloten.

## 6.2 Belang CBO in het digitale tijdperk

Figuur 6.7 tot en met Figuur 6.9 geven de antwoorden op de vraag of respondenten het een goed idee vinden dat hun CBO collectief onderhandelt over digitaal hergebruik van werken, zodat anderen dit tegen een vergoeding op internet mogen zetten. De antwoorden zijn gedifferentieerd naar leeftijd, beroepsgroep en exploitatievoorkeur. Over de gehele respons vind een meerderheid van 70 procent dit een goed idee, waarbij een duidelijk effect van de leeftijd te zien is. Fotografen zien het minste in een dergelijke regeling, terwijl regisseurs en acteurs de grootste voorstanders zijn. Het zal geen verrassing zijn dat makers en uitvoerend kunstenaars die aangaven de exploitatie van hun werk bij voorkeur zelf te doen, ook minder zien in collectieve onderhandeling over digitaal hergebruik, zie Figuur 6.9.

Figuur 6.7 Voorkeur collectieve onderhandelingen door CBO per leeftijdsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

35 Bij de overige CBO's is het percentage niet-gelieerden verwaarloosbaar, namelijk 1 tot 6 procent.
36 De som van *Noch eens, noch oneens* en *Weet niet/geen mening*.

Figuur 6.8 Voorkeur collectieve onderhandelingen door CBO per beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 6.9 Voorkeur collectieve onderhandelingen door CBO naar exploitatievoorkeur

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## 6.3 Tevredenheid

Iedere respondent kreeg een aantal stellingen voorgelegd over de rol en het functioneren van de CBO waar hij of zij is aangesloten én die hij of zij had aangemerkt als meest relevant. Figuur 6.10

tot en met Figuur 6.12 geven deze stellingen en de antwoorden weer, onderscheiden naar CBO. Voor al deze stellingen geldt dat ouderen het er in sterkere mate mee eens zijn dan jongeren, oftewel dat zij over het algemeen meer tevreden zijn over hun CBO dan jongeren, wat rijmt met de constatering dat jongeren minder vaak bij een CBO zijn aangesloten dan ouderen (Figuur 6.5).

Voorts bestaat bij alle stellingen een positief verband tussen het aandeel van rechtenvergoedingen van CBO's in het inkomen van makers, en de mate waarin zij tevreden zijn over hun CBO uitspreken. Makers die meer uitgekeerd krijgen, zijn dus over het algemeen tevredener over hun CBO en meer overtuigd van het belang van de CBO om te regelen wat ze zelf niet kunnen. Omgekeerd geldt dat respondenten die een groter gedeelte van hun inkomen betrekken uit gages voor uitvoeringen en optredens, minder tevreden zijn over hun CBO.

De eerste stelling in Figuur 6.10 heeft betrekking op de kern van het bestaansrecht van CBO's. Een overweldigende meerderheid is eens met de stelling dat een CBO collectief regelt wat hij of zij individueel niet kan regelen. Verschillen tussen de CBO's komen vooral voort uit het deel dat geen mening heeft of neutraal is over deze stelling. Slechts een paar procent is het oneens.

De stelling dat CBO's belangrijk zijn voor de eigen inkomsten wordt minder breed onderschreven, maar nog altijd is bij alle CBO's meer dan 50 procent van de achterban het hiermee eens. Per CBO is 10 tot 15 procent is het oneens met deze stelling. De service door de CBO wordt als goed beoordeeld door meer dan 60 procent. Lira en Pictoright komen op dit punt het beste uit de bus, Buma/Stemra en Vevam het minst goed.

Figuur 6.10 Rol en tevredenheid CBO

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 6.11 Rol en tevredenheid CBO (vervolg)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 6.12 Rol en tevredenheid CBO (vervolg)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Over de inspraak, de transparantie en de externe communicatie (Figuur 6.11 en Figuur 6.12) zijn de meningen meer verdeeld. Ook hier geldt echter dat in bijna alle gevallen een meerderheid deze positief beoordeelt, en een minderheid het oneens is met de stellingen dat de inspraak en de transparantie voldoende zijn. Buma/Stemra scoort op al deze vragen het minst goed.

De stelling dat het aansluitcontract voldoende ruimte biedt om zelf te bepalen welke rechten wel en niet door de CBO worden beheerd, kreeg minder bijval. Voor alle CBO's geldt dat ongeveer de helft van de doelgroep geen mening hierover uitsprak. Opnieuw waren Buma/Stemra-aangeslotenen het vaakst oneens met deze stelling.

Figuur 6.13 Ruimte in aansluitcontract met CBO

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Met de stelling 'Alles overziend worden mijn belangen door de CBO goed behartigd' is de achterban van iedere CBO het in meerderheid eens. Het antwoordpatroon komt sterk overeen met dat op de vraag naar het serviceniveau. Respondenten zien dan ook niet veel heil in concurrentie tussen CBO's (bijvoorbeeld door buitenlandse CBO's). Van de doelgroep van Buma/Stemra ziet een kleine 30 procent dit nog wel zitten, voor de overige CBO's is dit tussen de 10 en 20 procent. In alle gevallen is een grotere groep het oneens met de stelling dat concurrentie goed zou zijn.

Figuur 6.14 Algehele tevredenheid over belangenbehartiging

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 6.15 Concurrentie voor de CBO

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Het effect van leeftijd op de mate waarin respondenten tevreden zijn over de CBO wordt geïllustreerd in Figuur 6.16. Bij jongere leeftijdcohorten is zowel het deel dat niet zo tevreden is, als het deel dat geen mening heeft groter. Figuur 6.17 geeft de tevredenheid per beroepsgroep. De meest positieve beoordeling van Lira en Pictoright die al te zien was in Figuur 6.14 is via de onderliggende beroepsgroepen weer terug te lezen.

Figuur 6.16 Tevredenheid over CBO naar leeftijdsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 6.17 Tevredenheid over CBO naar beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Een deel van het door CBO's geïnde geld wordt bestemd voor collectieve sociaal culturele doeleinden. Respondenten kregen per CBO een specifieke toelichting hierop te zien, en aan hen werd gevraagd of zij voorstander waren van deze sociaal culturele gelden. Voor iedere CBO gaf een meerderheid aan hier voorstander van te zijn. De doelgroep van Buma/Stemra en Sena is hier het meest kritisch over, wat ook weer is terug te zien in de uitsplitsing naar beroepsgroep. Opvallend is dat respondenten die zijn aangesloten bij een buitenlandse CBO hier duidelijk anders over denken. Over de vraag of deze gelden nuttig worden besteed heeft een meerderheid geen mening. Voor zover respondenten wel een mening hebben, houden de respondenten die de besteding wel en niet nuttig vinden elkaar voor Buma/Stemra en Sena ongeveer in evenwicht. Voor de overige CBO's zijn er meer respondenten die de besteding nuttig vinden dan die het daar niet mee eens zijn.

Figuur 6.18 Instemming met collectieve sociaal-culturele uitgaven

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 6.19 Instemming met collectieve sociaal-culturele uitgaven per beroepsgroep

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 6.20 Nut van de SoCu-gelden

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 6.21 Verandering aan CBO

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Tot besluit is respondenten gevraagd of ze iets aan hun CBO veranderd zouden willen zien (Figuur 6.21). Een grote groep van ruim 30 tot ruim 50 procent heeft hier *geen* mening over. Voor de meeste CBO's heeft 20 tot 30 procent van behoefte aan verandering, waarbij Buma/Stemra opvalt met bijna de helft van de aangeslotenen die iets veranderd zou willen zien. Tussen de 20 en 40 procent heeft geen behoefte aan verandering.

Figuur 6.22 tot en met Figuur 6.27 geven per CBO de gecategoriseerde open antwoorden op deze vraag. In het algemeen zijn gebrek aan transparantie en gebrekkige informatievoorziening en communicatie de meest geuite kritiek. Ongeveer één derde van de gesuggereerde verbeteringen

gaat over het verbeteren van de interne communicatie en transparantie. Een veel gehoorde klacht is dat niet duidelijk is hoe de hoogte van uitkeringen worden bepaald. Ook het moment van uitkeringen is volgens veel respondenten onvoorspelbaar en bovendien denken zij dat dit sneller kan.

Figuur 6.22 Gewenste verandering/verbetering Buma/Stemra (N=434)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

13 procent van de voorgestelde verbeteringen bij Buma gaat over de online registratie van werken. De website/portal werkt volgens de respondenten niet goed, waardoor zij gedwongen zijn hun werken per post te registreren. De respondenten die aangeven een verandering te willen zien van de attitude bij Buma klagen met name over de visie ten aanzien van internet en *filesharing*. Buma moet volgens deze respondenten sneller inspelen op veranderingen en minder hard optreden tegen digitaal gebruik van werken zonder betaling: "geen onhaalbare strafexpedities tegen 'piraterij' zonder toestemming van de aangeslotenen." Hier staat tegenover dat een bijna even grote groep juist vindt dat Buma/Stemra harder moet optreden tegen *filesharing*.

Ook voor Sena geldt dat het aanmelden van werken op de website volgens velen niet vlekkeloos verloopt. De verbeterpunten in de categorie service zijn uiteenlopend, waarbij regelmatiger uitbetalen het meest genoemd wordt. Tot slot laten ook de opmerkingen wat betreft het beleid geen eenduidig beeld zien. Enkele respondenten verlangen een andere houding ten opzichte van *filesharing*, andere bekritiseren de collectieve sociale doeleinden.

Figuur 6.23 Gewenste verandering/verbetering Sena (N=82)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Bij Norma gaat de overgrote meerderheid van de gewenste verbeterpunten over communicatie en transparantie. Als verbeterpunt van de service wordt met name het beheers- en opsporingssysteem genoemd.

Figuur 6.24 Gewenste verandering/verbetering Norma (N=42)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Transparantie en het verbeteren van de online omgeving vormen meer dan 50 procent van de door de respondenten genoemde verbeterpunten bij Pictoright. Overige genoemde punten zijn

de externe communicatie, kostenefficiëntie van de organisatie en vergoedingen voor digitaal gebruik. Daarnaast geeft een deel van de respondenten aan meer begeleiding vanuit de CBO te wensen. Een ander deel wil meer zelf kunnen bepalen of gebruikers van het werk een vergoeding moeten betalen. Zij vinden dat dit vaak coulanter kan.

Figuur 6.25 Gewenste verandering/verbetering Pictoright (N=134)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 6.26 Gewenste verandering/verbetering Vevam (N=46)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Voor Vevam worden de bekende verbeterpunten genoemd: transparantie, communicatie en het verbeteren van de service. Met dit laatste wordt met name gedoeld op de uitkeringen die volgens de respondenten te laat worden uitgekeerd.

Figuur 6.27 Gewenste verandering/verbetering Lira (N=69)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Ook voor Lira worden de punten communicatie en transparantie genoemd. Opvallend is dat overheadkosten en collectieve sociale bestedingen relatief vaker wordt genoemd dan bij andere CBO's.

# 7 Profielen van makers en uitvoerend kunstenaars

Alle respondenten hebben een uniek responsprofiel. De kans is zeer klein dat twee respondenten exact dezelfde antwoorden hebben gegeven. Maar tegelijk bestaan er patronen in de antwoorden die respondenten geven. Zo zijn respondenten die zeggen veel schade te ondervinden van *filesharing* vaker voorstander van strenge handhaving van rechten, al geldt dat weer minder voor de respondenten uit de muziekwereld. In de voorgaande hoofdstukken is vaak de aandacht gevestigd op verbanden tussen de opinies van respondenten en hun achtergrondkenmerken zoals leeftijd, beroepsgroep en inkomen.

Dit hoofdstuk gaat dieper in op de brede patronen binnen de onderzochte groep, voor wat betreft hun antwoorden en achtergrondkenmerken. Met behulp van factoranalyse en clusteranalyse zijn profielen geconstrueerd op basis van samenhangende opinies en ervaringen waarmee bepaalde specifieke groepen zijn te onderscheiden. Hierdoor wordt de diversiteit aan meningen en opinies onder de respondenten teruggebracht tot een bevattelijk geheel, zonder dat het zicht op de diversiteit van meningen en percepties verloren gaat.

Een eerste stap hiertoe is het identificeren van een aantal centrale thema's op basis van antwoorden op vragen uit de enquête die een sterke samenhang vertonen en op die manier een groot deel van de variatie in de antwoorden verklaren. Dit gebeurt met zogeheten factoranalyse (zie Box 7.1) Een technische verantwoording van de gebruikte technieken wordt gegeven in Bijlage E.1.

Uit die analyse komen de volgende thema's (factoren) naar voren:

1. Kansen van digitale distributie en exploitatie
2. Gebruik van sociale media
3. Zwakte van de onderhandelingspositie ten opzichte van exploitanten/opdrachtgevers
4. Behoefte aan versterking van de rechtspositie (*empowerment*)
5. Kansen van *filesharing*
6. Bedreiging door *filesharing*
7. Waardering van *remixing*/sampling
8. Tevredenheid over de CBO

Vervolgens zijn door middel van clusteranalyse groepen respondenten geïdentificeerd die overeenkomstige oordelen hebben op deze acht thema's en *als groep* een profiel hebben dat duidelijk verschilt van de andere groepen op de centrale vragen van dit onderzoek.[37] Hierdoor ontstaat een beeld van de sociale en culturele verschillen in de totale groep van makers en uitvoerend kunstenaars ten aanzien van hun opinies en inschattingen over auteursrecht, naburig recht en digitalisering. Bovendien wordt de betekenis van hun specifieke professionele praktijk en economische en sociale positie in de typering betrokken. Er zijn uiteindelijk zeven clusters van

[37] In statistische termen: de groepen zijn intern homogeen en extern heterogeen.

makers en uitvoerend kunstenaars geïdentificeerd (zie Box 7.1).[38] Dit hoofdstuk presenteert hun profielen, zowel qua opinies als qua achtergrondkenmerken. Daarbij worden de kenmerken in een cluster steeds vergeleken met het gemiddelde over alle respondenten.

### Box 7.1 Multivariate analyse: factoren en clusters

Factoranalyse en clusteranalyse zijn gerelateerde statistische technieken. Met factoranalyse wordt gezocht naar overeenkomsten tussen antwoorden op de gestelde *vragen*, met clusteranalyse naar overeenkomsten tussen de *respondenten*. In deze studie is de factoranalyse gebruikt als input voor de clusteranalyse.

Het uiteindelijke doel van beide analyses is het identificeren van groepen respondenten die *onderling* sterk gelijkende antwoordpatronen hebben, maar *tezamen* een unieke groep vormen. Het segmenteren van de respondenten kan op basis van losse vragen of, zoals in dit geval, op basis van overkoepelende thema's die uit de vragen zijn af te leiden. Het primaire voordeel van de laatstgenoemde optie is dat er probleemloos op een groot aantal variabelen 'geclusterd' kan worden. Met de factoranalyse zijn 54 vragen teruggebracht tot 8 overkoepelende thema's, de eerder beschreven 8 factoren, waarbij de onderliggende vragen tevens een mate van belang (een 'gewicht') meekrijgen. Ter illustratie: onder de factor *Kansen van digitale distributie en exploitatie* liggen 7 bepalende stellingen, maar niet al deze stellingen wegen even zwaar mee in het algehele oordeel van de respondent over dit thema. Zo blijken de *eigen* (toekomstige) verdienmogelijkheden als gevolg van digitale distributie en exploitatie een belangrijker onderdeel van dit thema te zijn dan de verdienmogelijkheden van de exploitant.[39]

Clusteranalyse is uitgevoerd met behulp van individuele scores van respondenten op de 8 factoren, de zogeheten *factorscores*. Eerst is gezocht naar een indicatie voor het potentiële aantal unieke groepen (of clusters) van makers en uitvoerende kunstenaars. Op statistische gronden zijn er 4 tot 7 clusters aan te wijzen, waarbij tót 7 clusters de gekozen clustertechniek merkbaar beïnvloedt aan welk cluster een respondent wordt toegewezen.[40] De 7-clusteroplossing is statistisch robuust en bovendien inhoudelijk het beste te interpreteren, zowel op basis van de opiniepatronen als op basis van de persoonskenmerken van de respondent, zoals de beroepsgroep, het aantal werkuren binnen de creatieve discipline, leeftijd, inkomen en inkomensopbouw.

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## Digitaal resistenten

Tot deze groep behoort 18 procent van de respondenten. Digitale ontwikkelingen hebben weinig invloed op de activiteiten van deze groep. Dat hangt sterk samen met de aard van de beroepen die oververtegenwoordigd zijn in deze groep (zie Tabel 7.1). Beeldend kunstenaars, ontwerpers en regisseurs, in het bijzonder zij die in het theater werken, lijken in eerste instantie minder te duchten te hebben van en te winnen te hebben bij digitale distributie dan bijvoorbeeld auteurs en singer-songwriters. Zij werken relatief weinig uren in hun creatieve beroep en hebben minder dan anderen de ambitie om daar meer tijd in te stoppen. Deze groep ervaart zijn onderhandelingspositie ten opzichte van exploitanten als slechter dan andere groepen. De behoefte aan versterking van de rechtspositie (*empowerment*) is echter klein. Het aandeel rechtenvergoedingen van CBO's in het inkomen van de Digitaal resistenten is veel lager dan dat van de meeste andere groepen. Het percentage vrouwen is in deze groep hoger dan gemiddeld.

38 Zie Bijlage E.2 voor de verantwoording van de keuze voor het aantal clusters.
39 Zie de factorladingen in Tabel 1.9 van Bijlage E.1.
40 Dit heeft betrekking op de toewijzingsrestrictie van *hiërarchische* ten opzichte van *niet-hiërarchische* clusteranalyse. In Bijlage E.2 wordt dit gedetailleerd toegelicht.

Tabel 7.1 Beroepenprofiel 'Digitaal resistenten'[41]

| Dominante beroepen | Ondervertegenwoordigde beroepen |
|---|---|
| Regisseurs | Auteurs |
| Beeldend kunstenaars | Singer-songwriters |
| Ontwerpers | Componisten |
| | Tekenaars |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## Handhavers

Tot deze groep behoort 9 procent van de respondenten. Leden van deze groep zien kansen in digitale ontwikkelingen, maar vinden de bedreiging van *filesharing* minstens net zo groot. Daarom zijn ze ook meer dan andere groepen voor strengere maatregelen om *filesharing* te beheersen. Respondenten binnen deze groep zijn vaker dan gemiddeld verantwoordelijk voor een aanzienlijk deel van het gezinsinkomen en zijn gemiddeld ouder dan alle andere groepen: 80 procent van deze groep is ouder dan 45 jaar.

Het feit dat deze groep zich scherper profileert dan anderen op het terrein van handhaving kan niet los gezien worden van de beroepen die in het bijzonder kleur geven aan het profiel van deze groep: tekenaars, fotografen en auteurs. Voor hun inkomsten uit creatieve arbeid zijn ze in het bijzonder afhankelijk van de exploitatie van hun rechten. Tegelijkertijd kunnen hun werken bijzonder gemakkelijk via het internet, al dan niet met hun toestemming, gedeeld worden. Dat verklaart waarom ze internet behalve als een kans ook als een bedreiging zien. Opvallend is de ondervertegenwoordiging van uitvoerende musici in deze groep. Ondanks het feit dat hun werken ook relatief gemakkelijk online te delen zijn, ontpoppen ze zich niet als uitgesproken handhavers.

Wettelijke regelingen om de eigen onderhandelingspositie te bevorderen kunnen rekenen op steun van deze groep. Ook is men zeer tevreden over CBO's. Hun inkomsten komen met name uit rechtenvergoedingen van CBO's, royalty's van exploitanten en exploitatie in eigen beheer. Verder valt op dat hun inkomen zich in recente jaren minder gunstig heeft ontwikkeld dan dat van de doorsnee respondent. Het ligt voor de hand dat deze (relatief) ongunstige inkomensontwikkeling invloed heeft op de financiële schade en bedreiging die deze groep als gevolg van *filesharing* ervaart. Ook zitten in deze groep relatief meer vrouwen dan in de totale respons.

41 Over- en ondervertegenwoordiging zijn bepaald door het aandeel van de beroepsgroep in het cluster te vergelijken met het aandeel van de beroepsgroep in de totale respons. Het clusteraandeel van *dominante beroepsgroepen* is minstens 25 procent hoger dan het aandeel in de steekproef, het clusteraandeel van *ondervertegenwoordigde beroepsgroepen* is minstens 25 procent lager dan het aandeel in de steekproef. Voor sterk over-/ondervertegenwoordigde beroepen (de dikgedrukte beroepen) geldt dat het clusteraandeel minstens 50 procent hoger/lager is dan het aandeel in de steekproef.

Tabel 7.2 Beroepenprofiel 'Handhavers'

| Dominante beroepen* | Ondervertegenwoordigde beroepen* |
|---|---|
| Auteurs<br>**Fotografen**<br>**Tekenaars** | **Scenaristen**<br>Acteurs<br>Regisseurs<br>Uitvoerend musici<br>Ontwerpers |

Bron: SEO Economisch Onderzoek; * dikgedrukte beroepen zijn sterk over-/ondervertegenwoordigd

## Generatie 2.0

Tot deze groep behoort 18 procent van de respondenten. Generatie 2.0 ziet vooral kansen in digitale ontwikkelingen, *filesharing* en *remixing* en voelt zich financieel niet of nauwelijks bedreigd. Deze groep werkt minder uren per week als maker of kunstenaar, maar heeft net als de doorsnee respondent (zie Figuur 2.3) de ambitie om meer uren te gaan werken. Leden van deze groep hebben relatief veel inkomsten buiten hun creatieve discipline.

De creatieve disciplines die in deze groep zijn oververtegenwoordigd kunnen allemaal tot de muziekwereld gerekend worden. Dat is opvallend omdat de muziekwereld grondig veranderd is door digitalisering. Zij is als eerste structureel beïnvloed door digitalisering, waarbij de effecten voor sommige beroepen en sectoronderdelen substantieel blijken. Toch is er een groep van jonge makers en uitvoerenden die de digitale ontwikkelingen omhelzen. Een typerend kenmerk van deze groep is dat hun inkomsten voor het grootste deel uit gages afkomstig zijn en niet uit rechten. Beroepsgroepen die fel gekant zijn tegen ongeautoriseerde verspreiding en gebruik van hun werk (lees: de dominante beroepen in de groep Handhavers) zijn logischerwijs ondervertegenwoordigd in deze groep.

Generatie 2.0 is relatief jong (60 procent is tussen 25 en 45 jaar oud), heeft bijgevolg minder werkervaring, kent een positieve inkomensontwikkeling en is minder tevreden over CBO's. Een relatief groot deel van hen, 20 procent, is niet bij een CBO aangesloten. In deze groep zitten naar verhouding veel mannen, wat verband houdt met het gegeven dat er relatief veel mannen in de dominante beroepsgroepen werken (zie Figuur 8.16 in Bijlage B.5).

Tabel 7.3 Beroepenprofiel 'Generatie 2.0'

| Dominante beroepen* | Ondervertegenwoordigde beroepen* |
|---|---|
| Singer-songwriters<br>Uitvoerend musici<br>Componisten | Auteurs<br>**Vertalers**<br>Acteurs<br>Fotografen<br>**Tekenaars** |

Bron: SEO Economisch Onderzoek; * dikgedrukte beroepen zijn sterk over-/ondervertegenwoordigd

## Analoge generatie

Van alle respondenten behoort 12 procent tot de Analoge generatie die geen aansluiting vindt bij digitalisering. De analoge generatie maakt weinig gebruik van nieuwe media en schat de kansen van digitale ontwikkelingen zeer laag in. Dat geldt ook voor *filesharing,* waar volgens deze groep weinig kansen, maar ook niet zo veel bedreigingen van uit gaan, vooral in vergelijking met de

handhavers. Deze groep is ouder dan gemiddeld, werkt veel en heeft meer dan andere groepen te maken met een negatieve inkomensontwikkeling. De inkomsten zijn binnen deze groep voornamelijk afkomstig uit rechtenvergoedingen van CBO's en royalty's van exploitanten. Opvallend is dat deze groep ondanks het belang van rechteninkomsten, CBO's niet hoger dan gemiddeld waardeert. Zo staat deze groep negatiever dan gemiddeld tegenover collectieve onderhandelingen door CBO's over digitaal hergebruik.

Opvallend aan de professionele samenstelling van deze groep (Tabel 7.4) is dat de drie beroepsgroepen die zijn oververtegenwoordigd, ook zijn oververtegenwoordigd onder de voornoemde handhavers: auteurs, fotografen en tekenaars. Journalisten en vertalers, die niet oververtegenwoordigd zijn in de categorie handhavers, zijn dat wel in deze groep. Onder de professies die ondervertegenwoordigd zijn in deze groep, hebben beeldend kunstenaars minder met digitale distributie van hun werken te maken hebben. Daarnaast zijn de muziekprofessies en regisseurs ondervertegenwoordigd.

Tabel 7.4 Beroepenprofiel 'Analoge generatie'

| Dominante beroepen* | Ondervertegenwoordigde beroepen* |
|---|---|
| Auteurs | Scenaristen |
| **Vertalers** | Regisseurs |
| Journalisten | Singer-songwriters |
| Fotografen | Uitvoerend musici |
| **Tekenaars** | Beeldend kunstenaars |

Bron: SEO Economisch Onderzoek; * dikgedrukte beroepen zijn sterk over-/ondervertegenwoordigd

## Digitale debutanten

In deze groep valt ongeveer 17 procent van de respondenten. De Digitale Debutanten zien kansen in digitale ontwikkelingen en *filesharing*, maar weten doordat zij nog weinig gebruik maken van nieuwe media, nog niet zo goed hoe zij deze kansen moeten benutten. De beroepen die in deze groep oververtegenwoordigd zijn (Tabel 7.5) werken in sectoren die de kansen en consequenties van digitalisering voor een groot deel nog moeten ervaren: de podiumkunsten en de audiovisuele sector, in het bijzonder zij die verantwoordelijk zijn voor de verhalen en de invulling ervan. Ten opzichte van de andere groepen werken de Digitale debutanten minder uren en hebben ze minder ambities om meer te werken. Het deel van hun inkomen dat ze met creatieve arbeid verdienen is relatief vaak het resultaat van (tijdelijke) dienstverbanden of contracten. Ze zijn tevreden over CBO's en zien ook bij digitale exploitatie een rol voor de CBO's. Deze groep is relatief oud: driekwart is ouder dan 45 jaar.

