Monitor Freelancers en Media 2015

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

Henk Vinken

Tilburg, december 2015
© Pyrrhula Research Consultants

pyrrhula
RESEARCH CONSULTANTS

Inhoud

Inleiding 2

Profiel 4

Werkzaamheden 6

Inkomsten 9

Auteursrechten en onderhandelingen 12

Voorzieningen en vooruitblik 13

Vergelijking met de 2013-pilot 14

Hoofdpunten samengevat 15

Inleiding

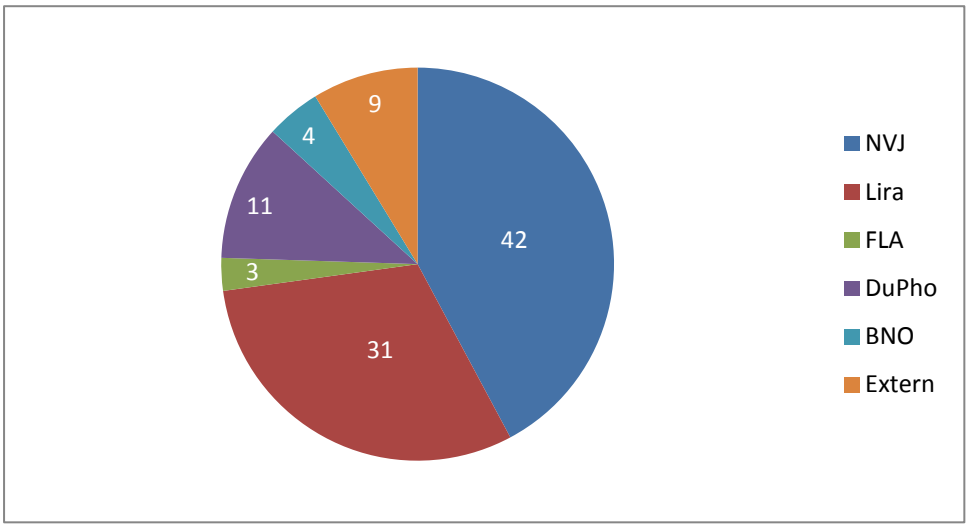
Veel freelancers werken voor media, voor dagbladen, vaktijdschriften, voor radio of tv, voor periodieken op internet, etc. Veel verschillende beroepsgroepen hebben met deze media te maken, journalisten, schrijvers, fotografen, maar ook illustrators en grafisch ontwerpers. Zes (beroeps)organisaties – NVJ, FreeLancers Associatie (FLA), Dutch Photographers (DuPho, voorheen FF, Federatie Fotografen), Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO), Lira en Pictoright – vinden het belangrijk dat juist nu gestart wordt met het monitoren van het werk en inkomen van deze makers. Het is juist nu belangrijk te zien welke wat er voor hun werk betaald wordt, ook voor hergebruik van het werk, nu sinds 1 juli 2015 een nieuwe wet Auteurscontractenrecht in werking is getreden. Er lijkt mede door deze wet meer druk te komen staan op de tarieven en de onderhandelingspositie van freelancers die in de media werken. Het is daarom zaak zowel de tariefsontwikkeling, de vergoedingen en het beheer van auteursrechten en de onderhandelingspositie van makers te monitoren en op termijn te kunnen vaststellen wat de effecten van de wet zijn. De komende drie jaar worden deze onderwerpen gepeild in de Monitor Freelancers en Media.

De Monitor Freelancers en Media 2015 bevat de resultaten van het eerste monitoronderzoek dat in oktober-november 2015 is uitgevoerd door Pyrrhula Research Consultants. NVJ, LIRA, FLA, DuPho, Pictoright en BNO hebben een email gekregen met een link naar een online-vragenlijst (gehost door ISIZ, een gecertificeerd internetsurveybureau te Amsterdam). Deze mail hebben bijna alle organisaties verspreid onder hun leden en aangeslotenen. Er werd ook een publieke link meegeleverd die de organisaties op hun websites en in sociale media konden gebruiken. Pictoright heeft ervoor gekozen om leden van DuPho en BNO via de website van Pictoright op te roepen mee te doen via de links die deze organisaties hebben verspreid.

De vragenlijst bouwt voort op vragenlijst die in een pilot in 2013 onder 850 journalisten, schrijvers, fotografen is gebruikt. Zie het rapport van Henk Vinken en Teunis IJdens (2013). *Freelance Journalisten, Schrijvers en Fotografen. Tarieven en auteursrechten, onderhandelingen toekomstverwachtingen*. (Tilburg: Pyrrhula.) Dat onderzoek is weer een herhaling van *Een Ongewis Bestaan* (Tilburg: IVA), het onderzoek onder schrijvende freelancers van Teunis IJdens en Harold van der Werff uit 2004.

Bijna 1290 personen zijn tussen 10 oktober en 3 november 2015 met de online vragenlijst gestart. Het is slechts een schatting te geven over het aantal personen dat is benaderd (ook omdat er overlap tussen leden van de diverse organisaties zit), maar als we uitgaan van een minimum aantal dat ook in 2013 is benaderd, rond de 7000 (dus inclusief dubbelingen), dan is de startgroep van 1290 gelijk aan 18%, niet veel maar zeker ook niet weinig. Van de bijna 1300 personen die zijn gestart hebben precies 780 de vragenlijst volledig ingevuld. Dat is 61% en dat is bij dit type onderzoek een hoog percentage te noemen. Een kleine 5% heeft de vragenlijst te lang zonder invullen op het scherm laten staan en is automatisch uitgelogd en 34% heeft zelf de vragenlijst verlaten en is dus actief gestopt met invullen. Met name daar waar financiële details aan de orde kwamen haakte deze groep af. Toch werd de vragenlijst niet als zwaar, lang of moeilijk ervaren. De gemiddelde invultijd was met 13 minuten bescheiden.

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



Figuur 1 Verdeling respons naar organisatie (%)

De grootste groep komt via de NVJ, gevolgd door Lira. Een kleine 10% komt van buiten de organisaties en heeft via websites of sociale media meegedaan.

NVJ, FLA en LIRA hebben uit hun bestanden met leden/aangeslotenen de verdeling naar geslacht, leeftijd en woonplaats geleverd. Er zijn, voor zover te bepalen, geringe afwijkingen tussen de respons en deze ledenbestanden. De afwijkingen zijn zo gering dat de data niet hoeven te worden gewogen. We nemen aan dat het onderzoek een goed beeld geeft van de beroepspraktijk van freelance journalisten, schrijvers, fotografen en ontwerpers die beroepsmatig met de media in Nederland te maken hebben.

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

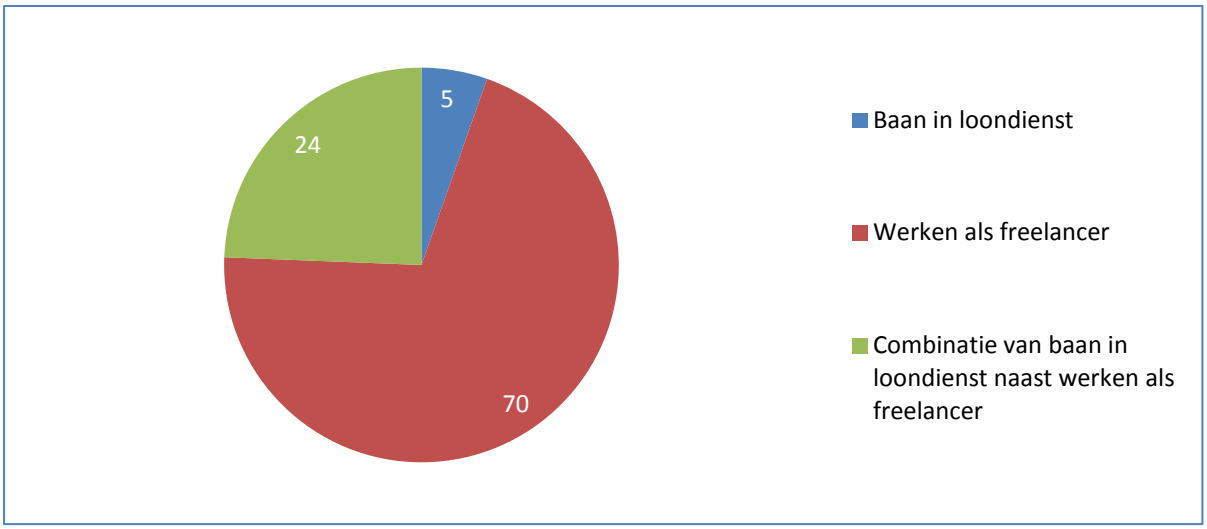
- Profiel: wie zijn de deelnemers aan de monitor naar opleiding, geslacht, leeftijd en woonplaats en de (gewenste) wijze van beroepsuitoefening?
- Werkzaamheden: wat doen de deelnemers aan de monitor, hoeveel schrijven er, zijn fotograaf, werken voor internet, doen ander werk, etc.?
- Inkomsten: wat verdienen de deelnemers met het (journalistieke) werk in 2014 en wat zijn de gehanteerde tarieven in 2015 en verder terug?
- Auteursrechten en onderhandelingen: wat heeft men geregeld rondom rechtenvergoedingen en onderhandelt men onder andere over gebruik en hergebruik van het eigen werk?
- Voorzieningen en vooruitblik: kan men rondkomen van het werk voor de media, heeft men voorzieningen getroffen voor arbeidsongeschiktheid, werkloosheid, de oude dag, voor hoeveel maanden is de orderportefeuille gevuld en hoe denkt men dat de tarieven zich in de toekomst ontwikkelen?
- Vergelijking met eerdere monitor in 2013. We staan stil bij de verschillen en overeenkomsten met de Monitor Freelancers en de Media 2015. Een verschil is dat in 2013 BNO niet meedeed en illustrators en grafisch ontwerpers ook geen

