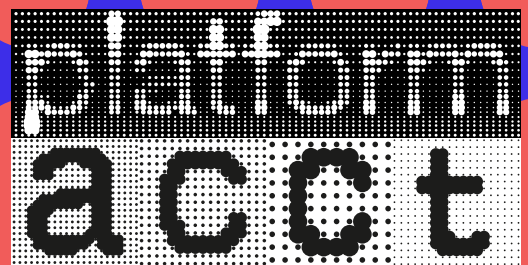


Beloningssituaties



Beloningspositie
ontwerpers

Beloningssituaties

Wat je als ontwerper voor je inzet kunt vragen of krijgen, is afhankelijk van een groot aantal factoren, zoals de aard van de opdracht, je carrièrefase, of voor wie je werkt. Zo kunnen inhoudelijk vergelijkbare opdrachten binnen verschillende contexten op heel verschillende manieren beloond worden. Hoe zulke factoren precies van invloed zijn of kunnen zijn op tariefstelling is niet altijd duidelijk. In dit infoblad worden vijf herkenbare beloningssituaties geschetst, en wordt op basis van bestaande onderzoeksdata geprobeerd om inzicht te geven in hoe die contexten doorwerken in tarieven en arbeidsvoorwaarden voor ontwerpers. Het gaat om:

- Carrièrefase en reputatie (wie ben je?)
- Markt en aard van financiering (voor wie doe je het?)
- Ontwerpdiscipline en aard van het ontwerpwerk (wat doe je?)
- Geografische locatie (waar werk je?)
- Hulpkrachten en -middelen (wie en wat heb je nodig?)

Voor de volledigheid herinneren we eraan dat er een aanmerkelijk verschil is tussen werken in loondienst en als zelfstandige (vaak zzp'er), omdat in dat laatste geval veel arbeidskosten niet door een werkgever worden betaald. Bij het werken met een werkbeurs of stipendium is er sprake van een bijzondere context. Dit geldt ook bij het functioneren als stagiaire of vrijwilliger.

Er moet verder opgemerkt worden dat onderzoeksdata versnipperd zijn en vergelijking van verschillende onderzoeken lastig is. Dat komt onder andere doordat onderzoeken vaak betrekking hebben op een beperkt aantal subdisciplines van ontwerp en op verschillende meetjaren. Zie ook de opmerkingen daarover in de Cultuurmonitor van de Boekmanstichting (2021). We beperken ons daarom tot de puntsgewijze presentatie van uitkomsten waarover data beschikbaar zijn. Via de bronnenlijst aan het eind van het infoblad zijn (meer) onderliggende data te vinden.

Dit infoblad is de derde uit een drieluik aan infobladen over de beloningssituatie van vormgevers en van ontwerpers in digitale cultuur, en is onderdeel van inspanningen van Platform ACCT om de arbeidsvoorwaarden in de Nederlandse ontwerpsector te verbeteren. In de andere twee infobladen staan actuele kaders voor beloning centraal en de belangrijkste factoren bij tariefopbouw. Een vierde infoblad bevat aandachtspunten voor het vervolg.



Beloningssituaties in beeld

Wie ben je?

Voor wie
doe je het?

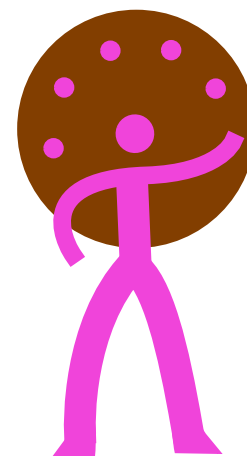
Wat doe je?

Waar werk je?

Wie en wat
heb je nodig?

1

Wie ben je? Carrièrefase en reputatie



Het is een open deur, maar ontwerpers met meer ervaring en track record kunnen financieel steviger eisen op tafel leggen dan de net afgestudeerde ontwerpers. Het is verder bekend dat ontwerp bureaus hogere tarieven rekenen dan eenpitters (BNO, 2021, 2022), hoewel dat vaker verklaarbaar is uit hogere overheadkosten en zich niet zonder meer vertaalt in hogere beloning voor de ontwerper. Over het precieze effect van track record is eigenlijk maar weinig bekend.