Tabel 7.5 Beroepenprofiel 'Digitale debutanten'

| Dominante beroepen* | Ondervertegenwoordigde beroepen* |
|---|---|
| Auteurs | Journalisten |
| **Scenaristen** | **Fotografen** |
| **Acteurs** | Ontwerpers |
| **Regisseurs** | |

Bron: SEO Economisch Onderzoek; * dikgedrukte beroepen zijn sterk over-/ondervertegenwoordigd

## Zelfbewuste makers

15 procent van de respondenten kan worden aangeduid als zelfbewuste makers. Zij verdienen hun inkomen vooral door exploitatie in eigen beheer en werken zelden in dienstverband. Dat is een typisch kenmerk van de verschillende beroepen die in deze groep zijn oververtegenwoordigd: fotografen, beeldend kunstenaars, tekenaars en ontwerpers. Ondanks het feit dat de werken van fotografen, tekenaars en ontwerpers gemakkelijk digitaal te verspreiden zijn, is er een significante groep in deze professies die, samen met de beeldend kunstenaars, volop mogelijkheden ziet in het digitale tijdperk. De afkeer van *filesharing* en *remixing* onderstreept echter dat ze tevens beducht zijn voor mogelijke schaduwkanten van digitale distributie. Desalniettemin zien ze veel kansen in digitale ontwikkelingen. Ze maken relatief veel gebruik van nieuwe media en oordelen positief over hun eigen onderhandelingspositie. Hun inkomensontwikkeling is relatief gunstig.

Tabel 7.6 Beroepenprofiel 'Zelfbewuste makers'

| Dominante beroepen* | Ondervertegenwoordigde beroepen* |
|---|---|
| **Fotografen** | **Vertalers** |
| **Beeldend kunstenaars** | **Acteurs** |
| Tekenaars | Regisseurs |
| Ontwerpers | Uitvoerend musici |
| | Componisten |

Bron: SEO Economisch Onderzoek; * dikgedrukte beroepen zijn sterk over-/ondervertegenwoordigd

## Verontruste jongeren

Dat enige zorg ten aanzien van de digitale toekomst niet louter is voorbehouden aan oudere makers en uitvoerenden toont het bestaan van een specifieke groep jongere makers en uitvoerenden die 11 procent van de respondenten uitmaakt. Zij vormen een groep die veel uren maakt in het creatieve beroep en wier inkomen vooral uit gages bestaat. Daarnaast zijn ze minder vaak dan gemiddeld kostwinner en hebben ze een negatieve inkomensontwikkeling. Mannen zijn oververtegenwoordigd, wat terug te voeren is op de dominante beroepsgroepen (zie Tabel 7.7 en Figuur 8.16 in Bijlage B.5). Ze hebben een lagere opleiding genoten dan geldt voor het gemiddelde in de responsgroep. De professionele samenstelling van deze groep vertoont gelijkenis met Generatie 2.0. De verontruste jongeren maken veel gebruik van nieuwe media, maar vinden *filesharing* een bedreiging, wat ze onderscheidt van de Generatie 2.0. Zij beoordelen de kansen van digitale ontwikkelingen niet positiever of negatiever dan de gehele populatie en zijn daarmee een stuk minder positief dan de Handhavers en Generatie 2.0. Opvallend is wel dat deze groep meer te spreken is over *remixing* en sampling, wellicht te verklaren door de gemiddelde leeftijd. Jongeren hebben wellicht meer op met deze nieuwe productiemethoden. Over CBO's zijn de verontruste jongeren over het algemeen minder tevreden dan de rest van de populatie.

Tabel 7.7 Beroepenprofiel 'Verontruste jongeren'

| Dominante beroepen* | Ondervertegenwoordigde beroepen* |
|---|---|
| Journalisten | **Vertalers** |
| **Singer-songwriters** | Scenaristen |
| **Componisten** | **Beeldend kunstenaars** |
| | Tekenaars |
| | Ontwerpers |

Bron: SEO Economisch Onderzoek; * dikgedrukte beroepen zijn sterk over-/ondervertegenwoordigd

## Conclusie

Tabel 7.8 en Tabel 7.9 geven de relatieve scores van de zeven clusters op de hiervoor genoemde factoren en op de belangrijkste demografische kenmerken.

De onderverdeling van de onderzochte groep in verschillende typische groepen die op basis van een integrale analyse van alle variabelen naar voren komt, laat een aantal verassende patronen zien. De opvattingen over de kansen, bedreigingen en mogelijkheden van digitale distributie en exploitatie lopen niet duidelijk langs generatielijnen. Naast een duidelijk gearticuleerde groep jongere kunstenaars die de mogelijkheden begroeten en omhelzen, is er ook een jongere groep die verontrust is over de uitwerking van het digitale tijdperk op hun economische mogelijkheden. Tegelijkertijd valt ook op dat zij die argwanend staan ten opzichte van de huidige praktijk van ongeautoriseerde *filesharing* dat niet vertalen in een afkeer van de mogelijkheden van digitale distributie en exploitatie. De handhavers begroeten de mogelijkheden, maar zien graag dat de rechten van makers en uitvoerenden strenger worden gehandhaafd.

Opvallend is ook dat er geen direct verband is tussen de mate waarin creatieve producten van bepaalde soorten makers en uitvoerenden geschikt zijn voor online distributie en exploitatie aan de ene kant, en de opinies over de mogelijkheden en bedreigingen aan de andere kant. Ondanks het feit dat de muziekwereld grote veranderingen heeft ondergaan door digitale distributie, staan de makers en uitvoerenden uit die wereld relatief open ten opzichte van digitale ontwikkelingen. Zo zijn alle beroepen die oververtegenwoordigd zijn in de categorie Generatie 2.0 afkomstig uit het muziekwezen. Tegelijkertijd zijn ze ook doorslaggevend vertegenwoordigd in de groep Verontruste Jongeren. Eenzelfde ambiguïteit is terug te vinden bij fotografen, auteurs en journalisten, al zijn die in hun inschattingen van mogelijkheden restrictiever dan makers en uitvoerenden in de muzikale professies. Fotografen zijn zowel oververtegenwoordigd in de groepen Zelfbewuste Makers en Handhavers, maar ook in de Analoge Generatie. Auteurs leggen ook meer dan gemiddeld gewicht in de schaal bij de Handhavers, maar ook bij de Analoge Generatie en de Digitale Debutanten. Journalisten staan negatiever tegenover digitalisering, wat blijkt uit het feit dat ze meer dan gemiddeld aanwezig zijn in de Analoge Generatie en de Verontruste Jongeren.

Tabel 7.8 Opinieprofielen van de clusters[42]

| | Kansen digitale distr. & expl. | Gebruik sociale media* | Zwakte onderh.positie | Behoefte empowerment | Kansen van filesharing | Bedreiging filesharing | Waardering van remixing | Tevredenheid over CBO |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Digitaal resistenten | – | – | – | –– | 0 | –– | + | – |
| Handhavers | + | + | + | ++ | – | ++ | –– | ++ |
| Generatie 2.0 | + | ++ | 0 | 0 | ++ | –– | ++ | –– |
| Analoge generatie | –– | – | + | 0 | –– | + | –– | + |
| Digitale debutanten | 0 | – | + | 0 | + | 0 | + | + |
| Zelfbewuste makers | + | + | –– | 0 | 0 | – | – | + |
| Verontruste jongeren | 0 | + | ++ | + | 0 | ++ | – | –– |

Bron: SEO Economisch Onderzoek; 0 = gemiddeld, (+)+ = (ver) bovengemiddeld, (–)– = (ver) ondergemiddeld

Tabel 7.9 Demografische profielen van de clusters[43]

| | Huidige werkuren | Ambitie werkuren | Leeftijd | Opleiding | Werkervaring | Kostwinner-schap | Jaarinkomen (2009) | Inkomen uit rechtenverg. | Inkomens-ontwikkeling* |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Digitaal resistenten | 0 | – | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | –– | 0 |
| Handhavers | + | 0 | ++ | – | ++ | ++ | + | ++ | – |
| Generatie 2.0 | – | 0 | –– | 0 | –– | 0 | – | –– | ++ |
| Analoge generatie | + | 0 | + | 0 | + | 0 | + | ++ | –– |
| Digitale debutanten | – | – | + | 0 | + | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Zelfbewuste makers | + | + | 0 | 0 | – | 0 | 0 | – | + |
| Verontruste jongeren | 0 | + | – | – | – | 0 | 0 | 0 | – |

Bron: SEO Economisch Onderzoek; 0 = gemiddeld, (+)+ = (ver) bovengemiddeld, (–)– = (ver) ondergemiddeld

42 Gebaseerd op gemiddelde factorscores. Zie Figuur 1.57 in Bijlage E.2 voor een grafische weergave van de opinieprofielen en Tabel 1.16 in Bijlage E.2 voor verschiltoetsen van de factorscores.

43 Gebaseerd op gemiddelde gestandaardiseerde scores. Zie Figuur 1.58 in Bijlage E.2 voor een grafische weergave van de demografische profielen en Tabel 1.17 in Bijlage E.2 voor verschiltoetsen van de demografische kenmerken.

# 8 Conclusies

De voorgaande hoofdstukken deden verslag van wat er speelt onder makers en uitvoerend kunstenaars ten aanzien van het auteursrecht in de digitale omgeving. Het grote aantal van ongeveer vierenhalf duizend respondenten, die gemiddeld een half uur investeerden in het invullen van de vragenlijst, onderstreept hoezeer dit onderwerp leeft onder makers en uitvoerend kunstenaars.

Het algemene beeld dat uit het onderzoek naar voren komt, is dat over de gehele linie makers en uitvoerend kunstenaars een traditionelere blik hebben op het auteursrecht dan wel eens wordt gesuggereerd. De anekdote waarmee de inleiding van dit rapport begon, is wat dat betreft niet representatief voor de houding van 'de gemiddelde maker'.

De meeste makers richten zich voor digitale exploitatie van hun werk bij voorkeur op traditionele partijen, zoals uitgevers en collectieve beheersorganisaties, en velen zien in digitale distributie en exploitatie eerder een bedreiging dan een kans. *Filesharing* wordt primair als een bedreiging gezien en een grote meerderheid is van mening dat op dit vlak harder moet worden opgetreden tegen consumenten en websites. Makers die hun eigen werk op sites voor *filesharing* zetten zijn schaars. Ook *remixing* van het eigen werk wordt door de meesten niet gewaardeerd of zelfs gezien als een bedreiging voor de inkomsten. Een aanzienlijk deel van makers staat positief tegenover DRM.

Een meerderheid van de makers en uitvoerenden beschouwt zijn onderhandelingspositie tegenover opdrachtgevers en exploitanten als zwak. Ze zijn over het algemeen positief over de verschillende aspecten van het voorontwerp Auteurscontractenrecht. Een meerderheid is het eens met de stelling dat het voor zijn economische positie beter zou zijn als rechten niet bij leven overdraagbaar zijn. Ook minimumvergoedingen en het recht om licenties eenzijdig na vijf jaar op te zeggen kunnen overwegend op instemming rekenen. Daar staat tegenover dat een meerderheid zich uitspreekt tegen wettelijke bemoeienis met de overdraagbaarheid van rechten, en ruim 40 procent denkt dat exploitanten minder risico zullen nemen bij het investeren in nieuw werk wanneer makers exclusieve licenties na vijf jaar kunnen opzeggen.

De collectieve beheersorganisaties worden door de bank genomen positief beoordeeld. Een grote meerderheid is van mening dat CBO's collectief regelen wat ze individueel niet kunnen. Daarbij onderschrijven zij het bestaansrecht van CBO's. Ook beoordelen ze hun CBO gemiddeld goed op transparantie, inspraak en service. De meeste makers zien weinig heil in concurrentie tussen CBO's, en evenmin in toetreding van buitenlandse CBO's. De collectieve sociale en culturele gelden van de CBO's worden redelijk positief bezien, zowel het bestaan ervan als de besteding. Op al deze punten zijn er wel verschillen tussen de CBO's, waarbij Buma/Stemra op bijna alle aspecten wordt beoordeeld door zijn achterban.

De bovenstaande gemiddelde uitkomsten zijn relevant, maar doen tegelijk geen recht aan de verscheidenheid aan opinies die daaronder verscholen ligt. Zo zijn er bij veel vragen grote verschillen tussen de opinies van de verschillende beroepsgroepen. De verschillende groepen makers en uitvoerend kunstenaars kenden vóór de introductie van digitale distributie en

exploitatie uiteenlopende organisatiemodellen. Fotografen, beeldend kunstenaars en ontwerpers exploiteren al sinds jaar en dag hun werk zonder tussenkomst van uitgevers en doen dat bij voorkeur ook in het digitale tijdperk. Makers en uitvoerenden die een bijdrage leveren aan groepswerken zoals films (bijvoorbeeld acteurs en scenarioschrijvers) zijn juist gewend meer rechten uit handen te geven. Ook blijken makers en uitvoerenden in de muziekindustrie, die tot nu toe de sterkste (financiële) gevolgen hebben ondervonden van digitale distributie en (ongeautoriseerde)*filesharing*, vaak mildere opinies te hebben dan andere beroepsgroepen. Opvallend genoeg zien ze digitale distributie minder vaak als een bedreiging en vaker als een kans dan de meeste andere beroepsgroepen. Ze geven vaker aan schade te hebben van *filesharing*, maar constateren ook een positief effect op de bekendheid van hun werk en zijn minder vaak voorstander van het optreden tegen consumenten en websites.

Verschillen zijn er ook naar de achtergrondkenmerken van respondenten, zoals leeftijd, opleiding en inkomen. Het meest dominant is het effect van leeftijd: jongere makers zijn actiever met sociale media en zien minder bedreigingen en meer kansen van digitale distributie, exploitatie en *filesharing*. Ook zijn ze minder vaak van mening dat er tegen *filesharing* moet worden opgetreden. Ze richten zich vaker op nieuwe digitaal georiënteerde exploitanten en zijn beduidend kritischer over collectieve beheersorganisaties. Bewerken of *remixen* is iets wat ze vaker zelf doen, en wanneer anderen dit met hun werk doen, staan ze daar minder negatief tegenover. Over DRM zijn ze juist minder te spreken.

Toch is het niet juist om de verschillen simpelweg af te doen als een generatieverschil of zelfs een generatieconflict. De jongere makers hebben gemiddeld minder (rechten)inkomsten en zijn minder vaak kostwinner. Ze hebben dus minder te verliezen en minder te beschermen, en halen bovendien een groter deel van hun inkomen uit optredens, werk in opdracht en werkzaamheden buiten hun creatieve discipline. Het tegenovergestelde geldt voor oudere makers. Zij hebben meer te verliezen, onder andere door hun hogere inkomen en het grotere aandeel van rechtenvergoedingen in dat inkomen. Bijgevolg ervaren zij meer dreiging van digitale ontwikkelingen en pleiten ze voor een hardere aanpak van ongeautoriseerd gebruik van hun werk. Mogelijk worden dat ook veel jongere makers behoudender wanneer ze meer inkomsten en verantwoordelijkheden hebben, en afhankelijker worden van auteursrechtenvergoedingen.

Daar komt bij dat er ook *binnen* leeftijdgroepen grote verschillen bestaan. Zo bleek aan de hand van clusteranalyse dat er naast de groep die de nieuwe digitale werkelijkheid omarmt – *Generatie 2.0* genoemd – ook een groep relatief jonge makers en uitvoerenden is, betiteld als de *Verontruste jongeren*, die kritisch staat tegenover *filesharing* en een stuk minder positief is over de kansen van digitale distributie en exploitatie. En ook onder de wat oudere makers en uitvoerenden zijn verschillende groepen te identificeren: makers die relatief weinig te maken hebben met digitalisering en er redelijk neutraal tegenover staan – *Digitaal resistenten* – alsook makers die wel kansen zien van digitalisering, maar zeer kritisch zijn over *remixing* en willen dat er wordt opgetreden tegen *filesharing* (*Handhavers*). Daarnaast is er een groep van *Digitale debutanten* die wel aangeeft kansen te zien, maar zich weinig raad weet met sociale media en de nieuwe digitale mogelijkheden. Deze profielen blijken weer samen te hangen met de creatieve discipline van respondenten en met demografische kenmerken. Naast leeftijd en daaraan gerelateerde persoonskenmerken, zoals inkomen en kostwinnerschap, spelen ook opleiding en het aantal uren dat de makers binnen hun creatieve discipline werken hierin een rol.

# Referenties

Brouwer, N., & Zijderveld, C. (2003). *De markt voor beeldende kunst en de financiële positie van beeldend kunstenaars 2001*. Amsterdam SEO Economisch Onderzoek

Burns, R. P., & Burns, R. A. (2008). *Business Research Methods and Statistics Using SPSS*. London: Sage Publications Ltd.

DiStefano, C., Zhu, M., & Mindrila, D. (2009). Understanding and using factor scores: Considerations for the applied researcher. *Practical Assessment, Research & Evaluation, 14*, 1–11.

Fabrigar, L. R., Wegener, D. T., MacCallum, R. C., & Strahan, E. J. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological methods, 4*, 272-299.

Fuhr, S. v. d., Langenberg, B., Sentjens, M., & IJdens, T. (2010). *Spelen voor de kost*. Tilburg: IVA beleidsonderzoek en advies.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall International, Inc.

Huygen, A., Rutten, P., Huveneers, S., Limonard, S., Poort, J., Leenheer, J., et al. (2009). *Ups and downs: Economische en culturele gevolgen van file sharing voor muziek, film en games*. Delft / Amsterdam: TNO / SEO Economisch Onderzoek.

IJdens, T., Fuhr, S. v. d., & Rooij, J. d. (2009). *Pop, wat levert het op?* Tilburg: IVA beleidsonderzoek en advies

Jenje-Heijdel, W., & Haar, D. t. (2007). *Kunstenaars in Nederland* Voorburg/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.

Norušis, M. J. (2010). *PASW Statistics 18: Statistical Procedures Companion*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall / Pearson Education.

Pelsmacker, P. d., & Kenhove, P. v. (2006). *Marktonderzoek: Methoden en toepassingen*. Amsterdam: Pearson Education.

Punj, G., & Stewart, D. W. (1983). Cluster Analysis in Marketing Research: Review and Suggestions for Application. *Journal of Marketing Research, 20*(2), 134-148.

SAS Institute Inc. (2004). *SAS/Stat® 9.1 User's Guide*. Cary, NC: SAS Institute Inc.

SPSS. (2001). The SPSS TwoStep Cluster Component: A scalable component enabling more efficient customer segmentation. Chicago, IL: SPSS, Inc.

Urlings, N., & Braams, N. (2011). *Creatieve industrie in Nederland: Creatieve beroepen*. Den Haag/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.

# Bijlage A Vragenlijst

[Opmerkingen en routing/navigatie-instructies zijn in de tekst vet en rood aangegeven tussen blokhaken en worden dus niet zichtbaar voor de respondent.]

**Achtergrond en doelstelling enquête [Beginscherm]**
De opkomst van het internet als nieuw distributie- en exploitatiemedium voor werken en uitvoeringen heeft talrijke gevolgen voor creatieve makers en uitvoerende kunstenaars en daarmee ook voor onze cultuur.

In reactie op het rapport van de parlementaire werkgroep auteursrechten ('de commissie Gerkens') van 30 oktober 2009 kondigde het kabinet een onderzoek aan naar de positie en belangen van makers en uitvoerende kunstenaars in het veranderende cultuurlandschap. Er doen zich allerlei (mogelijkheden tot) veranderingen voor die raken aan de wijze waarop zij hun creatieve uitingen kunnen exploiteren. Zo ontstaan nieuwe mogelijkheden om rechten zelf te exploiteren en te beheren. Ook dienen zich nieuwe partners aan voor de exploitatie van werken en uitvoeringen. Voorts komt volgens sommigen het collectief rechtenbeheer in een ander licht te staan met de opkomst van het internet als exploitatieplatform.

Voor de overheid is het van groot belang beter inzicht te krijgen in de opinies van makers en uitvoerenden ten aanzien van de gevolgen van deze nieuwe ontwikkelingen. Ze raken immers aan de mogelijkheden om creatief werk te verspreiden en inkomsten te genereren.

In opdracht van de Ministeries van OCW en Justitie voert een consortium van SEO Economisch Onderzoek, eLaw@Leiden en Prof. Paul Rutten derhalve onderzoek uit naar de opvattingen en inzichten van makers en uitvoerenden omtrent auteursrecht. Makers en uitvoerende kunstenaars uit uiteenlopende disciplines die te maken hebben met digitale reproductie of distributie van hun werk worden via deze enquête gevraagd hun inzichten te delen.

*Vul hier uw gebruikersnaam en wachtwoord in en klik op* ***'Aanmelden'****.*

**Anonimiteitsgarantie [Inleiding]**

- De door u ingevulde vragenlijst wordt volledig anoniem verwerkt.
- Rapportage van onderzoeksresultaten vindt plaats op geaggregeerd niveau: de gepresenteerde resultaten zijn niet herleidbaar tot individuele personen.
- Individuele gegevens worden niet aan derden ter beschikking gesteld.

**Invulinstructies [Inleiding]**

- De enquête neemt ongeveer 30 minuten van uw tijd in beslag.
- Sommige begrippen zijn onderstreept. Wanneer u daarover beweegt met uw muis, verschijnt een korte toelichting.
- U kunt tijdens de enquête pauzeren. U kunt de enquête ook in meerdere sessies invullen door deze tussentijds af te sluiten. Via de weblink in de uitnodigingsmail kunt u vervolgens terugkeren naar de enquête. U gaat dan verder op de plek waar u de vorige keer bent gebleven: gegevens die u in eerdere sessies heeft ingevuld, blijven bewaard.
- U kunt terugbladeren in de vragenlijst, bijvoorbeeld om eerdere antwoorden aan te passen. Hiervoor gebruikt u de knop 'Vorige pagina'
- Na afronding van de enquête komt de weblink uit de uitnodigingsmail automatisch te vervallen.

*Klik op de knop **'Volgende pagina'** om te beginnen met de enquête.*

**Benadering geënquêteerden**

*Om een zo breed mogelijke groep makers en uitvoerend kunstenaars te bereiken, heeft een groot aantal beroepsorganisaties en collectieve beheersorganisaties medewerking aan dit onderzoek verleend door de bij hen bekende makers en kunstenaars een uitnodigingsmail te sturen.*

*Door deze werkwijze is vertrouwelijkheid gewaarborgd. Wanneer u bij meerdere van deze organisaties geregistreerd staat, bestaat de kans dat u meerdere malen om medewerking is gevraagd. Wij vragen uw begrip daarvoor en verzoeken u uiteraard om de enquête slechts éénmaal in te vullen.*

1. Kunt u hier aangeven hoe vaak u dit verzoek gekregen heeft (exclusief eventuele herinneringsmails)? … maal.

**Algemene vragen [Filtervragen]**

*Om te beginnen stellen we enkele algemene vragen, om te beoordelen of u tot de doelgroep van dit onderzoek behoort.*

2. Bent u zelf *in Nederland* actief als maker of uitvoerend kunstenaar of bent u dat geweest?
   - ❍ Ja
   - ❍ Nee

[**Toelichting: maker of uitvoerend kunstenaar**
Onder makers en uitvoerend kunstenaars verstaan we onder meer auteurs, vertalers, journalisten, scenarioschrijvers, acteurs, regisseur, choreografen, dansers, cabaretiers, musici, componisten, fotografen, beeldend kunstenaars, tekenaars, illustratoren, ontwerpers en gameontwikkelaars. Verderop in deze enquête zal nader ingegaan worden op uw activiteiten als maker of uitvoerend kunstenaar.]

[Als 'Nee': 'Dank voor uw medewerking. U behoort niet tot de doelgroep van dit onderzoek.' → Einde vragenlijst]

3. Hoeveel uur bent u gemiddeld per week actief als maker of uitvoerend kunstenaar, inclusief repetities of scholing maar exclusief het geven van onderwijs?
   - ❍ Minder dan 12 uur
   - ❍ 12-24 uur
   - ❍ 24-36 uur
   - ❍ Meer dan 36 uur

4. Hoeveel uur zou u gemiddeld per week per week actief *willen zijn* als maker of uitvoerend kunstenaar?
   - ❍ Minder dan 12 uur
   - ❍ 12-24 uur
   - ❍ 24-36 uur
   - ❍ Meer dan 36 uur

[Als bij 3 en 4 beide minder dan 12 uur: Dank voor uw medewerking. U behoort niet tot de doelgroep van dit onderzoek.' → Einde vragenlijst]

5. Worden op dit moment (delen) van uw werk of (een opname van) uw uitvoeringen door uzelf of door anderen via het internet verspreid, ***met*** *de toestemming van uzelf, uw exploitant of collectieve beheersorganisatie.*
   - ❍ Ja
   - ❍ Nee

**[Toelichting: exploitant**
Onder exploitant verstaan we een organisatie of persoon die zich bezighoudt met de (economische) uitbating van het creatieve product. Het kan bijvoorbeeld gaan om een uitgever, omroep of platenmaatschappij.
**Toelichting: collectieve beheersorganisatie**
Een collectieve beheersorganisatie (CBO) beheert op collectieve basis (een deel van) de rechten van makers of uitvoerend kunstenaars. Als anderen hun werk willen gebruiken, int de collectieve beheersorganisaties hier een vergoeding voor en keert die uit aan de maker. Voorbeelden zijn Buma/Stemra, Lira of Pictoright.]

[Als 'Nee':]
6. Verwacht u in de nabije toekomst verspreiding van uw werk of (een opname van) uw uitvoeringen via het internet, ***met*** *de toestemming van uzelf, uw exploitant of collectieve beheersorganisatie*?
   - ❍ Ja
   - ❍ Nee

[Als 'Nee':]
7. Heeft u wel eens te maken gehad met verspreiding van uw werk of (een opname van) uw uitvoering via het internet, ***zonder*** *de toestemming van uzelf, uw exploitant of collectieve beheersorganisatie*?
   - ❍ Ja
   - ❍ Nee

[Als 'Nee':]
8. Verwacht u in de nabije toekomst verspreiding van uw werk of (een opname van) uw uitvoeringen via het internet, ***zonder*** *de toestemming van uzelf, uw exploitant of collectieve beheersorganisatie*?
   - ❍ Ja
   - ❍ Nee

[Als 'Nee' bij vraag 6, vraag 7 en vraag 8 volgen respondenten een verkorte route door de vragenlijst, specifiek de vragen over activiteiten (vraag 9-10), *copyright exceptions*, rechtenoverdracht en exploitatiecontracten (vraag 16-23), CBO's (vraag 32-41), vragen over vaste boekenprijs en PAM (indien zij binnen de relevante beroepsgroepen vallen) en de achtergrondvragen (vraag 46-59). De vragen over het functioneren van de CBO's en het auteurscontractenrecht zijn immers ook relevant voor respondenten die niet met digitalisering te maken hebben. Het uitfilteren van deze respondenten levert dan antwoorden op die niet representatief zijn.]

