

Arbeidsmarktverkenning Lijstenmakers

In opdracht van
Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs Bedrijfsleven
beroepsonderwijs  bedrijfsleven

13 februari 2017

ARBEIDSMARKTVERKENNING LIJSTENMAKERS

beroepsonderwijs  bedrijfsleven



PH. ROUWENHORST, MSc

B. VAN HELDEN, MSc

13 FEBRUARI, 2017

Ditmeijers

© **Ditmeijers' Research² bv MMXVII**

Overname voor eigen gebruik is alleen toegestaan na toestemming van de auteurs

Dit rapport is geleverd onder de leveringsvoorwaarden van MOA en ESOMAR



Inhoudsopgave

Inleiding **4**

Achtergrond..... 4

Onderzoeksdoelstelling..... 4

Onderzoeksmethode..... 4

Onderzoekspopulatie en steekproef 5

Interpretatie figuren en tabellen 6

1. Algemene bedrijfsinformatie **7**

1.1 Profiel van lijstenmaker 7

1.2 Locatie van bedrijf..... 13

1.3 Bestaansduur van bedrijf 14

1.4 Omzet..... 16

2. Werkzaamheden **26**

2.1 Uitgevoerde werkzaamheden 26

2.2 Outsourcing van werkzaamheden 29

3. Personeel..... **32**

3.1 Aantal personen in bedrijf 32

3.2 Profiel van personen in bedrijf 33

3.3 Verloop van personen in bedrijf 35

4. Vacatures, vaardigheden & stageplekken **38**

4.1 Vacatures 38

4.2 Vaardigheden..... 41

4.3 Stageplekken 45

5. Toekomst van de lijstenmaker **56**

5.1 Belangrijker wordende taken 56

5.2 Trends 60



6. Vertaling naar algehele lijstenmakersbranche in Nederland	62
6.1 Bedrijven	62
6.2 Lijstenmakers	63
6.3 Stages	64
Slotopmerkingen	65
Conclusie Beroepsgroep Lijstenmakers.....	67
Demografische gegevens	67
Grootte beroepsgroep en opleidingsbehoefte	67
Aard van de werkzaamheden	67
Opleiding	68
Stages	68

In de volgende paragrafen worden de kaders van de arbeidsmarktverkenning onder lijstenmakers geschetst. Na de doelstelling van het onderzoek wordt de onderzoeksmethode beschreven, waarna de steekproef nader wordt toegelicht en geduid ten opzichte van de gehele populatie. Tot slot wordt beschreven hoe figuren en tabellen geïnterpreteerd en gelezen dienen te worden.

Achtergrond

Het Meld- en Expertisepunt Specialistisch Vakmanschap is benaderd door branchevereniging Art-Frame met het verzoek een opleiding te starten voor het vak van de lijstenmaker. Het Meld- en Expertisepunt Specialistisch Vakmanschap beoordeelt deze aanvraag op basis van de opgestelde criteria in de Beslisboom. Art-Frame heeft reeds belangrijke informatie aangeleverd, maar er ontbreekt nog informatie om het verzoek juist te kunnen beoordelen.

Onderzoeksdoelstelling

Het doel van het onderzoek is om de relevante arbeidsmarktinformatie te vergaren ten behoeve van de Beslisboom. Met deze arbeidsmarktverkenning wil het Meld- en Expertisepunt worden voorzien van input uit de beroepsgroep van lijstenmakers om te komen tot een goede arbeidsmarktanalyse voor een gedegen advies in het kader van de Beslisboom Meld- en Expertisepunt, teneinde - bij positief advies - een duurzaam opleidingsarrangement te kunnen organiseren.

Daarbij gaat het in dit onderzoek om het realiseren van een goed kwantitatief en kwalitatief beeld van de branche met informatie over feiten en cijfers, trends en innovaties, demografische en (bedrijfs-) economische gegevens, werkgelegenheid (vacatures) en opleidingsbereidheid, vervangingsvraag, vacatures en opleidingsbehoefte van de branche.

Onderzoeksmethode

Art-Frame beschikt over een representatieve lijst met 768 vakmensen, inclusief contactgegevens (waaronder e-mailadressen). Deze lijst is mede tot stand gekomen door adressenbestanden met afnemers van groothandels te gebruiken, waar producten worden besteld die gebruikt worden door de lijstenmaker. Gezien de beschikbaarheid van e-mailadressen en de overwegend kwantitatieve aard van het onderzoek, is gekozen dit onderzoek online uit te voeren.

Eerst heeft Art-Frame haar leden en contactpersonen geïnformeerd over het aanstaande onderzoek, de achtergrond hiervan, en het belang van deelname. Hierna heeft Ditmeijers' Research² een online uitnodiging verstuurd met hierin een unieke link die direct toegang bood tot het onderzoek. Wanneer een geadresseerde na een week de vragenlijst nog niet had ingevuld, is automatisch een herinnering verstuurd.

Onderzoekspopulatie en steekproef

Ditmeijers' Research² kreeg 768 adressen aangeleverd van Art-Frame. Naar al deze adressen is de vragenlijst uitgestuurd. Op 72 adressen kon de vragenlijst niet worden afgeleverd, omdat het e-mailadres niet geldig zou zijn. Tevens ontving Ditmeijers' Research² van 10 geadresseerden een reactie waarin stond dat het geen lijstenmaker (meer) is. Derhalve bestond de potentiële steekproef uit 686 respondenten. Met een steekproef van 185, is het responspercentage 27,0% (tabel a). Onder leden van Art-Frame bedroeg de respons liefst 39,4%, terwijl dit onder niet-leden 18,1% was.

Tabel a

Aangeleverd (N)	Foutief (N)	Geen lijstenmaker (N)	Afgeleverd (N)	Respons (N)	Respons (%)
768	72	10	686	185	27,0%

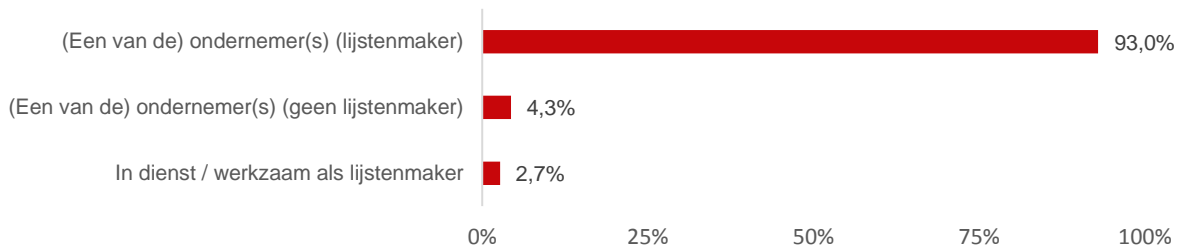
Uitgaande van de notie dat Art-Frame naar mogelijkheden een uitputtende lijst heeft aangeleverd (768), dat foutieve e-mailadressen toebehoren aan bedrijven die niet langer bestaan (72), en wanneer de adressen worden verwijderd van geadresseerden die lieten weten niet (langer) een lijstenmaker te zijn (10), kan worden **aangenomen dat in Nederland bij benadering 686 bedrijven actief zijn die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren**. Daar de vragenlijst grotendeels bestaat uit vragen op bedrijfsniveau, kan op basis van dit getal de betrouwbaarheid van de steekproef worden berekend.