In andere deelsectoren wordt vaak gewerkt met de begrippen junior, medior, senior en gearriveerd. De belangrijkste 'knip' in de markt zit tussen starters en al langer werkende ontwerpers. Het belang van dat contextverschil zit niet enkel in lagere of hogere tarieven, maar tevens in de toegankelijkheid van (potentiële) opdrachten. In de andere twee infobladen is al gewezen op het feit dat ontwerpers in diverse subdisciplines om opdrachten moeten concurreren via pitches, prijsvragen, aanbestedingen en andere constructies. Dat vraagt soms een stevige voorinvestering, die lang niet altijd wordt terugverdiend. Deelname- en inkoopvoorwaarden zijn voor de beloningkansen daarom minstens zo belangrijk als de (maximale) financiële vergoedingen die worden geboden.

Verder is het goed om op te merken dat op elk onderwijsniveau (mbo, hbo, wo) opleidingen worden aangeboden die voorbereiden op een werkzaam leven in vormgeving of digitale cultuur. Daarnaast zijn er ook autodidacten, die weliswaar geen diploma hebben, maar via andere wegen toch de vaardigheden en erkenning hebben opgebouwd om als ontwerper actief te kunnen zijn.

Wat weten we van verschillen in beloning tussen starters en langer opererende ontwerpers?

- Cijfers van de branche-organisatie BNO (2022) geven aan dat ontwerpers die sinds maximaal 5 jaar actief zijn

als zelfstandige een kwart minder omzet maken dan collega's die al langer als zelfstandig ondernemer actief zijn. De BNO noemt in de monitor voor haar branchedeel mediane uurtarieven van 75 tot 100 euro.

- Er zijn nogal wat starters. De BNO (2022) constateert dat bijna 1 op de 3 zelfstandige ontwerpers 5 jaar of korter actief is. Dat is overigens helemaal in lijn met het grote aandeel zelfstandigen in alle creatieve disciplines (zie CBS, 2021, EUR/VU, 2022).
- Uit de HBO-Monitor van Vereniging Hogescholen (2021) en cijfers verzameld door Universiteit Maastricht (2021) is af te leiden dat 44% van de tussen studiejaar 2014/2015 en 2018/2019 afgestudeerde hbo-productontwerpers als zzp'er aan de slag is. Bij hbo-vormgeving bachelors en masters is dat respectievelijk zelfs 55% en 65%. (Een deel werkt overigens niet binnen het eigen vakgebied, maar doet bijvoorbeeld administratief werk.) Het omgerekend gemiddelde bruto uurloon van die groepen komt niet boven de 12,20 euro uit en ruim meer dan de helft komt niet aan het minimumloon.
- Er zijn ook ontwerpdisciplines waar het werk wel meer is geconcentreerd binnen bedrijven met meerdere werknemers. Dat geldt bijvoorbeeld voor ontwerpafdelingen binnen grote bedrijven als ING, Philips, MOSA en Forbo. Dat betekent overigens niet dat ontwerpfuncties dan ook per definitie vaker in loondienst worden uitgevoerd.
- Het is tot slot interessant om op te merken dat het aandeel declarabele uren onder zelfstandige ontwerpers nauwelijks stijgt naarmate een ontwerper langer actief is. De cijfers van de BNO (2022) laten zien dat starters (minder dan 5 jaar actief als zelfstandige) gemiddeld 52% van hun gewerkte uren kunnen factureren. Bij ontwerpers die langer als zelfstandige werken is dat 55%. Daar moet wel bij worden vermeld dat die laatste groep gemiddeld meer uren per week werkt (39 tegenover 34).

2

Voor wie doe je het? Markt en aard van financiering



Het is uit onderzoek bekend dat beloning van ontwerpers varieert van markt tot markt. Daarbij lijkt een belangrijke factor te zijn of het werk grotendeels gesubsidieerd of juist niet-gesubsidieerd plaatsvindt. Ontwerpers en projecten in het culturele, educatieve en - in mindere mate - het sociale en zorgdomein komen vaak eerder voor subsidie in aanmerking dan ontwerpers in meer commercieel georiënteerde domeinen zoals werk voor bedrijven en particulieren.