doelgroep waren. We laten die dan ook buiten beschouwing zodra we 2015 met 2013 vergelijken.

- Hoofdpunten op een rij.

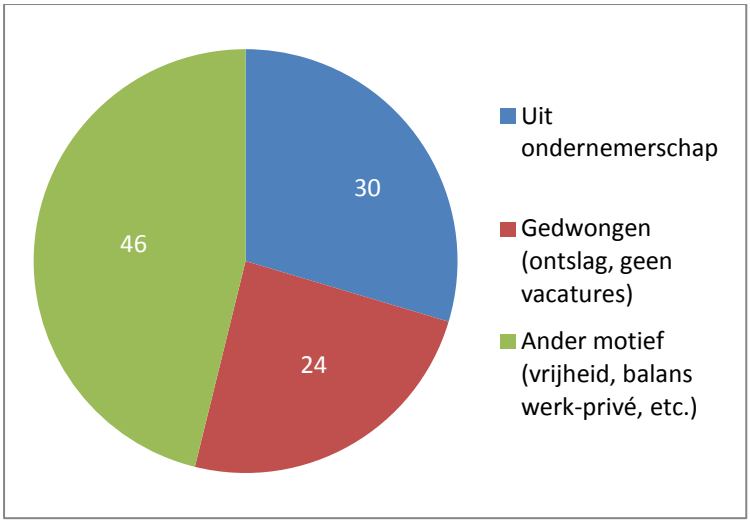
Profiel

Wie zijn de deelnemers aan het onderzoek? Het zijn voor 91% freelancers en voor 9% deeltijd freelancers, ofwel mensen die zzp'er zijn en/of vanuit een eigen bedrijf werken en/of in loondienst zijn. Bijna een kwart zou liever in loondienst zijn, zoals Figuur 2 laat zien.



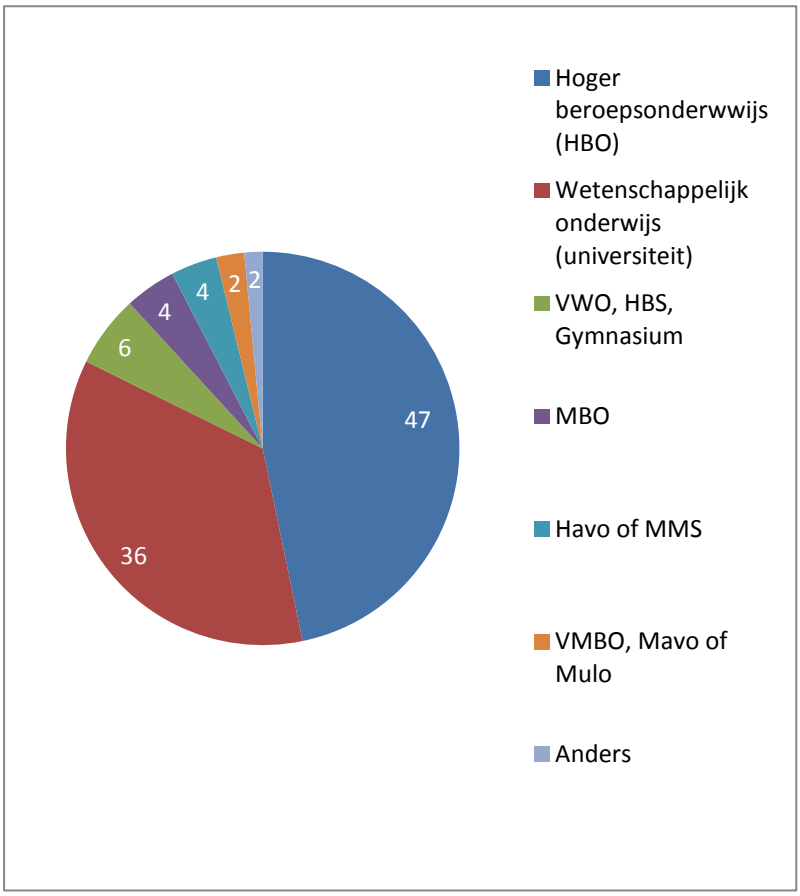
Figuur 2 Welk type beroepsuitoefening heeft de voorkeur? (%)

Een vervolgvraag naar de motieven om freelancer te zijn laat zien dat een behoorlijke groep respondenten ondernemerschap als reden noemt. Ook geven meerderen aan dat ze gedwongen freelancer zijn, bij voorbeeld na gedwongen ontslag of omdat er geen vacatures zijn. Beperken we de groep tot diegenen die uitsluitend of ondernemerschap of dwang of andere redenen (vrijheid, meer balans tussen werk en privé) noemen, dan zien we dat een derde freelancer is uit overwegingen van ondernemerschap en een kwart omdat ze gedwongen zijn (zie Figuur 3).



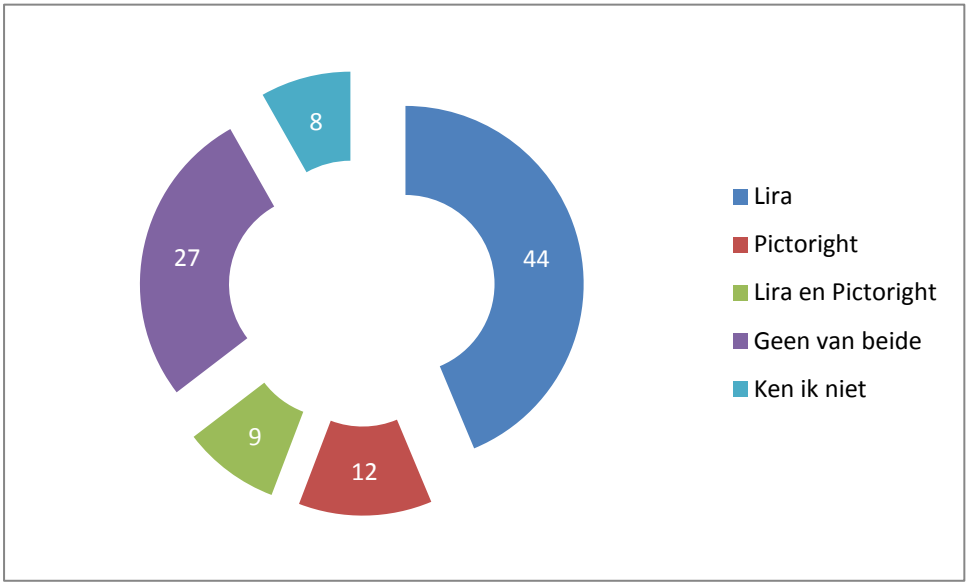
Figuur 3 Motieven om freelancer te zijn (%)

Gemiddeld genomen zijn de deelnemers aan het onderzoek in het jaar 2000 gestart als freelancer en zijn ze van het geboortejaar 1967. Ze zijn dus gemiddeld rond de 48 jaar in het najaar van 2015. Onder de 35 jaar is 15%, 55 jaar en ouder 33%, oftewel iets meer dan de helft (52%) is tussen de 35 en 54 jaar oud. Het zijn iets vaker mannen (57%) dan vrouwen (43%).
De media-freelancers zijn bijzonder hoog opgeleid zoals is te zien in Figuur 4: Meer dan 80% heeft een HBO-opleiding of hoger.