**Activiteit(en)**

9. Hoe omschrijft u uw *belangrijkste* activiteit als maker of uitvoerend kunstenaar?
   ***Toelichting:*** u kunt meerdere activiteiten aangeven. Het gaat om activiteiten die een *substantieel* deel van uw werktijd of inkomen als maker of kunstenaar betreffen.

| Hoofdniveau | Detailniveau |
|---|---|
| Auteur | Boeken fictie<br>Boeken non-fictie<br>Poëzie<br>Educatieve uitgaven<br>Vak- en wetenschappelijke informatie<br>Blog<br>*Overig, namelijk…* |
| Vertaler | Boeken fictie<br>Boeken non-fictie<br>Poëzie<br>Educatieve uitgaven<br>Vak- en wetenschappelijke informatie<br>Ondertitelaar<br>*Overig, namelijk…* |
| Journalist | Dagbladen<br>Nieuws- en huis aan huisbladen<br>Publiekstijdschriften<br>Sponsored magazines<br>Televisie<br>Radio<br>Online<br>*Overig, namelijk…* |
| Scenarioschrijver, scriptschrijver | Film<br>Televisie<br>Documentaire<br>Commercials<br>*Overig, namelijk…* |
| Acteur | Film<br>Televisie<br>Commercials (radio/televisie)<br>Theater<br>*Overig, namelijk…* |
| Regisseur | Theater<br>Film<br>Televisie<br>Animatie<br>Documentaire<br>Commercials<br>*Overig, namelijk…* |
| Choreograaf | Ballet (klassiek en modern)<br>Televisie, clips<br>Commercials<br>Concerten<br>*Overig, namelijk…* |
| Cabaretier | Theater<br>Televisie<br>*Overig, namelijk…* |
| Singer-songwriter | Pop, rock, urban, country, blues e.d.<br>Luisterlied, cabaret<br>Lichte muziek – Nederlandstalig<br>Lichte muziek – Engelstalig<br>*Overig, namelijk…* |
| Uitvoerend musicus | Klassiek (modern of traditioneel)<br>Pop, rock, urban, country, blues e.d.<br>Lichte muziek – Nederlandstalig<br>Lichte muziek – Engelstalig<br>DJ (geen eigen composities)<br>*Overig, namelijk…* |

| Hoofdniveau | Detailniveau |
|---|---|
| Componist / tekstschrijver | Klassiek (modern of traditioneel)<br>Pop, rock, urban, country, blues e.d.<br>Luisterlied, cabaret<br>Lichte muziek – Nederlandstalig<br>Lichte muziek – Engelstalig<br>Elektronische muziek (ook componerende DJ)<br>Multimediale muziek (jingles, tunes, etc.)<br>*Overig, namelijk…* |
| Danser | Ballet (klassiek en modern)<br>Televisie, videoclips<br>Commercials<br>Concerten<br>*Overig, namelijk…* |
| Fotograaf | Fotojournalist<br>Kunstfotograaf<br>*Overig, namelijk…* |
| Beeldend kunstenaar | Schilder<br>Beeldhouwer<br>Installaties<br>*Overig, namelijk…* |
| Videokunstenaar | Audiovisuele producties<br>Installaties<br>*Overig, namelijk…* |
| Tekenaar, illustrator, cartoonist | Boeken<br>Dagbladen<br>Publiekstijdschriften<br>Animator<br>Advertenties<br>Online<br>*Overig, namelijk…* |
| Ontwerper/vormgever | Productontwerp<br>Modeontwerp<br>Grafisch ontwerp<br>Ruimtelijk ontwerp<br>Webdesign<br>Interactief<br>*Overig, namelijk…* |
| Gameontwikkelaar | Consolegames<br>Casual games<br>Serious games<br>Mobile games<br>*Overig, namelijk…* |
| Overige activiteit | - |

[Als er meerdere activiteiten zijn aangevinkt:]

10. U heeft aangegeven dat de onderstaande [aantal] activiteiten voor u het belangrijkste zijn als maker of uitvoerend kunstenaar. Kunt u aangeven welke activiteit uw belangrijkste activiteit is?

    ***Toelichting:*** ons verzoek is om bij het invullen van de rest van de enquête vooral uw belangrijkste activiteit voor ogen te houden.

    - ❍ […] Activiteit 1
    - ❍ […] Activiteit 2
    - ❍ …
    - ❍ […] Activiteit n

**Digitale ontwikkelingen en exploitatie**

*In dit onderdeel willen we weten hoe u aankijkt tegen digitale verspreiding en exploitatie van uw werk of uitvoering. Denk daarbij bijvoorbeeld aan online verkoop van uw werk, betaalde of onbetaalde streaming diensten, gratis online verspreiding via websites, en sociale netwerken als middel om consumenten te bereiken (bijvoorbeeld Facebook, Hyves en Twitter).*

[**Toelichting: streaming diensten**
Bij streaming diensten kan de gebruiker via internet audio en video bekijken zonder deze te downloaden.]

11. De exploitatie van mijn werk via internet leg ik bij voorkeur in handen van:
    - ❍ Partijen die ook al de traditionele exploitatie voor hun rekening nemen, zoals uitgevers, omroepen, platenmaatschappijen, filmmaatschappijen en collectieve beheersorganisaties.
    - ❍ Partijen die specifiek gericht zijn op digitale exploitatie (zoals iTunes)
    - ❍ Doe ik bij voorkeur zelf
    - ❍ Anders, namelijk …

[**Toelichting: collectieve beheersorganisaties**
Een collectieve beheersorganisatie (CBO) beheert op collectieve basis (een deel van) de rechten van makers of uitvoerend kunstenaars. Als anderen hun werk willen gebruiken, int de collectieve beheersorganisaties hier een vergoeding voor en keert die uit aan de maker. Voorbeelden zijn Buma/Stemra, Lira of Pictoright.]

*Hieronder volgt een aantal stellingen over digitale distributie en exploitatie van uw werk. Kunt u aangeven in hoeverre u het met deze stellingen eens bent? Bij iedere stelling kunt u als u dat wilt een toelichting geven.*

[Bij iedere vraag met stellingen geldt steeds (tenzij anders aangegeven) de onderstaande schaal. In de webenquête is die uiteraard telkens zichtbaar.
1 = Helemaal eens
2 = Eens
3 = Noch eens, noch oneens
4 = Oneens
5 = Helemaal oneens
6 = weet niet/geen mening]

12. Als gevolg van digitale distributie en exploitatie van mijn werk:
    a. Heb ik *op dit moment* meer mogelijkheden om geld te verdienen met mijn creatieve arbeid.
    b. Verwacht ik *in de toekomst* meer mogelijkheden te krijgen om geld te verdienen met mijn creatieve arbeid.
    c. Heeft de exploitant van mijn werk meer mogelijkheden om geld te verdienen
    d. Zijn mijn mogelijkheden om publiek te bereiken toegenomen.
    e. Verdien ik nu op een andere manier mijn inkomen als maker of uitvoerend kunstenaar.

[**Toelichting: exploitant**

Onder de exploitant verstaan we een organisatie of persoon die zich bezighoudt met de economisch uitbating van het creatieve product. Het kan bijvoorbeeld gaan om een uitgever, omroep of platenmaatschappij.]

13. In hoeverre beschouwt u digitale distributie en exploitatie als een kans en in hoeverre als een bedreiging?
    a. Digitale distributie en exploitatie zijn voor mij een kans.
    b. Digitale distributie en exploitatie zijn voor mij een bedreiging.

14. In hoeverre maakt u gebruik van de onderstaande digitale communicatiemogelijkheden om uw opdrachtgevers of uw publiek te bereiken:

[Meetschaal:
1 = Nooit
2 = Zo nu en dan
3 = Regelmatig
4 = Vaak
5 = Bijna dagelijks]

    a. Eigen website
    b. Weblog
    c. E-mail
    d. Sociale netwerksites (zoals Facebook, Hyves, LinkedIn en MySpace)
    e. Sites om foto's te delen (zoals Flickr en Twitpic)
    f. Sites om Video's te delen (zoals YouTube en Vimeo)
    g. Ik plaats mijn eigen werk op sites voor *filesharing* (zoals The Pirate Bay of Torrent Reactor)
    h. Anders, namelijk:

**[Toelichting: filesharing**
*Filesharing* is het uitwisselen van bestanden met andere internet-gebruikers, met of zonder toestemming van de auteursrechthebbende (zoals de Pirate Bay of Torrent Reactor).]

*Hieronder volgt een aantal stellingen over de rolverdeling bij de exploitatie van uw werk op internet.*

15. Kunt u aangeven in hoeverre u het met deze stellingen eens bent? Bij iedere stelling kunt u als u dat wilt een toelichting geven op uw antwoord.
    a. Ik wil zelf de prijs en gebruiksvoorwaarden kunnen vaststellen voor beschikbaarstelling via internet.
    b. Er moet een collectieve vergoedingsregeling voor beschikbaarstelling via internet komen.
    c. Bij het aangaan van een exploitatiecontract laat ik me vertegenwoordigen door een agent of manager.
    d. Ik verwacht de komende tien jaar grote verschuivingen in de rolverdeling bij de exploitatie van mijn werk.

16. Zou u in principe van iedere gebruiker van uw werk een vergoeding willen ontvangen?
    - ❍ Ja
    - ❍ Nee
    - ❍ Weet niet/geen mening

[Als 'Nee' bij vraag 16:]

17. Ik hoef ***geen*** vergoeding voor gebruik van mijn werk te ontvangen van:
    ***Toelichting:*** er zijn meerdere antwoorden mogelijk.
    - ❑ Privépersonen
    - ❑ Onderwijsinstellingen
    - ❑ Bibliotheken, musea en archieven
    - ❑ Ideële organisaties zonder winstoogmerk
    - ❑ Commerciële organisaties
    - ❑ Anders, nl…

18. Bent u bekend met Creative Commons-licenties (www.creativecommons.nl)?
    - ❍ Ja, goed bekend
    - ❍ Ja, beetje bekend
    - ❍ Nauwelijks bekend
    - ❍ Nooit van gehoord

[Vraag 19 en 20 als goed/beetje bekend bij vraag 18, anders door naar vraag 21]

19. Gebruikt u voor uw werk Creative Commons-licenties?
    - ❍ Ja
    - ❍ Nee
    - ❍ Anders, namelijk

[Vraag 20 indien 'Nee' bij vraag 19 anders door naar vraag 21]

20. Wat zijn uw redenen om nu ***geen*** Creative Commons-licenties te gebruiken?
    ***Toelichting:*** er zijn meerdere antwoorden mogelijk.
    - ❑ Een cc-licentie biedt niet de mogelijkheid om de licentie in te trekken
    - ❑ Ik wil altijd betaald krijgen voor elk gebruik van mijn werk, dat kan niet met een cc-licentie
    - ❑ Mijn Collectieve beheersorganisatie biedt niet de mogelijkheid om met een cc-licentie te werken
    - ❑ Ik heb er nog niet over nagedacht
    - ❑ Anders, namelijk…

*Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stellingen, en uw antwoord zo nodig toelichten.*

21. Als mijn werk gereed is:
    a. Draag ik mijn volledige rechten graag over aan de exploitant.
    b. Werk ik het liefste met licenties.
    c. Is het voor de exploitatie noodzakelijk dat ik mijn auteursrecht of naburige rechten aan de exploitant overdraag.

d. Zijn de exploitanten van mijn werk in staat om binnen vijf jaar hun investeringen met winst terug te verdienen.

[**Toelichting: exploitant**
Onder exploitant verstaan we een organisatie of persoon die zich bezighoudt met de (economische) uitbating van het creatieve product. Het kan bijvoorbeeld gaan om een uitgever, omroep.
**Toelichting: overdracht**
Via *overdracht* draagt de maker zijn auteursrecht aan een ander over, voor zolang het auteursrecht duurt. Volgens de wet kan dit alleen schriftelijk.]

**Exploitatiecontracten**

*De relatie tussen makers en uitvoerend kunstenaars enerzijds en exploitanten en opdrachtgevers anderzijds is een veel besproken thema. Momenteel loopt een consultatie over nieuwe wetgeving voor exploitatiecontracten. Dit voorontwerp wil de positie van de maker en uitvoerende kunstenaar versterken. De onderstaande stellingen zijn mede gebaseerd op dit voorontwerp. Voor een korte samenvatting kunt u hier klikken. Meer informatie kunt u vinden via: www.internetconsultatie.nl/auteurscontractenrecht.*

**[Toelichting: voorontwerp exploitatiecontracten**

Nieuw in het voorontwerp is dat het auteursrecht en naburige rechten in beginsel pas na overlijden van de maker of uitvoerend kunstenaar kunnen worden overgedragen. Makers kunnen tijdens hun leven wel licenties verlenen voor exploitatie, al dan niet exclusief. Nieuw is ook dat makers een *exclusieve* licentie steeds na vijf jaar kunnen opzeggen. Verder introduceert het voorontwerp:

- het recht op een billijke vergoeding als de maker een *exclusieve* licentie verleent aan een exploitant
- een bestsellerbepaling: de maker kan zo evenredig meeprofiteren van de opbrengsten van een onverwachte bestseller
- een 'non-usus' regel: na een redelijke termijn kan de maker het contract ontbinden als de exploitant zijn werk niet (langer) voldoende uitbaat
- de mogelijkheid om onredelijke contractbepalingen te vernietigen
- de instelling van een Geschillencommissie.]

22. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stellingen, en uw antwoord zo nodig toelichten:
    a. Ik beschouw mijn onderhandelingspositie ten opzichte van opdrachtgevers en exploitanten momenteel als zwak.
    b. Ik heb in een exploitatiecontract wel eens meer rechten overgedragen dan ik had gewild.
    c. Ik teken een exploitatiecontract pas nadat ik het gelezen en begrepen heb.
    d. Voor mijn economische positie zou het beter zijn als mijn auteursrecht en naburige rechten niet over te dragen zijn zolang ik leef.
    e. Ik wil zelf kunnen bepalen of ik mijn rechten tijdens mijn leven wel of niet overdraag; daar moet de wet zich niet mee bemoeien.
    f. Ik zou eens in de vijf jaar het recht moeten hebben om een exclusieve licentie in een exploitatiecontract op te zeggen.

**[Toelichting: exploitant**

Onder exploitant verstaan we een organisatie of persoon die zich bezighoudt met de (economische) uitbating van het creatieve product. Het kan bijvoorbeeld gaan om een uitgever, omroep.]

23. Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stellingen, en uw antwoord zo nodig toelichten:
    a. Ik denk dat exploitanten minder risico gaan nemen bij het investeren in nieuw werk wanneer rechten niet kunnen worden overgedragen en makers exclusieve licenties na vijf jaar kunnen opzeggen.

b. Verenigingen van exploitanten en verenigingen van makers moeten kunnen onderhandelen over (minimum)vergoedingen voor de exploitatie van mijn werken.
c. Het komt wel eens voor dat ik exploitatiekansen voor mijn werk zie, die mijn exploitant niet benut.
d. Als ik vind dat een exploitant mijn werk onvoldoende actief exploiteert, zou ik de exploitatie zelf of via een derde moeten kunnen regelen.
e. Als mijn werk een groot commercieel succes blijkt te zijn, moet ik recht hebben op een aanvullende vergoeding ook als mijn exploitatiecontract daar niet in voorziet.

[**Toelichting: exploitant**
Onder exploitant verstaan we een organisatie of persoon die zich bezighoudt met de (economische) uitbating van het creatieve product. Het kan bijvoorbeeld gaan om een uitgever, omroep.]
**Toelichting: onderhandelen over (minimum)vergoedingen**
Volgens de voorgenomen regelgeving zouden dergelijke onderhandelingen kunnen resulteren in een gezamenlijk advies aan de Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW). De Minister van OCW kan dan na overleg met de Minister van Justitie besluiten of een minimumvergoeding wordt vastgesteld en wat de hoogte is.]

**Handhaving auteursrecht en filesharing**

*In dit onderdeel willen we nagaan hoe u aankijkt tegen de handhaving van auteursrecht en naburige rechten, onder andere met betrekking tot de verspreiding van muziek, films, games en e-books via internet zonder toestemming van de rechthebbende. Dit wordt vaak aangeduid als 'filesharing', 'illegaal downloaden' of kortweg 'downloaden'. Denk daarbij bijvoorbeeld aan verspreiding van materiaal via websites zoals The Pirate Bay of Torrent Reactor en plaatsing op websites als YouTube.*

*Hieronder volgt een aantal stellingen over* filesharing *zonder toestemming (verder:* filesharing*).*

24. Kunt u aangeven in hoeverre u het met deze stellingen eens bent? Bij iedere stelling kunt u als u dat wilt een toelichting geven op uw antwoord.
    a. Filesharing brengt mij momenteel financiële schade toe
    b. Filesharing brengt mij naar verwachting in de toekomst financiële schade toe
    c. Filesharing verhoogt de bekendheid van mijn werk
    d. Filesharing zorgt nu voor meer mogelijkheden om in mijn bestaan te voorzien
    e. Filesharing zorgt in de toekomst voor meer mogelijkheden om in mijn bestaan te voorzien

25. Kunt u aangeven in hoeverre u het met de onderstaande stellingen eens bent? Bij iedere stelling kunt u als u dat wilt een toelichting geven op uw antwoord.
    a. Er moet harder worden opgetreden tegen *consumenten* die zonder toestemming auteursrechtelijk beschermde bestanden uitwisselen.
    b. Er moet harder worden opgetreden tegen *sites* voor filesharing, zoals The Pirate Bay en Torrent Reactor.

[Als (helemaal) eens bij 25.a:]

26. U heeft aangegeven dat er harder moet worden opgetreden tegen *consumenten* die zonder toestemming auteursrechtelijk beschermde bestanden uitwisselen. Wie zou dit volgens u moeten doen?
    ***Toelichting:*** er zijn meerdere antwoorden mogelijk.
    - ❑ De maker zelf
    - ❑ Stichting Brein
    - ❑ Exploitanten, zoals uitgevers, omroepen, platen- en filmmaatschappijen
    - ❑ De CBO
    - ❑ Internet Service Providers (ISP's)
    - ❑ De overheid
    - ❑ Anders, namelijk…
    - ❑ Weet niet/geen mening

[**Toelichting: Stichting Brein**
Stichting BREIN bestrijdt intellectueel eigendomsfraude namens auteurs, uitvoerende kunstenaars, uitgevers, producenten en distributeurs.
**Toelichting: Internet Service Providers**
Een Internet Service Provider (ISP) is een bedrijf dat consumenten of bedrijven toegang verschaft tot internet, zoals KPN, Ziggo, UPC, Tele2 en Xs4all.]

[Als (helemaal) eens bij 25.b:]

27. U heeft aangegeven dat er harder moet worden opgetreden tegen *sites* voor *filesharing*. Wie zou dit volgens u moeten doen?
    ***Toelichting:*** er zijn meerdere antwoorden mogelijk.
    - ❑ De maker zelf
    - ❑ Stichting Brein
    - ❑ Exploitanten, zoals uitgevers, omroepen, platen- en filmmaatschappijen
    - ❑ De CBO
    - ❑ Internet Service Providers (ISP's)
    - ❑ De overheid
    - ❑ Anders, namelijk…
    - ❑ Weet niet/geen mening

[**Toelichting: Stichting Brein**
Stichting BREIN bestrijdt intellectueel eigendomsfraude namens auteurs, uitvoerende kunstenaars, uitgevers, producenten en distributeurs.
**Toelichting: Internet Service Providers**
Een Internet Service Provider (ISP) is een bedrijf dat consumenten of bedrijven toegang verschaft tot internet, zoals KPN, Ziggo, UPC, Tele2 en Xs4all.]

28. Heeft u zelf in de afgelopen 12 maanden wel eens auteursrechtelijk beschermd werk gedownload uit illegale bron?
    ***Toelichting:*** er zijn meerdere antwoorden mogelijk.
    - ❑ Ja, Muziek
    - ❑ Ja, Films
    - ❑ Ja, Games
    - ❑ Ja, e-Books
    - ❑ Nee
    - ❑ Weet ik niet/Ik wil deze vraag niet beantwoorden

[**Toelichting: downloaden uit illegale bron**
Downloaden van muziek, films en boeken uit illegale bron is in Nederland niet onrechtmatig. Downloaden van games is dat wel. Uploaden van werken zonder toestemming van de rechthebbende is in alle gevallen onrechtmatig.]

*Hieronder volgt een aantal stellingen over technologische gebruiksbeperkingen, die worden toegepast om illegaal gebruik tegen te gaan en betaling voor het gebruik te waarborgen. Het gaat bijvoorbeeld om kopieerbeveiligingen voor dvd's, cd's en muziekbestanden, watermerken in foto's, gebruiksregistratiesystemen, Adobe PDF Merchant (voor e-books), enz. Dergelijke beschermingsmaatregelen worden 'DRM' genoemd:* Digital Rights Management.

29. DRM wordt in mijn vakgebied toegepast of zal naar mijn verwachting toegepast gaan worden.
    - ❍ Helemaal eens
    - ❍ Eens
    - ❍ Noch eens, noch oneens
    - ❍ Oneens
    - ❍ Helemaal oneens
    - ❍ Weet niet/geen mening

[Als (helemaal) eens bij vraag 29:]

30. Kunt u aangeven in hoeverre u het met deze stellingen eens bent? Bij iedere stelling kunt u als u dat wilt een toelichting geven op uw antwoord.
    a. DRM draagt bij aan mijn verdienmogelijkheden.
    b. DRM draagt bij aan de verdienmogelijkheden van mijn exploitant.
    c. Ik vind dat mijn werk met DRM moet worden beschermd.
    d. DRM vormt een belemmering voor goedwillende gebruikers.
    e. DRM is schadelijk voor de band tussen mij en mijn publiek.

*Hieronder volgt een aantal stellingen over* remixing *en* sampling: *het verwerken van auteursrechtelijk beschermd materiaal in nieuwe liedjes, clips, beelden, collages, teksten. Dit kan zowel door makers gebeuren als door anderen, bijvoorbeeld op YouTube. Onderstaande vragen gaan over bewerking zonder dat de rechthebbende toestemming heeft verleend of een vergoeding ontvangt.*

31. Kunt u aangeven in hoeverre u het met deze stellingen eens bent? Bij iedere stelling kunt u als u dat wilt een toelichting geven op uw antwoord.
    a. Bewerking of remixing van andermans werk is iets wat ik zelf regelmatig zonder toestemming doe.
    b. Het komt geregeld voor dat mijn werk zonder mijn toestemming wordt bewerkt/geremixed.
    c. Ik waardeer het als mijn werk zonder mijn toestemming wordt of zou worden bewerkt/geremixed
    d. Er moet harder worden opgetreden tegen bewerking/remixing van materiaal zonder toestemming.
    e. Bewerking/remixing zonder mijn toestemming vormt een bedreiging voor mijn inkomsten.

**Collectieve beheersorganisaties (CBO's)**

*Een collectieve beheersorganisatie beheert op collectieve basis (een deel van) de rechten van makers of uitvoerend kunstenaars. Als anderen hun werk willen gebruiken, int de collectieve beheersorganisaties hier een vergoeding voor en keert die uit aan de maker. Voorbeelden zijn Buma/Stemra, Lira of Pictoright.*

32. Welke collectieve beheersorganisaties zijn voor uw werk als maker/uitvoerend kunstenaar relevant?
    ***Toelichting:*** er zijn meerdere antwoorden mogelijk. Dat een CBO *relevant* is voor uw werk, hoeft niet te impliceren dat u bij de CBO bent aangesloten.
    - ❑ Buma/Stemra
    - ❑ Sena
    - ❑ Norma
    - ❑ Pictoright
    - ❑ Vevam
    - ❑ Lira
    - ❑ Anders, namelijk:

[Als geen enkele CBO relevant: vraag 33 t/m 42 overslaan]

33. Bij welke van de door u als relevant aangemerkte collectieve beheersorganisaties bent u *aangesloten*?
    ***Toelichting:*** er zijn meerdere antwoorden mogelijk.
    - ❑ Buma/Stemra
    - ❑ Sena
    - ❑ Norma
    - ❑ Pictoright
    - ❑ Vevam
    - ❑ Lira
    - ❑ Anders, namelijk:

[Als *wel* relevant (vraag 32) maar *niet* aangesloten (vraag 33):]

34. Kunt u toelichten waarom u niet bent aangesloten bij onderstaande collectieve beheersorganisatie(s), terwijl deze volgens u wel relevant is/zijn voor uw werk als maker/uitvoerend kunstenaar?

[Indien meer dan 1 CBO bij vraag 32]

35. Welke CBO is voor u het *meest* relevant?

[Weergave van bij vraag 32 aangegeven relevante CBO's, slecht 1 antwoord mogelijk]

*Hierna volgt een aantal stellingen over de CBO die voor u het meest relevant is.*

36. Kunt u aangeven in hoeverre u het met deze stellingen eens bent? Bij iedere stelling kunt u als u dat wilt een toelichting geven op uw antwoord.
    a. [de meest relevante CBO] regelt collectief wat ik individueel niet kan regelen.
    b. [de meest relevante CBO] is belangrijk voor mijn inkomsten.
    c. [de meest relevante CBO] biedt mij over het algemeen goede service.
    d. [de meest relevante CBO] biedt makers en uitvoerend kunstenaars voldoende inspraak.

e. [de meest relevante CBO] is voldoende transparant in de betaling aan rechthebbenden.
f. De externe communicatie van [de meest relevante CBO] versterkt het draagvlak voor het auteursrecht/naburig recht in de maatschappij.
g. Het aansluitcontract met [de meest relevante CBO] biedt mij voldoende ruimte om zelf te bepalen welke rechten ik wel en niet door de CBO wil laten behartigen.
h. Het zou goed zijn als [de meest relevante CBO] binnen Nederland concurrentie krijgt van andere CBO's, bijvoorbeeld uit het buitenland.
i. Alles overziend worden mijn belangen door [de meest relevante CBO] goed behartigd.