Wetenschappelijke normen stellen over het algemeen dat met een betrouwbaarheidsniveau van 95,0% een foutmarge van 5,0% wordt toegestaan. Wanneer een betrouwbaarheidsniveau van 95,0% wordt gehanteerd, leidt een onderzoekspopulatie van 686 en een respons van 185 tot een foutmarge van 6,16%. Dit houdt in dat met 95,0% zekerheid gesteld kan worden dat data in de steekproef maximaal met 6,16% afwijken (positief of negatief) ten opzichte van de gehele populatie. De laatste vragen in het onderzoek zijn door 129 respondenten ingevuld. Met een betrouwbaarheidsniveau van 95,0% geldt hier een foutmarge van 7,78%. Voor marktonderzoek zijn dit zeer acceptabele foutmarges, waarmee de in de steekproef verzamelde data als betrouwbaar beschouwd kunnen worden.

De meeste respondenten zijn ondernemers van het bedrijf dat lijsten maken minimaal als nevenactiviteit uitvoert. Slechts enkele respondenten zijn enkel in dienst bij een lijstenmaker (figuur b).

Figuur b

Rol van respondent binnen bedrijf (N=185)



Interpretatie figuren en tabellen

In elke figuur staat het aantal respondenten weergegeven op basis waarvan de percentages tot stand zijn gekomen. Dit wordt steeds tussen haakjes aangegeven in de titel van de figuur. Zo is figuur b tot stand gekomen op basis van 185 respondenten, hetgeen staat weergegeven middels '(N=185)'. In figuren waarin verschillende segmenten met elkaar worden vergeleken, staat tevens het aantal respondenten per segment weergegeven.

Het aantal respondenten per vraag kan soms flink verschillen. Dit komt enerzijds door routing. Door routing worden bepaalde vragen enkel gesteld wanneer eerder in de vragenlijst een bepaald antwoord is gegeven. Om die reden zijn vragen met routing niet aan alle respondenten gesteld. Anderzijds kent elk onderzoek uitval naarmate de vragenlijst voortduurt. Met andere woorden, verschillende respondenten hebben niet de gehele vragenlijst ingevuld. Voor al deze vragenlijsten is op individueel niveau gecontroleerd of de vragen coherent zijn ingevuld. Indien dit niet het geval was, is de vragenlijst ook niet opgenomen in de steekproef.

In figuren waarin percentages horizontaal sommeren tot 100,0%, zijn alle percentages per antwoordmogelijkheid weergegeven met een minimale waarde van 5,0%. Lagere percentages worden zuiver ten behoeve van leesbaarheid niet weergegeven. Soms sommeren percentages niet geheel tot 100,0%, maar bijvoorbeeld tot 99,9% of 100,1%. Dit komt door afronding van percentages tot één decimaal.

In tabellen staan de antwoorden uitgeschreven zoals deze zijn gegeven door respondenten, waarbij enkel schrijffouten en interpunctie is aangepast. Het aantal antwoorden in een tabel staat derhalve gelijk aan het aantal respondenten op de bewuste vraag.

1. Algemene bedrijfsinformatie

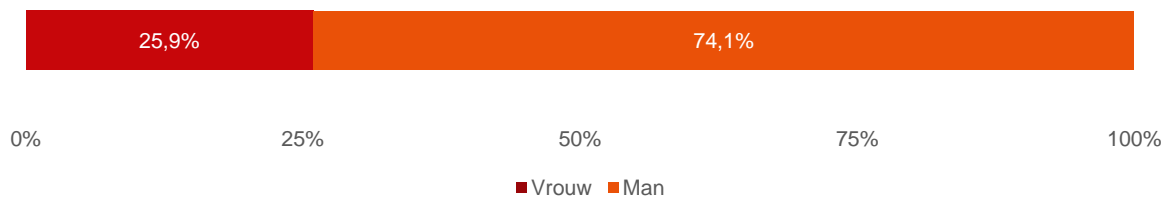
In dit hoofdstuk wordt het profiel geschetst van de gemiddelde lijstenmaker en het gemiddelde bedrijf dat activiteiten van de lijstenmaker uitvoert.

1.1 Profiel van lijstenmaker

Eerst is gevraagd naar het geslacht van de respondent (figuur 1.1.1).

Figuur 1.1.1

Geslacht van respondent (N=185)

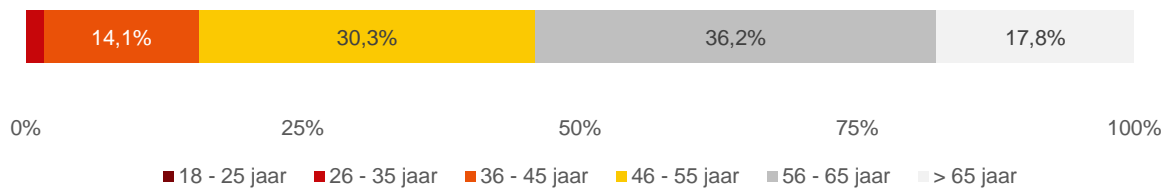


Bijna driekwart van de lijstenmakers is een man.

Hierna is gevraagd binnen welke leeftijdscategorie de respondent valt (figuur 1.1.2).

Figuur 1.1.2

Leeftijd van respondent (N=185)