Figuur 4 Hoogste met diploma afgesloten opleiding (%)

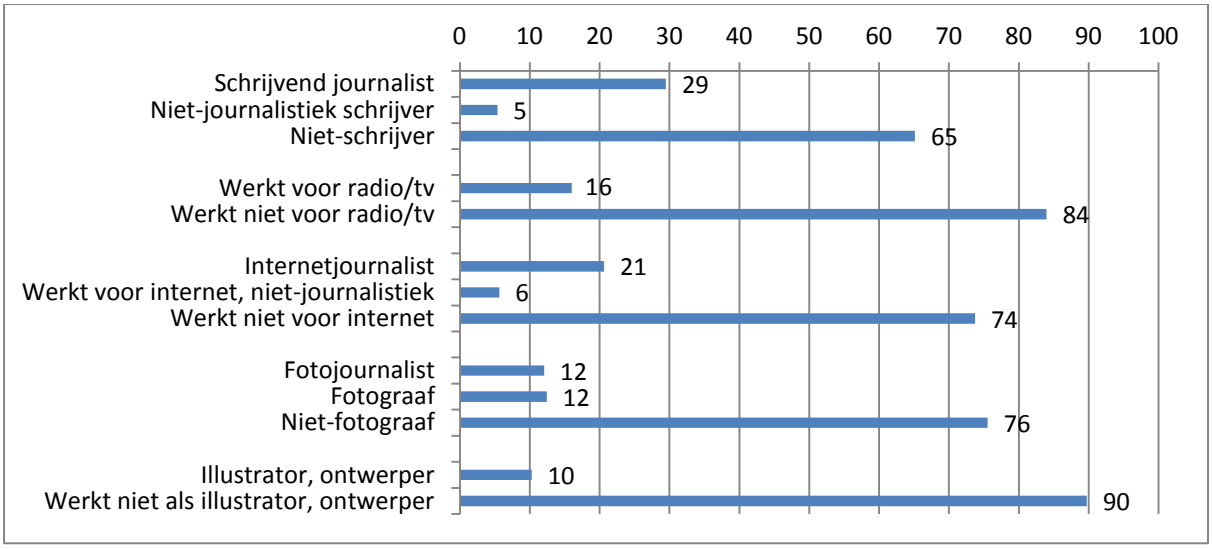
De deelnemers zijn lid van tal van beroeps- en belangenorganisaties. In lijn met het thema van deze monitor over (onder andere) auteursrechten zoomen we hier in op het aangesloten zijn bij een collectieve beheersorganisatie (cbo) voor auteursrechten, Lira en/of Pictoright. Figuur 5 toont de cijfers. Toch nog 8% kent de cbo's Lira en Pictoright niet en 27% is er niet bij aangesloten. Er is dus nog terrein te winnen als het gaat om het behartigen van auteursrechtbelangen.



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

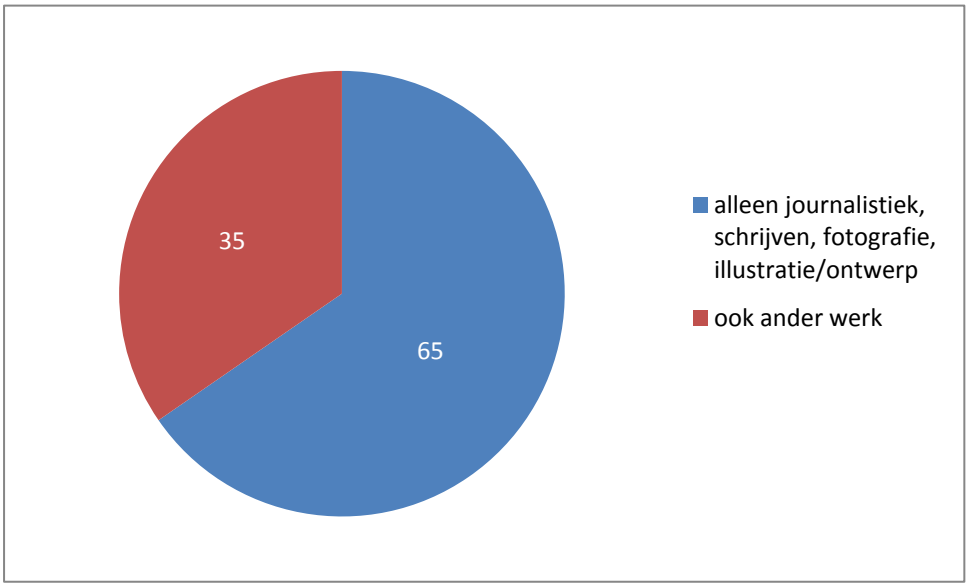
Werkzaamheden

Wat voor werk doen de deelnemers aan het onderzoek, voor welke (media)opdrachtgevers werken ze, voor hoeveel verschillende opdrachtgevers en wat is het aandeel van al deze opdrachtgevers in de omzet? Dat zijn de onderdelen die in deze paragraaf aan de orde komen.
Vooraf: het gemiddeld aantal uren gewerkte freelance-uren per week staat op bijna 37. Daarvan krijgt men 21 uur betaald.
Het werk dat men vooral doet staat in Figuur 6. Bijna een derde is schrijvend journalist; 5% schrijft ook, maar niet als journalist.



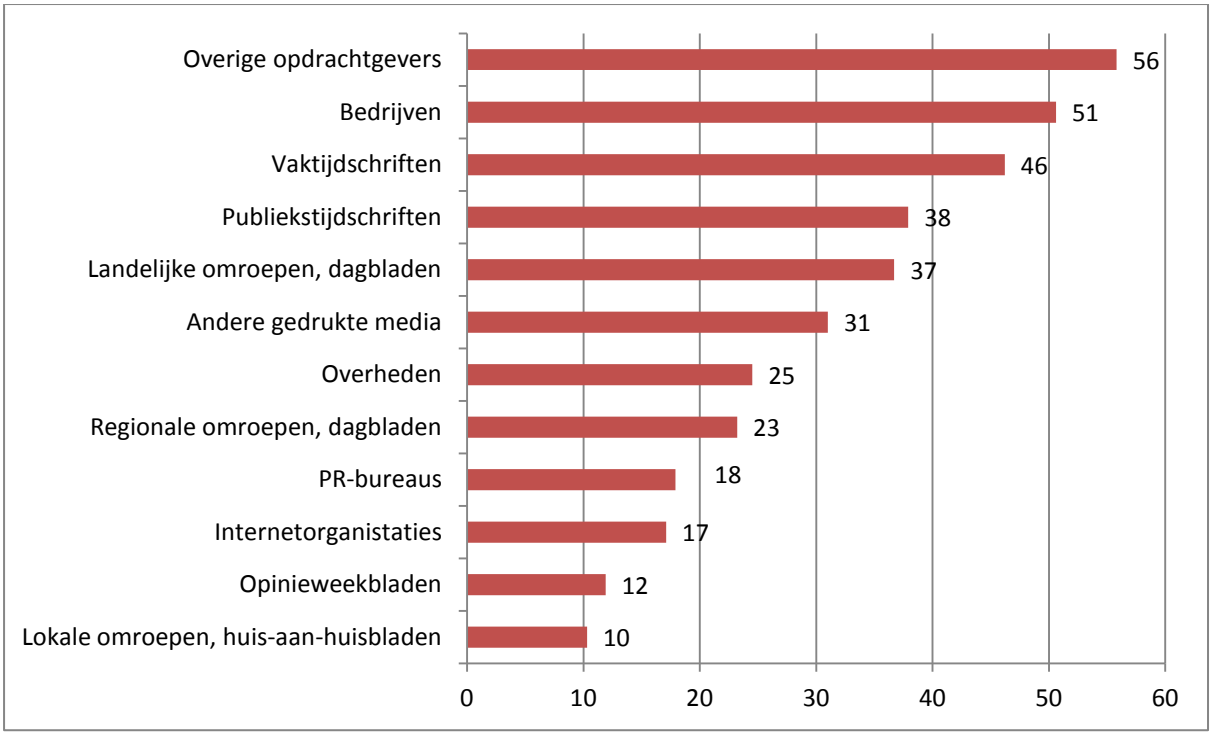
Figuur 6 Schrijven, radio/tv-werk, werk voor internet, fotografie en illustratie/ontwerp (%)

Een op de zes werkt voor radio en/of televisie, vooral als journalist. Twee op tien werkt als journalist voor internet en ruim 10% is fotojournalist en ook nog eens 10% is niet-journalistiek fotograaf. Ook 10% is illustrator en/of maker van infographics (al dan niet journalistiek) en/of vormgever van dagbladen, periodieken of boeken.
Alleen journalistiek werk, werk als schrijver, fotograaf en/of illustrator/ontwerper heeft bijna tweederde. Iets meer dan een derde doet er ook ander werk bij. Figuur 7 illustreert dit.