37. Een deel van het door [de meest relevante CBO] geïnde geld (maximaal [9,75 % indien Sena; 10 % indien Buma/Stemra, Norma of Pictoright; 15 % indien Vevam, Lira of overig] wordt bestemd voor collectieve sociaal culturele doeleinden: bent u het daarmee eens?
    - ❍ Ja
    - ❍ Nee
    - ❍ Weet niet/geen mening

[**Toelichting: collectieve sociaal culturele doeleinden Buma/Stemra**
De sociaal culturele gelden worden besteed aan doeleinden als promotie en sponsoring van de Nederlandse cultuur, prijzen en het meefinancieren van de beroepsvereniging.
**Toelichting: collectieve sociaal culturele doeleinden Sena**
De sectiebesturen van Sena besteden in de praktijk ongeveer 4 % aan sociaal culturele doelstellingen voor uitvoerend kunstenaars en producenten. Voorbeelden zijn het Amsterdam Dance Event, Dag van de Nederlandse Jazz, Midem, Brein, Muzikantendag en onderzoek naar de inkomenspositie van (pop-)musici.
**Toelichting: collectieve sociaal culturele doeleinden Norma**
Bij Norma wordt 90 % van alle geïnde gelden individueel verdeeld. De overige 10 % wordt collectief verdeeld. Het gaat hierbij om gelden waarvan bijvoorbeeld de vastgestelde drempel voor verdeling niet wordt gehaald of individuele repartitie niet goed mogelijk is. Deze gelden worden ook wel de sociaal culturele gelden genoemd.
Deze sociaal-culturele gelden worden enerzijds besteed aan het Norma fonds (dit betreft bijv. subsidies aan theaterproducties, festivals en opleidingen) en het cd-productiefonds (die dient ter ondersteuning bij het maken van een cd). Anderzijds worden de sociale culturele gelden besteed aan projecten zoals principiële juridische procedures. Hierbij geldt dat de kost voor de baat uitgaat. Het zijn investeringen voor het incasseren van nieuwe rechtengelden voor de aangeslotenen.
**Toelichting: collectieve sociaal culturele doeleinden Pictoright**
De sociaal culturele gelden worden gebruikt voor ondersteuning van het beroepsveld, veelal voor projecten of organisaties die voor alle makers toegankelijk en/of ondersteunend zijn.
Voorbeelden zijn: symposia voorlichting auteursrecht , Stichting Rechtshulp Ontwerpers, juridische ondersteuning fotografen Burafo, principiële juridische procedures beeldend kunstenaars, Stichting Best Verzorgde Boeken, Nederlands Archief Grafisch Ontwerpen (NAGO), Beroepsorganisatie Nederlands Ontwerpers en Fotografenfederatie.
**Toelichting: collectieve sociaal culturele doeleinden Vevam, Lira en 'Anders'**
De sociaal culturele gelden worden besteed aan doeleinden als promotie en sponsoring van de Nederlandse cultuur, prijzen en het meefinancieren van de beroepsvereniging.]

38. Vindt u dat deze gelden nuttig worden besteed?
    - ❍ Ja
    - ❍ Nee
    - ❍ Weet niet/geen mening

39. Toelichting op uw antwoorden:

40. Wilt u iets aan [de meest relevante CBO] veranderd zien?
    - ❍ Nee
    - ❍ Ja, namelijk:
    - ❍ Weet niet/geen mening

41. Zou u het een goed idee vinden wanneer [de meest relevante CBO] ook collectief onderhandelt over digitaal hergebruik van uw werken, zodat anderen dit tegen een vergoeding op internet mogen zetten? U kunt als u dat wilt een toelichting geven op uw antwoord.
    - ❍ Ja
    - ❍ Nee
    - ❍ Weet niet/geen mening
    - ❍ Anders, namelijk

42. Toelichting op uw antwoord

**Vaste boekenprijs [Alleen voor auteur/vertaler van algemene en wetenschappelijke boeken (niet van educatieve boeken) m.u.v. ondertitelaars]**

*Ons land kent een vaste verkoopprijs voor gedrukte boeken en bladmuziek die een jaar geldt. Sommigen pleiten voor de invoering van een vaste prijs voor* e-books.

43. Heeft u daarover een mening en zo ja, kunt u aangeven in hoeverre u het met de onderstaande stellingen eens bent? Bij iedere stelling kunt u als u dat wilt een toelichting geven.
    a. De vaste prijs voor gedrukte boeken moet blijven bestaan.
    b. De vaste prijs voor gedrukte boeken heeft een positief effect op mijn inkomsten.
    c. Er moet ook een vaste prijs voor *e-books* worden ingesteld.
    d. Ik verwacht dat een vaste prijs voor *e-books* een positief effect zal hebben op mijn publieksbereik.
    e. Ik verwacht dat een vaste prijs voor *e-books* een positief effect zal hebben op mijn inkomsten.

[Als (helemaal) eens bij c:]

44. U heeft aangegeven dat u vindt dat er een vaste prijs moet komen voor e-books. Hoe moet deze vaste prijs zich in uw ogen (ongeveer) verhouden tot de vaste prijs van gedrukte boeken?
    - ❍ De vaste prijs van e-books moet … % bedragen van de vaste prijs van gedrukte boeken
    - ❍ De vaste prijs voor e-books moet geen vast percentage zijn van de prijs van een gedrukt boek.
    - ❍ Weet niet/geen mening

**Portal Audiovisuele Makers (PAM) [Alleen voor scenarioschrijvers, regisseurs en acteurs]**
*In de audiovisuele sector hebben enkele beroepsorganisaties samen met de CBO's (Lira, Vevam, Norma, Netwerk Scenarioschrijvers, DDG en ACT) het initiatief genomen tot een Portal Audiovisuele makers (PAM): www.portal-pam.nl. Dit is één loket waar producenten, omroepen en distributeurs kunnen afrekenen voor het gebruik van auteurs- en naburige rechten. Uitgangspunt is dat de digitale exploitatiepraktijk vraagt om nieuwe auteursrechtelijke kaders om volop gebruik te kunnen maken van de nieuwe mogelijkheden, net als indertijd bij de introductie van kabeltelevisie en de uitzending van programma's via de satelliet. PAM werkt via collectieve licenties, een systeem dat al jaren gebruikelijk is in de Scandinavische landen.*

45. Kunt u aangeven in hoeverre u het met de onderstaande stellingen eens bent? Bij iedere stelling kunt u als u dat wilt een toelichting geven op uw antwoord.
    a. PAM heeft een positief effect op mijn verdienmogelijkheden of zal dat naar mijn verwachting in de toekomst hebben.
    b. PAM heeft een positief effect op mijn publieksbereik of zal dat naar mijn verwachting in de toekomst hebben.
    c. Ik heb er vertrouwen in dat de in PAM samenwerkende CBO's mijn rechten goed behartigen.

**Achtergrondvragen**

*Tot besluit willen we u enkele vragen stellen over uw persoonlijke situatie en inkomenspositie als maker of uitvoerend kunstenaar.*

46. Wat is uw geboortejaar?

47. Wat is uw geslacht?
    - ❍ Man
    - ❍ Vrouw

48. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode?

49. Wat is de hoogste opleiding die u hebt afgemaakt?
    ***Toelichting:*** als u een Nederlandse of buitenlandse opleiding hebt gevolgd die hier niet bijstaat, dan kunt u hier uw muis plaatsen voor een toelichting.
    - ❍ Basisonderwijs/lagere school
    - ❍ VMBO, LBO, MULO, ULO, MAVO
    - ❍ HAVO / VWO
    - ❍ MBO
    - ❍ HBO (incl. kunstvakopleiding)
    - ❍ Universiteit
    - ❍ Ik volg momenteel een opleiding, namelijk …
    - ❍ Weet niet

[**Toelichting: opleidingsniveau**

| Opleiding: | Hoort in categorie: |
|---|---|
| Basisschool niet afgemaakt<br>Basisschool, lager onderwijs,<br>Lager en voortgezet speciaal onderwijs<br>VGLO, Voortgezet Lager Onderwijs | 1. Basisonderwijs |
| LBO / Lager beroepsonderwijs<br>lagere technische school, huishoudschool nijverheidsonderwijs<br>MULO, ULO, MAVO<br>VMBO beroepsgerichte leerweg<br>VMBO theoretische of gemengde leerweg | 2. VMBO, LBO, MULO, ULO EN MAVO |
| MMS<br>HBS<br>Gymnasium, atheneum, lyceum | 3. HAVO en VWO |
| KMBO (Kort Middelbaar beroepsonderwijs), VHBO<br>MBO beroepsopleidende leerweg / Middelbaar beroepsonderwijs<br>MBO-plus voor toegang tot het HBO, korte HBO-opleiding (korter dan 2 jaar) | 4. MBO |
| Hoger beroepsonderwijs, nieuwe stijl hoge scholen<br>Kweekschool, MO-akten<br>Conservatorium en kunstacademie | 5. HBO |
| Wetenschappelijk onderwijs bachelor en master<br>Wetenschappelijk onderwijs kandidaats en doctoraal<br>Technische en economische hogeschool oude stijl<br>Postdoctorale opleiding (leraren- en beroepsopleidingen zoals medici, apotheker)<br>AIO/OIO of andere promotieopleiding tot graad van doctor | 6. Universiteit |

Einde toelichting]

50. Heeft u een speciale opleiding gevolgd voor uw werk als maker of uitvoerend kunstenaar?
    - ❍ Ja
    - ❍ Nee

51. Hoe lang bent u reeds actief als maker of uitvoerend kunstenaar?
    - ❍ Minder dan 1 jaar
    - ❍ 1 tot 3 jaar
    - ❍ 3 tot 5 jaar
    - ❍ 5 tot 10 jaar
    - ❍ 10 tot 15 jaar
    - ❍ 15 tot 20 jaar
    - ❍ Meer dan 20 jaar.

52. Wat is de samenstelling van uw huishouden of gezin?
    - ❍ Alleenwonend
    - ❍ Alleenwonend met thuiswonende kinderen
    - ❍ Samenwonend/gehuwd zonder thuiswonende kinderen
    - ❍ Samenwonend/gehuwd met thuiswonende kinderen
    - ❍ Woon in bij ouders of familie
    - ❍ Woon in woongroep of studentenhuis
    - ❍ Anders, namelijk …

[Als samenwonend bij vraag 52:]

53. Wat is uw financiële rol in het huishouden?
    - ❍ Ik breng het grootste deel van het huishoudinkomen in
    - ❍ Mijn partner en ik brengen ongeveer evenveel inkomen in
    - ❍ Mijn partner brengt het grootste deel van het huishoudinkomen in

54. Kunt u een indicatie geven van uw bruto inkomsten over 2009?
    ***Toelichting:*** het gaat hier om al uw inkomsten (zowel uit uw werk als maker of uitvoerend kunstenaar als uit eventuele andere werkzaamheden, beurzen, bijstand, werkloosheidsuitkering, Wwik, etc.).
    - ❍ € 0-2.000
    - ❍ € 2.000 - 16.000
    - ❍ € 16.000 - 32.000
    - ❍ € 32.000 - 48.000
    - ❍ € 48.000 - 64.000
    - ❍ € 64.000 - 96.000
    - ❍ € 96.000-176.000
    - ❍ Meer dan € 176.000
    - ❍ Weet niet/wil ik niet zeggen

55. Kunt u aangeven hoe uw gehele inkomen in 2009 was opgebouwd, onderverdeeld naar soort inkomsten?
    ***Toelichting:*** niet iedere inkomstenbron zal voor u relevant zijn. Indien u het niet precies weet kunt u een globale schatting geven.
    a. Werkzaamheden *buiten* mijn creatieve discipline [% van totale inkomen]
    b. Lesgeven in mijn creatieve discipline [% van totale inkomen]

    **Maakhonorarium:**
    c. Dienstverband als maker/uitvoerend kunstenaar [% van totale inkomen]
    d. Werk in opdracht [% van totale inkomen]
    e. Gages voor uitvoeringen/optredens [% van totale inkomen]

    **Rechtenvergoeding:**
    f. Uitkeringen van collectieve beheersorganisaties zoals Buma/Stemra, Sena, Norma, Pictoright, Lira en Vevam en thuiskopievergoedingen. [% van totale inkomen]
    g. Royalties van een exploitant van mijn werk (inclusief terugvorderbare voorschotten en herhalingsvergoedingen) [% van totale inkomen]

    h. Sponsoring/merchandising [% van totale inkomen]
    i. Exploitatie van mijn werk in eigen beheer [% van totale inkomen]
    j. Uitkeringen (Wwik, werkloosheidsuitkering, bijstand, arbeidsongeschiktheidsuitkering) en studiefinanciering [% van totale inkomen]
    k. Werkbeurzen, prijzen, en/of subsidies [% van totale inkomen]
    l. Anders, namelijk… [% van totale inkomen]

[Als percentages niet optellen tot 100 %:]

**Merk op**
*De door u opgegeven percentages tellen niet op tot 100 procent, maar tot* ***[som percentages] procent****.*

56. Wilt u dat wij bij de verwerking de opgegeven percentages naar rato aanpassen zodat deze wel optellen tot 100 procent?
    ❑ Ja, pas mijn percentages naar rato aan

*Gebruik de knop* ***'Vorige pagina'*** *om zelf uw percentages aan te passen.*

57. Kunt u aangeven of uw *inkomen als maker of uitvoerend kunstenaar* in de voorgaande jaren is gestegen, gedaald, of ongeveer gelijk is gebleven?
    ❍ Sterk gestegen
    ❍ Enigszins gestegen
    ❍ Ongeveer gelijk gebleven
    ❍ Enigszins gedaald
    ❍ Sterk gedaald
    ❍ Weet niet/wil ik niet zeggen

**Beoordeling vragenlijst**

58. Zijn er onderwerpen die in het verlengde liggen van de thema's in deze vragenlijst die in uw ogen ook aan de orde hadden moeten komen? Heeft u daarover opvattingen die u met ons wilt delen?

59. Kunt u ten slotte aangeven in hoeverre u het eens bent met de onderstaande stellingen over deze enquête? Bij iedere stelling kunt u als u dat wilt een toelichting geven op uw antwoord.
    a. Ik vond de enquête nuttig
    b. Ik vond de enquête moeilijk
    c. Ik vond de enquête te lang

**Toezending onderzoeksrapport**

*Op basis van deze enquête wordt een onderzoeksrapport opgesteld, dat naar de Tweede Kamer zal worden gestuurd en een rol zal spelen in de toekomstige beleidsontwikkeling. Wanneer u dit rapport te zijner tijd digitaal wenst te ontvangen, kunt u hieronder uw mailadres geven.*

*Wij zullen dit mailadres* ***uitsluitend*** *voor de toezending van het rapport gebruiken en* ***op geen enkele wijze*** *in verband brengen met uw antwoorden.*

60. E-mailadres: …

# Bijlage B Steekproef en respons

## Bijlage B.1 Adressenbestanden en respons

Tabel 8.1 geeft een uitsplitsing van de verzendende partij waaruit respondenten afkomstig zijn, naar de CBO die door hen is aangemerkt als meest relevant. Onder personen geen CBO als meest relevant aanmerken, 355 in getal, zijn vooral ontwerpers/vormgevers, fotografen en beeldend kunstenaars. Uit de tabel blijkt tevens dat aangeslotenen van Lira, dat geen medewerking heeft verleend aan dit onderzoek, vooral zijn bereikt via de Vereniging van Schrijvers en Vertalers.

Tabel 8.1 Doelgroepbereik: verzendpartij versus meest relevante CBO

| | Meest relevante CBO: | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Benaderd via:** | Buma/Stemra | Norma | Pictoright | Sena | Vevam | Lira | Buitenlands | Geen | Totaal |
| Buma/Stemra | 390 | 2 | 1 | 15 | 1 | 8 | | 4 | 421 |
| Norma | 218 | 313 | | 126 | 2 | 20 | 9 | 17 | 705 |
| Pictoright/BNO | 14 | 2 | 846 | 2 | 3 | 80 | 1 | 99 | 1.047 |
| Sena | 336 | 29 | 2 | 338 | 1 | 4 | 4 | 12 | 726 |
| Vevam | 9 | 1 | 3 | | 179 | 17 | | 1 | 210 |
| BBK | 10 | 1 | 99 | 1 | | 2 | | 66 | 179 |
| Fotografenfederatie | 14 | | 248 | 1 | | 4 | 1 | 89 | 357 |
| Interviews | | | 1 | | | 1 | | | 2 |
| NBDK | 2 | | | | | 1 | | 1 | 4 |
| NIMK | 1 | | 4 | | | | 1 | 14 | 20 |
| VSenV | 2 | | 2 | | 1 | 258 | 1 | 4 | 268 |
| VvEA | 3 | 1 | | 1 | | 17 | | 14 | 36 |
| Weblogs | 44 | 10 | 48 | 8 | 2 | 4 | 1 | 34 | 151 |
| Totaal | 1.043 | 359 | 1.254 | 492 | 189 | 416 | 18 | 355 | 4.126 |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Tabel 1.2 Gemiddelde invultijden online enquête[44]

| | Invultijd (minuten) | | |
|---|---|---|---|
| | **Gemiddelde** | **Standaardafwijking** | **# respondenten** |
| Reguliere vragenlijst | 27,2 | 14,5 | 3.588 |
| Alleen reguliere vragen | 27,0 | 14,2 | 2.388 |
| Reguliere vragen plus vaste boekenprijzen | 28,4 | 14,9 | 717 |
| Reguliere vragen plus Portal Audiovisuele Makers | 27,1 | 15,5 | 678 |
| Verkorte vragenlijst | 18,1 | 8,4 | 165 |
| **Totale steekproef (voltooide enquêtes)** | 26,8 | 14,4 | 3.753 |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

De gemiddelde respondent had ongeveer 27 minuten nodig om de vragenlijst in te vullen (Tabel 1.2). Dit is exclusief mensen die de vragenlijst deels invulden en/of de verkorte vragenlijst voorgelegd kregen, en exclusief extreem lange invultijden.[44]

44 Om een zuivere benadering van de gemiddelde invultijd te krijgen, blijven extreme waarden buiten beschouwing. Een *extreme waarde* (of *extreme uitschieter*) ligt meer dan drie interkwartielafstanden (IKA) boven het derde kwartiel. In deze steekproef zijn dat de 182 respondenten die de enquête meer dan 1,5 uur open hadden staan.

# Bijlage B.2 Opschonen data

In totaal hebben 6.054 respondenten de link naar de vragenlijst geopend en ingelogd. Voor ongeveer 600 respondenten bleek uit de filtervragen dat de vragenlijst voor hen niet relevant was en nog eens ruim 400 respondenten stopten in deze fase (een deel van hen constateerde mogelijk in deze fase dat ze de enquête reeds hadden ingevuld. Na een aantal verdere toetsen op het aantal ingevulde vragen en de antwoordvariatie zijn uiteindelijk 4.645 vragenlijsten meegenomen in de analyse. Hiervan hebben 3.935 personen (85 procent) de vragenlijst volledig ingevuld, en hebben 210 personen (5 procent) een verkorte versie van de vragenlijst doorlopen omdat hun werk noch nu, noch in de toekomst via internet wordt verspreid. Tabel 1.3 laat zien op welke wijze het databestand is opgeschoond van 6.054 respondenten naar 4.645 respondenten.

Tabel 1.3 Opschoning databestand

| Fase | Omschrijving | # respondenten |
|---|---|---|
| Start | Dataverzameling gesloten op 30 november 2010 | 6.054 |
| Relevantie | Niet actief als maker/uitvoerend kunstenaar | -/- 140 |
| | Minder dan 12 uur per week actief *en* geen intentie om dit te verhogen | -/- 460 |
| Niet-starters | Respondent is niet verder gekomen dan de filtervragen[45] | -/- 416 |
| Ongeldig | Dubbel ingevuld | -/- 29 |
| | Testrespondenten[46] | -/- 3 |
| Datakwaliteit | Minder dan 10 procent van de vragen ingevuld[47] | -/- 304 |
| | Geen of zeer lage antwoordvariantie stellingen[48] (standaardafwijking < 3σ) | -/- 57 |
| **Einde** | **Geschoond databestand** | **4.645** |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

# Bijlage B.3 Datacorrectie

Bij diverse vragen bestaat de open-antwoordoptie 'anders, namelijk'. In bepaalde gevallen is het wenselijk om de ingevulde antwoorden te (her)coderen, dat wil zeggen toewijzen aan een bestaande antwoordoptie indien deze onterecht niet is aangevinkt (hercodering), dan wel het categoriseren van veelvoorkomende open antwoorden (codering). Het gaat om de vraag over de relevante activiteit(en) van de respondent, waarvan het antwoord essentieel is voor de kruisingen

45 Respondent heeft het scherm met de vraag welke activiteiten de kern van de werkzaamheden als maker / uitvoerend kunstenaar vormen (vraag 9) niet gezien.

46 Personen uit het interne testpanel en dummy-respondenten van verzendende partijen.

47 Hierbij is alleen gekeken naar vragen die *iedere* respondent te zien krijgt. Vragen waaraan routing vooraf gaat – bijvoorbeeld de vragen over *copyright exceptions*, Creative Commons, Digital Rights Management, vaste boekenprijzen en de Portal Audiovisuele Makers – blijven buiten beschouwing. Ook open vragen en toelichtingen bij stellingen blijven tijdens deze controle buiten beschouwing. Dit resulteert in 94 vragen die iedere respondent te zien krijgt. Respondenten die de verkorte vragenlijst te zien kregen op basis van de filtervragen (respondenten wiens werk noch nu, noch in de toekomst (on)geautoriseerd via internet wordt verspreid) zijn *niet* op dit criterium beoordeeld.

48 Antwoorden op stellingen die *iedere* respondent te zien krijgt (50 stellingen in totaal) zijn beoordeeld op hun variantie. Een standaardafwijking van 0 betekent dat de respondent op 50 vragen over uiteenlopende onderwerpen exact hetzelfde antwoord heeft gegeven, wat erop duidt dat de respondent (opzettelijk) onzorgvuldig antwoordt. Eerst zijn respondenten met geen of een standaardafwijking van 0 (als respondenten geen enkele stelling hebben ingevuld, is berekening standaardafwijking niet mogelijk) verwijderd, waarna de 0,5 procent van de steekproef met de laagste antwoordvariantie (driemaal de standaardafwijking van het gemiddelde voor de totale steekproef over alle stellingen) van analyse zijn uitgesloten.

van antwoorden met beroepsgroep, en om de vraag over de relevante collectieve beheersorganisatie(s), waarvan het antwoord bepaalt aan welke CBO de stellingen en overige CBO-vragen zijn toe te wijzen. Tabel 1.4 geeft de resultaten van (her)codering.

Verder is op een drietal open achtergrondvragen rekenkundig/logisch gecorrigeerd:

- Geboortejaar/leeftijd (vraag 46): verwijdering van 12 uitbijters (geboortejaar vóór 1918 of na 1992);
- Postcode (vraag 48): verwijdering van 10 niet-bestaande postcodes;
- Inkomensverdeling (vraag 55): 166 aanpassingen naar rato op verzoek van respondent (vraag 56).

Tabel 1.4 Toewijzen open antwoorden 'anders, namelijk'

| Vraag | Uitstralingseffect | Resultaat (her)codering |
|---|---|---|
| Activiteiten (V9) | Meest relevante activiteit (V10) | 103 toewijzingen aan bestaande antwoordopties<br>181 toewijzingen aan 12 nieuwe antwoordopties<br>47 toewijzingen aan restcategorie 'activiteit overig'<br>12 onbekend (*missing value*) |
| Relevante CBO's (V32) | Aansluiting bij CBO (V33-34)<br>Meest relevante CBO (V35)<br>Beoordeling CBO (V36-42) | 31 toewijzingen aan bestaande antwoordopties<br>41 toewijzingen aan 'Geen CBO'<br>33 toewijzingen aan 'Buitenlandse CBO'<br>133 onbekend (*missing value*) |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

# Bijlage B.4 Beroepsgroepen

Onderstaande figuren geven de opbouw van de hoofdgroepen van makers en uitvoerenden.