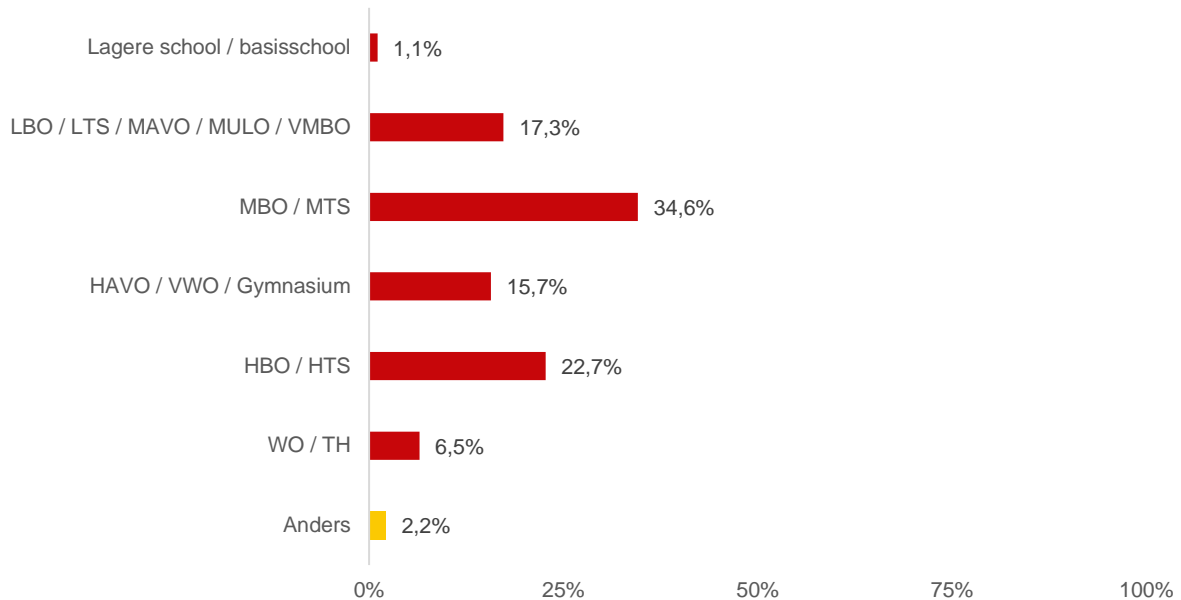


Meer dan de helft van de respondenten is ouder dan 55 jaar (54,0%). Vrijwel geen van de respondenten is jonger dan 36 jaar (1,6%).

Vervolgens is gevraagd wat de hoogst afgeronde opleiding is (figuur 1.1.3).

Figuur 1.1.3

Hoogste niveau waarop opleiding is afgerond (N=185)



Ongeveer een derde van de lijstenmakers heeft een MBO / MTS-opleiding afgerond. Samen met de lijstenmakers die LBO / LTS / MAVO / MULO / VMBO hebben afgerond, vormen zij meer dan de helft van de lijstenmakers. Bijna een derde van de lijstenmakers heeft minimaal een HBO-opleiding afgerond.

Wanneer aangegeven werd dat de hoogst genoten opleiding op een ‘ander’ niveau was (2,2%), is gevraagd dit antwoord te specificeren (tabel 1.1.4).

Tabel 1.1.4

Ander niveau waarop hoogste opleiding is afgerond
Politie-opleiding
Vakdiploma Fotografie & Fotohandel
Vrije school (tot 12e klas)



Aan iedereen die een MBO / MTS (34,6%), HBO / HTS (22,7%), of WO / TH-opleiding heeft afgerond (6,5%), is gevraagd te specificeren om welke opleiding dit gaat (tabel 1.1.5 tot en met 1.1.7).

Tabel 1.1.5

MBO of MTS-opleidingen die zijn afgerond
Fotovakschool (7x)
Middelbare Detailhandelschool (6x)
Bouwkunde, Electrotechniek, Grafisch Lyceum, Hotelvakschool, Methodisch Didactische Scholing, Meubelmaken, Mode & Kleding (allen 3x)
Verzorging (2x)
Culinair Instituut Nederland
Activiteitenbegeleiding
Agrarische school
Beeldende kunst
Economie & Bedrijfskunde
Flowerart
Installatietechniek
Jeugdwerk
Kapperschool
Militaire academie
Restauratie / decoratie
Schoonheidsspecialist
Secretaresse opleiding
Software-ontwerp
Technische informatica
Timmerman
Tuinbouw
Werktuigbouwkunde

Tabel 1.1.6

HBO of HTS-opleidingen die zijn afgerond
Kunstacademie (9x)
PABO (4x)
Beeldende Kunst, Directie-secretaresse, Foto-academie (allen 2x)
Bachelor of Commerce
Bestuursacademie
Commerciële Economie
Gedragswetenschappen
Gezondheidszorg
Grafische vormgeving
Hogere bosbouwschool
Huishoudkundige voor Inrichtingen
Kunstgeschiedenis
Letterkunde
Metaal gereedschapsmaker
Personeel & Organisatie
Sociaalmaatschappelijk werk
SOKAP
Verpleegkunde
Werktuigbouwkunde

Tabel 1.1.7

WO of TH-opleidingen die zijn afgerond
Psychologie (2x)
Bedrijfskunde
Bewegingswetenschappen
Economie
Kunstgeschiedenis
Nederlands
Orthopedagogiek
Psychologie (en Kunstacademie)
Rechten

Vervolgens is gevraagd op welke wijze men zich het vak 'lijstenmaker' eigen heeft gemaakt. Omdat men meerdere antwoorden kon geven, sommeren de percentages in figuur 1.1.8 niet tot 100,0%.

Figuur 1.1.8



De meeste lijstenmakers geven aan dat zij zichzelf veel tot alles hebben geleerd (58,9%). Daarbij speelt ook kennisoverdracht van derden een belangrijke rol. Dit geldt voor kennisoverdracht vanuit zowel de sociale- als professionele omgeving.

Wanneer werd aangegeven dat een vakgerichte opleiding tot lijstenmaker is gevolgd (3,8%), is gevraagd aan te geven om welke opleiding dit ging (tabel 1.1.9).

Tabel 1.1.9

Vakgerichte opleiding die is gevolgd tot 'lijstenmaker'
CMO Kempen
De Belgische opleiding bij Syntra
Opleiding Lijstenmakerij in Waalwijk van Alfred van der Pas
Turnhout B. - encadreur

Ook wanneer werd aangegeven dat het vak 'lijstenmaker' (tevens) op een 'andere' manier eigen is gemaakt (12,4%), is gevraagd dit te specificeren (tabel 1.1.10).