Voor subsidies geldt meestal dat wordt gewerkt met gemaximeerde uurtarieven en dat bovendien geen volledige vrijheid bestaat om alle kosten mee te nemen in de tariefstelling. In deze domeinen kan de overheid overigens op verschillende manieren meedoen en soms als subsidiënt en soms als opdrachtgever fungeren. (Dat geldt trouwens ook voor fondsen.) Bij opdrachten is, zeker bij overheden, vaak sprake van maximumtarieven. Vrij gebruikelijke maximumtarieven van fondsen bij door hen gesubsidieerde (onderzoeks)projecten liggen rond 75 euro per uur, en dat is dan meestal inclusief eventuele verschuldigde btw. Voor opdrachten in de markt zijn hogere tarieven gangbaar (zie de BNO Branchemonitor). Bij grote Europese subsidies moet je er rekening mee houden dat in de regel alleen de werkelijke loonkosten worden vergoed, en je dus niet kunt werken met standaardtarieven (waar een marge op zit).

Het is ook zinvol om de complexiteit van de te bedienen doelgroep in acht te nemen. Ontwerpen is per definitie een iteratief proces, waarbinnen de voorlopige ontwerpen steeds getoetst worden bij de betrokkenen of samen met hen tot stand komen. Maar het is, ook financieel, raadzaam er rekening mee te houden dat er binnen en tussen sommige doelgroepen vaak heel verschillende en soms zelfs ronduit tegengestelde belangen en verwachtingen bestaan.

Dit valt verder op in de data over markten en verschillende typen opdrachtgevers:

- Uit onderzoek van SEO (2018) komt naar voren dat zelfstandige ontwerpers (beperkt tot industrieel ontwerp en vormgeving) hoofdzakelijk voor zakelijke opdrachtgevers werken. Slechts 11% van de zelfstandige ontwerpers heeft particuliere opdrachtgevers.¹ De BNO Branchemonitor (2022) noemt als grootste opdrachtgevers: industrie en bouwnijverheid, zakelijke en financiële dienstverlening, overheden, en non-profit organisaties - elk met een aandeel van 10-17%.
- Prijsvragen zijn het meest gebruikelijk in de architectuur, maar worden verder in andere ontwerpdisciplines en in heel diverse markten regelmatig ingezet. Het is belangrijk om te beseffen dat het bij prijsvragen eigenlijk om een vorm van aanbesteding gaat (zie Architectuur Lokaal, 2016).
- Beloning in digitale cultuur is (nog) lastig in beeld te brengen. Ontwerp bij games, en de snelle opkomst van bureaus voor digitaal ontwerp (digital design agencies) zijn bijvoorbeeld verstopt in de statistieken doordat ze over het algemeen onder IT worden geschaard, en daarbinnen geen eigen classificatie hebben (Media Perspectives, 2019). Iets soortgelijks geldt voor een relatief nieuwe discipline als social design, waar vormen van niet-tastbaar ontwerp onder vallen (Media Perspectives, 2021). Social, interaction en service designers zijn actief vanuit gespecialiseerde bureaus, maar een groeiende groep is werkzaam binnen organisaties die ontwerp niet als hoofdactiviteit hebben.

¹ SEO gaat bij berekening van dat percentage af op de aard van de laatst uitgevoerde opdracht van de ondervraagde ontwerper.

Wat doe je?

Ontwerpdiscipline en aard van het ontwerpwerk



Er bestaan beloningsverschillen tussen de uiteenlopende subdisciplines van ontwerp. Die zijn deels eigen aan het karakter van de markten (zie boven) waar die disciplines in actief zijn. Als het werk bijdraagt aan eindproducten in hogere marktsegmenten of waar veel vraag naar is, dan is het niet vreemd dat beloning ook hoger uitvalt. De verschillen lijken deels echter ook samen te hangen met de aard van het ontwerpwerk.