Figuur 1.1 Auteurs

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.2 Vertalers

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## Figuur 1.3 Journalisten

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## Figuur 1.4 Scenario-/scriptschrijvers

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## Figuur 1.5 Acteurs

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## Figuur 1.6 Regisseurs

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## Figuur 1.7 Singer-songwriters

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## Figuur 1.8 Uitvoerende musici

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.9 Componisten/tekstschrijvers

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.10 Fotografen

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.11 Beeldend kunstenaars

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.12 Videokunstenaars

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.13 Tekenaars, illustratoren, cartoonisten

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.14 Ontwerpers / vormgevers

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.15 Overige activiteiten

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Tabel 1.5 Meest genoemde activiteiten – meerdere antwoorden mogelijk (hoofdniveau, N=4645)

| Aangevinkte activiteiten | Som |
|---|---|
| Uitvoerend musicus | 1.580 |
| Componist / tekstschrijver | 1.387 |
| Ontwerper / vormgever | 923 |
| Fotograaf | 893 |
| Auteur | 846 |
| Beeldend kunstenaar | 732 |
| Singer-songwriter | 671 |
| Tekenaar, illustrator, cartoonist | 514 |
| Regisseur | 465 |
| Acteur | 442 |
| Scenarioschrijver, scriptschrijver | 368 |
| Journalist | 294 |
| Vertaler | 219 |
| Overige activiteit | 207 |
| Videokunstenaar | 199 |
| Cabaretier | 57 |
| Gameontwikkelaar | 30 |
| Danser | 24 |
| Choreograaf | 21 |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## Tabel 1.6 Meest genoemde activiteiten – meerdere antwoorden mogelijk (detailniveau, N=4645)

| Aangevinkte activiteiten | Som | (Vervolg) | Som | (Vervolg) | Som | (Vervolg) | Som | (Vervolg) | Som |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Uitvoerend musicus pop, rock, urban, country, blues, e.d. | 868 | Componist / tekstschrijver klassiek (modern of traditioneel) | 243 | Ontwerper / vormgever overig | 144 | Videokunstenaar installaties | 64 | Presentator | 12 |
| Componist / tekstschrijver pop, rock, urban, country, blues, e.d. | 751 | Singer-songwriter lichte muziek – Nederlandstalig | 237 | Auteur blog | 138 | Vertaler overig | 62 | Vertaler ondertitelaar | 11 |
| Grafisch ontwerp | 674 | Auteur boeken non-fictie | 236 | Auteur poëzie | 136 | Docent/educatief | 55 | Choreograaf overig | 11 |
| Fotograaf overig | 569 | Singer-songwriter lichte muziek – Engelstalig | 220 | Auteur vak- en wetenschappelijke informatie | 134 | Journalist overig | 54 | Cabaretier televisie | 11 |
| Uitvoerend musicus lichte muziek – Engelstalig | 475 | Acteur film | 219 | Regisseur theater | 131 | Regisseur commercials | 51 | Arrangeur | 11 |
| Uitvoerend musicus lichte muziek – Nederlandstalig | 465 | Componist / tekstschrijver luisterlied, cabaret | 214 | Productontwerp | 126 | Journalist televisie | 44 | Casual games | 10 |
| Uitvoerend musicus klassiek (modern of traditioneel) | 445 | Acteur commercials (radio/televisie) | 210 | Scenarioschrijver, scriptschrijver overig | 124 | Cabaretier theater | 42 | Organisatie & management | 10 |
| Schilder | 430 | Componist / tekstschrijver overig | 207 | Acteur overig | 121 | Journalist sponsored magazines | 40 | Adviseur | 9 |
| Componist / tekstschrijver lichte muziek – Nederlandstalig | 417 | Auteur overig | 203 | Vertaler boeken fictie | 120 | Journalist radio | 39 | Gameontwikkelaar overig | 8 |
| Singer-songwriter pop, rock, urban, country, blues, e.d. | 408 | Ontwerper / vormgever interactief | 190 | Journalist publiekstijdschriften | 119 | Overige activiteit | 39 | Mobile games | 7 |
| Webdesign | 396 | Auteur educatieve uitgaven | 188 | Regisseur film | 114 | Producent muziek | 38 | Producent TV/film | 7 |
| Kunstfotograaf | 382 | Tekenaar, illustrator, cartoonist publiekstijdschriften | 176 | Scenarioschrijver, scriptschrijver documentaire | 107 | Regisseur animatie | 37 | Curator | 7 |
| Componist / tekstschrijver lichte muziek – Engelstalig | 379 | Regisseur televisie | 174 | Tekenaar, illustrator, cartoonist online | 106 | Videokunstenaar overig | 36 | Dirigent | 7 |
| Tekenaar, illustrator, cartoonist boeken | 369 | Beeldend kunstenaar installaties | 168 | Singer-songwriter overig | 87 | Journalist nieuws- en huis-aan-huisbladen | 33 | Choreograaf ballet (klassiek en modern) | 6 |
| Acteur theater | 299 | Beeldhouwer | 159 | Tekenaar, illustrator, cartoonist advertenties | 87 | Scenarioschrijver, scriptschrijver commercials | 32 | Danser televisie, videoclips | 6 |
| Fotojournalist | 298 | Regisseur documentaire | 155 | Uitvoerend musicus DJ (geen eigen composities) | 83 | Vertaler poëzie | 25 | Choreograaf televisie, clips | 5 |
| Acteur televisie | 288 | Scenarioschrijver, scriptschrijver televisie | 151 | Tekenaar, illustrator, cartoonist dagbladen | 83 | Vertaler vak- en wetenschappelijke informatie | 25 | Danser ballet (klassiek en modern) | 5 |
| Beeldend kunstenaar overig | 283 | Ruimtelijk ontwerp | 151 | Tekenaar, illustrator, cartoonist animator | 81 | Cabaretier overig | 16 | Sound design | 5 |
| Componist / tekstschrijver elektronische muziek (ook componerende DJ) | 274 | Videokunstenaar audiovisuele producties | 150 | Journalist dagbladen | 73 | Danser overig | 15 | Choreograaf concerten | 4 |
| Auteur boeken fictie | 266 | Tekenaar, illustrator, cartoonist overig | 150 | Journalist online | 72 | Modeontwerp | 14 | Uitgever | 4 |
| Componist / tekstschrijver multimediale muziek (jingles, tunes, etc.) | 256 | Scenarioschrijver, scriptschrijver film | 149 | Vertaler boeken non-fictie | 66 | Vertaler educatieve uitgaven | 13 | Consolegames | 3 |
| Uitvoerend musicus overig | 245 | Singer-songwriter luisterlied, cabaret | 149 | Regisseur overig | 64 | Serious games | 13 | Cameraman | 3 |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

# Bijlage B.5 Demografie

Onderstaande figuren en tabellen geven specifieke aanvullende informatie over de achtergrondkenmerken van de respondenten.

Figuur 8.16 Geslacht naar beroepsgroep (hoofdniveau)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.17 Leeftijdsverdeling: mannelijke versus vrouwelijke respondenten

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.18 Responsspreiding[49]

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.19 Responsdichtheid

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.20 Inkomensverdeling: mannelijke versus vrouwelijke respondenten[50]

Bron: SEO Economisch Onderzoek

49 Iedere stip in de figuur staat voor een postcodegebied met 1 of meer respondent(en).
50 Exclusief de groep "Weet niet / wil ik niet zeggen".

Figuur 8.21 Inkomensopbouw per leeftijdscategorie (N=2705)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 8.22 Aantal jaar relevante werkervaring naar beroepsgroep (hoofdniveau)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 8.23 Huidig aantal werkuren per week naar beroepsgroep (hoofdniveau)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

# Bijlage C Representativiteit

## Bijlage C.1 Inleiding

In een representativiteitsanalyse wordt onderzocht of de uiteindelijk verkregen responsgroep een goede (lees: representatieve) afspiegeling is van de totale populatie. Hiertoe worden kenmerken van de respondenten op descriptieve en statistische wijze vergeleken met de kenmerken van de gehele populatie. Meestal betekent dit dat uitkomsten van nieuw uitgevoerd onderzoek worden afgezet tegen eerdere studies, die op zichzelf ook steekproeven van beperkte omvang (een beperkt aantal waarnemingen) en *scope* (een beperkt aantal onderwerpen) zijn. Dit impliceert drie belangrijke restricties:

- De breedte en diepte van een representativiteitsanalyse zijn afhankelijk van de hoeveelheid vergelijkbare informatie. Sommige populatiekenmerken – bijvoorbeeld inkomensopbouw en gezinssamenstelling – zijn onbekend, of slechts bekend voor enkele beroepsgroepen.
- Definitieverschillen tussen huidige en vergelijkingsstudie – zoals bruto versus netto jaarinkomen en afbakening van beroepsgroepen – en verschillende bandbreedtes van antwoordcategorieën leiden tot imperfecte vergelijkingen.
- De representativiteit van de vergelijkingsstudie is niet altijd bekend. Als de vergelijkingsstudie geen juiste afspiegeling van de populatie is, mondt een representativiteitsanalyse uit in niet-valide conclusies.

## Bijlage C.2 Toetsing aan de hand van eerdere studies

**'Kunstenaars in Nederland' (Jenje-Heijdel & Haar, 2007)**

*Afbakening beroepsgroepen*

Twee van de drie kunstenaarsgroepen waarover in deze CBS-studie wordt gerapporteerd, zijn geschikt voor vergelijking:

Tabel 1.7 Categorisering beroepsgroepen in 'Kunstenaars in Nederland'[51]

| Dans, theater & muziek | Beeldende kunst, taal & overig |
|---|---|
| • Circusartiest<br>• Choreograaf<br>• Acteur, cabaretier, variétéartiest, zanger opera, operette, revue, musical<br>• Balletdanser, ballroomdanser<br>• Regisseur toneel, film<br>• Diskjockey<br>• Zanger (excl. opera, operette, revue, musical), koordirigent<br>• Instrumentalist, componist, dirigent (excl. koor), songwriter | • (portret)fotograaf kunstzinnig<br>• Beeldend kunstenaar<br>• Auteur, scenarioschrijver, tolk, vertaler<br>• Filmer, cineast<br>• Overige kunstberoepen |

Bron: Jenje-Heijdel & Haar (2007, p. 25); Bewerking SEO Economisch Onderzoek

[51] De categorie 'Vormgeving & bouwkunst' omvat veel beroepsgroepen die niet zijn vertegenwoordigd in deze studie, zoals stedenbouwkundigen, architecten en museummedewerkers.

De categorie *Dans, theater & muziek* is gekoppeld aan respondenten die één van de volgende beroepen als meest relevant[52] aanmerken:

- Acteur
- Regisseur
- Choreograaf
- Cabaretier
- Singer-songwriter
- Uitvoerend musicus
- Componist / tekstschrijver
- Danser

De categorie *Beeldende kunst, taal & overig* is gekoppeld aan respondenten die één van de volgende beroepen als meest relevant aanmerken:

- Auteur
- Vertaler
- Scenarioschrijver, scriptschrijver
- Fotograaf
- Beeldend kunstenaar
- Videokunstenaar
- Gameontwikkelaar
- Overige activiteit

*Vergelijking met Jenje-Heijdel & Haar (2007)*

Deze studie geeft voor de weergegeven geaggregeerde groepen informatie over leeftijd, inkomen, opleiding en sekseverdeling, hetgeen een vergelijking op deze punten mogelijk maakt.[53] De vergelijking op basis van inkomen is gemankeerd: het CBS meet inkomen als arbeidsloon ("het fiscale jaarloon van alle banen die een kunstenaar heeft gehad in 2005 plus de fiscale winst uit een eigen onderneming in 2005"), terwijl in de huidige studie ook naar inkomen uit andere bronnen wordt gevraagd – bijvoorbeeld rechtenvergoeding, sponsoring, uitkeringen, werkbeurzen en 'anders'. Vergelijking met deze bron wijst uit dat de respondenten in het onderhavige onderzoek gemiddeld wat ouder zijn, vaker man zijn en meer verdienen. Dit laatste is goed te verklaren aan de hand van het bovengenoemde definitieverschil, het verschil in leeftijd en het verschil in meetperiode (2009 versus 2005).

52 De beroepsgroepen in Jenje-Heijdel & Haar (2007) zijn wederzijds exclusief, daarom worden alleen respondenten beschouwd die deze activiteiten als *meest* relevant hebben bestempeld.

53 Jenje-Heijdel & Haar (2007, p. 5) berekenen hun gegevens op basis van drie jaargangen van de Enquête Beroepsbevolking (EBB), een doorlopend steekproefonderzoek van het CBS naar de relatie tussen mens en arbeidsmarkt.

Figuur 1.24 Leeftijdverdeling *Dans, theater & muziek*

Bron: Jenje-Heijdel & Haar (2007) en SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.25 Leeftijdverdeling *Beeldende kunst, taal & overig*

Bron: Jenje-Heijdel & Haar (2007) en SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.26 Geslacht

Bron: Jenje-Heijdel & Haar (2007) en SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.27 Inkomen *Dans, theater & muziek*

Bron: Jenje-Heijdel & Haar (2007) en SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.28 Inkomen *Beeldende kunst, taal & overig*

Bron: Jenje-Heijdel & Haar (2007) en SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.29 Geografische spreiding

Bron: Jenje-Heijdel & Haar (2007) en SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.30 Leeftijdsverdeling kunstenaars met kunstopleiding

Bron: Jenje-Heijdel & Haar (2007) en SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.31 Geslacht personen met kunstopleiding

Bron: Jenje-Heijdel & Haar (2007) en SEO Economisch Onderzoek

**'Pop, wat levert het op?' (IJdens, Fuhr, & Rooij, 2009)**

IJdens, Fuhr, & Rooij (2009, p. 5) definiëren *popmuzikanten* als "personen die als popmusicus zijn aangesloten bij de vakbonden Ntb of FNV-Kiem (BV Pop) en/of die als popmusicus in de administratie zitten van de rechtenorganisaties Norma en Sena".[54] Over de samenstelling van hun responsgroep merken ze op dat "[b]ijna 60 procent van de ondervraagden (…) zich musicus of muzikant van beroep [noemt] of zanger/zangeres, gitarist, pianist, artiest en dergelijke. Naast deze grote groep 'uitvoerende' musici is er een kleinere groep (10 procent) die zich producer, componist, singer-songwriter of in sommige gevallen arrangeur noemt, en een nog kleinere groep die zich muziekdocent noemt (4 procent) of een ander beroep vermeldt dat iets met muziek te maken heeft (5 procent, van manager tot geluidstechnicus en werken in een muziekwinkel)" (IJdens *et al.*, 2009, p. 7). Afgaande op deze informatie is een controlegroep samengesteld van respondenten die aangeven één of meer[55] van de volgende activiteiten uit te oefenen:

- Singer-songwriters pop, rock, urban, country, blues, e.d.
- Uitvoerende musici pop, rock, urban, country, blues, e.d.
- Componisten/tekstschrijvers pop, rock, urban, country, blues, e.d.

Dit resulteert in de selectie van respondenten zoals weergegeven in Figuur 1.32. Bij vergelijking van leeftijden blijkt opnieuw dat de respondenten van SEO Economisch Onderzoek *et al.* gemiddeld ouder zijn.[56] Qua inkomensopbouw zijn respondenten van beide studies zeer vergelijkbaar, met als belangrijkste verschil dat twintigers in de respons van SEO Economisch Onderzoek vaker inkomsten uit muziek hebben of een uitkering genieten en minder inkomsten rapporteren uit ander werk. De hoogte van het gemiddeld inkomen per leeftijdgroep is ongeveer vergelijkbaar, met de kanttekening dat het vergelijken van bruto en netto inkomsten wat meer onzekerheden geeft.

54 Het onderzoek betreft een online enquête onder popmuzikanten die bij één of meer van deze organisatie(s) zijn aangesloten. De uiteindelijke respons bestaat uit ruim 500 personen (IJdens *et al.*, 2009, p. 5).

55 In tegenstelling tot de CBS-studie (Jenje-Heijdel & Haar, 2007) is de kwalificatie 'popmuzikant' niet exclusief. Voor iemand die als popmusicus is aangesloten bij de voornoemde vakbonden en/of rechtenorganisaties, is deze activiteit *niet per definitie* de meest relevante als maker/uitvoerend kunstenaar. Zodoende zijn respondenten die een andere activiteit dan popmuzikant als meest relevant hebben aangemerkt *ook* meegenomen (uiteraard mits zij wel actief zijn als popmuzikant).

56 Dit effect wordt ook bevestigd door een directe vergelijking tussen de leeftijdverdeling van de respondenten in het onderhavige onderzoek, en die van het bestand van Buma/Stemra.

Figuur 1.32 Hoofdactiviteit 'popmuzikanten' in SEO (2011)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.33 Leeftijd popmuzikanten naar geslacht in IJdens *et al.* (2009)[57]

Bron: IJdens *et al.* (2009, p. 6)

Figuur 1.34 Leeftijd popmuzikanten naar geslacht in SEO (2011)[58]

Bron: SEO Economisch Onderzoek

57 De gemiddelde leeftijd is 40 jaar. Mannen (84 procent van de steekproef) zijn gemiddeld 41 jaar oud, vrouwen zijn gemiddeld 37 jaar oud.

58 De gemiddelde leeftijd is 45 jaar. Mannen (87 procent van de steekproef) zijn gemiddeld 45 jaar oud, vrouwen zijn gemiddeld 40 jaar oud.

Figuur 1.35 Inkomensopbouw[59]

Bron: IJdens *et al.* (2009, p. 12) en SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.36 Opbouw inkomsten uit muziek[60]

Bron: IJdens *et al.* (2009, p. 16) en SEO Economisch Onderzoek

59 *Inkomsten uit muziek* gedefinieerd als lesgeven in creatieve discipline, maakhonorarium, rechtenvergoeding, sponsoring/merchandising en exploitatie in eigen beheer. *Inkomsten uit ander werk* gedefinieerd als werkzaamheden buiten creatieve discipline. *Uitkering of studiebeurs* gedefinieerd als uitkeringen en werkbeurzen, prijzen en subsidies. *Overige inkomsten* gedefinieerd als 'anders'.

60 Om zinvol te kunnen vergelijken zijn deze drie categorieën samengevoegd. De corresponderende inkomensbron in SEO (2011) is maakhonorarium.

## Figuur 1.37 Inkomensopbouw per leeftijdsgroep

Bron: IJdens *et al.* (2009, p. 13) en SEO Economisch Onderzoek

## Figuur 1.38 Specificatie muziekinkomsten naar leeftijdsgroep

Bron: IJdens *et al.* (2009, p. 18) en SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.39 Netto jaarinkomen in IJdens *et al.* (2009)

Bron: IJdens *et al.* (2009, p. 12)

Figuur 1.40 Schatting netto jaarinkomen in SEO (2011)[61]

Bron: SEO Economisch Onderzoek

**'Spelen voor de kost' (Fuhr *et al.*, 2010)**

Voor deze studie zijn 3.700 personen aangeschreven die in de administratie van Norma bekend staan als acteur.[62] De steekproef bestaat hoofdzakelijk uit toneelspelers, musicalacteurs, stemacteurs en trainingsacteurs (Fuhr *et al.*, 2010, p. 8). De resultaten worden onderstaand vergeleken met de deelpopulatie van de respondenten van SEO (2011) die aangeven één of meer[63] van de volgende activiteiten uit te oefenen:

- Acteur film
- Acteur televisie
- Acteur commercial
- Acteur theater
- Acteur overig

61 In deze enquête is gevraagd naar het *bruto* jaarinkomen over 2009. Het netto jaarinkomen is *benaderd* met behulp van een conversietabel op basis van belastingschalen.

62 Het onderzoek betreft een online enquête onder personen die als acteur in de Norma-administratie zitten. De uiteindelijke respons bestaat uit ruim 600 personen (Fuhr *et al.*, 2010, pp. 6-7).

63 De kwalificatie 'acteur' is niet exclusief. Voor iemand die bij Norma als acteur is aangesloten, is dit niet *per definitie* de meest relevante als maker/uitvoerend kunstenaar. Zodoende zijn respondenten die een andere activiteit dan acteur als meest relevant hebben aangemerkt *ook* meegenomen (uiteraard mits zij wel actief zijn als acteur).

Dit resulteert in de selectie van respondenten zoals weergegeven in Figuur 1.41. De studie maakt vergelijking mogelijk op basis van sekse, leeftijd en inkomen. Respondenten van SEO (2011) zijn opnieuw iets ouder en vaker man.[64] Ze verdienen iets minder dan in de studie van Fuhr *et al.* (2010).

Figuur 1.41 Hoofdactiviteit 'acteurs' in SEO (2011)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

*Vergelijking met Fuhr et al. (2010)*

Figuur 1.42 Man/vrouw-verdeling (N=371)

Bron: Fuhr *et al.* (2010, p. 9) en SEO Economisch Onderzoek

64 Dezelfde constatering volgt uit een rechtstreekse vergelijking tussen leeftijdverdeling en de sekseverdeling van de respondenten en die van het bestand van Norma.

Figuur 1.43 Leeftijdsopbouw naar geslacht[65]

Bron: Fuhr *et al.* (2010, p. 9) en SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.44 Inkomensopbouw[66]

Bron: Fuhr *et al.* (2010, p. 21) en SEO Economisch Onderzoek

65 De gemiddelde leeftijd in Fuhr *et al.* (2010) ligt op 43 jaar. In dit onderzoek is het gemiddelde 48 jaar.

66 *Inkomsten uit werk als acteur* gedefinieerd als maakhonorarium. *Inkomsten uit ander werk op gebied van theater, film, tv* gedefinieerd als lesgeven in creatieve discipline, sponsoring/merchandising en exploitatie in eigen beheer. *Inkomsten uit overig werk, niet op gebied van theater, film, tv* gedefinieerd als werkzaamheden buiten creatieve discipline. *Uitkeringen of studiebeurs* gedefinieerd als uitkeringen en werkbeurzen, prijzen en subsidies. *Overige inkomsten* gedefinieerd als 'anders'.

Figuur 1.45 Netto jaarinkomen in Fuhr *et al.* (2010)

Bron: Fuhr *et al.* (2010, p. 20)

Figuur 1.46 Schatting netto jaarinkomen in SEO (2011)[61]

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.47 Netto jaarinkomen naar type acteur in Fuhr *et al.* (2010)

Bron: Fuhr *et al.* (2010, p. 22)

Figuur 1.48 Schatting netto jaarinkomen naar type acteur in SEO (2011)[61]

Bron: SEO Economisch Onderzoek

**'De markt voor beeldende kunst en de financiële positie van beeldend kunstenaars 2001' (Brouwer & Zijderveld, 2003)**

Brouwer & Zijderveld (2003, p. 3) bespreken een groep respondenten die beeldende kunst als hoofdactiviteit beschouwt: 91 procent van de respondenten heeft een opleiding gevolgd aan een academie voor beeldende kunst en gemiddeld besteedt een beeldend kunstenaar 36 uur per week aan de uitoefening van zijn of haar beroep. Hun definitie van *beeldende kunst* is echter breder dan in het onderhavige onderzoek. Naast corresponderende activiteiten (schilderkunst en beeldhouwen) worden ook technieken genoemd die in dit onderzoek onder andere activiteiten geschaard zijn: tekenen, foto/film/video, grafische technieken en nieuwe media. Het gaat echter te ver om (alle vormen van) illustratie, grafisch ontwerp, webdesign en interactief ontwerp als kunst te bestempelen. Zodoende is de controlegroep samengesteld uit respondenten die één van de volgende activiteiten als *meest relevant* aanmerken:

- Beeldend kunstenaar;
- Kunstfotograaf;[67]
- Videokunstenaar.

Wanneer wordt gekeken naar *alle* uitgeoefende activiteiten – hier zijn meerdere antwoorden toegestaan – blijkt dat deze verder reiken dan de drie genoemde disciplines (grafisch ontwerp wordt bijvoorbeeld door 15 procent van de controlegroep genoemd), maar dat de beoefening van deze andere activiteiten van marginale betekenis is, zie Figuur 1.49. Anders geformuleerd: er blijkt in de steekproef een duidelijke scheidslijn te bestaan tussen beeldende kunst (inclusief kunstfotografie en videokunst) en andere activiteiten waarbij het 'beeldende' centraal staat maar die geen kunstconnotatie hebben. Dit sterkt de aanname dat illustratie, grafisch ontwerp, webdesign en interactief ontwerp een andere categorie vormen en dus niet tot de controlegroep behoren.

67 'Fotografie overig' blijft buiten de controlegroep omdat gegeven antwoorden weinig overeenkomsten vertonen met beeldende kunst. Veelgenoemde specialisaties zijn architectuur, bedrijfsfotografie, portretfotografie, documentair/reportage, landschap- en natuurfotografie, luchtfotografie en reclamefotografie.

De verkregen controlegroep komt qua beoefende disciplines in hoge mate overeen met de studie van Brouwer & Zijderveld (2003), zij het dat foto/film/video en overige technieken in de huidige responsgroep relatief vaak voorkomen. Dit wordt ten dele veroorzaakt door definitieverschillen: er is gezocht naar een zo accuraat mogelijke koppeling met de categorieën van Brouwer & Zijderveld (2003), maar enige vertekening is niet te vermijden.[70]

In vergelijking met deze studie, zijn in de huidige responsgroep mannen niet oververtegenwoordigd. Wel blijft de huidige responsgroep naar verhouding oud.

Figuur 1.49 Uitgeoefende activiteiten door beeldend kunstenaars (N=582)[68]

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.50 Man/vrouw-verdeling (N=495)[69]

Bron: Brouwer & Zijderveld (2003, p. 3) en SEO Economisch Onderzoek

68 Meerdere antwoorden mogelijk. Percentages lager dan 5 procent zijn niet afgebeeld.

69 De steekproefomvang *N* heeft telkens betrekking op SEO (2011). Brouwer & Zijderveld (2003) hadden een steekproefomvang van 524 beeldend kunstenaars, die zijn bevraagd door middel van een schriftelijke vragenlijst.

Figuur 1.51 Steekproefvergelijking naar beoefende technieken (N=582)[70]

Bron: Brouwer & Zijderveld (2003, p. 16) en SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.52 Leeftijdsopbouw (N=495)[71]

Bron: Brouwer & Zijderveld (2003, p. 13) en SEO Economisch Onderzoek

70 *Schilderkunst/tekenen* is gedefinieerd als schilder óf tekenaar/illustrator/cartoonist. *Plastiek/beeldhouwen* is gedefinieerd als beeldhouwer. *Foto/film/video* is gedefinieerd als kunstfotograaf óf videokunstenaar. *Grafische technieken* is gedefinieerd als grafisch ontwerp. *Nieuwe media* is gedefinieerd als webdesign óf interactief. *Overige technieken* is gedefinieerd als installaties óf beeldende kunst overig.

71 De gemiddelde leeftijd in Brouwer & Zijderveld (2003) is 43 jaar, de gemiddelde leeftijd in SEO (2011) is 53 jaar.

Figuur 1.53 Opleidingsniveau (N=504)

Bron: Brouwer & Zijderveld (2003, p. 14) en SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.54 Gezinssituatie (N=500)[72]

Bron: Brouwer & Zijderveld (2003, p. 14) en SEO Economisch Onderzoek

72 In Brouwer & Zijderveld (2003) is 45 procent van de respondenten samenwonend/gehuwd, in SEO (2011) is dat 62 procent.

Figuur 1.55 Aantal jaar actief als beeldend kunstenaar (N=503)

Bron: Brouwer & Zijderveld (2003, p. 17) en SEO Economisch Onderzoek

# Bijlage D Communicatie door Pictoright en BNO bij uitnodiging enquête

## Box 1.1 E-mail Pictoright aan aangeslotenen, 11 oktober 2010

Geachte aangeslotene,

Graag willen wij u op de hoogte stellen van een in opdracht van de Ministeries van Justitie en OCW te houden enquête over beheer van auteursrechten. Door het Ministerie van Justitie is ons verzocht ons e-mailbestand hiervoor aan te leveren. Wij hebben hiermee ingestemd, onder de voorwaarde dat het bestand alleen voor de later deze week rond te sturen mailing wordt aangewend en op geen enkele andere wijze gebruikt zal worden. Het onderzoek wordt uitgevoerd door de Stichting Economisch Onderzoek SEO uit Amsterdam.

Zoals u waarschijnlijk weet staat het auteursrecht momenteel sterk onder druk. De opzet van de enquête lijkt erop gericht om het auteursrecht terug te dringen. Het antwoord op veel vragen kan daarom vergaande consequenties hebben voor uw auteursrechten. Hieronder drie voorbeelden:

1. Een vraag is of u een vergoeding wilt ontvangen voor het gebruik van uw werk door onderwijsinstellingen. Op het oog een onschuldige vraag, maar indien veel mensen aangeven hier geen vergoeding voor te willen ontvangen, dan kan dat in het vervolg betekenen dat elke school of universiteit in de toekomst ongelimiteerd en zonder een vergoeding te hoeven betalen gebruik kan maken van alle beschikbare foto's, illustraties, ontwerpen of afbeeldingen van beeldende kunst. Dit geldt ook voor een foto op de website waar nu gewoon een opdracht voor een fotograaf voor wordt gegeven. Hetzelfde geldt voor ideële organisaties zonder winstoogmerk. Dit kunnen zeer professionele organisaties zijn, die ook gewoon de huur voor het pand en het (soms riante) salaris van de medewerkers moeten betalen. Uiteraard komt het regelmatig voor dat makers zonder vergoeding iets ter beschikking stellen aan een ideële organisatie. Zeer lovenswaardig, maar het is wel aan de makers om hier over te beslissen!
2. Een andere op het oog onschuldige vraag is of bibliotheken een vergoeding dienen te betalen voor gebruik van het werk. De eerste sympathieke reactie kan zijn: ik hoef geen vergoeding? Bedenk dan wel dat als veel makers zo'n antwoord geven het leenrecht onder druk komt te staan. Op grond van het leenrecht betalen bibliotheken per uitlening ongeveer 0,10 euro aan de rechthebbenden. Verdwijnt het leenrecht dan zullen bijvoorbeeld veel kinderboekillustratoren, waarvan het werk relatief weinig wordt verkocht maar zeer veel wordt uitgeleend, een onmisbaar deel van hun inkomsten kwijt raken.
3. In de enquête wordt veel aandacht geschonken aan de Creative Commons (CC) licentie. Wij willen u op het hart drukken bij deze vragen goed na te denken over de consequenties. Indien u als maker een werk met de meest gebruikte CC-licentie (niet commercieel gebruik toegestaan) verspreid, dan zal tot in de lengte der dagen gebruik door de Overheid, scholen, stichtingen en verenigingen zonder vergoeding toegestaan zijn. Nog steeds is onduidelijk of bijvoorbeeld de ANWB bij deze licentie voor hun uitgave "De Kampioen" alle foto's en andere afbeeldingen, die men maar kan vinden, gewoon mag gebruiken, zonder enige vergoeding! Let wel: Wij zijn niet tegen Creative Commons, maar er is nog veel teveel onduidelijk om hier zomaar een te positief antwoord op te geven.