Tabel 1.1.10

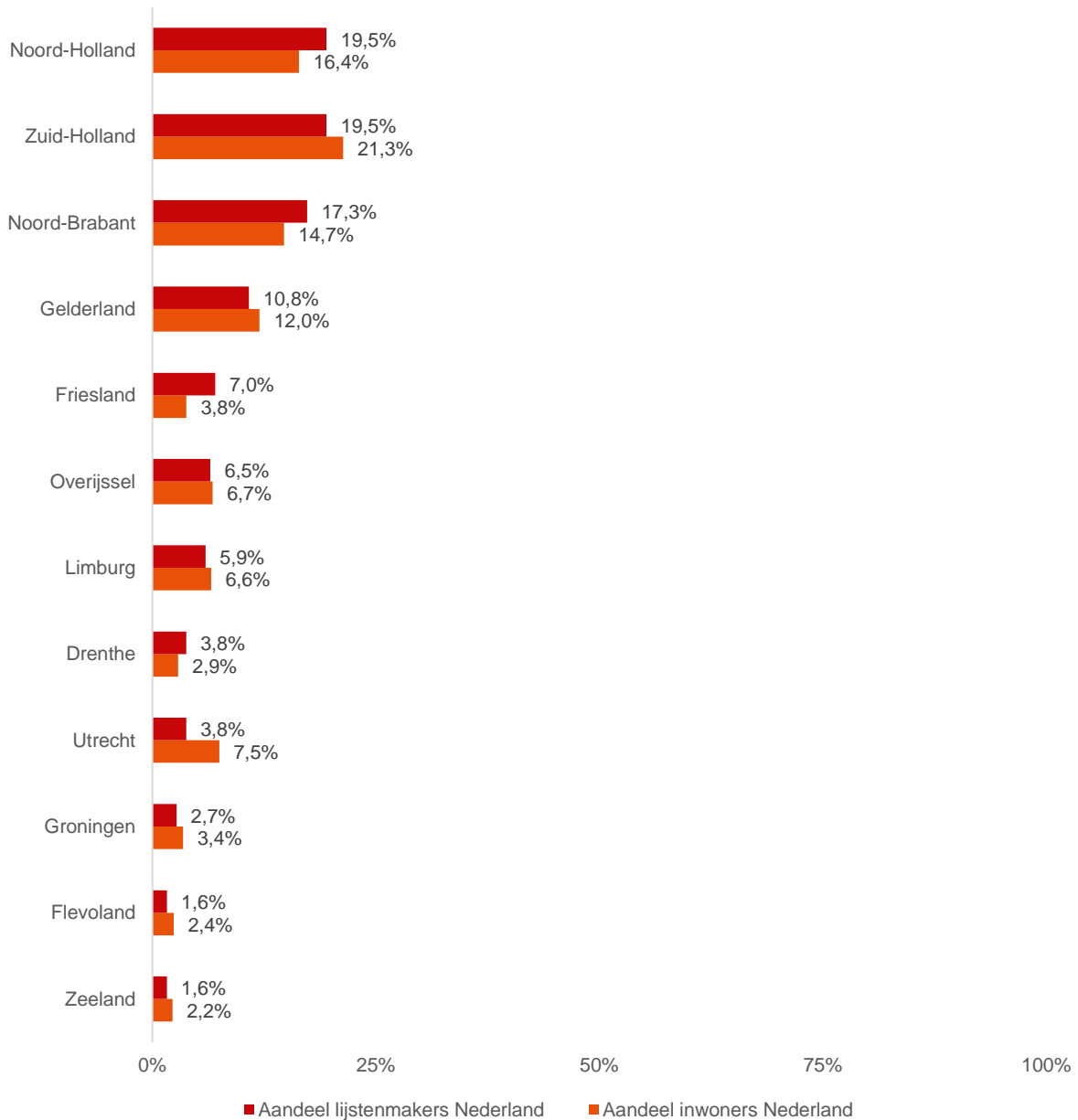
Andere wijze waarop het vak 'lijstenmaker' eigen is gemaakt
Als aanvulling op de fotografie-opleiding heb ik lijsten gemaakt en gerestaureerd. In beginsel met hulp van erkende lijstenmakers (Wiebes, Staportius), en daarna middels zelfontwikkeling.
Bezoek aan diverse papierrestauratoren.
Creatieve opleiding Kunstgeschiedenis en Fijne Hout Bewerking (meubels).
Door samenwerking met de lijstenmaker wiens bedrijf ik heb overgenomen.
Ervaring uit vorige werkzaamheden, en (bouw)zelf vaardigheden heb ik geleerd / zelf uitgezocht.
Ik ben begonnen als meubelmaker en in 2004 een lijstenmakerij begonnen, dus kennis en ervaring.
Ik ben er in groot geworden.
Ik ben vanaf mijn 18e werkzaam geweest bij diverse lijstenmakerijen in Noord-Holland, met soms een klein uitstapje naar een andere branche. Maar dan weer snel terug! Zodoende heb ik het vak wel geleerd, en ben ik sinds 2006 zelfstandig.
Internet.
Op beurzen en in musea kijken en kijken, en dan boeken en collega' s raadplegen. Maar eerst is er altijd de verwondering geweest. Lijsten en werken, hoe die gecombineerd waren. Meer dan de techniek. En belangrijk waren ook de kringloopwinkels hier in de regio. Daar zag ik wat ze vroeger inlijsten en welke materialen populair waren. En leerde ik te onderscheiden wat ik dus absoluut niet moest doen.
Op verzoek van ons zelf door kennisoverdracht van een collega-lijstenmaker. Voordat wij startten met de lijstenmakerij.
Van een collega-lijstenmaker.

1.2 Locatie van bedrijf

Respondenten is gevraagd aan te geven in welk postcodegebied het bedrijf gevestigd is. Op basis hiervan is bepaald in welke provincie zij gevestigd zijn (figuur 1.2.1).

Figuur 1.2.1

Provincie waarin lijstenmakersbedrijf is gevestigd (N=185)



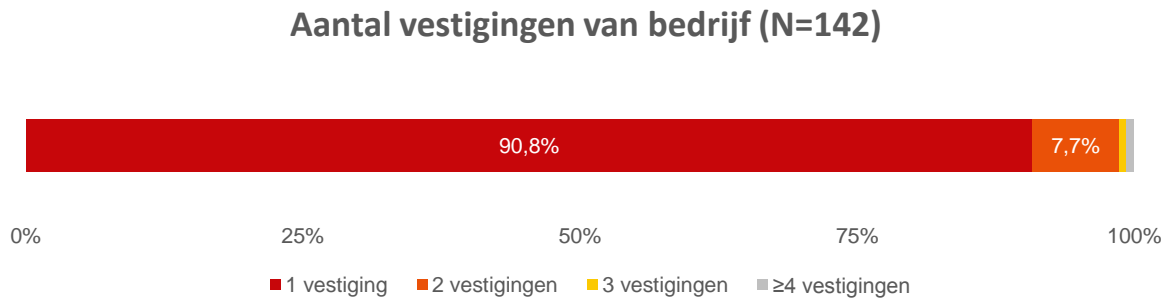
De meeste lijstenmakers hebben een bedrijf in een van de drie provincies van Nederland met de meeste inwoners: Zuid-Holland, Noord-Holland, en Noord-Brabant. Wanneer het aandeel van lijstenmakers per provincie wordt vergeleken met het inwonersaantal per provincie, volgt dat in provincie Utrecht relatief



weinig lijstmakers zijn gevestigd. In Friesland zijn daarentegen juist relatief veel lijstmakers gevestigd.

Vervolgens is gevraagd uit hoeveel vestigingen het bedrijf bestaat (figuur 1.2.2).