Er zijn weinig actuele gegevens, maar toch is het een en ander bekend:

- De jaarlijkse omzet van zelfstandige ontwerpers ligt met gemiddeld 107.600 euro het hoogste bij ontwerpers in ruimtelijk en interieurontwerp (en interieurarchitectuur) (BNO, 2022). In communicatie- en grafisch ontwerp is de omzet het laagste, maar nog altijd 72.000 euro.
- Conceptualiserende en strategische taken worden gemiddeld hoger beloond dan uitvoerende of faciliterende werkzaamheden. Dat is tevens zichtbaar in functiematrices in richtlijnen voor arbeidsvoorwaarden zoals die van de BNO (zie infoblad Actuele Kaders voor Beloning).
- Ongeacht de ontwerpdiscipline of aard van het ontwerpwerk vormen uren veruit de grootste bron van omzet voor ontwerpers (BNO, 2021, 2022). Dat wil niet zeggen dat ontwerpers vooral op basis van gespecificeerde uren factureren. SEO (2018) concludeert voor industrieel ontwerp en vormgeving dat 42% van de ontwerpers factureert op basis van declarabele uren en 30% op basis van een vast bedrag. Bijna 10% werkt met een combinatie van urenspecificatie en een vaste prijs. Daarnaast maakt juist deze groep ontwerpers gebruik van royalty- en licentieovereenkomsten.
- Het valt op dat intellectueel eigendom relatief weinig wordt gekapitaliseerd. In totaal maar 1% van de totale omzet van alle ontwerpers (BNO, 2022). Een belangrijke factor lijkt te zijn, dat ontwerpers weinig bekend zijn met intellectueel eigendom, en dus weinig werken met verdienmodellen die daarop zijn gebaseerd. Het wil dus niet zeggen dat er niemand verdient aan exploitatie van intellectueel eigendom. Integendeel. Alleen zitten die verdiensten vaak verderop in de keten, bij de opdrachtgever. Ontwerpers in animatie krijgen bijvoorbeeld salaris uit loondienst of factureren hun uren, maar aan het eindproduct worden juist via intellectueel eigendom inkomsten gegenereerd (zie European Audiovisual Observatory, 2015).
- Tot slot mag worden opgemerkt dat ontwerpers in toenemende mate moeten beschikken over allerlei andere competenties en expertise voor cross-disciplinaire en cross-sectorale inzet (Kunsten '92, 2020). Dat betekent niet dat verschillen tussen ontwerpdisciplines (en eventuele verschillen in beloningspraktijk) gaan verdwijnen, maar wel dat je als ontwerper steeds beter op de hoogte zult moeten zijn van hoe het er in andere subdisciplines aan toe gaat - ook op het gebied van beloning.

4

Waar werk je? Geografische locatie



De plaatsen van vestiging van de ontwerper en van uitvoering van het ontwerpwerk zijn en blijven belangrijke factoren bij tariefstelling, zeker op bovenregionaal en internationaal niveau. Over regionale verschillen in beloning in Nederland is voor zover wij hebben kunnen achterhalen nauwelijks iets bekend.

Een ontwerper die over de landsgrenzen heen kijkt voor zijn of haar opdrachten zal zich moeten verdiepen in de werking van de markt in andere landen. Vergelijkbaar met Nederland is een groot deel van de ontwerpers in het buitenland als zelfstandige actief. Toch zijn dienstverbanden in sommige landen wat gebruikelijker dan bij ons, en het is sowieso goed om je te realiseren dat minstens 4 van de 10 creatieve banen buiten de culturele en creatieve sectoren te vinden zijn - zoals de in-house designer (OECD, 2022). Voor ontwerp ligt dat aandeel vermoedelijk zelfs hoger.

Voorts is als context van belang of je vanuit huis kunt werken, bij een opdrachtgever of werkgever, of (al dan niet tijdelijk) in een eigen bedrijfsruimte.