Uiteraard staan er nog vele andere vragen in de enquête die voor verwarring kunnen zorgen. Wij kunnen u alleen maar aanraden zeer goed de gevolgen van uw antwoorden te realiseren, want als het aan sommige politieke partijen (daarin gesteund door bedrijven als Google, uitgevers en omroepen) ligt zal het auteursrecht voor individuele makers vrijwel geheel verdwijnen! Laat het niet zo ver komen!

De bedoeling is dat het onderzoeksbureau de enquête later deze week zal verspreiden. Indien u niet wilt dat wij uw e-mailadres aan het bureau geven, laat het dan zo spoedig mogelijk weten, dan kunnen wij u nog uit het bestand verwijderen. Woensdag zullen wij in de loop van de ochtend het bestand aan het onderzoeksbureau leveren. Overigens hebben BNO, Fotografenfederatie en Pictoright in deze samengewerkt, zodat het kan zijn dat u deze mail twee maal ontvangt. Wij vragen uw begrip hiervoor.

Wij verzoeken u aan dit onderzoek mee te werken. Mocht u vragen hebben, dan kunt u altijd contact opnemen met ons via onderstaand telefoonnummer of e-mailadres.

[Afsluiting]

Box 1.2 Nieuwsbericht BNO 'Enquête over auteursrechten en internet', 12 oktober 2010

**In opdracht van de Ministeries van OCW en Justitie wordt deze week een enquête verstuurd aan makers en uitvoerend kunstenaars over auteursrechten. Doel is na te gaan hoe makers denken over de exploitatie van hun werk in het veranderende cultuurlandschap, o.a. via internet.**

De BNO heeft haar medewerking aan deze enquête toegezegd en heeft alle bij haar aangesloten leden in de disciplines grafisch ontwerpen, illustratie en animatie per e-mail verzocht om aan het onderzoek deel te nemen.

**Wie kunnen deelnemen aan het onderzoek?**
Wanneer je deze e-mail niet hebt ontvangen, maar je toch mee wil doen aan het onderzoek, dan kan dat. Het onderzoek is gericht op de volgende doelgroep:

- je ben in Nederland actief als maker of uitvoerend kunstenaar,
- je doet dat voor minimaal 12 uur per week (inclusief repetities of scholing) of zou dat graag willen, en
- jouw werken (of opnames/reproducties ervan) worden op dit moment via internet verspreid (met of zonder je toestemming) of je verwacht dat dit in de nabije toekomst gaat gebeuren.

Voldoe je aan deze voorwaarden en wil je een bijdrage leveren, ga dan naar deze site en laat daar je naam en e-mailadres achter. Je kijrgt dan een uitnodiging om mee te doen. De resultaten van het onderzoek worden anoniem verwerkt, en begin 2011 verwacht.

**Waarom deelnemen aan het onderzoek?**
Zoals je waarschijnlijk weet staat het auteursrecht momenteel sterk onder druk. De opzet van de enquête lijkt erop gericht om het auteursrecht terug te dringen. Het antwoord op veel vragen kan daarom vergaande consequenties hebben voor jouw auteursrechten. Hieronder drie voorbeelden:

Een vraag is of je een vergoeding wilt ontvangen voor het gebruik van je werk door onderwijsinstellingen. Op het oog een onschuldige vraag, maar indien veel mensen aangeven hier geen vergoeding voor te willen ontvangen, dan kan dat in het vervolg betekenen dat elke school of universiteit in de toekomst ongelimiteerd en zonder een vergoeding te hoeven betalen gebruik kan maken van alle beschikbare foto's, illustraties, ontwerpen of afbeeldingen van beeldende kunst. Dit geldt ook voor een foto op de website waar nu gewoon een opdracht voor een fotograaf voor wordt gegeven. Hetzelfde geldt voor ideële organisaties zonder winstoogmerk. Dit kunnen zeer professionele organisaties zijn, die ook gewoon de huur voor het pand en het (soms riante) salaris van de medewerkers moeten betalen. Uiteraard komt het regelmatig voor dat makers zonder vergoeding iets ter beschikking stellen aan een ideële organisatie. Zeer lovenswaardig, maar het is wel aan de makers om hier over te beslissen!

Een andere op het oog onschuldige vraag is of bibliotheken een vergoeding dienen te betalen voor gebruik van het werk. De eerste sympathieke reactie kan zijn: ik hoef geen vergoeding? Bedenk dan wel dat als veel makers zo'n antwoord geven het leenrecht onder druk komt te staan. Op grond van het leenrecht betalen bibliotheken per uitlening ongeveer 0,10 euro aan de rechthebbenden. Verdwijnt het leenrecht dan zullen bijvoorbeeld veel kinderboekillustratoren, waarvan het werk relatief weinig wordt verkocht maar zeer veel wordt uitgeleend, een onmisbaar deel van hun inkomsten kwijt raken.

In de enquête wordt veel aandacht geschonken aan de Creative Commons (CC) licentie. Wij willen je op het hart drukken bij deze vragen goed na te denken over de consequenties. Indien je als maker een werk met de meest gebruikte CC-licentie (niet-commercieel gebruik toegestaan) verspreidt, dan zal tot in de lengte der dagen gebruik door de overheid, scholen, stichtingen en verenigingen zonder vergoeding toegestaan zijn. Nog steeds is onduidelijk of bijvoorbeeld de ANWB bij deze licentie voor hun uitgave 'De Kampioen' alle foto's en andere afbeeldingen, die men maar kan vinden, gewoon mag gebruiken, zonder enige vergoeding! Let wel: Wij

zijn niet tegen Creative Commons, maar er is nog veel teveel onduidelijk om hier zomaar een te positief antwoord op te geven.

Uiteraard staan er nog vele andere vragen in de enquête die voor verwarring kunnen zorgen. Wij kunnen je alleen maar aanraden zeer goed de gevolgen van je antwoorden te realiseren, want als het aan sommige politieke partijen ligt (daarin gesteund door bedrijven als Google, uitgevers en omroepen) zal het auteursrecht voor individuele makers vrijwel geheel verdwijnen! Laat het niet zo ver komen!

Naar aanleiding van dit bericht nog vragen? Neem dan contact op met (…) BNO.

Bron: Website BNO http://www.bno.nl/ontwerpers/nieuws/5194/Enquete_over_auteursrechten_en_internet (benaderd op 13 oktober 2010)

# Bijlage E Multivariate analyse

## Bijlage E.1 Factoranalyse

**Datareductie**

Het doel van deze factoranalyse is het reduceren van 54 stellingen (ordinale data) tot enkele overkoepelende thema's (factoren). Respondenten die de verkorte vragenlijst hebben gezien (210 personen) zijn uitgesloten van deze analyse aangezien zij het merendeel van de stellingen niet voorgelegd kregen.

Factoranalyse is toegepast op de stellingen die *iedere* respondent te zien krijgt. Stellingen waaraan *routing* vooraf gaat – stellingen over Digital Rights Management (DRM), vaste boekenprijzen en de Portal Audiovisuele Makers (PAM) – blijven buiten beschouwing.

De volgende vragen zijn input voor de factoranalyse:

- Stellingen digitale distributie en exploitatie (vraag 12 en 13);
- Gebruik van sociale media (vraag 14);[73]
- Stellingen rolverdeling exploitatie op internet (vraag 15);
- Stellingen rechtenoverdracht (vraag 21);
- Stellingen exploitatiecontracten (vraag 22 en 23);
- Stellingen handhaving auteursrecht en *filesharing* (vraag 24 en 25);
- Stellingen *remixing* en *sampling* (vraag 31);
- Stellingen collectieve beheersorganisatie (vraag 36).

**Data-imputatie**

Ten einde voor iedere respondent factorscores te kunnen uitrekenen, zijn ontbrekende antwoorden bij de stellingen (zogeheten *missing values*) geschat met behulp van het Expectation-Maximization (EM) algoritme. Het EM-algoritme is een iteratieve procedure die *maxium likelihood* schattingen (MLE) van ontbrekende antwoorden vindt (SAS Institute Inc., 2004, p. 2536).

De ontbrekende antwoorden op de 54 stellingen zijn geschat uit de volgende variabelen:

- Stellingen zelf, dat wil zeggen stellingen die *wel* zijn beantwoord;
- Meest relevante activiteit van de respondent (op hoofdniveau, 18 dummyvariabelen);
- Leeftijd;
- Geslacht (dummyvariabele);
- Opleidingsniveau (thans studerend en 'weet niet' als *missing value* aangemerkt);
- Aantal jaar ervaring als maker/uitvoerend kunstenaar;
- Financiële rol in het huishouden;
- Bruto inkomsten over 2009 ('weet niet/wil niet zeggen' als *missing value* aangemerkt);
- Inkomensontwikkeling ('weet niet/wil niet zeggen' als *missing value* aangemerkt).

[73] Exclusief 'andere communicatiemogelijkheden', aangezien slechts 20 procent van de respondenten hier iets invulde.

Vóór data-imputatie is de antwoordcategorie 'weet niet/geen mening' bij stellingen (score 6) gehercodeerd naar 'noch eens, noch oneens' (score 3) om ordinale variabelen te verkrijgen.[74]

**Methode**

*Common Factor Analysis* (CFA) geniet de voorkeur boven *Principal Components Analysis* (PCA) indien de factoranalyse wordt toegepast op ordinale meetschalen – in dit geval 5-punts-Likertschalen. Likertdata bevat relatief veel errorvariantie (de variantie van de geobserveerde score minus de variantie van de ware score), die bij CFA – in tegenstelling tot bij PCA – niet over de factoren wordt verdeeld (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998).[75]

Binnen CFA zijn er verschillende manieren om de extractie uit te voeren. Er is gekozen voor *Principal Axis Factoring* (PAF) aangezien de meeste variabelen, die zoals gezegd een ordinale meetschaal hebben, niet normaal verdeeld zijn. Als extractiecriterium zijn eigenwaarden (EV), de verklaarde variantie in de variabelen door de factor, van 1 of groter aangehouden.

Omdat in ieder geval enkele van de uiteindelijk gedestilleerde factoren naar verwachting samenhang vertonen (bijvoorbeeld de mening over *filesharing* en de mening over *remixing*/bewerking, beide zijn vormen van ongeautoriseerd gebruik van auteursrechtelijk beschermd werk), is 'oblique' rotatie toegepast (Hair *et al.*, 1998).[76]

**Uitkomsten factoranalyse**

De initiële factoranalyse met alle variabelen (54 in totaal), levert een 12-factorenoplossing op. Alle 'problematische' variabelen, variabelen die niet of zeer slecht op een van de factoren laden, zijn vervolgens getoetst op inhoudelijke en statistische gronden: er is respectievelijk gekeken of de variabele inhoudelijk afwijkt van de andere stellingen – bijvoorbeeld omdat antwoorden sterk samenhangen met beroepsgroep(en) – en naar de standaardafwijking, communaliteit en factorladingen van de variabele. Een zeer lage standaardafwijking betekent een hoge uniformiteit van antwoorden – respondenten antwoorden vaak hetzelfde op deze vraag. Gezien het uiteindelijke doel van de factoranalyse, het abstraheren van vraagoverstijgende onderwerpen waarmee de steekproef gesegmenteerd wordt, zijn variabelen met (extreem) lage standaardafwijkingen onbruikbaar. Voor communaliteiten (de mate waarin de variantie van de variabele wordt verklaard door de factoren) en factorladingen (de samenhang tussen variabele en factor) worden doorgaans minimumwaarden van respectievelijk 0,3 en 0,6 gehanteerd (Hair *et al.*, 1998). Inhoudelijke beoordeling prevaleert echter boven statistische eigenschappen: statistisch suboptimale variabelen zijn behouden indien er geen/weinig inhoudelijke gronden zijn voor uitsluiting.

Na de initiële factoranalyse zijn er 14 variabelen verwijderd:

- Antwoorden op de vragen over het gebruik van websites om foto's en video's te delen, alsmede op de 4 stellingen over rechtenoverdracht, blijken zeer beroepsgebonden. De variabelen meten in hoofdzaak het beroep van de respondent, in plaats van een attitude/perceptie.

---

74 De categorie als *missing value* aanmerken, zou leiden tot verlies van zeer veel datapunten en een problematische data-imputatie.

75 CFA verdeelt enkel de *gedeelde variantie* – de variantie van de variabele die met alle andere variabelen in de analyse wordt gedeeld – over de factoren.

76 Fabrigar *et al.* (1999) menen dat factoren bijna nooit ongecorreleerd zijn.

- Het zelf aanbieden van werk op websites voor *filesharing* (zoals *The Pirate Bay* of *Torrent Reactor*) komt nagenoeg niet voor (de variabele heeft een extreem lage standaardafwijking), waardoor de variabele geen segmenterende waarde heeft.
- Stellingen over het zich laten vertegenwoordigen door een agent/manager, over de verwachtingen over rolverschuiving tussen exploitant en maker/uitvoerende, en over buitenlandse concurrentie voor CBO's, hebben extreem lage factorladingen, waardoor ze geen aansluiting vinden bij één van de factoren.
- Stellingen over een collectieve vergoedingsregeling, over de risicoaversie van exploitanten, over onderhandelingen tussen verenigingen van makers en exploitanten, en over het niet benutten van exploitatiekansen, hebben alle (zeer) lage communaliteiten en/of factorladingen, waardoor ze de factoroplossing verstoren.

Tabel 1.9 toont de uiteindelijke 8-factorenoplossing met bijbehorende factorladingen van de 40 onderliggende stellingen.

De factoren laten zich als volgt interpreteren:

- Factor 1: tevredenheid over de collectieve beheersorganisatie;
- Factor 2: kansen van digitale distributie en exploitatie;
- Factor 3: bedreiging door *filesharing*;
- Factor 4: zwakte van de onderhandelingspositie t.o.v. exploitanten/opdrachtgevers;
- Factor 5: gebruik van sociale media;[77]
- Factor 6: waardering van *remixing* en *sampling*;
- Factor 7: kansen van *filesharing*;
- Factor 8: behoefte aan zelfbeschikking en versterking van de rechtspositie.

Tabel 1.8 Totaal verklaarde variantie 8-factorenoplossing

| | | | | Som van de gekwadrateerde factorladingen | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Initiële eigenwaarden | | | Extractie (Principal Axis Factoring) | | | Rotatie (Direct Oblimin)[78] | | |
| Factor | Totaal | % variantie | Cumulatief | Totaal | % variantie | Cumulatief | Totaal | % variantie | Cumulatief |
| 1 | 7,03 | 17,6% | 17,6% | 6,61 | 16,5% | 16,5% | 5,16 | | |
| 2 | 3,69 | 9,2% | 26,8% | 3,22 | 8,1% | 24,6% | 2,82 | | |
| 3 | 3,04 | 7,6% | 34,4% | 2,52 | 6,3% | 30,9% | 3,10 | | |
| 4 | 2,05 | 5,1% | 39,5% | 1,49 | 3,7% | 34,6% | 1,32 | | |
| 5 | 1,74 | 4,3% | 43,9% | 1,20 | 3,0% | 37,6% | 1,96 | | |
| 6 | 1,65 | 4,1% | 48,0% | 1,13 | 2,8% | 40,4% | 3,67 | | |
| 7 | 1,43 | 3,6% | 51,6% | 0,90 | 2,2% | 42,7% | 3,28 | | |
| 8 | 1,33 | 3,3% | 54,9% | 0,78 | 1,9% | 44,6% | 2,04 | | |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

77 Merk op dat alle factorladingen negatief zijn. Feitelijk weerspiegelt de factorscore voor de respondent dus zijn/haar *niet*-gebruik van nieuwe media.

78 Bij gecorreleerde factoren kan de totale variantie niet verkregen worden uit de som van de gekwadrateerde factorladingen.

## Tabel 1.9 Pattern matrix factoranalyse (geroteerde factorscores)[79]

| | Factor | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Vraagomschrijving** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** |
| Huidige verdienmogelijkheden door DDE | -0,012 | 0,742 | -0,027 | -0,126 | 0,019 | -0,020 | -0,003 | -0,053 |
| Toekomstige verdienmogelijkheden door DDE | -0,002 | 0,791 | -0,007 | -0,035 | -0,002 | -0,023 | 0,015 | 0,009 |
| Verdienmogelijkheden exploitant door DDE | 0,045 | 0,358 | 0,001 | 0,216 | 0,054 | -0,044 | -0,006 | 0,022 |
| Groter publieksbereik door DDE | -0,042 | 0,519 | -0,033 | -0,022 | -0,117 | 0,036 | -0,004 | 0,026 |
| Andere inkomensverwerving door DDE | 0,006 | 0,256 | 0,136 | -0,009 | -0,094 | 0,088 | 0,077 | 0,011 |
| Digitale distributie en exploitatie zijn kans | -0,044 | 0,624 | -0,029 | -0,057 | -0,086 | 0,056 | 0,068 | 0,040 |
| Digitale distributie en exploitatie zijn bedreiging | -0,012 | -0,280 | 0,187 | 0,106 | -0,008 | -0,076 | -0,208 | 0,036 |
| Gebruik eigen website | -0,059 | 0,091 | -0,011 | -0,115 | -0,593 | -0,072 | -0,082 | 0,070 |
| Gebruik weblog | -0,031 | -0,004 | 0,025 | -0,010 | -0,499 | 0,083 | 0,055 | 0,029 |
| Gebruik e-mail | 0,067 | -0,008 | -0,064 | 0,033 | -0,476 | -0,080 | -0,052 | -0,025 |
| Gebruik sociale netwerksites | -0,034 | -0,011 | 0,074 | 0,035 | -0,678 | 0,056 | 0,112 | -0,018 |
| Zwakke onderhandelingspositie | -0,043 | -0,041 | -0,042 | 0,621 | 0,064 | -0,035 | -0,029 | 0,079 |
| Ongewenste rechtenoverdracht in exploitatiecontract | -0,032 | -0,003 | 0,046 | 0,641 | -0,026 | 0,040 | 0,005 | 0,036 |
| Zelf prijs en gebruiksvoorwaarden vaststellen | -0,055 | 0,020 | -0,067 | -0,103 | -0,072 | -0,037 | -0,095 | 0,335 |
| Tekenen exploitatiecontract | 0,012 | 0,041 | 0,013 | -0,087 | -0,056 | -0,052 | -0,049 | 0,423 |
| Auteurs- en naburige rechten niet bij leven overdragen | 0,075 | -0,006 | 0,022 | 0,112 | -0,015 | -0,073 | -0,094 | 0,443 |
| Zelf rechtenoverdracht bij leven bepalen | 0,004 | 0,032 | 0,014 | -0,243 | 0,043 | 0,001 | 0,041 | 0,387 |
| Recht om exclusieve licentie op te zeggen | 0,044 | -0,031 | 0,022 | 0,123 | 0,000 | 0,047 | 0,032 | 0,589 |
| Exploitatie overdragen/eigen beheer indien ontevreden | -0,063 | 0,032 | 0,052 | 0,106 | -0,032 | 0,022 | 0,041 | 0,530 |
| Recht op aanvullende vergoeding bij commercieel succes | 0,078 | -0,031 | 0,000 | 0,218 | -0,007 | -0,051 | 0,066 | 0,420 |
| Momenteel financiële schade door filesharing | 0,031 | -0,058 | 0,764 | -0,011 | 0,009 | -0,053 | -0,067 | 0,020 |
| In de toekomst financiële schade door filesharing | 0,036 | -0,043 | 0,741 | 0,011 | 0,012 | -0,101 | -0,173 | 0,067 |
| Harder optreden tegen consumenten die bestanden uitwisselen | 0,125 | -0,018 | 0,450 | -0,098 | 0,120 | -0,363 | -0,069 | 0,001 |
| Harder optreden tegen websites voor filesharing | 0,078 | -0,025 | 0,519 | -0,062 | 0,085 | -0,312 | -0,157 | 0,008 |
| Werk zonder toestemming bewerkt/geremixed | -0,026 | 0,019 | 0,360 | 0,067 | -0,036 | 0,112 | 0,006 | 0,040 |
| Filesharing verhoogt bekendheid van werk | -0,047 | 0,062 | 0,023 | 0,033 | -0,058 | 0,084 | 0,514 | 0,103 |
| Filesharing zorgt nu voor verdienmogelijkheden | 0,000 | -0,002 | -0,054 | -0,054 | 0,023 | -0,041 | 0,824 | -0,035 |
| Filesharing zorgt in toekomst voor verdienmogelijkheden | -0,002 | 0,013 | -0,104 | 0,003 | -0,005 | -0,058 | 0,861 | -0,011 |
| Zelf bewerken of remixen van andermans werk | 0,022 | 0,012 | 0,114 | 0,021 | 0,009 | 0,553 | 0,055 | -0,075 |
| Waardering dat werk wordt bewerkt/geremixed. | -0,021 | 0,023 | 0,045 | 0,026 | 0,014 | 0,686 | 0,107 | -0,003 |
| Harder optreden tegen bewerking/remixing | 0,038 | -0,007 | 0,134 | 0,045 | 0,004 | -0,769 | 0,082 | -0,013 |
| Bewerking/remixing is bedreiging voor inkomsten | 0,029 | 0,018 | 0,254 | 0,050 | -0,028 | -0,632 | 0,063 | 0,028 |
| Collectief regelen door CBO | 0,538 | 0,091 | 0,036 | 0,051 | 0,023 | -0,038 | -0,092 | 0,094 |
| CBO belangrijk voor inkomsten | 0,519 | 0,052 | 0,269 | 0,051 | -0,022 | -0,016 | 0,016 | 0,042 |
| CBO biedt goede service | 0,834 | -0,022 | 0,012 | 0,001 | -0,028 | 0,018 | -0,019 | -0,010 |
| CBO biedt voldoende inspraak | 0,785 | -0,019 | 0,006 | 0,012 | -0,020 | 0,024 | 0,053 | -0,034 |
| CBO voldoende transparant in betaling | 0,817 | -0,050 | -0,083 | -0,034 | 0,018 | 0,018 | -0,013 | 0,009 |
| Externe communicatie CBO | 0,719 | 0,008 | 0,020 | 0,004 | 0,059 | -0,055 | 0,016 | 0,009 |
| Aansluitcontract CBO | 0,698 | 0,005 | -0,055 | -0,081 | -0,018 | -0,031 | 0,008 | 0,014 |
| Alles overziend oordeel over CBO | 0,872 | -0,019 | -0,011 | -0,040 | 0,004 | 0,047 | -0,040 | -0,009 |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

[79] Principal Axis Factoring, Oblimin rotatie met Kaiser Normalization. Oplossing na 24 iteraties.

Tabel 1.10 Factorcorrelatiematrix[79]

| Factor | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 1,00 | -0,01 | 0,22 | 0,06 | 0,14 | -0,30 | -0,17 | 0,11 |
| 2 | | 1,00 | -0,04 | -0,06 | -0,27 | 0,13 | 0,32 | 0,15 |
| 3 | | | 1,00 | 0,16 | 0,02 | -0,22 | -0,21 | 0,16 |
| 4 | | | | 1,00 | 0,09 | -0,01 | 0,00 | 0,12 |
| 5 | | | | | 1,00 | -0,12 | -0,10 | -0,19 |
| 6 | | | | | | 1,00 | 0,39 | -0,19 |
| 7 | | | | | | | 1,00 | -0,06 |
| 8 | | | | | | | | 1,00 |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Voorts zijn de factorscores van respondenten op twee manieren berekend: (1) door de regressiescores van de factoranalyse als variabelen op te slaan en (2) als een gewogen gemiddelde van de samenstellende variabelen van iedere factor, waarbij factorladingen als gewichten zijn gebruikt.[80] Beide typen factorscores vertonen een zeer hoge mate van correlatie, zie Tabel 1.11. In de clusteranalyses zijn telkens regressiescores als uitgangspunt genomen en dienen de gewogen gemiddelde factorscores als robuustheidscontrole.

Tabel 1.11 Correlatiematrix geregresseerde en gewogen gemiddelde factorscores (Pearson, N=4435)

| | Zscore: Gewogen gemiddelde stellingen factor 1 | Zscore: Gewogen gemiddelde stellingen factor 2 | Zscore: Gewogen gemiddelde stellingen factor 3 | Zscore: Gewogen gemiddelde stellingen factor 4 | Zscore: Gewogen gemiddelde stellingen factor 5 | Zscore: Gewogen gemiddelde stellingen factor 6 | Zscore: Gewogen gemiddelde stellingen factor 7 | Zscore: Gewogen gemiddelde stellingen factor 8 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| REGR factor score 1 for analysis 1 | **0,99** | **-0,05** | **0,34** | 0,01 | **0,15** | **-0,31** | **-0,18** | **0,14** |
| REGR factor score 2 for analysis 1 | | **0,99** | **-0,16** | **-0,07** | **-0,28** | **0,12** | **0,35** | **0,14** |
| REGR factor score 3 for analysis 1 | | | **0,95** | **0,15** | 0,01 | **-0,33** | **-0,28** | **0,19** |
| REGR factor score 4 for analysis 1 | | | | **0,93** | **0,11** | **-0,05** | -0,03 | **0,17** |
| REGR factor score 5 for analysis 1 | | | | | **0,98** | **-0,11** | **-0,13** | **-0,21** |
| REGR factor score 6 for analysis 1 | | | | | | **0,98** | **0,39** | **-0,21** |
| REGR factor score 7 for analysis 1 | | | | | | | **0,98** | **-0,08** |
| REGR factor score 8 for analysis 1 | | | | | | | | **0,98** |

Bron: SEO Economisch Onderzoek; Vetgedrukte waarden zijn significant (p < .01)

80 Zie DiStefano *et al.* (2009) voor meer achtergrond over de voor- en nadelen van typen factorscores.

**Statistische kwaliteit**

De Bartlett's Test of Sphericity beoordeelt of de correlaties tussen de variabelen in de factoranalyse gebaseerd zijn op toeval – de significante toets (Tabel 1.12) is een indicatie dat het factormodel in zijn geheel significant is. Voor de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure, die in dezelfde tabel is afgebeeld, zijn waarden van 0,6 en hoger acceptabel (Hair *et al.*, 1998).[81] Aan deze minimumeis wordt ruimschoots voldaan.