Figuur 1.2.2

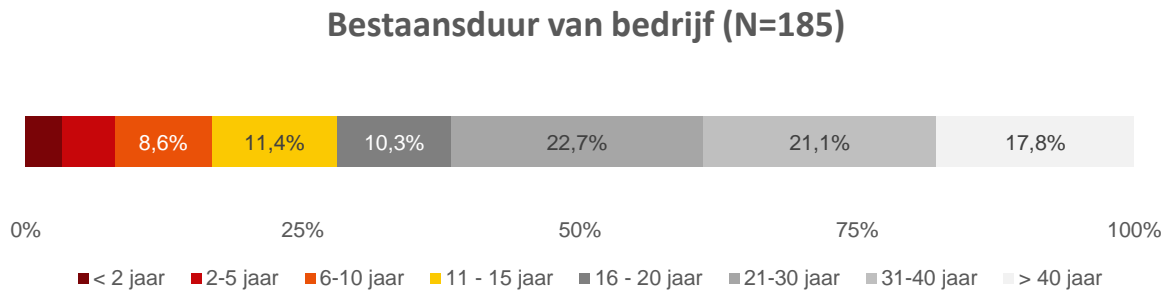


Verreweg de meeste bedrijven bestaan uit één vestiging (90,8%). Wanneer een bedrijf meerdere vestigingen heeft, gaat het doorgaans om één extra vestiging (7,7%).

1.3 Bestaansduur van bedrijf

Gevraagd is in welk jaar het bedrijf is opgericht. Op basis hiervan is berekend hoeveel jaar het bedrijf eind 2016 bestond (figuur 1.3.1).

Figuur 1.3.1



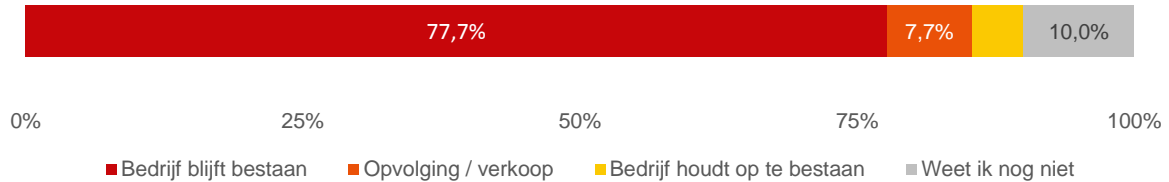
Veel bedrijven bestaan relatief lang. Zo bestaat 61,6% van de bedrijven al minimaal 21 jaar. Van de huidige bedrijven die activiteiten van de lijstmaker uitvoeren, is 8,1% de afgelopen vijf jaar opgericht.



Hierna is gevraagd aan de ondernemers van bedrijven of zij in de komende vijf jaar van plan zijn te stoppen als lijstenmaker, of afstand te doen van hun bedrijf (figuur 1.3.2).

Figuur 1.3.2

Verwachting toekomst bedrijf komende vijf jaar (N=130)



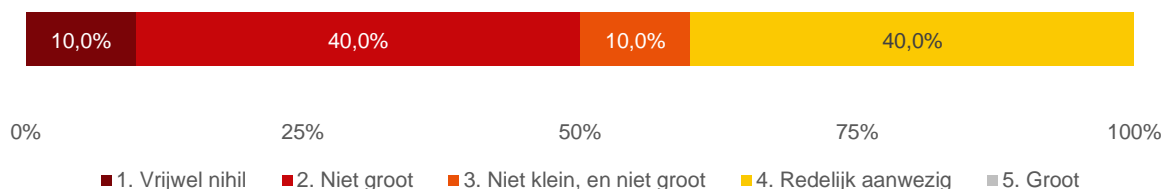
Ongeveer driekwart van de bedrijven blijft de komende vijf jaar naar verwachting bestaan. Daarmee geldt dat 7,7% van de ondernemers verwacht het bedrijf in deze periode te verkopen / hiervoor opvolging te zoeken, terwijl nog eens 4,6% stelt dat het bedrijf ophoudt te bestaan. Van de ondernemers weet 1 op de 10 niet hoe de situatie er over vijf jaar voor staat.

Vervolgens is het profiel van de ondernemer en de bedrijven vastgesteld die naar verwachting niet meer zullen bestaan over vijf jaar. Op één ondernemer na zijn deze ondernemers allen minimaal 56 jaar, waarbij 37,5% zelfs ouder is dan 65. Leeftijd lijkt hierin dus een grote rol te spelen. De bedrijven bestaan dan ook al lang: 62,5% zelfs als langer dan 31 jaar.

Aan ondernemers die binnen vijf jaar opgevolgd zullen worden / hun bedrijf zullen verkopen (7,7%), is gevraagd hoe groot zij de kans inschatten dat zij de juiste persoon hiervoor vinden en dat zij het bedrijf voor de juiste prijs zullen verkopen. Antwoord werd gegeven op een 5-punts Likertschaal, met een **gemiddelde van 2,80**. De percentuele verdeling van antwoorden staat in figuur 1.3.3.

Figuur 1.3.3

Ingeschatte kans dat bedrijf aan juiste persoon én voor juiste prijs wordt verkocht (N=10)



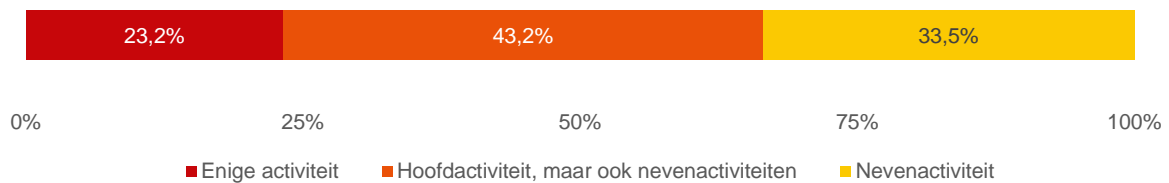
Ondernemers zijn redelijk verdeeld wat betreft hun verwachting over verkoop van het bedrijf aan de juiste persoon en voor de juiste prijs. Hierbij moet wel rekening worden gehouden met het feit dat de percentages tot stand zijn gekomen op basis van slechts 10 respondenten.

1.4 Omzet

Voor verschillende bedrijven is lijsten maken niet de enige activiteit die wordt uitgevoerd en waaruit omzet wordt vergaard. Derhalve is gevraagd naar de aard van de activiteit 'lijsten maken' binnen het bedrijf (figuur 1.4.1).