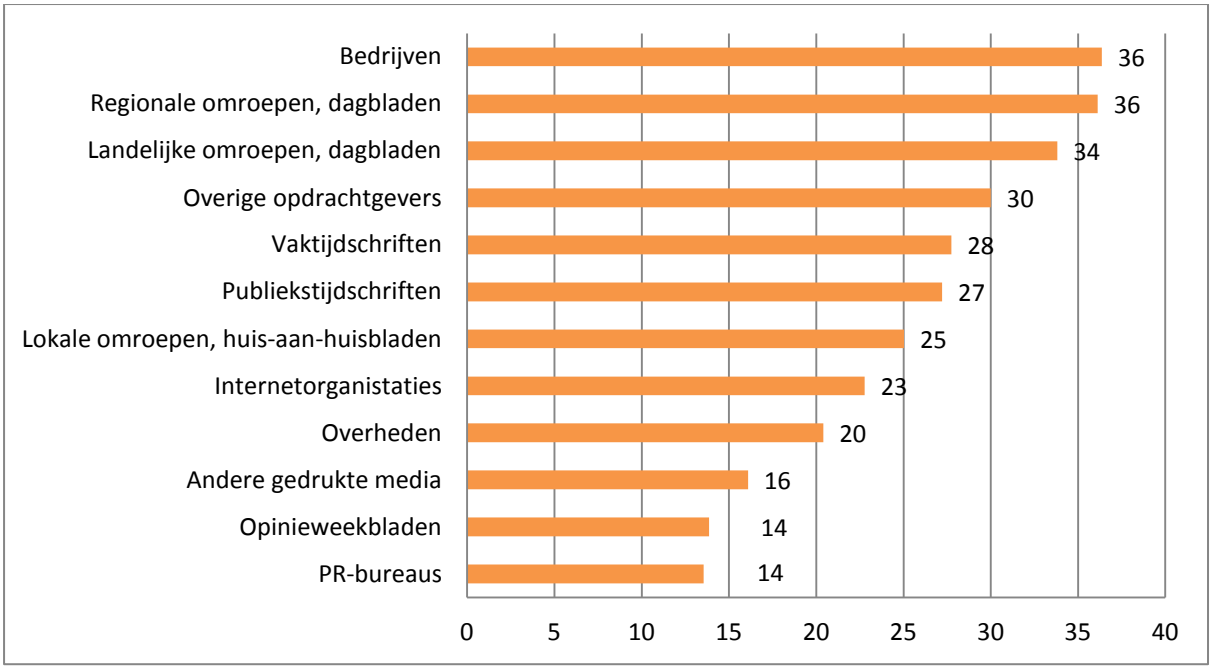
Figuur 7 Beroepspraktijk in soorten werk (%)

Voor wie werd er gewerkt in 2014? De volgende figuur toont de antwoorden op deze vraag.



Figuur 8 Soorten opdrachtgevers in 2014 (%)

Een flink aandeel werkt (ook) voor opdrachtgevers anders dan de genoemde en/of voor het bedrijfsleven. Ook vak- en publiekstijdschriften zijn belangrijke opdrachtgevers. Op de vijfde plaats komen de landelijke omroepen en dagbladen die voor iets meer dan een derde van de deelnemers aan dit onderzoek opdrachtgevers zijn. Het minst, steeds door zo'n 10-12%, wordt er gewerkt voor lokale omroepen en huis-aan-huisbladen en de opinieweekbladen. Gemiddeld genomen wordt er voor vier verschillende opdrachtgevers per categorie gewerkt. Vooral bedrijven, internetorganisatie en overige opdrachtgevers trekken dit gemiddelde omhoog. Wat betekenen deze opdrachtgevers voor de omzet? Figuur 9 toont de cijfers.

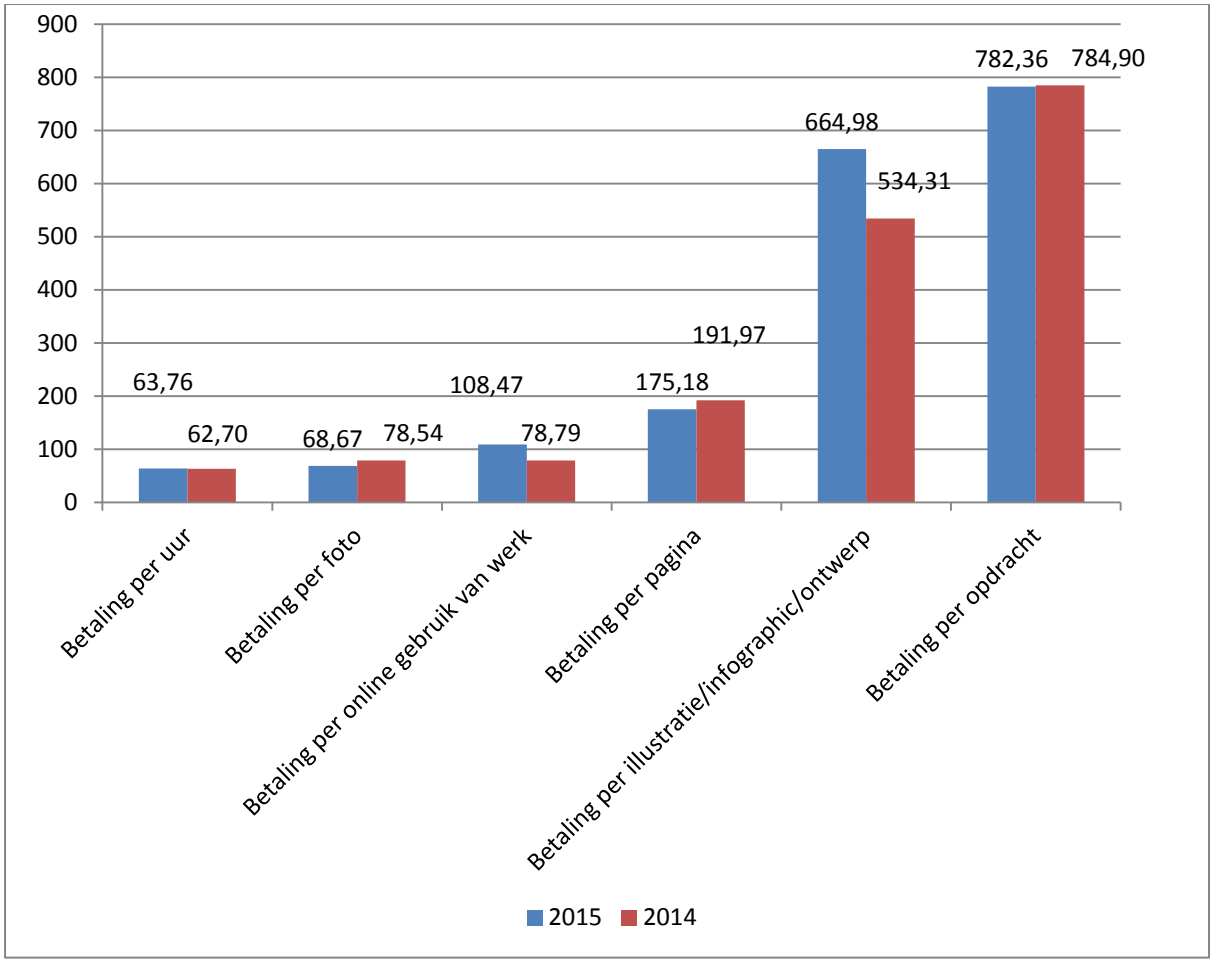


Figuur 9 Gemiddeld aandeel in de omzet per soort opdrachtgever (%)

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

Inkomsten

Wat voor tarieven worden er gehanteerd in 2015, en hoe zit dat voor 2014? De volgende figuur toont de resultaten voor de belangrijkste betaalwijzen, in volgorde: betaling per opdracht (rond de 70% in 2015 en 2014), per uur (steeds 55%), per woord (37%) en per foto (29%). Betaling per regel, per minuut en per kolom komt nauwelijks tot niet voor en zijn weggelaten uit de figuur. Ook weinig courant maar wel meer dan 10 keer genoemd zijn betalingen per teken (9%), per pagina (16%) en per illustratie, infographic of grafisch ontwerp (7%).
De betalingen per teken of per woord zijn veel lager dan in de andere gevallen waardoor die in de grafische weergave zouden wegvallen. De betaling is gemiddeld in 2015 en 2014 rond de 6 eurocent per teken of 31 eurocent per woord.
De betalingen per opdracht en per illustratie/ontwerp zijn relatief, ten opzichte van de ander betaalwijzen hoog. De laatste is ook het hardst gestegen: van 534 in 2014 naar 665 in 2015. Ook de betaling voor het online gebruik van werk is gestegen, mogelijk een teken dat dit nu meer als een alternatieve inkomensbron kan gelden.