Tabel 1.12 KMO en Bartlett's Toets

| KMO and Bartlett's Test | | |
|---|---|---|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | ,872 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 64387,810 |
| | df | 780 |
| | Sig. | ,000 |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

De Measure of Sampling Adequacy (MSA) berekent de KMO voor elke individuele variabele in de factoranalyse. Ook hier geldt de richtlijn dat deze minimaal 0,6 moet zijn (Hair *et al.*, 1998). De cijfers in Tabel 1.13 zijn bevredigend.

Tabel 1.13 Measure of Sampling Adequacy (MSA)

| Vraag | MSA |
|---|---|
| Huidige verdienmogelijkheden door DDE | 0,823 |
| Toekomstige verdienmogelijkheden door DDE | 0,820 |
| Verdienmogelijkheden exploitant door DDE | 0,796 |
| Groter publieksbereik door DDE | 0,893 |
| Andere inkomensverwerving door DDE | 0,864 |
| Digitale distributie en exploitatie zijn kans | 0,881 |
| Digitale distributie en exploitatie zijn bedreiging | 0,914 |
| Gebruik eigen website | 0,793 |
| Gebruik weblog | 0,813 |
| Gebruik e-mail | 0,677 |
| Gebruik sociale netwerksites | 0,808 |
| Zwakke onderhandelingspositie | 0,731 |
| Ongewenste rechtenoverdracht in exploitatiecontract | 0,711 |
| Zelf prijs en gebruiksvoorwaarden vaststellen | 0,683 |
| Tekenen exploitatiecontract | 0,848 |
| Auteurs- en naburige rechten niet bij leven overdragen | 0,897 |
| Zelf rechtenoverdracht bij leven bepalen | 0,761 |
| Recht om exclusieve licentie op te zeggen | 0,824 |
| Exploitatie overdragen/eigen beheer indien ontevreden | 0,796 |
| Recht op aanvullende vergoeding bij commercieel succes | 0,832 |

[81] Een KMO-waarde van 1 geeft aan dat elke variabele perfect wordt voorspeld door de andere variabelen in de factoranalyse.

| Vraag | MSA |
|---|---|
| Momenteel financiële schade door filesharing | 0,820 |
| In de toekomst financiële schade door filesharing | 0,847 |
| Harder optreden tegen consumenten die bestanden uitwisselen | 0,886 |
| Harder optreden tegen websites voor filesharing | 0,803 |
| Werk zonder toestemming bewerkt/geremixed | 0,817 |
| Filesharing verhoogt bekendheid van werk | 0,876 |
| Filesharing zorgt nu voor verdienmogelijkheden | 0,878 |
| Filesharing zorgt in toekomst voor verdienmogelijkheden | 0,854 |
| Zelf bewerken of remixen van andermans werk | 0,727 |
| Waardering dat werk wordt bewerkt/geremixed. | 0,904 |
| Harder optreden tegen bewerking/remixing | 0,876 |
| Bewerking/remixing is bedreiging voor inkomsten | 0,871 |
| Collectief regelen door CBO | 0,926 |
| CBO belangrijk voor inkomsten | 0,928 |
| CBO biedt goede service | 0,914 |
| CBO biedt voldoende inspraak | 0,935 |
| CBO voldoende transparant in betaling | 0,929 |
| Externe communicatie CBO | 0,952 |
| Aansluitcontract CBO | 0,941 |
| Alles overziend oordeel over CBO | 0,909 |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

De Cronbach's Alpha in Tabel 1.14, een maat voor de betrouwbaarheid (de interne consistentie) van de factoren, blijft (ver) boven of vlakbij de acceptabele waarde van 0,6 voor exploratieve meetschalen (Hair *et al.*, 1998).[82]

Tabel 1.14 Interne consistentie factoren

| Factor | Aantal items* | Cronbach's Alpha |
|---|---|---|
| Tevredenheid over CBO | 8 | 0,899 |
| Kansen DDE | 7 | 0,727 |
| Bedreiging filesharing | 5 | 0,794 |
| Zwakte onderhandelingspositie | 2 | 0,590 |
| Gebruik sociale media | 4 | 0,652 |
| Waardering remixing | 4 | 0,776 |
| Kansen filesharing | 3 | 0,784 |
| Behoefte aan zelfbeschikking | 7 | 0,637 |

Bron: SEO Economisch Onderzoek; * = Items met omgekeerde vraagstelling gehercodeerd

[82] Een voorwaarde voor de toets is dat alle vragen van de desbetreffende factor op dezelfde manier gesteld zijn: negatief en positief geformuleerde vragen vertonen een slechte interne consistentie, daarom zal één van beide moeten worden gehercodeerd ('helemaal eens' wordt 'helemaal oneens', 'eens' wordt 'oneens', etc.).

# Bijlage E.2 Clusteranalyse

**Methode**

Met de verkregen factorscores kan vervolgens worden gezocht naar groepen/clusters van respondenten die vergelijkbare opiniepartronen hebben. Deze zogeheten *clusteranalyse* kan op diverse manieren worden uitgevoerd. Het meest gemaakte onderscheid is dat tussen hiërarchische en niet-hiërarchische (iteratief verdelende) clusteranalyse.[83] In een *hiërarchische clusteranalyse* hoeft het aantal cluster vooraf niet bekend te zijn. Met dit type clusteranalyse kan een schatting worden gemaakt van het 'optimale' aantal clusters in een dataset. Het vangt aan met iedere respondent in een eigen cluster, en voegt op basis van een afstandsmaat (agglomeratief/samenvoegend of verdelend) sequentieel clusters samen totdat er uiteindelijk 1 cluster over is. Bij *niet-hiërarchische clusteranalyse* moet de onderzoeker vooraf het gewenste aantal clusters ingeven. Het voordeel ten opzichte van hiërarchische clusteranalyse is dat respondenten opnieuw kunnen worden ingedeeld indien hun clustercentrum/*centroid* (de gemiddelde waarde van een clustervariabele voor een groep respondenten) dichterbij een ander cluster komt te liggen. Laatstgenoemde is bij hiërarchische clusteranalyse niet mogelijk: eenmaal ingedeelde respondenten kunnen niet meer aan een ander cluster worden toebedeeld.

Mede vanwege deze laatste tekortkoming van hiërarchische clusteranalyse worden hiërarchische en niet-hiërarchische clusteranalyse doorgaans allebei, sequentieel uitgevoerd (Burns & Burns, 2008, p. 557; Norušis, 2010, p. 375). Met behulp van de hiërarchische clusteranalyse wordt een voorlopige clusteroplossing verkregen, waarna 1 of enkele clusteroplossingen worden getoetst met behulp van niet-hiërarchische clusteranalyse. De clustercentra of *centroids* die dienen als startpunt van de niet-hiërarchische clusteranalyse, de gemiddelde score van een cluster op een clustervariabele, worden eveneens berekend op basis van de clusteroplossingen uit hiërarchische clusteranalyse (Punj & Stewart, 1983, pp. 144-146).

Ook in deze studie is deze 'getrapte' analyse toegepast:

1. Hiërarchische clusteranalyse op basis van Ward's Method[84] (Squared Euclidean afstandsmaat), met de 8 factorscores als clustervariabelen;
2. Niet-hiërarchische clusteranalyse op basis van *K*-means clusteranalyse[85] (maximaal 100 iteraties), met de 8 factorscores als clustervariabelen.

---

83 Het softwarepakket SPSS biedt tevens een op het oog interessante derde variant, genaamd *tweestapsclusteranalyse*. Deze is bedoeld voor zeer grote datasets en biedt als enige clustertechniek de mogelijkheid om zowel continue (bijvoorbeeld leeftijd) als categoriale variabelen (bijvoorbeeld geslacht en beroepsgroep) te gebruiken voor clustering (bij hiërarchische clusteranalyse kan *of* continue data *of* binaire data worden gebruikt, nooit beide). Tweestapsclusteranalyse heeft echter de voorwaarden dat variabelen normaal verdeeld zijn en dat ze onafhankelijk van elkaar zijn. De factorscores die dienen als clustervariabelen zijn noch normaal verdeeld, noch onafhankelijk. Daarom kan deze techniek niet worden toegepast.

84 Ward's Method werkt op basis van variantieanalyse. Clustertoewijzing gebeurt door de gekwadrateerde afwijkingen ten opzichte van een clustergemiddelde te sommeren. Die 2 clusters waarvan samenvoeging de kleinste toename van de *error sum of squares* oplevert, worden samengevoegd.

85 De *K*-Means clustertechniek is gevoelig voor de volgorde van waarnemingen in het databestand en voor uitbijters. Daarom zijn respondenten willekeurig gesorteerd alvorens deze analyses uit te voeren (Norušis, 2010, p. 376; SPSS, 2001, p. 4) en worden uitbijters initieel van analyse uitgesloten (Norušis, 2010, p. 376). Vóór analyse zijn kritieke waarden van elke clustervariabele vastgesteld: de onderste kritieke waarde van de variabele is het eerste kwartiel minus 1,5 × interkwartielafstand (IKA), de bovenste kritieke waarde is het derde kwartiel plus 1,5 × IKA. Dit heeft geleid tot initiële uitsluiting van 883 respondenten (N=3552). Na de iteratieve clusteranalyse worden deze uitbijters aan een cluster toegewezen met behulp van de clustercentra/*centroids*.

**Uitkomsten hiërarchische clusteranalyse**

Figuur 1.56 toont de verandering van het coëfficiënt in het agglomeratieschema van Ward's Method (de intra-cluster-kwadratensom). De vuistregel is om te stoppen met clusteren zodra het coëfficiënt sterk toeneemt: dit is een indicatie dat twee heterogene groepen worden samengevoegd. In Figuur 1.56 stijgt het coëfficiënt sterk na cluster 4, wat suggereert dat er minimaal 4 homogene groepen in de steekproef kunnen worden onderscheiden.

Figuur 1.56 Coëfficiëntverandering Ward's Method (N=3552)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

De hiërarchische clusteranalyse is meermaals herhaald op een telkens willekeurige selectie van 50 procent van de respondenten (nog altijd exclusief uitbijters) ten einde betrouwbaarheid van de uitkomst vast te stellen (Norušis, 2010, p. 375).[86] Deze *split-sample* analyses leveren oplossingen op van 2 tot en met 7 clusters, waarvan de eerste buigpunten in de coëfficiëntverandering (vergelijk: Figuur 1.56) tussen 5 en 7 clusters liggen.

**Niet-hiërarchische clusteranalyse**

Hiërarchische clusteranalyse (Ward's Method) suggereert oplossingen van 4 tot en met 7 clusters. Voor de volledigheid is *K*-Means clusteranalyse uitgevoerd met 2 tot en met 7 clusters, waarbij telkens de clustercentra uit Ward's Method als startpunt zijn genomen (Punj & Stewart, 1983). Tabel 1.15 toont de overlap tussen *n*-clusteroplossingen verkregen via respectievelijk hiërarchische en niet-hiërarchische clusteranalyse. In de 2-clusteroplossing bevindt 80 procent van de respondenten uit de hiërarchische clusteranalyse (Ward's Method) zich in hetzelfde cluster bij niet-hiërarchische clusteranalyse (*K*-Means).

86 Er zijn vier willekeurige splitsingen in de dataset aangebracht ten einde uit te sluiten dat de steekproefselectie invloed heeft op de uitkomsten van de clusteranalyse.

Tabel 1.15 Overlap tussen hiërarchische en niet-hiërarchische clusteranalyse (N=3552)

| | *K*-Means | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Ward's Method** | **2 clusters** | **3 clusters** | **4 clusters** | **5 clusters** | **6 clusters** | **7 clusters** |
| 1 | 80% | 85% | 79% | 70% | 68% | 60% |
| 2 | 82% | 70% | 45% | 51% | 53% | 50% |
| 3 | | 60% | 82% | 75% | 70% | 59% |
| 4 | | | 38% | 43% | 46% | 33% |
| 5 | | | | 57% | 73% | 72% |
| 6 | | | | | 70% | 61% |
| 7 | | | | | | 32% |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Een kleine overlap tussen de technieken duidt erop dat de hiërarchische clusteranalyse restrictief is: eenmaal ingedeelde respondenten kunnen bij Ward's Method niet meer aan een ander cluster worden toebedeeld, terwijl dit bij *K*-Means clusteranalyse niet aan de orde is. Anders geformuleerd: bij *K*-Means clusteranalyse lopen respondenten over, van hun 'vaste' cluster uit de hiërarchische clusteranalyse (de initiële clustercentra) naar het cluster waarmee ze daadwerkelijk de meeste gelijkenis vertonen. Vanaf de 4-clusteroplossing is er sprake van het nodige 'overlopen' tussen clusters, in de 7-clusteroplossing stabiliseert dit zich. De 7-clusteroplossing is tevens inhoudelijk het beste te interpreteren, terwijl ook de statistische verschillen tussen de clusters groot zijn. Tabel 1.16 maakt inzichtelijk of factorscoreverschillen tussen clusters statistisch significant zijn. Cluster 1, bijvoorbeeld, wijkt qua tevredenheid over de CBO af van alle andere clusters, terwijl clusters 3 en 7 en 4 en 5 ongeveer gelijk antwoordden op de CBO-stellingen. Op demografische kenmerken blijken clusters vooral van elkaar te verschillen qua huidig aantal werkuren, leeftijd, werkervaring en recente inkomensontwikkeling (Tabel 1.17).

De clusters worden in Hoofdstuk 7 inhoudelijk geïnterpreteerd en zijn daar van de volgende namen voorzien:

Cluster 1: Digitaal resistenten
Cluster 2: Handhavers
Cluster 3: Generatie 2.0
Cluster 4: Analoge generatie
Cluster 5: Digitale debutanten
Cluster 6: Zelfbewuste makers
Cluster 7: Verontruste jongeren

Figuur 1.57 Gemiddelde factorscores per cluster (N=4435)[87]

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 1.58 Gemiddelde gestandaardiseerde demografische scores per cluster (N=4435)

Bron: SEO Economisch Onderzoek

87 Omdat de meetschaal van de stellingen loopt van 'helemaal eens' tot 'helemaal oneens', corresponderen negatieve factorscores met bovengemiddeld eens en is de y-as omgekeerd om interpretatie te vergemakkelijken.

Tabel 1.16 Verschiltoetsen (Turkey HSD) voor factorscores (N=4435)

| | CL | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Factor 1** | 1 | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| *Tevredenheid over CBO* | 2 | | ● | ● | ● | ● | ● |
| | 3 | | | ● | ● | ● | × |
| | 4 | | | | × | ● | ● |
| | 5 | | | | | ● | ● |
| | 6 | | | | | | ● |
| **Factor 2** | 1 | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| *Kansen digitale distributie en exploitatie* | 2 | | × | ● | ● | × | ● |
| | 3 | | | ● | ● | × | ● |
| | 4 | | | | ● | ● | ● |
| | 5 | | | | | ● | ○ |
| | 6 | | | | | | ● |
| **Factor 3** | 1 | ● | × | ● | ● | ● | ● |
| *Bedreiging door filesharing* | 2 | | ● | ● | ● | ● | ● |
| | 3 | | | ● | ● | ● | ● |
| | 4 | | | | ● | ● | ● |
| | 5 | | | | | ● | ● |
| | 6 | | | | | | ● |
| **Factor 4** | 1 | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| *Zwakte onderhandelingspositie* | 2 | | ● | × | × | ● | ● |
| | 3 | | | ● | ● | ● | ● |
| | 4 | | | | ● | ● | ● |
| | 5 | | | | | ● | ● |
| | 6 | | | | | | ● |
| **Factor 5** | 1 | ● | ● | × | ● | ● | ● |
| *Gebruik sociale media* | 2 | | ● | ● | ● | × | ● |
| | 3 | | | ● | ● | ● | ● |
| | 4 | | | | ● | ● | ● |
| | 5 | | | | | ● | ● |
| | 6 | | | | | | × |
| **Factor 6** | 1 | ● | ● | ● | × | ● | ● |
| *Waardering remixing* | 2 | | ● | ● | ● | ● | ● |
| | 3 | | | ● | ● | ● | ● |
| | 4 | | | | ● | ● | ● |
| | 5 | | | | | ● | ● |
| | 6 | | | | | | ● |
| **Factor 7** | 1 | ● | ● | ● | ● | × | ○ |
| *Kansen van filesharing* | 2 | | ● | ● | ● | ● | ● |
| | 3 | | | ● | ● | ● | ● |
| | 4 | | | | ● | ● | ● |
| | 5 | | | | | ● | ● |
| | 6 | | | | | | × |
| **Factor 8** | 1 | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| *Behoefte aan zelfbeschikking* | 2 | | ● | ● | ● | ● | ● |
| | 3 | | | ○ | × | ● | ● |
| | 4 | | | | ● | ● | ● |
| | 5 | | | | | ● | ● |
| | 6 | | | | | | ● |

Bron: SEO Economisch Onderzoek; ● = sterk significant verschil tussen clusters ($p < .01$); ○ = significant verschil tussen clusters ($p < .05$); × = geen significant verschil tussen clusters ($p \geq .05$)

Tabel 1.17 Verschiltoetsen (Turkey HSD) voor demografische kenmerken (N=4435)

| | CL | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Huidige werkuren per week** | 1 | ○ | × | ● | × | ○ | × |
| | 2 | | ● | × | ● | × | × |
| | 3 | | | ● | × | ● | ○ |
| | 4 | | | | ● | × | × |
| | 5 | | | | | ● | ● |
| | 6 | | | | | | × |
| **Geambieerde werkuren per week** | 1 | × | ○ | × | × | ● | ● |
| | 2 | | × | × | ○ | × | × |
| | 3 | | | × | ● | × | × |
| | 4 | | | | ● | × | × |
| | 5 | | | | | ● | ● |
| | 6 | | | | | | × |
| **Leeftijd** | 1 | ● | ● | × | ● | × | ● |
| | 2 | | ● | ● | ○ | ● | ● |
| | 3 | | | ● | ● | ● | ● |
| | 4 | | | | × | ○ | ● |
| | 5 | | | | | ● | ● |
| | 6 | | | | | | ● |
| **Opleiding** | 1 | ● | × | × | × | × | × |
| | 2 | | ● | × | × | × | × |
| | 3 | | | × | × | × | × |
| | 4 | | | | × | × | × |
| | 5 | | | | | × | × |
| | 6 | | | | | | × |
| **Werkervaring** | 1 | ● | ● | × | × | × | ○ |
| | 2 | | ● | × | × | ● | ● |
| | 3 | | | ● | ● | ● | ○ |
| | 4 | | | | × | ● | ● |
| | 5 | | | | | ● | ● |
| | 6 | | | | | | × |
| **Kostwinnerschap** | 1 | × | × | × | × | × | × |
| | 2 | | × | × | × | ○ | × |
| | 3 | | | × | × | × | × |
| | 4 | | | | × | × | × |
| | 5 | | | | | × | × |
| | 6 | | | | | | × |
| **Totaal inkomen 2009** | 1 | × | × | × | × | × | × |
| | 2 | | × | × | × | × | × |
| | 3 | | | × | × | × | × |
| | 4 | | | | × | × | × |
| | 5 | | | | | × | × |
| | 6 | | | | | | × |
| **Recente inkomensontwikkeling** | 1 | ○ | ● | ● | × | × | ○ |
| | 2 | | ● | × | × | ● | × |
| | 3 | | | ● | ● | × | ● |
| | 4 | | | | × | ● | × |
| | 5 | | | | | ● | × |
| | 6 | | | | | | ● |

Bron: SEO Economisch Onderzoek; ● = sterk significant verschil tussen clusters ($p < .01$); ○ = significant verschil tussen clusters ($p < .05$); × = geen significant verschil tussen clusters ($p \geq .05$)

Tabel 1.18 en Tabel 1.19 tonen de input en de output van de 7-clusteroplossing. In Tabel 1.20 staat de verdeling van de respondenten over de 7 clusters.

Tabel 1.18 Initiële clustercentra / *centroids* (N=3552)

| | Initial Cluster Centers (Ward's Method 7CL) | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| REGR factor score 1 | 0,08 | -1,42 | 0,43 | 0,02 | -0,15 | -0,81 | -0,27 |
| REGR factor score 2 | 0,68 | 0,06 | -0,49 | 0,42 | -0,23 | -0,54 | -0,42 |
| REGR factor score 3 | 0,34 | -0,64 | 0,34 | -0,26 | -0,07 | -0,11 | -0,98 |
| REGR factor score 4 | 0,17 | -0,70 | 0,09 | -0,20 | -0,34 | 0,57 | -0,14 |
| REGR factor score 5 | -0,51 | -0,53 | 0,52 | 0,22 | -0,61 | 0,22 | 0,38 |
| REGR factor score 6 | -0,12 | 0,87 | -0,60 | 0,36 | -0,05 | 0,35 | 0,78 |
| REGR factor score 7 | 0,19 | 0,39 | -0,53 | 0,58 | -0,39 | -0,26 | 0,71 |
| REGR factor score 8 | 0,63 | -0,55 | 0,08 | -0,22 | 0,10 | -0,22 | -0,86 |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Tabel 1.19 Uiteindelijke clustercentra / *centroids* (N=3552)[88]

| | Final Cluster Centers | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| REGR factor score 1 | 0,32 | -1,22 | 0,51 | -0,42 | -0,41 | -0,24 | 0,52 |
| REGR factor score 2 | 0,55 | -0,52 | -0,53 | 0,98 | -0,10 | -0,47 | 0,02 |
| REGR factor score 3 | 0,48 | -0,94 | 0,49 | -0,48 | -0,04 | 0,21 | -0,76 |
| REGR factor score 4 | 0,32 | -0,31 | 0,03 | -0,19 | -0,39 | 0,62 | -0,55 |
| REGR factor score 5 | -0,51 | 0,25 | 0,70 | -0,50 | -0,68 | 0,37 | 0,47 |
| REGR factor score 6 | -0,25 | 0,88 | -0,86 | 0,68 | -0,16 | 0,45 | 0,17 |
| REGR factor score 7 | 0,05 | 0,53 | -0,69 | 1,04 | -0,38 | 0,07 | 0,17 |
| REGR factor score 8 | 0,85 | -0,98 | 0,06 | -0,06 | 0,15 | -0,25 | -0,39 |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Tabel 1.20 Verdeling respondenten over de clusters (N=4435)

| Clusternummer | Aantal respondenten | Percentage respondenten |
|---|---|---|
| 1 | 797 | 18% |
| 2 | 410 | 9% |
| 3 | 788 | 18% |
| 4 | 533 | 12% |
| 5 | 758 | 17% |
| 6 | 661 | 15% |
| 7 | 488 | 11% |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Ten slotte is met behulp van *multinominal logit regression* beoordeeld in hoeverre demografische eigenschappen van de respondent *additioneel* verklaren waarom iemand aan een bepaald cluster is

88 De clusteranalyse stopt wanneer er na de iteratie (nagenoeg) geen verandering van het clustercentrum plaatsvindt. In dit geval is dat na 87 iteraties.

toegewezen. De bètacoëfficiënten van de demografische eigenschappen – leeftijd, opleiding, werkervaring, inkomen, inkomensontwikkeling, huidige en geambieerde werkuren, beroepsgroep, financiële rol in het huishouden en geslacht – zijn in Tabel 1.21 nagenoeg allemaal insignificant. Dit wijst erop dat demografische kenmerken van een respondent geen invloed hebben op de uitkomst van de clusteranalyse: het samenspel van meningen over de 8 thema's (verkregen via de factoranalyse) bepaalt in welk cluster een respondent terechtkomt, niet zijn of haar demografische kenmerken.