Figuur 1.4.1

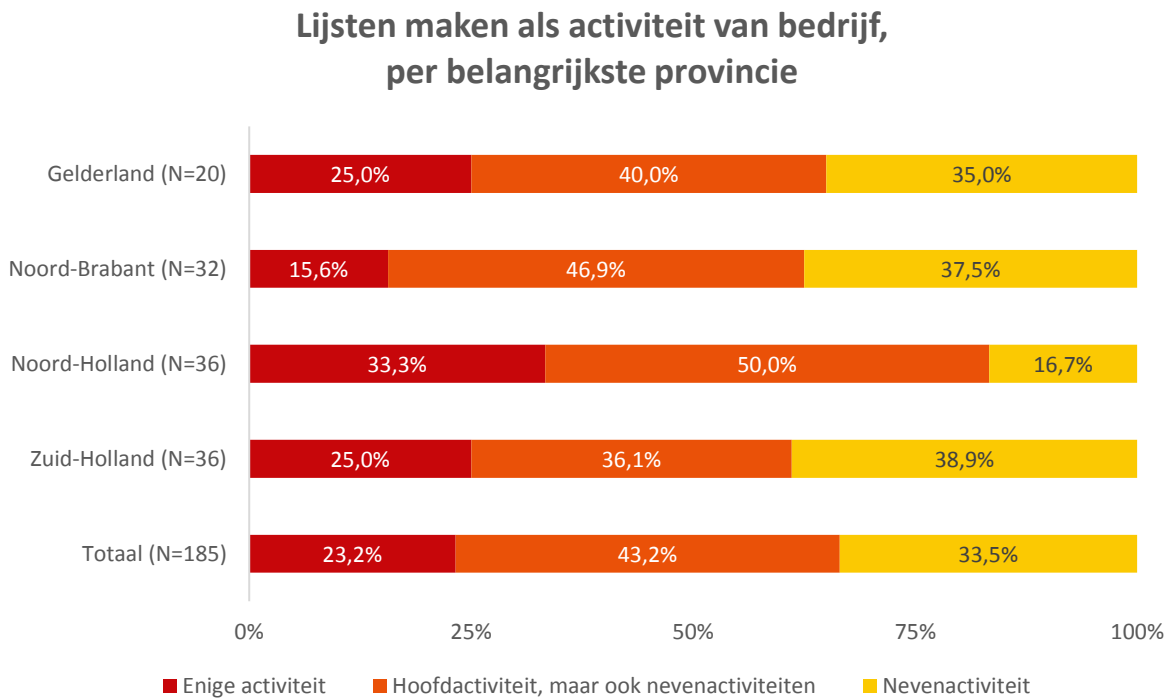
Lijsten maken als activiteit van bedrijf (N=185)



Voor bijna een kwart van de bedrijven dat activiteiten van de lijstenmaker uitvoert, is dit ook de enige activiteit. De grootste groep wordt gevormd door bedrijven waarvoor lijsten maken wel de hoofdactiviteit is, maar waarvoor geldt dat ook nevenactiviteiten worden uitgevoerd. Hieruit kan worden geconcludeerd dat voor 66,4% van de bedrijven geldt dat lijsten maken minimaal de hoofdactiviteit is.

Hierna is onderzocht of er verschillen bestaan tussen typen bedrijven per provincie. In figuur 1.4.2 staan enkel de provincies weergegeven waarvoor minimaal 20 respondenten zijn.

Figuur 1.4.2



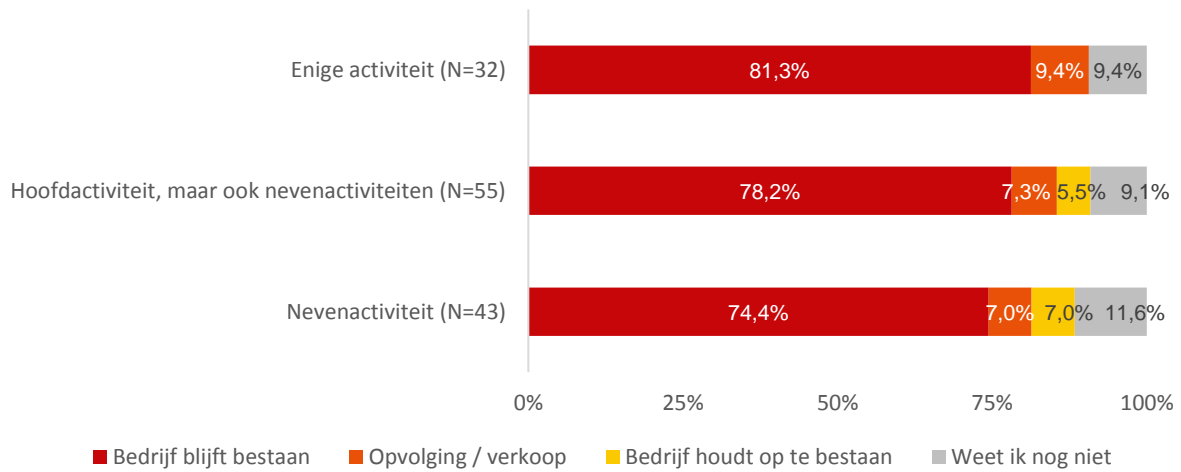
In Noord-Holland geldt dat lijsten maken voor relatief veel bedrijven ook de enige activiteit is. Voor de overige bedrijven in deze provincie is lijsten maken daarbij vooral de hoofdactiviteit naast nevenactiviteiten. In Noord-Brabant geldt daarentegen dat lijsten maken voor relatief weinig bedrijven de enige activiteit is. Zuid-Holland is daarbij de enige provincie waarin geldt dat lijsten maken voor de meeste bedrijven niet meer dan een nevenactiviteit is.



Vervolgens zijn in figuur 1.4.3 de activiteiten van de bedrijven geanalyseerd per toekomstverwachting van het bedrijf (figuur 1.3.2).

Figuur 1.4.3

Ondernemers die in komende vijf jaar stoppen als lijstenmaker / afstand doen van bedrijf (N=130)