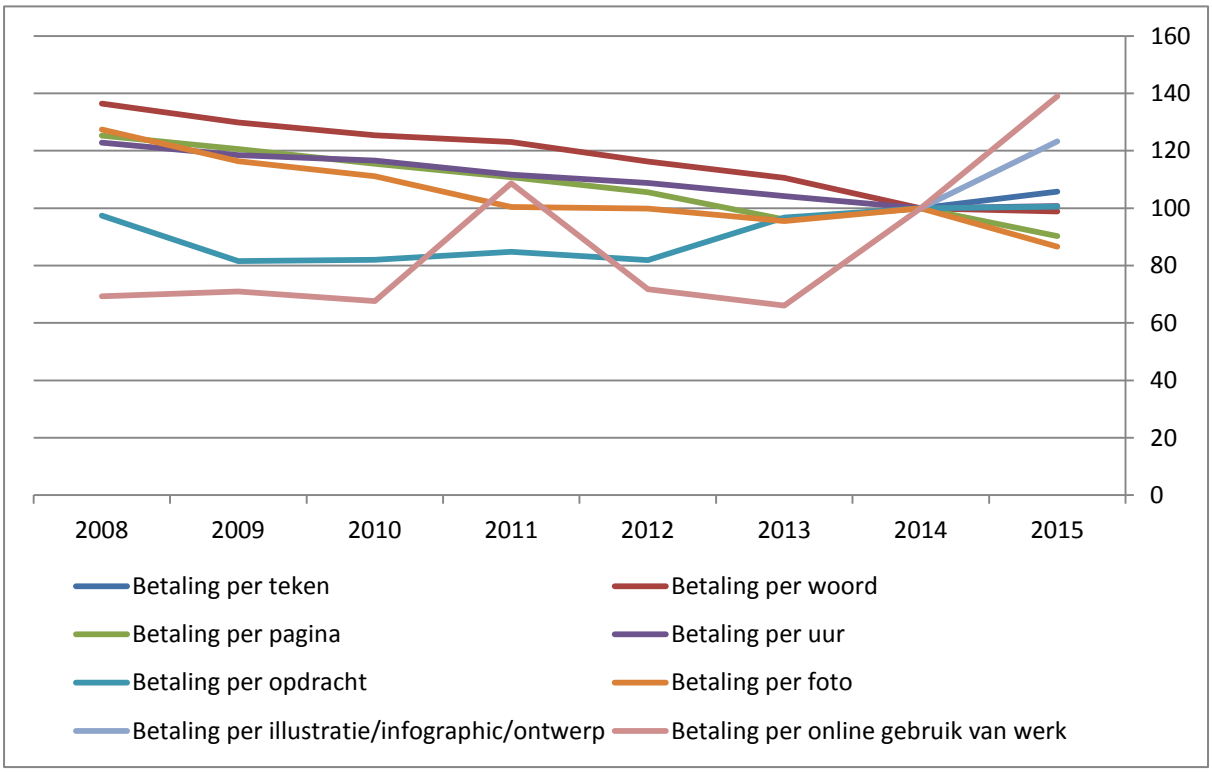
Figuur 10 Gemiddelde tarieven in euro per betaalwijze

Het uurtarief ligt in zowel 2015 als 2014 op ongeveer 63-64 euro gemiddeld. De betaling voor foto's is gedaald van 79 naar 69 euro per foto in respectievelijk 2014 en 2015.
In de 2013-pilot is ook gevraagd naar de tarieven en wel voor de periode 2013 terug tot 2008. We hebben de 2014- en 2015-cijfers er aan toegevoegd en deze gecorrigeerd voor inflatie met 2014 als uitgangspunt. Ook hebben we 2014 op 100 gesteld. Zo ontstaat het volgende beeld van de tariefsontwikkeling: zie Figuur 11. (Opnieuw zijn de betaling per regel, minuut en kolom wegens te weinig observaties buiten beschouwing gelaten.)

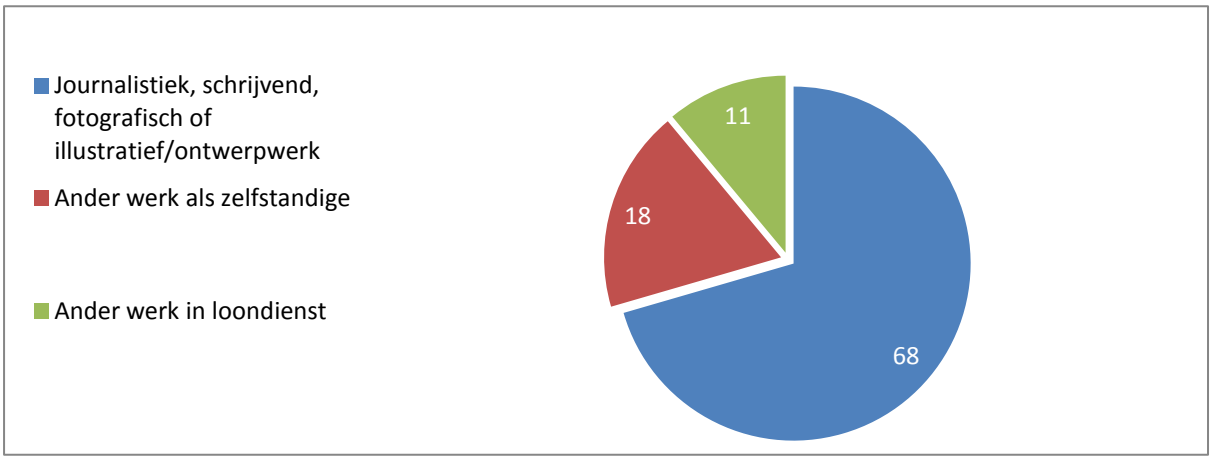
De betalingen per foto is het hardst gedaald. Als 2014 op 100 staat, was de index 127 in 2008 en in 2015 nog maar 87. Anders gezegd, in 2008 werd nog 27% meer per foto betaald dan in 2014 rekening houdend met inflatie en in 2015 is daar weer 13% vanaf gegaan ten opzichte van 2014.[1] De betaling per woord daalt gestaag (van 136 in 2008 naar 99 in 2015), net als de betaling per uur (123 in 2008 en 101 in 2015). Duidelijk in de lift zitten de betalingen per online gebruik (van 69 in 2008 naar 139 in 2015). Stabiel is de betaling per

[1] We hebben de daling van de betaling per foto bekeken voor freelancers die werken als fotojournalist en als fotograaf. Voor de laatste groep geldt de in de tekst beschreven trend, zij het dat de daling in 2015 iets sterker is: van 126 in 2008 naar 100 in 2014 en 64 in 2015. Voor fotojournalisten is de trend nog scherper tussen 2008 en 2014: van 177 in 2008, naar 100 in 2014. In 2015 is het indexcijfer 78. In reële euro's (van 2014) is de daling voor fotografen in de betaling per foto 122 euro naar 97 in 2014 en nog maar 62 in 2015. Bij fotojournalisten is dat respectievelijk 84, 49 en 38 euro per foto gemiddeld.

opdracht (voor 2013 geformuleerd als betaling per vast aannamebedrag): 97 in 2008 en 100 in 2015. Ook stabiel is de betaling per teken waarvoor we nog maar twee observatiejaren hebben. De betaling per illustratie/ontwerp is ook nieuw in het onderzoek en als we BNO-leden meenemen stijgt het tarief van 100 in 2014 naar 123 in 2015.



Behalve naar tarieven is ook gevraagd naar het belastbaar inkomen in 2014 (de omzet minus kosten, aftrekposten en/of verrekenbare verliezen). Dat is gemiddeld 23.162 euro per jaar. De eerste 50% van de makers (de mediaan) verdient 20.000 euro. We kijken in de volgende figuur naar het aandeel dat het journalistieke, schrijvende, fotografische en ontwerpwerk heeft in dat belastbaar inkomen.