Tabel 1.21 Uitkomsten *multinominal logit regression* (basiscluster is cluster 2, N=4435)

| | | | | | | | 95% Confidence Interval for Exp(B) | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Cluster | | B | Std. Error | Wald | df | Sig. | Exp(B) | Lower Bound | Upper Bound |
| 1 | Intercept | 8,49 | 2,16 | 15,42 | 1 | 0,00 | | | |
| | FAC1_1 | 8,32 | 0,38 | 473,20 | 1 | 0,00 | 4087,72 | 1932,35 | 8647,22 |
| | FAC2_1 | 6,13 | 0,34 | 319,48 | 1 | 0,00 | 458,60 | 234,20 | 898,00 |
| | FAC3_1 | 7,65 | 0,37 | 427,03 | 1 | 0,00 | 2106,05 | 1019,18 | 4351,98 |
| | FAC5_1 | -4,32 | 0,32 | 179,32 | 1 | 0,00 | 0,01 | 0,01 | 0,02 |
| | FAC6_1 | -5,76 | 0,35 | 275,14 | 1 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,01 |
| | FAC7_1 | -2,18 | 0,30 | 51,86 | 1 | 0,00 | 0,11 | 0,06 | 0,20 |
| | FAC8_1 | 10,87 | 0,43 | 648,09 | 1 | 0,00 | 52669,92 | 22806,18 | 121638,95 |
| | leeftijd_im | 0,03 | 0,02 | 1,92 | 1 | 0,17 | 1,03 | 0,99 | 1,08 |
| | opleiding_im | -0,57 | 0,19 | 8,52 | 1 | 0,00 | 0,57 | 0,39 | 0,83 |
| | ervKunst_im | -0,29 | 0,19 | 2,22 | 1 | 0,14 | 0,75 | 0,51 | 1,09 |
| | inkomen2009_im | 0,26 | 0,17 | 2,31 | 1 | 0,13 | 1,29 | 0,93 | 1,81 |
| | inkomensontw_im | -0,26 | 0,18 | 2,03 | 1 | 0,15 | 0,77 | 0,54 | 1,10 |
| | fActU | -0,02 | 0,24 | 0,01 | 1 | 0,92 | 0,98 | 0,61 | 1,56 |
| | fAmbU | 0,48 | 0,32 | 2,26 | 1 | 0,13 | 1,62 | 0,86 | 3,02 |
| | [HA_14cat=1] | -1,11 | 1,26 | 0,78 | 1 | 0,38 | 0,33 | 0,03 | 3,88 |
| | [HA_14cat=2] | -1,15 | 1,65 | 0,49 | 1 | 0,48 | 0,32 | 0,01 | 8,02 |
| | [HA_14cat=3] | -0,29 | 1,71 | 0,03 | 1 | 0,86 | 0,75 | 0,03 | 21,20 |
| | [HA_14cat=4] | 4,90 | 35,82 | 0,02 | 1 | 0,89 | 133,80 | 0,00 | |
| | [HA_14cat=5] | -3,01 | 1,32 | 5,21 | 1 | 0,02 | 0,05 | 0,00 | 0,65 |
| | [HA_14cat=6] | -0,90 | 1,44 | 0,39 | 1 | 0,53 | 0,41 | 0,02 | 6,85 |
| | [HA_14cat=9] | 0,19 | 1,37 | 0,02 | 1 | 0,89 | 1,21 | 0,08 | 17,62 |
| | [HA_14cat=10] | -1,00 | 1,16 | 0,74 | 1 | 0,39 | 0,37 | 0,04 | 3,58 |
| | [HA_14cat=11] | 0,14 | 1,20 | 0,01 | 1 | 0,91 | 1,15 | 0,11 | 11,95 |
| | [HA_14cat=13] | -0,04 | 1,15 | 0,00 | 1 | 0,98 | 0,97 | 0,10 | 9,22 |
| | [HA_14cat=14] | 0,64 | 1,22 | 0,27 | 1 | 0,60 | 1,89 | 0,17 | 20,50 |
| | [HA_14cat=16] | 0,20 | 1,23 | 0,03 | 1 | 0,87 | 1,22 | 0,11 | 13,63 |
| | [HA_14cat=17] | -0,32 | 1,21 | 0,07 | 1 | 0,79 | 0,73 | 0,07 | 7,84 |
| | [HA_14cat=19] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |
| | [financieleRol_im=1] | 0,04 | 0,66 | 0,00 | 1 | 0,96 | 1,04 | 0,28 | 3,80 |
| | [financieleRol_im=2] | -0,20 | 0,54 | 0,15 | 1 | 0,70 | 0,81 | 0,28 | 2,33 |
| | [financieleRol_im=3] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |
| | [geslacht_im=1] | 0,58 | 0,46 | 1,56 | 1 | 0,21 | 1,78 | 0,72 | 4,39 |
| | [geslacht_im=2] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |

| Cluster | | B | Std. Error | Wald | df | Sig. | Exp(B) | 95% Confidence Interval for Exp(B) Lower Bound | Upper Bound |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | Intercept | 5,18 | 2,21 | 5,47 | 1 | 0,02 | | | |
| | FAC1_1 | 9,82 | 0,41 | 572,62 | 1 | 0,00 | 18468,76 | 8260,21 | 41293,73 |
| | FAC2_1 | -0,01 | 0,32 | 0,00 | 1 | 0,96 | 0,99 | 0,52 | 1,85 |
| | FAC3_1 | 7,67 | 0,38 | 408,38 | 1 | 0,00 | 2150,15 | 1021,55 | 4525,62 |
| | FAC5_1 | 3,09 | 0,33 | 87,37 | 1 | 0,00 | 22,00 | 11,50 | 42,05 |
| | FAC6_1 | -9,31 | 0,42 | 500,73 | 1 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | FAC7_1 | -6,83 | 0,36 | 360,76 | 1 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | FAC8_1 | 5,71 | 0,36 | 246,66 | 1 | 0,00 | 300,52 | 147,45 | 612,48 |
| | leeftijd_im | 0,01 | 0,03 | 0,34 | 1 | 0,56 | 1,01 | 0,97 | 1,07 |
| | opleiding_im | -0,42 | 0,20 | 4,31 | 1 | 0,04 | 0,66 | 0,44 | 0,98 |
| | ervKunst_im | -0,20 | 0,20 | 1,02 | 1 | 0,31 | 0,82 | 0,55 | 1,21 |
| | inkomen2009_im | 0,35 | 0,18 | 3,93 | 1 | 0,05 | 1,43 | 1,00 | 2,03 |
| | inkomensontw_im | -0,03 | 0,19 | 0,02 | 1 | 0,89 | 0,97 | 0,67 | 1,42 |
| | fActU | -0,04 | 0,25 | 0,03 | 1 | 0,87 | 0,96 | 0,59 | 1,55 |
| | fAmbU | 0,21 | 0,33 | 0,42 | 1 | 0,52 | 1,24 | 0,65 | 2,36 |
| | [HA_14cat=1] | 0,38 | 1,34 | 0,08 | 1 | 0,78 | 1,46 | 0,11 | 20,11 |
| | [HA_14cat=2] | 0,01 | 3,56 | 0,00 | 1 | 1,00 | 1,01 | 0,00 | 1086,06 |
| | [HA_14cat=3] | 0,67 | 1,79 | 0,14 | 1 | 0,71 | 1,95 | 0,06 | 65,39 |
| | [HA_14cat=4] | 6,87 | 35,83 | 0,04 | 1 | 0,85 | 964,58 | 0,00 | |
| | [HA_14cat=5] | -1,07 | 1,35 | 0,63 | 1 | 0,43 | 0,34 | 0,02 | 4,84 |
| | [HA_14cat=6] | 0,26 | 1,50 | 0,03 | 1 | 0,86 | 1,29 | 0,07 | 24,24 |
| | [HA_14cat=9] | 1,12 | 1,35 | 0,70 | 1 | 0,40 | 3,08 | 0,22 | 42,99 |
| | [HA_14cat=10] | -0,44 | 1,17 | 0,14 | 1 | 0,71 | 0,64 | 0,06 | 6,36 |
| | [HA_14cat=11] | 0,74 | 1,21 | 0,37 | 1 | 0,54 | 2,09 | 0,20 | 22,27 |
| | [HA_14cat=13] | 0,21 | 1,20 | 0,03 | 1 | 0,86 | 1,23 | 0,12 | 12,83 |
| | [HA_14cat=14] | 0,57 | 1,28 | 0,20 | 1 | 0,66 | 1,76 | 0,14 | 21,61 |
| | [HA_14cat=16] | 0,71 | 1,28 | 0,31 | 1 | 0,58 | 2,04 | 0,16 | 25,24 |
| | [HA_14cat=17] | -0,11 | 1,25 | 0,01 | 1 | 0,93 | 0,89 | 0,08 | 10,43 |
| | [HA_14cat=19] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |
| | [financieleRol_im=1] | -0,49 | 0,70 | 0,49 | 1 | 0,48 | 0,61 | 0,16 | 2,42 |
| | [financieleRol_im=2] | 0,03 | 0,58 | 0,00 | 1 | 0,96 | 1,03 | 0,33 | 3,18 |
| | [financieleRol_im=3] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |
| | [geslacht_im=1] | 0,26 | 0,50 | 0,26 | 1 | 0,61 | 1,29 | 0,48 | 3,44 |
| | [geslacht_im=2] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |

| Cluster | | B | Std. Error | Wald | df | Sig. | Exp(B) | 95% Confidence Interval for Exp(B) Lower Bound | Upper Bound |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | Intercept | 4,91 | 2,24 | 4,82 | 1 | 0,03 | | | |
| | FAC1_1 | 4,42 | 0,33 | 184,36 | 1 | 0,00 | 83,11 | 43,91 | 157,31 |
| | FAC2_1 | 8,18 | 0,39 | 449,42 | 1 | 0,00 | 3566,33 | 1674,20 | 7596,90 |
| | FAC3_1 | 2,40 | 0,31 | 58,30 | 1 | 0,00 | 11,00 | 5,94 | 20,35 |
| | FAC5_1 | -4,37 | 0,33 | 174,38 | 1 | 0,00 | 0,01 | 0,01 | 0,02 |
| | FAC6_1 | -1,00 | 0,32 | 9,60 | 1 | 0,00 | 0,37 | 0,19 | 0,69 |
| | FAC7_1 | 2,83 | 0,29 | 93,65 | 1 | 0,00 | 16,98 | 9,57 | 30,13 |
| | FAC8_1 | 5,27 | 0,34 | 243,52 | 1 | 0,00 | 194,08 | 100,14 | 376,14 |
| | leeftijd_im | -0,01 | 0,02 | 0,08 | 1 | 0,77 | 0,99 | 0,95 | 1,04 |
| | opleiding_im | -0,28 | 0,19 | 2,20 | 1 | 0,14 | 0,76 | 0,53 | 1,09 |
| | ervKunst_im | -0,13 | 0,19 | 0,47 | 1 | 0,49 | 0,88 | 0,60 | 1,28 |
| | inkomen2009_im | 0,14 | 0,17 | 0,71 | 1 | 0,40 | 1,15 | 0,83 | 1,60 |
| | inkomensontw_im | -0,10 | 0,18 | 0,29 | 1 | 0,59 | 0,91 | 0,63 | 1,30 |
| | fActU | -0,05 | 0,24 | 0,04 | 1 | 0,85 | 0,96 | 0,59 | 1,54 |
| | fAmbU | 0,51 | 0,33 | 2,47 | 1 | 0,12 | 1,67 | 0,88 | 3,16 |
| | [HA_14cat=1] | 0,31 | 1,28 | 0,06 | 1 | 0,81 | 1,36 | 0,11 | 16,90 |
| | [HA_14cat=2] | -0,44 | 1,57 | 0,08 | 1 | 0,78 | 0,64 | 0,03 | 13,86 |
| | [HA_14cat=3] | 0,37 | 1,58 | 0,05 | 1 | 0,82 | 1,44 | 0,07 | 31,80 |
| | [HA_14cat=4] | 6,07 | 35,83 | 0,03 | 1 | 0,87 | 430,80 | 0,00 | |
| | [HA_14cat=5] | -1,50 | 1,40 | 1,14 | 1 | 0,29 | 0,22 | 0,01 | 3,50 |
| | [HA_14cat=6] | 0,48 | 1,53 | 0,10 | 1 | 0,75 | 1,62 | 0,08 | 32,73 |
| | [HA_14cat=9] | 0,12 | 1,48 | 0,01 | 1 | 0,94 | 1,13 | 0,06 | 20,30 |
| | [HA_14cat=10] | -0,39 | 1,23 | 0,10 | 1 | 0,75 | 0,68 | 0,06 | 7,51 |
| | [HA_14cat=11] | -0,29 | 1,23 | 0,05 | 1 | 0,82 | 0,75 | 0,07 | 8,41 |
| | [HA_14cat=13] | 0,15 | 1,19 | 0,02 | 1 | 0,90 | 1,16 | 0,11 | 12,01 |
| | [HA_14cat=14] | -0,80 | 1,30 | 0,38 | 1 | 0,54 | 0,45 | 0,04 | 5,72 |
| | [HA_14cat=16] | 0,27 | 1,25 | 0,05 | 1 | 0,83 | 1,31 | 0,11 | 15,23 |
| | [HA_14cat=17] | -0,84 | 1,27 | 0,43 | 1 | 0,51 | 0,43 | 0,04 | 5,24 |
| | [HA_14cat=19] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |
| | [financieleRol_im=1] | -0,12 | 0,65 | 0,03 | 1 | 0,86 | 0,89 | 0,25 | 3,17 |
| | [financieleRol_im=2] | -0,08 | 0,53 | 0,02 | 1 | 0,88 | 0,92 | 0,33 | 2,60 |
| | [financieleRol_im=3] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |
| | [geslacht_im=1] | -0,10 | 0,46 | 0,04 | 1 | 0,84 | 0,91 | 0,37 | 2,24 |
| | [geslacht_im=2] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |

| Cluster | | B | Std. Error | Wald | df | Sig. | Exp(B) | 95% Confidence Interval for Exp(B) Lower Bound | Upper Bound |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | Intercept | 10,16 | 2,03 | 25,00 | 1 | 0,00 | | | |
| | FAC1_1 | 4,31 | 0,34 | 164,61 | 1 | 0,00 | 74,68 | 38,64 | 144,33 |
| | FAC2_1 | 2,36 | 0,29 | 66,40 | 1 | 0,00 | 10,62 | 6,02 | 18,75 |
| | FAC3_1 | 4,48 | 0,32 | 192,05 | 1 | 0,00 | 88,67 | 47,02 | 167,20 |
| | FAC5_1 | -5,39 | 0,31 | 300,75 | 1 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,01 |
| | FAC6_1 | -5,31 | 0,32 | 270,51 | 1 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,01 |
| | FAC7_1 | -4,76 | 0,30 | 251,95 | 1 | 0,00 | 0,01 | 0,00 | 0,02 |
| | FAC8_1 | 5,76 | 0,34 | 288,39 | 1 | 0,00 | 318,94 | 163,96 | 620,39 |
| | leeftijd_im | 0,01 | 0,02 | 0,16 | 1 | 0,69 | 1,01 | 0,97 | 1,05 |
| | opleiding_im | -0,27 | 0,17 | 2,37 | 1 | 0,12 | 0,77 | 0,55 | 1,07 |
| | ervKunst_im | -0,24 | 0,19 | 1,67 | 1 | 0,20 | 0,79 | 0,55 | 1,13 |
| | inkomen2009_im | 0,12 | 0,16 | 0,55 | 1 | 0,46 | 1,12 | 0,82 | 1,53 |
| | inkomensontw_im | -0,07 | 0,17 | 0,17 | 1 | 0,68 | 0,93 | 0,68 | 1,29 |
| | fActU | 0,03 | 0,22 | 0,02 | 1 | 0,88 | 1,03 | 0,67 | 1,60 |
| | fAmbU | 0,53 | 0,29 | 3,26 | 1 | 0,07 | 1,70 | 0,96 | 3,02 |
| | [HA_14cat=1] | 0,93 | 1,19 | 0,60 | 1 | 0,44 | 2,52 | 0,24 | 26,19 |
| | [HA_14cat=2] | 0,43 | 1,59 | 0,07 | 1 | 0,79 | 1,54 | 0,07 | 34,80 |
| | [HA_14cat=3] | 2,46 | 1,63 | 2,28 | 1 | 0,13 | 11,66 | 0,48 | 282,63 |
| | [HA_14cat=4] | 6,88 | 35,82 | 0,04 | 1 | 0,85 | 967,89 | 0,00 | |
| | [HA_14cat=5] | 0,58 | 1,26 | 0,21 | 1 | 0,65 | 1,78 | 0,15 | 21,08 |
| | [HA_14cat=6] | 1,30 | 1,41 | 0,85 | 1 | 0,36 | 3,67 | 0,23 | 57,74 |
| | [HA_14cat=9] | 0,68 | 1,28 | 0,28 | 1 | 0,60 | 1,97 | 0,16 | 24,12 |
| | [HA_14cat=10] | -0,39 | 1,13 | 0,12 | 1 | 0,73 | 0,67 | 0,07 | 6,18 |
| | [HA_14cat=11] | 0,55 | 1,15 | 0,23 | 1 | 0,63 | 1,74 | 0,18 | 16,51 |
| | [HA_14cat=13] | 0,28 | 1,13 | 0,06 | 1 | 0,80 | 1,32 | 0,14 | 12,14 |
| | [HA_14cat=14] | -0,25 | 1,18 | 0,05 | 1 | 0,83 | 0,78 | 0,08 | 7,90 |
| | [HA_14cat=16] | 0,61 | 1,17 | 0,28 | 1 | 0,60 | 1,85 | 0,19 | 18,24 |
| | [HA_14cat=17] | -0,39 | 1,20 | 0,11 | 1 | 0,74 | 0,67 | 0,06 | 7,09 |
| | [HA_14cat=19] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |
| | [financieleRol_im=1] | -0,32 | 0,61 | 0,28 | 1 | 0,60 | 0,72 | 0,22 | 2,39 |
| | [financieleRol_im=2] | -0,53 | 0,50 | 1,11 | 1 | 0,29 | 0,59 | 0,22 | 1,57 |
| | [financieleRol_im=3] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |
| | [geslacht_im=1] | 0,23 | 0,43 | 0,29 | 1 | 0,59 | 1,26 | 0,54 | 2,94 |
| | [geslacht_im=2] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |

| Cluster | | B | Std. Error | Wald | df | Sig. | Exp(B) | 95% Confidence Interval for Exp(B) Lower Bound | Upper Bound |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 6 | Intercept | 9,43 | 1,85 | 25,95 | 1 | 0,00 | | | |
| | FAC1_1 | 5,35 | 0,34 | 250,67 | 1 | 0,00 | 211,66 | 109,08 | 410,71 |
| | FAC2_1 | 0,17 | 0,25 | 0,47 | 1 | 0,50 | 1,19 | 0,73 | 1,94 |
| | FAC3_1 | 5,76 | 0,32 | 315,28 | 1 | 0,00 | 317,42 | 168,07 | 599,47 |
| | FAC5_1 | 0,77 | 0,23 | 11,44 | 1 | 0,00 | 2,16 | 1,38 | 3,38 |
| | FAC6_1 | -1,94 | 0,28 | 48,07 | 1 | 0,00 | 0,14 | 0,08 | 0,25 |
| | FAC7_1 | -2,03 | 0,24 | 68,71 | 1 | 0,00 | 0,13 | 0,08 | 0,21 |
| | FAC8_1 | 4,08 | 0,31 | 176,93 | 1 | 0,00 | 59,30 | 32,49 | 108,23 |
| | leeftijd_im | 0,03 | 0,02 | 2,05 | 1 | 0,15 | 1,03 | 0,99 | 1,07 |
| | opleiding_im | -0,37 | 0,16 | 5,67 | 1 | 0,02 | 0,69 | 0,51 | 0,94 |
| | ervKunst_im | -0,16 | 0,17 | 0,88 | 1 | 0,35 | 0,85 | 0,62 | 1,19 |
| | inkomen2009_im | 0,41 | 0,14 | 8,34 | 1 | 0,00 | 1,51 | 1,14 | 2,00 |
| | inkomensontw_im | -0,34 | 0,15 | 5,17 | 1 | 0,02 | 0,71 | 0,53 | 0,95 |
| | fActU | 0,27 | 0,21 | 1,64 | 1 | 0,20 | 1,31 | 0,87 | 1,97 |
| | fAmbU | 0,23 | 0,27 | 0,72 | 1 | 0,40 | 1,26 | 0,74 | 2,15 |
| | [HA_14cat=1] | 0,25 | 1,05 | 0,06 | 1 | 0,81 | 1,28 | 0,16 | 10,01 |
| | [HA_14cat=2] | -1,42 | 1,67 | 0,72 | 1 | 0,40 | 0,24 | 0,01 | 6,40 |
| | [HA_14cat=3] | 1,09 | 1,49 | 0,54 | 1 | 0,46 | 2,98 | 0,16 | 55,12 |
| | [HA_14cat=4] | 7,06 | 35,81 | 0,04 | 1 | 0,84 | 1170,20 | 0,00 | |
| | [HA_14cat=5] | -1,96 | 1,20 | 2,69 | 1 | 0,10 | 0,14 | 0,01 | 1,46 |
| | [HA_14cat=6] | -0,47 | 1,30 | 0,13 | 1 | 0,72 | 0,62 | 0,05 | 7,98 |
| | [HA_14cat=9] | 0,45 | 1,13 | 0,16 | 1 | 0,69 | 1,57 | 0,17 | 14,50 |
| | [HA_14cat=10] | -0,22 | 0,99 | 0,05 | 1 | 0,82 | 0,80 | 0,11 | 5,61 |
| | [HA_14cat=11] | 1,36 | 1,02 | 1,79 | 1 | 0,18 | 3,89 | 0,53 | 28,48 |
| | [HA_14cat=13] | 1,25 | 0,97 | 1,65 | 1 | 0,20 | 3,49 | 0,52 | 23,42 |
| | [HA_14cat=14] | 1,25 | 1,05 | 1,44 | 1 | 0,23 | 3,50 | 0,45 | 27,22 |
| | [HA_14cat=16] | 0,88 | 1,02 | 0,75 | 1 | 0,39 | 2,42 | 0,33 | 17,93 |
| | [HA_14cat=17] | 0,27 | 1,05 | 0,07 | 1 | 0,79 | 1,31 | 0,17 | 10,20 |
| | [HA_14cat=19] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |
| | [financieleRol_im=1] | -0,39 | 0,55 | 0,49 | 1 | 0,48 | 0,68 | 0,23 | 2,01 |
| | [financieleRol_im=2] | -0,27 | 0,46 | 0,35 | 1 | 0,55 | 0,76 | 0,31 | 1,87 |
| | [financieleRol_im=3] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |
| | [geslacht_im=1] | 0,24 | 0,39 | 0,38 | 1 | 0,54 | 1,27 | 0,59 | 2,73 |
| | [geslacht_im=2] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |

| Cluster | | B | Std. Error | Wald | df | Sig. | Exp(B) | 95% Confidence Interval for Exp(B) Lower Bound | Upper Bound |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 7 | Intercept | 9,67 | 1,97 | 24,13 | 1 | 0,00 | | | |
| | FAC1_1 | 9,03 | 0,39 | 531,89 | 1 | 0,00 | 8361,33 | 3881,02 | 18013,79 |
| | FAC2_1 | 2,86 | 0,28 | 103,77 | 1 | 0,00 | 17,51 | 10,10 | 30,38 |
| | FAC3_1 | 1,02 | 0,32 | 10,45 | 1 | 0,00 | 2,78 | 1,50 | 5,17 |
| | FAC5_1 | 0,94 | 0,25 | 13,65 | 1 | 0,00 | 2,56 | 1,55 | 4,21 |
| | FAC6_1 | -3,29 | 0,30 | 121,03 | 1 | 0,00 | 0,04 | 0,02 | 0,07 |
| | FAC7_1 | -1,94 | 0,25 | 58,90 | 1 | 0,00 | 0,14 | 0,09 | 0,24 |
| | FAC8_1 | 3,25 | 0,31 | 106,80 | 1 | 0,00 | 25,73 | 13,90 | 47,63 |
| | leeftijd_im | -0,01 | 0,02 | 0,26 | 1 | 0,61 | 0,99 | 0,95 | 1,03 |
| | opleiding_im | -0,21 | 0,17 | 1,52 | 1 | 0,22 | 0,81 | 0,59 | 1,13 |
| | ervKunst_im | -0,12 | 0,18 | 0,46 | 1 | 0,50 | 0,89 | 0,63 | 1,25 |
| | inkomen2009_im | 0,18 | 0,15 | 1,43 | 1 | 0,23 | 1,20 | 0,89 | 1,61 |
| | inkomensontw_im | 0,08 | 0,16 | 0,21 | 1 | 0,64 | 1,08 | 0,78 | 1,48 |
| | fActU | 0,10 | 0,22 | 0,19 | 1 | 0,67 | 1,10 | 0,71 | 1,70 |
| | fAmbU | 0,40 | 0,30 | 1,79 | 1 | 0,18 | 1,49 | 0,83 | 2,66 |
| | [HA_14cat=1] | 0,58 | 1,10 | 0,28 | 1 | 0,60 | 1,79 | 0,21 | 15,38 |
| | [HA_14cat=2] | -0,62 | 1,81 | 0,12 | 1 | 0,73 | 0,54 | 0,02 | 18,60 |
| | [HA_14cat=3] | 2,32 | 1,57 | 2,19 | 1 | 0,14 | 10,19 | 0,47 | 220,76 |
| | [HA_14cat=4] | 4,10 | 35,83 | 0,01 | 1 | 0,91 | 60,25 | 0,00 | |
| | [HA_14cat=5] | 0,29 | 1,18 | 0,06 | 1 | 0,81 | 1,34 | 0,13 | 13,39 |
| | [HA_14cat=6] | 0,28 | 1,35 | 0,04 | 1 | 0,83 | 1,33 | 0,09 | 18,86 |
| | [HA_14cat=9] | -0,56 | 1,15 | 0,24 | 1 | 0,63 | 0,57 | 0,06 | 5,43 |
| | [HA_14cat=10] | -1,37 | 1,01 | 1,84 | 1 | 0,18 | 0,25 | 0,04 | 1,84 |
| | [HA_14cat=11] | 0,15 | 1,02 | 0,02 | 1 | 0,88 | 1,16 | 0,16 | 8,58 |
| | [HA_14cat=13] | -0,56 | 0,99 | 0,31 | 1 | 0,58 | 0,57 | 0,08 | 4,01 |
| | [HA_14cat=14] | -0,58 | 1,12 | 0,27 | 1 | 0,60 | 0,56 | 0,06 | 5,02 |
| | [HA_14cat=16] | -0,48 | 1,11 | 0,19 | 1 | 0,67 | 0,62 | 0,07 | 5,41 |
| | [HA_14cat=17] | -1,55 | 1,09 | 2,04 | 1 | 0,15 | 0,21 | 0,03 | 1,78 |
| | [HA_14cat=19] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |
| | [financieleRol_im=1] | -0,39 | 0,60 | 0,42 | 1 | 0,52 | 0,67 | 0,21 | 2,21 |
| | [financieleRol_im=2] | -0,56 | 0,50 | 1,26 | 1 | 0,26 | 0,57 | 0,21 | 1,52 |
| | [financieleRol_im=3] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |
| | [geslacht_im=1] | 0,07 | 0,44 | 0,03 | 1 | 0,87 | 1,08 | 0,46 | 2,54 |
| | [geslacht_im=2] | 0,00 | . | . | 0 | . | . | . | . |

Bron: SEO Economisch Onderzoek

# Bijlage F Geïnterviewden en begeleiding

## Bijlage F.1 Geïnterviewden

Bij het maken van de vragenlijst heeft het onderzoeksteam voorgesprekken gehouden met acht individuele makers en uitvoerenden om meer zicht te krijgen op de thema's die spelen. Deze gesprekken zijn gevoerd met de volgende personen:

| | |
|---|---|
| Tsead Bruinja | Dichter |
| Arjan Dasselaar | Freelance Journalist |
| Petra Goedings | Filmregisseur |
| Yon Gloudemans | Fotograaf |
| Olaf Kerckhaert | Componist / tekstschrijver |
| Moniek Merkx | Theatermaker |
| Marcel Möring | Auteur |
| Robin Veldman | Muzikant / muziekcomponist |

## Bijlage F.2 Begeleidingscommissie

| | |
|---|---|
| Antoon Quaedvlieg (onafhankelijk voorzitter) | Radboud Universiteit Nijmegen |
| Corine van Ginkel | WODC |
| Annette Scherpenzeel | CentERdata, Universiteit van Tilburg |
| Marco Langendoen | Ministerie van Veiligheid en Justitie |
| Camiel Vingerhoets | Ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschap |
| Margreet Groenenboom | Ministerie van Economie, Landbouw en Innovatie |

seo economisch onderzoek

Roetersstraat 29 . 1018 WB Amsterdam . T (+31) 20 525 16 30 . F (+31) 20 525 16 86 . www.seo.nl