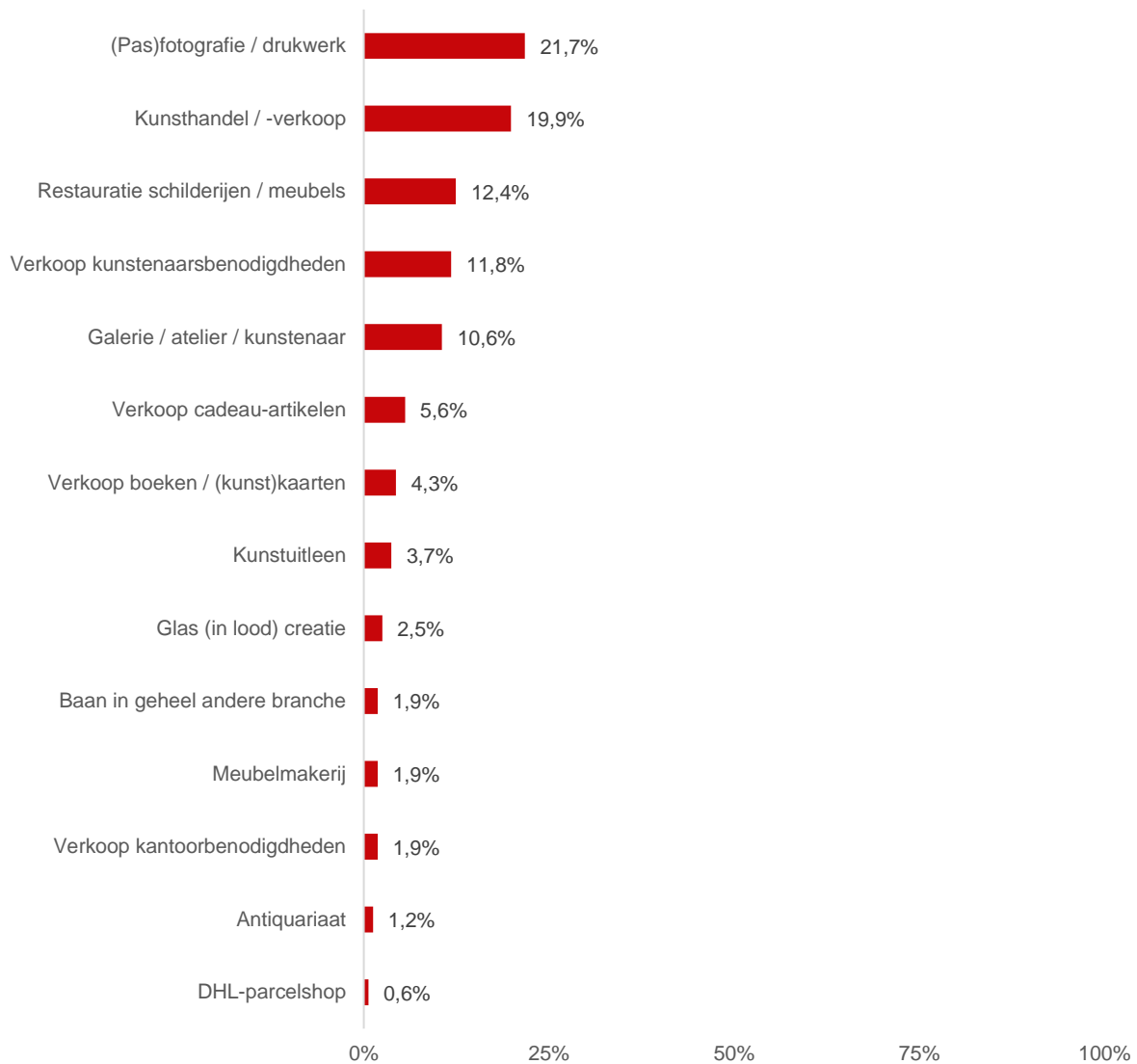
Voor geen van de bedrijven die lijsten maken als enige activiteit kennen, verwacht de ondernemer dat het bedrijf over vijf jaar niet meer bestaat.



Wanneer is aangegeven dat lijsten maken niet de enige activiteit is die wordt uitgevoerd en waaruit (derhalve) omzet wordt vergaard (76,8%), is gevraagd de andere activiteit(en) te specificeren. Van de gegeven antwoorden is vervolgens een clustering gemaakt, welke staat weergegeven in figuur 1.4.4.

Figuur 1.4.4

Andere activiteiten die lijstenmakers uitvoeren (N=142)



Voor de meeste bedrijven die ook andere activiteiten uitvoeren naast lijsten maken, geldt dat deze activiteiten verband houden met het lijsten maken. Zo houdt 19,9% van deze bedrijven zich bezig met kunsthandel / verkoop van kunst, terwijl relatief veel bedrijven zich bezighouden met de restauratie van schilderijen / meubels, of met de verkoop van kunstenaarsbenodigdheden. Daarbij is een groep ondernemers zelf kunstenaar, en / of hebben zij een galerie / atelier. Interessant is tevens dat 21,7% van deze bedrijven zich bezighoudt met (drukwerk van) (pas)fotografie.

Vervolgens is ondernemers gevraagd welk deel van de totale omzet van het bedrijf voortkomt uit lijsten maken, en welk deel uit 'andere activiteiten'. Wanneer lijsten maken de enige activiteit is van een bedrijf (23,2%) is de vraag niet aan de ondernemer gesteld, en de omzet vanuit lijsten maken automatisch als 100,0% in de data opgenomen (figuur 1.4.5).

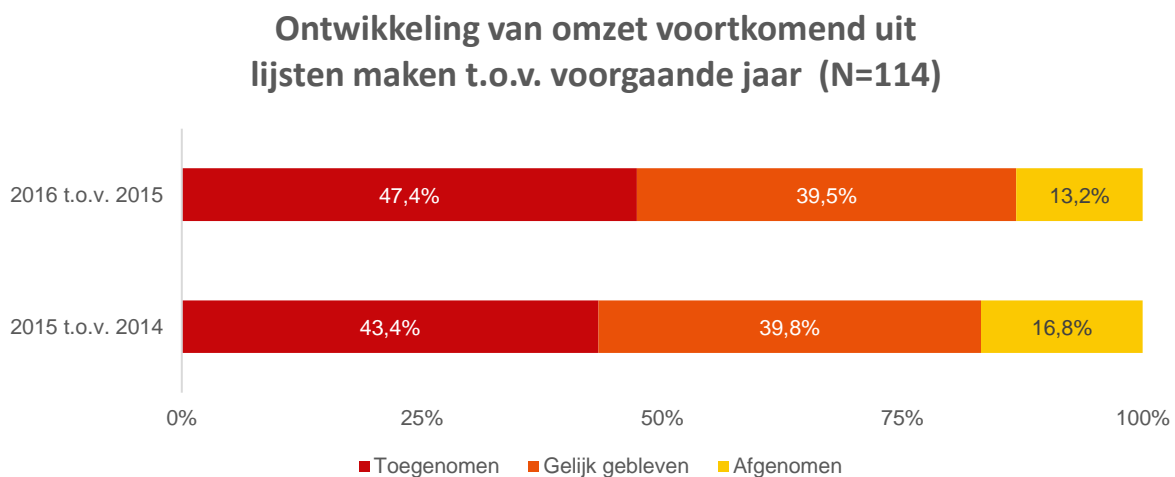
Figuur 1.4.5



Wanneer de omzet van alle bedrijven waarin lijsten worden gemaakt wordt samengenomen, volgt dat 50,5% voortkomt uit lijsten maken zelf.

Hierna is ondernemers gevraagd of zij konden aangeven hoe deze omzet zich in zowel 2015 als 2016 ten opzichte van het voorgaande jaar heeft ontwikkeld (figuur 1.4.6).