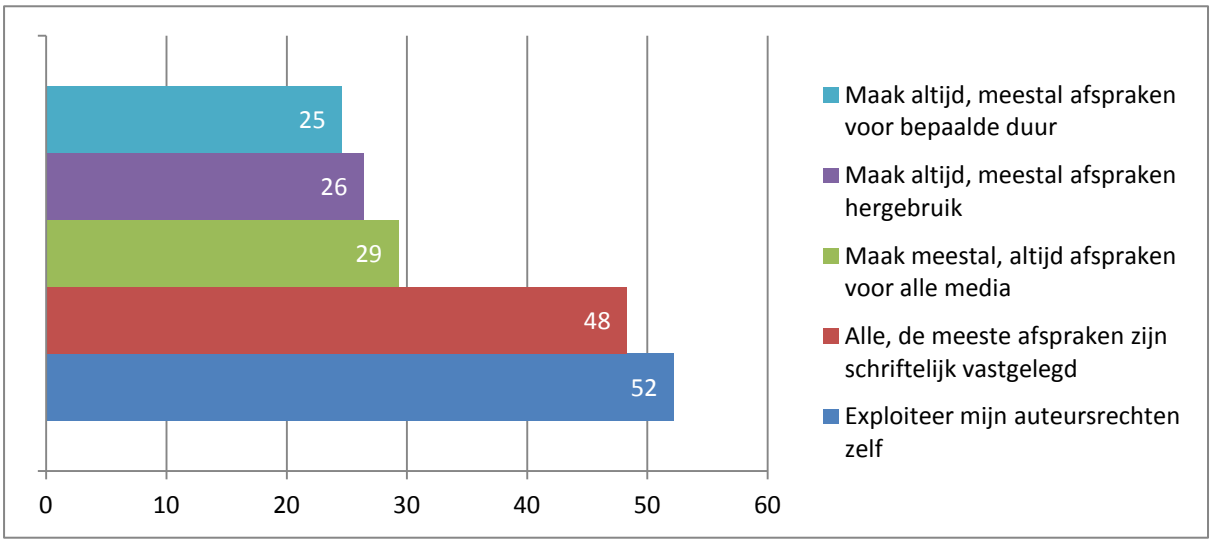


Figuur 11 Aandelen soorten werk in belastbaar inkomen 2014 (%)

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

Auteursrechten en onderhandelingen

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

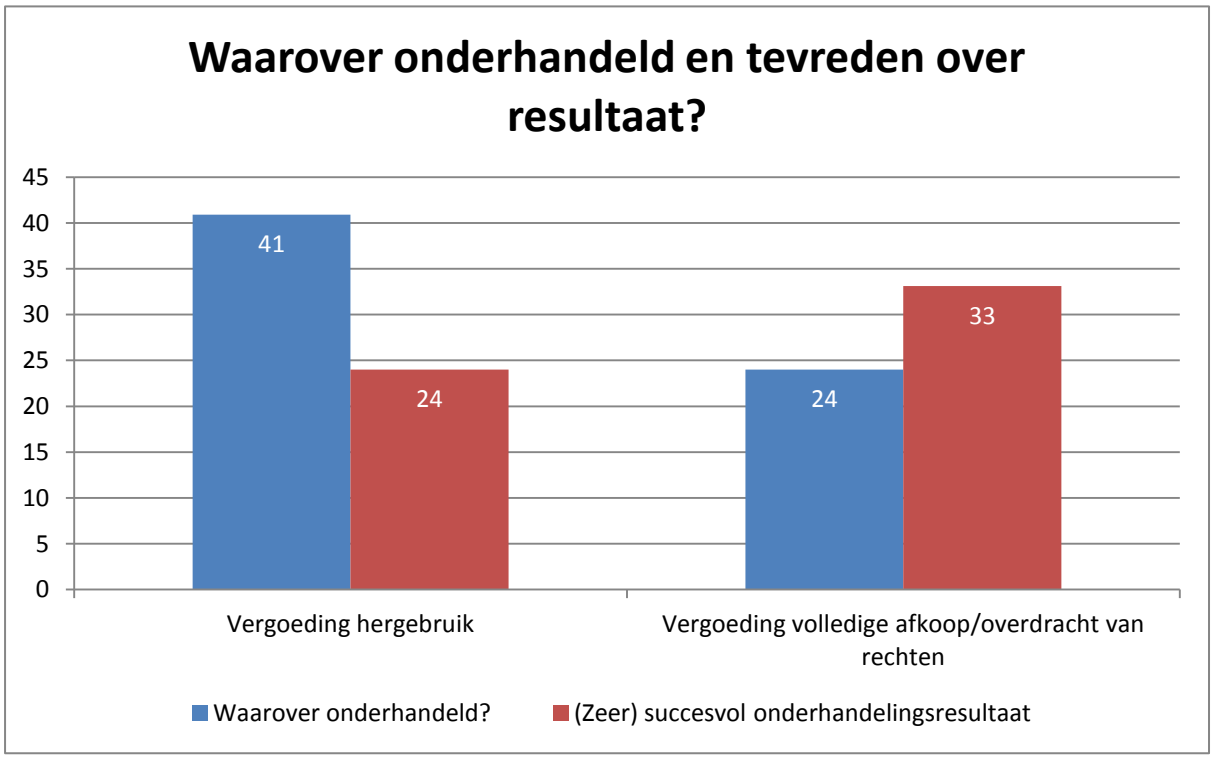


Figuur 12 Afspraken over (her)gebruik met opdrachtgevers (%)

Rond een kwart van de freelance makers maakt afspraken met opdrachtgevers voor het (her)gebruik van werk en ook een kwart maakt die afspraken voor voor een bepaalde duur. Bijna 50% maakt meestal geen of nooit afspraken en ruim 40% maakt afspraken voor onbepaalde duur (niet in de figuur). Ook rond de 50% maakt meestal niet of nooit afspraken over een exclusiviteitstermijn (niet in de figuur).
Drie op tien maakt afspraken die gelden voor alle media bij de opdrachtgever. Een even grote groep voor alleen bepaalde media (niet in de figuur). In de nieuwe wet Auteurscontractrecht staat dat afspraken over hergebruik altijd schriftelijk, per akte, dienen te worden vastgelegd. Dat is in bijna de helft van de afspraken het geval. Bij twee op de tien afspraken zijn deze meestal of altijd mondeling (niet in de figuur).
Elke maker blijft eigenaar van het werk en de rechten kunnen zelf geëxploiteerd worden – en dat doet ruim de helft volgens de cijfers in de figuur – of kunnen worden overgedragen aan opdrachtgever (30%, niet in de figuur) of aan een collectieve beheersorganisatie (minder dan twee op tien, niet in de figuur).
Overigens is ook gevraagd naar het belang van auteursrechten voor de eigen beroepspraktijk. Bijna 40% vindt die heel en 33% tamelijk belangrijk. Voor ruim een kwart zijn auteursrechten niet zo of helemaal niet belangrijk.

Als auteursrechten zo belangrijk zijn, zal het wel onderdeel zijn van de onderhandelingen tussen freelancer en opdrachtgever. We zijn dat nagegaan. Vooraf: 85% zegt te

onderhandelen. De 15% die dat niet doet noemt als belangrijkste reden dat er een standaardcontract wordt aangeboden. Diegenen die wel onderhandelen doen dat allemaal over de tarieven. De volgende figuur laat zien hoeveel onderhandelen over hergebruik en over volledige afkoop/overdracht van rechten en met welk resultaat (naar eigen inschatting).

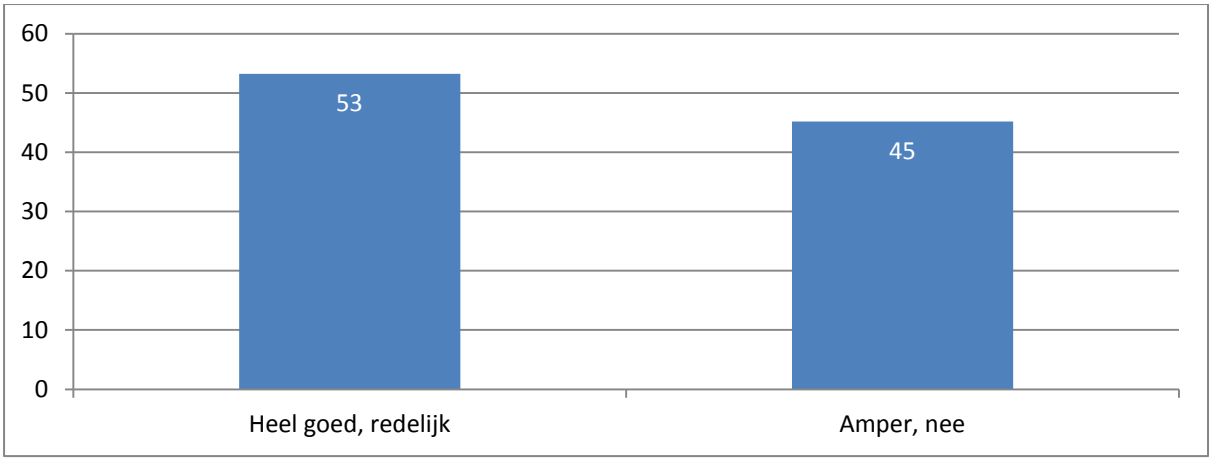


Figuur 13 Waarover onderhandeld en tevredenheid met het resultaat (%)

Vier op de tien onderhandelt over hergebruik en maar een kwart over de afkoop van rechten. Van diegenen die over hergebruik onderhandelen is maar een kwart tevreden over het onderhandelingsresultaat. Bij de onderhandelaars over afkoop is de tevredenheid hoger met 33%, maar nog steeds betekent dat dat de meerderheid niet tevreden is.