In de drie infobladen hebben we ons hoofdzakelijk op de Nederlandse context gericht, en het zou te ver voeren om hier meer in detail naar internationale markten te kijken. Dat laat onverlet dat internationalisering een belangrijk aandachtspunt is voor de Nederlandse ontwerpdisciplines en dat Nederlands ontwerp in het buitenland een goede reputatie heeft. Iets meer dan 15% van de omzet van zelfstandige ontwerpers en ontwerp bureaus komt uit internationale markten (BNO, 2022).

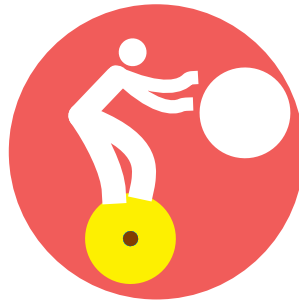
5

Wie en wat heb je nodig? Hulpkrachten en -middelen

De typering van het werk heeft ook te maken met de manier waarop met anderen wordt samengewerkt. Ontwerpers staan vaak voor de keuze om zowel ontwerp als bijkomende activiteiten zelf op te pakken, dan wel om een deel uit te besteden. Zij hebben regelmatig hulpkrachten nodig om hun producten en diensten te laten maken. Het gaat daarbij vaak om specialistische inzet bij bepaalde technieken. Ook komt het voor dat hulpkrachten moeten worden ingezet bij de begeleiding van de presentatie van de ontwerpen. Het is relevant om deze contexten al in de offertefase aan de opdrachtverleners duidelijk te maken. Dergelijke situaties hebben immers gevolgen voor de beloning, maar zijn vaak niet (meteen) zichtbaar.

In digitale cultuur speelt bijvoorbeeld geregeld de afweging tussen het volledig zelf ontwikkelen van installaties die nodig zijn voor een bepaald ontwerp, of het (deels) inkopen van kant-en-klare oplossingen voor zo'n installatie. Dat heeft nogal effect op de aard van het werk, maar ook op de hoogte van het benodigde budget.

Ditzelfde geldt voor het verhelderen in de offerte van de hulpmiddelen zoals materialen en gereedschappen waar een ontwerper gebruik van moet maken.



Bronnen

Architectuur Lokaal (2016) [AAARO, vier jaar ontwerpkracht in Nederland](#).

Boekmanstichting (2021) [Cultuurmonitor](#). Jaarrapportage 2021.

BNO (2021) [BNO Branchemonitor 2021](#). De Nederlandse ontwerpsector 2019 in beeld en getal.

BNO (2022) [BNO Branchemonitor 2022](#). De Nederlandse ontwerpsector in cijfers over 2020.

CBS (2021) [Kunstenaars en werkenden in overige creatieve beroepen, 2017/2019](#).

European Audiovisual Observatory (Council of Europe) (2015) [Mapping the animation industry in Europe](#).

EUR/VU, Ellen Loots en Arjen van Witteloostuijn (2022) [Inkomens en verdienvermogen in creatieve sectoren](#). Erasmus Universiteit Rotterdam, Vrije Universiteit.

Kunsten '92 (2020) [Prijs n.o.t.k. Zzp'ers in de cultuursector](#).

Media Perspectives (2019) [Monitor creatieve industrie 2019](#). Nederland, top-10 steden, creatieve bedrijven en beroepen.