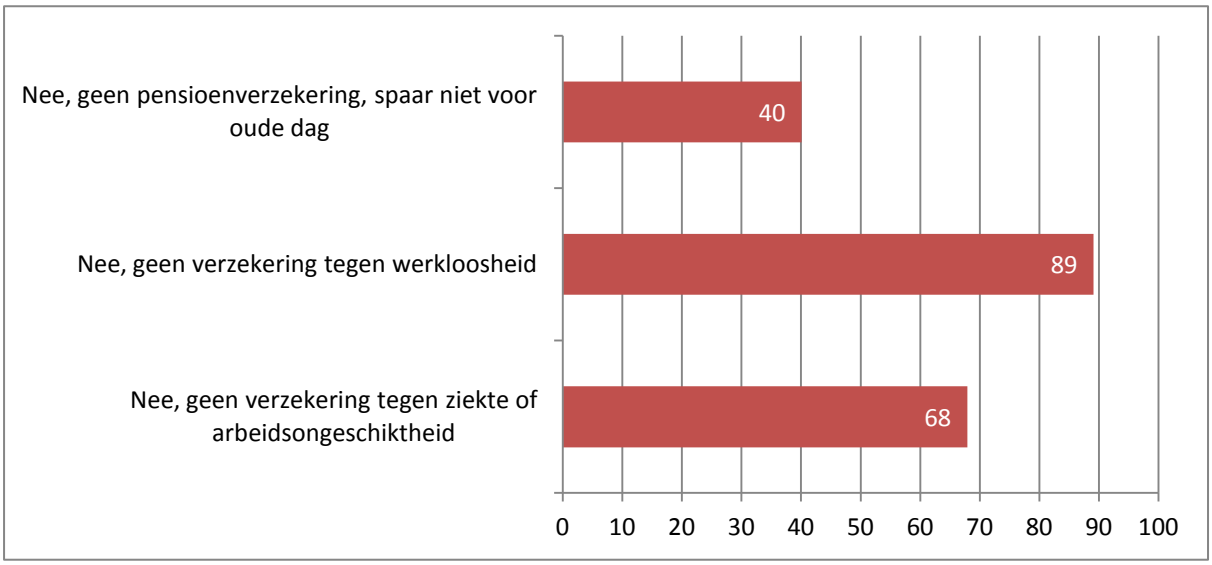
Voorzieningen en vooruitblik

Eerst is vastgesteld of men aangewezen is op het inkomen van een eventuele partner om in het levensonderhoud te voorzien. Twee op tien leven niet in een huishouden met een partner en ruim vier op tien zegt op het inkomen van een partner aangewezen te zijn.
Dit doet vermoeden dat velen niet rond kunnen komen van het werk als maker. We zien het antwoord in Figuur 15.



Figuur 14 Kan financieel rondkomen van het werk als (foto)journalist, schrijver, fotograaf en/of illustrator/ontwerper (%)

De meningen zijn sterk verdeeld: iets meer dan 50% redelijk tot uitstekend rond te kunnen komen en 45% zegt amper tot niet rond te kunnen komen.
Heeft men dan voorzieningen getroffen voor als men arbeidsongeschikt, werkloos of ouder wordt? Nee, is het antwoord dat voor grote groepen geldt, zo laat de onderstaande figuur zien.



Figuur 15 Voorzieningen getroffen? (%)

Men verwacht ook niet dat de toekomst alleen maar zwaar weer gaat leveren. Gevraagd hoe tarieven op korte termijn (2015), middellange termijn (2016-2017) of lange termijn zich gaan ontwikkelen zegt steeds minder dan een derde dat deze waarschijnlijk (sterk) dalen. Ook denkt zeker 95% dat ze over een jaar nog als maker aan het werk zijn. De orderportefeuille is ook voor een iets langere duur met werk gevuld dan uit het 2013-onderzoek naar voren kwam. In 2015 is dat 4,2 maanden en in 2013 was dat 3,7 maanden. De vergelijking met 2013 is het onderwerp van het volgende hoofdstuk.

Vergelijking met de 2013-pilot

Er is een ronde gemaakt langs de gegevens uit de 2013-pilot toen 850 (foto)journalisten, schrijvers en fotografen zijn bevraagd op de bovenstaande (en nog veel meer) onderwerpen. Eerst: ruim 40% van de voornoemde makers (dus exclusief de illustrators en grafisch ontwerpers uit de 2015-ronde) hebben eerder meegedaan aan het 2013-onderzoek.
Er zijn weinig verschillen te noemen. Bijna in dezelfde proporties doen de makers journalistiek of ander werk. Ze wensen in gelijke mate freelancer te blijven of in loondienst te kunnen. Ze werken nagenoeg in gelijke mate voor dezelfde soorten opdrachtgevers. Wel zijn er hogere aandelen in het inkomen van gedrukte media in het algemeen, vaktijdschrift- en publiekstijdschriftopdrachtgevers en landelijke omroepen en dagbladen. Minder aandelen hadden de internetorganisaties en lokale en regionale omroepen en huis-aan-huisbladen. Er is een tendens weg van het landelijke naar het regionale en lokale.
De verdeling naar soorten betaalwijzen (per uur, woord, etc.) is gelijk. De fluctuaties in tarieven is boven al besproken (figuur 11). Het belastbaar inkomen lag gemiddeld en mediaan hoger op respectievelijk 27.139 en 25.000 euro. Een kanttekening is dat in 2013 geen uitleg is gegeven over wat verstaan moet worden onder het belastbaar inkomen. Dat kan tot gevolg hebben gehad dat men in 2013 misschien aan het bruto inkomen heeft gedacht. Toch, het aandeel mediamakers-werk in het inkomen is in 2015 wel hoger met 72% (tegen 68% in 2015). Het hogere belastbaar inkomen kan dus ook het gevolg zijn van beter betalende (landelijke) klanten in 2013. Dit type effecten kunnen we beter opsporen bij het herhalen van het onderzoek (met de zelfde uitleg) onder dezelfde populatie.

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

Wat betreft auteursrechten en onderhandelingen zien we bijna geen verschillen tussen 2013 en 2015. In 2015 wel een iets hoger aandeel makers dat zegt afspraken te maken over exclusiviteitstermijnen (18% in 2013 tegen 23% in 2015). Het belang van auteursrechten voor de beroepspraktijk is ook niet groter geworden tussen 2013 en 2015.
Tot slot, het treffen van voorzieningen is licht afgenomen: minder mensen met een arbeidsongeschiktheidsverzekering, een werkeloosheidsverzekering en een spaarpot voor de oude dag. Toch zijn de makers in 2015 iets optimistischer dan ze waren in 2013 over de te verwachten tariefsontwikkeling en zoals gezegd hebben ze meer maanden werk in de portefeuille, al is het slechts een halve maand extra.

Hoofdpunten op een rij

Voor een groot aantal onderwerpen uit de monitor is nagegaan of verschillende groepen makers significant en opmerkelijk anders scoren (zie kader voor uitleg). Zo is bekeken of makers naar leeftijd anders scoren (ingedeeld in drie leeftijdsgroepen: onder de 35, 35-54 en 55+), hetzelfde naar motieven om freelancers te zijn (zie figuur 3), naar de tweedeling tussen een puur journalistieke, fotografische, schrijvende of vormgevende praktijk versus

een gemengde praktijk (zie figuur 7). Ook is gekeken of de diverse soorten werk verschillen opleverde, van puur journalistiek schrijven tot puur vormgeven (zie figuur 6). Het gaat dan om scores wat betreft het gemiddeld aantal betaalde uren, het gemiddelde tarief per opdracht, uur, woord of foto, het onderhandelen over vergoedingen voor hergebruik, idem over de afkoop van rechten, het gemiddeld belastbaar inkomen in 2014, het verzekerd zijn tegen ziekte of arbeidsongeschiktheid of tegen werkloosheid, het geld opzij leggen voor een pensioen, het financieel afhankelijk zijn van een partner, het financieel kunnen rondkomen van het werk als maker en het aantal maanden werk in portefeuille. In één enkel geval is in de scores een significant en opmerkelijk sterk verschil gevonden: het uurtarief van jongere freelancers (tot 35 jaar) ligt met 40 euro gemiddeld zowel in 2014 en 2015 duidelijk lager dan dat van freelancers van middelbare en hogere leeftijd (rond de 65-70 euro). In geen van de andere gevallen scoren de genoemde groepen makers anders. Anders gezegd, er is een grote homogeniteit voor wat betreft de beroepspraktijk van freelance makers die met de media te maken hebben. Wat hierboven is gemeld voor de totale groep geldt grosso modo voor alle subgroepen, jong/oud, ondernemer of 'dwang'-freelancer, journalist of ontwerper.

We vatten de belangrijkste onderzoeksresultaten puntsgewijs samen:

- Profiel: Freelance journalisten, schrijvers, fotografen en ontwerpers die voor de media werken zijn gemiddeld vaker man, rond de 48 jaar en zeer hoog opgeleid. Een kwart van hen zou liever tegelijk ook in loondienst zijn. Een kwart is ook gedwongen freelancer, door ontslag of gebrek aan vacatures.
    - Zo'n 91% van de 780 journalisten, schrijvers, fotografen en ontwerpers die aan het onderzoek hebben meegedaan zijn freelancers, 9% werken vanuit een eigen bedrijf of in loondienst.
    - Een kwart van de mediafreelancers zou liever het freelancerschap combineren met een loondienstbetrekking; 5% zou helemaal in loondienst willen.
    - Zo'n 30% is freelancer uit ondernemerschap; bijna een kwart gedwongen na ontslag of bij gebrek aan vacatures; de rest heeft andere motieven
    - Het opleidingsniveau is hoog: meer dan 80% heeft een HBO-opleiding of hoger.
    - De mediafreelancers zijn lid van vele verschillende beroepsorganisaties, tegelijk is 27% niet aangesloten bij Lira of Pictoright en 8% kent deze collectieve beheersorganisaties zelfs niet.
- Werkzaamheden: Gemiddeld krijgt men 21 uur per week betaald, doet de grootste groep schrijvend journalistiek werk, gevolgd door fotografie (al dan niet journalistiek), internetjournalistiek, werk voor radio/tv, en ontwerpwerk; er wordt veel voor bedrijven en vaktijdschriften gewerkt, maar een relatief groot aandeel in de omzet heeft het werken voor regionale en landelijke omroepen en dagbladen.
    - Men werkt gemiddeld 37 uur als freelancer per week, waarvan 21 uur betaald.
    - Een op drie is schrijvend journalist, een kwart is fotograaf en/of fotojournalist, een vijfde internetjournalist, een op zes werkt voor radio en/of tv en een op tien is illustrator en/of ontwerper; kleine groepjes werken als niet-journalistiek schrijver (5%) of doet niet-journalistiek werk voor internet (6%).
    - Tweederde werkt alleen als journalist, schrijver, fotograaf of ontwerper, een derde doet er ander werk bij.

    - Er wordt veel gewerkt voor niet-media opdrachtgevers, bedrijven en vak- en publiekstijdschriften; bedrijven en regionale en landelijke omroepen en dagbladen dragen relatief het meest bij aan de omzet.
- Inkomsten: Het meest wordt per opdracht betaald, dan per uur, per woord en per foto, gemiddeld respectievelijk 780, 64, 0,31 en 70 euro in 2015 en 785, 63, weer 0,31 en 78 euro in 2014. Kijken we over de 2008-2015-periode dat zijn de tarieven per foto het sterkst gedaald, vooral onder fotojournalisten maar ook onder fotografen. Ook de betalingen per woord en per uur dalen, maar die per online gebruik van werk en per illustratie/infographic en ontwerp stijgen. Het gemiddelde belastbare inkomen is iets meer dan 23.000 euro op jaarbasis, waarvan tweederde uit mediafreelancerswerk komt
    - 70% Krijgt betaald per opdracht, 55% per uur, 37% per woord en 29% per foto; betalingen per regel, minuut en kolom zijn weinig courant.
    - De betaling per opdracht is stabiel in 2014 en 2015 rond gemiddeld 780 euro, die per illustratie/infographic/ontwerp stijgt van 534 naar 665 euro, die per foto daalt van 78 naar 70 euro, die per uur hangt rond 64 euro en per woord op 31 eurocent.
    - Bezien over de hele periode 2008-2015 (met 2014 op 100 en gecorrigeerd voor inflatie) is de daling van de betaling per foto het scherpst, ook de betaling per uur daalt en die per woord; de betaling per online gebruik van werk stijgt.
    - Kregen fotojournalisten in 2008 nog 84 euro per foto gemiddeld, in 2015 is daar nog maar 38 euro van over. Bij fotografen is de daling in deze periode van 122 naar 62 euro gemiddeld per foto.
    - Het gemiddeld belastbaar inkomen (omzet minus kosten) is 23.000 gemiddeld per jaar en daarvan komt 68% uit mediafreelancewerk
- Auteursrechten en onderhandelingen: Een kwart tot een derde maakt afspraken met mediaopdrachtgevers over gebruik en hergebruik voor bepaalde duur en voor alle media bij die opdrachtgever. Bijna de helft maakt nooit afspraken en twee op de tien maakt die mondeling. Voor 75% zijn auteursrechten belangrijk, maar slechts vier op tien onderhandelt hierover en daarvan vindt maar een kwart dat ze dat succesvol doen.
    - 25% Maakt altijd of meestal afspraken voor hergebruik voor bepaalde duur, 43% nooit of meestal niet; ook 50% maakt nooit of meestal geen afspraken over exclusiviteitstermijnen.
    - 26% Maakt altijd of meestal afspraken over hergebruik van werk, 50% nooit of meestal niet.
    - 29% Maakt afspraken voor hergebruik in alle media.
    - De helft van de afspraken zijn schriftelijk, in akte, vastgelegd, 20% is nog mondeling.
    - 73% vindt auteursrechten heel tot tamelijk belangrijk voor de beroepspraktijk; ruim een kwart vindt het niet zo belangrijk.
    - 85% van de freelancers onderhandelt, maar vooral over tarieven; vier op de tien doen dat over vergoedingen voor hergebruik en hiervan vindt maar 24% zich succesvol onderhandelen.
- Voorzieningen en vooruitblik: Vier op de tien freelancers is aangewezen op het inkomen van een partner, ruim vier op tien zegt niet tot amper te kunnen

rondkomen van het mediafreelancen en veruit de meerderheid van de freelancers is niet verzekerd tegen werkloosheid of tegen ziekte en arbeidsongeschiktheid. Nog eens 40% legt niets opzij voor de oude dag. De orderportefeuille is voor gemiddeld 4 maanden gevuld, een halve maand meer dan in 2013.
    - 40% is aangewezen op inkomen van een partner (twee op tien leven niet met een partner).
    - 40% komt niet tot amper rond met het mediafreelancen, toch zegt 53% dat ze heel goed tot redelijk rondkomen.
    - Flinke groepen zijn niet verzekerd, niet tegen werkloosheid (89%), niet tegen ziekte of arbeidsongeschiktheid (68%) en ook legt nog eens 40% niets opzij voor de oude dag (via verzekering of spaarrekening).
    - In 2015 zit nog 4,2 maanden werk in de orderportefeuille. In 2013 was dat 3,7 maanden.
- Verschillen 2015-monitor en de 2013-pilot: Er zijn zeer weinig verschillen. In 2013 hadden gedrukte media, vak- en publiekstijdschriften en landelijke omrpoepen en dagbladen een hoger aandeel in de omzet en internetorganisaties en lokale en regionale omroepen en dagbladen een lager aandeel dan in 2015. Ook worden er nu minder voorzieningen getroffen tegen arbeidsongeschiktheid en voor het pensioen, maar zijn de freelancers in 2015 grosso modo optimistischer over de te verwachten tariefsontwikkeling.
- Uitsplitsingen: De resultaten uitsplitsen naar leeftijd, motief om freelancer te zijn (ondernemer, dwang, anders), het alleen mediawerk doen of het combineren van media- met niet-mediawerk en naar soort werk (journalistiek schrijven, schrijver, fotograaf, fotojournalist, etc.) leveren nauwelijks noemenswaardige verschillen op. Het enige significante en sterke verschil is in het uurtarief van jongere freelancers dat duidelijk lager is dan dat van 35-plussers.