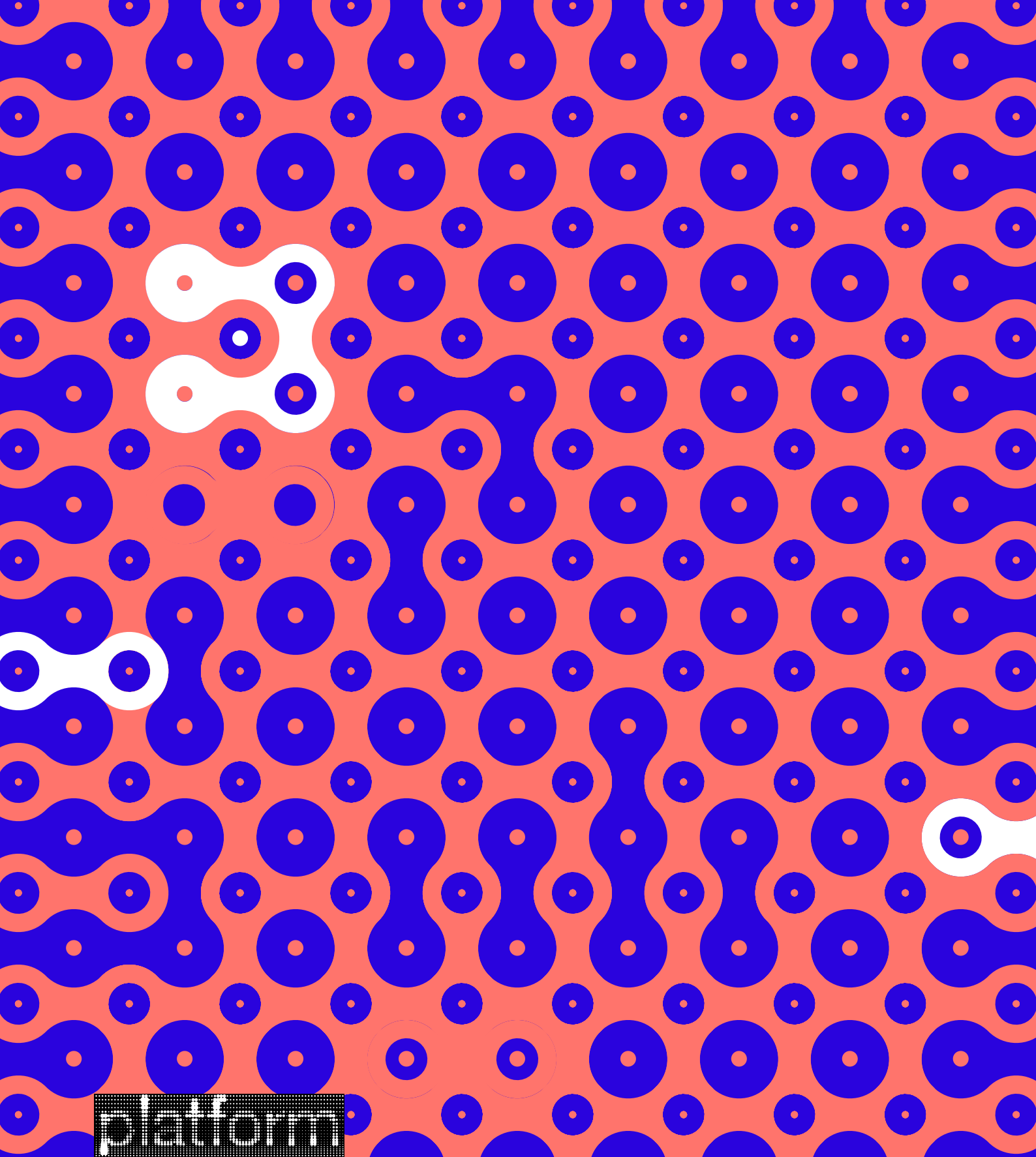
Media Perspectives (2021) [Monitor creatieve industrie 2021](#). Nederland, top-10 steden, creatieve bedrijven en beroepen.

OECD (2022) [The culture fix. Creative people, places and industries](#).

SEO (2018) [Karakteristieken en tarieven zzp'ers](#). SEO-Rapport 2018-68.

Universiteit Maastricht (2021) Kerncijfers schoolverlatersonderzoeken. [Online database](#).

Vereniging Hogescholen (2021) [HBO-Monitor](#).



Colofon

© 2022 - Platform ACCT

Dit infoblad is een uitgave van Platform ACCT en is samengesteld onder redactie van Martijn Arnoldus, Lydia Jongmans en Noud van de Rhee, in samenspraak met een begeleidingscommissie van vertegenwoordigers uit de ontwerpsector. Vormgeving, Femmy Hoogeveen, Grafisch Geluk. Illustraties, Reinier van der Horst.