Figuur 1.4.6

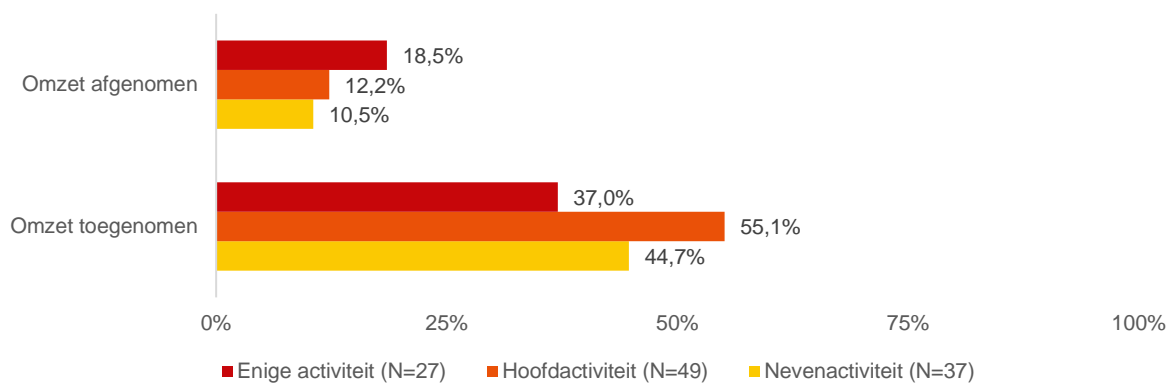


Gemiddeld genomen kan worden gesteld dat de omzet zowel in 2015 als 2016 is toegenomen ten opzichte van het jaar daarvoor, waarbij dit in 2016 zelfs nog iets meer het geval was dan in 2015. Slechts een minderheid zag de omzet van het bedrijf dalen.

Vervolgens is geanalyseerd of de ontwikkeling verschillend is geweest per type bedrijf, specifiek voor 2016 t.o.v. 2015 (figuur 1.4.7).

Figuur 1.4.7

Ontwikkeling van omzet uit lijsten maken in 2016 t.o.v. 2015

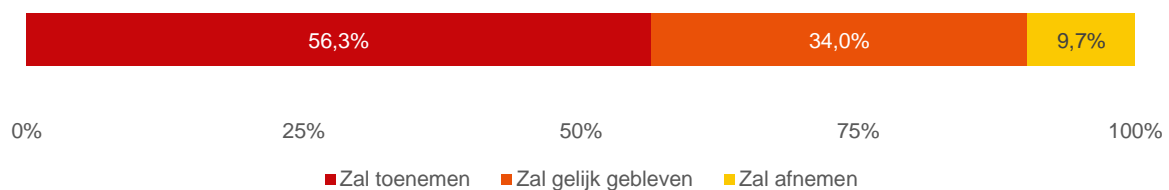


Duidelijk is dat de ontwikkeling van de omzet in 2016 het minst positief is geweest voor bedrijven die lijsten maken als enige activiteit hebben. Voor relatief minder van deze bedrijven is de omzet toegenomen, terwijl tevens geldt dat voor relatief meer bedrijven de omzet is afgenomen.

Hierna is ondernemers gevraagd in te schatten of hun omzet voortkomend uit lijsten maken zal groeien in de komende jaren (figuur 1.4.8).

Figuur 1.4.8

Verwachte ontwikkeling van omzet voortkomend uit lijsten maken in de komende jaren (N=103)

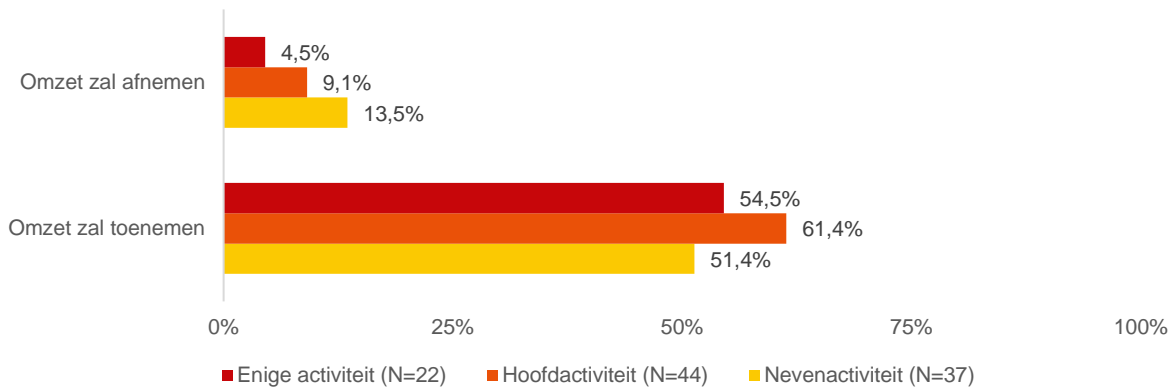


Meer dan de helft van de ondernemers verwacht dat hun omzet de komende jaren zal toenemen. Daarmee is de verwachting positief en wordt tevens verwacht dat de stijging van omzet die zich (op basis van figuur 1.4.6) heeft ingezet, zich ook door zal zetten.

Ook de verwachte omzet voortkomend uit lijsten maken in de komende jaren is hierna geanalyseerd per type bedrijf (figuur 1.4.9).

Figuur 1.4.9

Verwachte ontwikkeling van omzet voortkomend uit lijsten maken in de komende jaren (N=103)

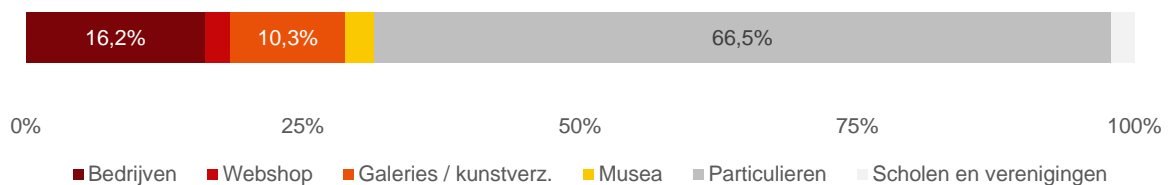


Waar uit figuur 1.4.7 bleek dat ondernemers van bedrijven waarvoor lijsten maken de enige activiteit is relatief wat minder een toegenomen omzet hebben ervaren in 2016, heeft deze groep wel het meeste vertrouwen in de komende jaren wat omzet betreft. Een relatief grote groep ziet de omzet toenemen, terwijl een relatief kleine groep de omzet ziet afnemen.

Vervolgens is ondernemers gevraagd aan te geven welk aandeel verschillende klantgroepen innemen in de omzet van het bedrijf (figuur 1.4.10).

Figuur 1.4.10

Aandeel die klantgroepen innemen in omzet (N=118)



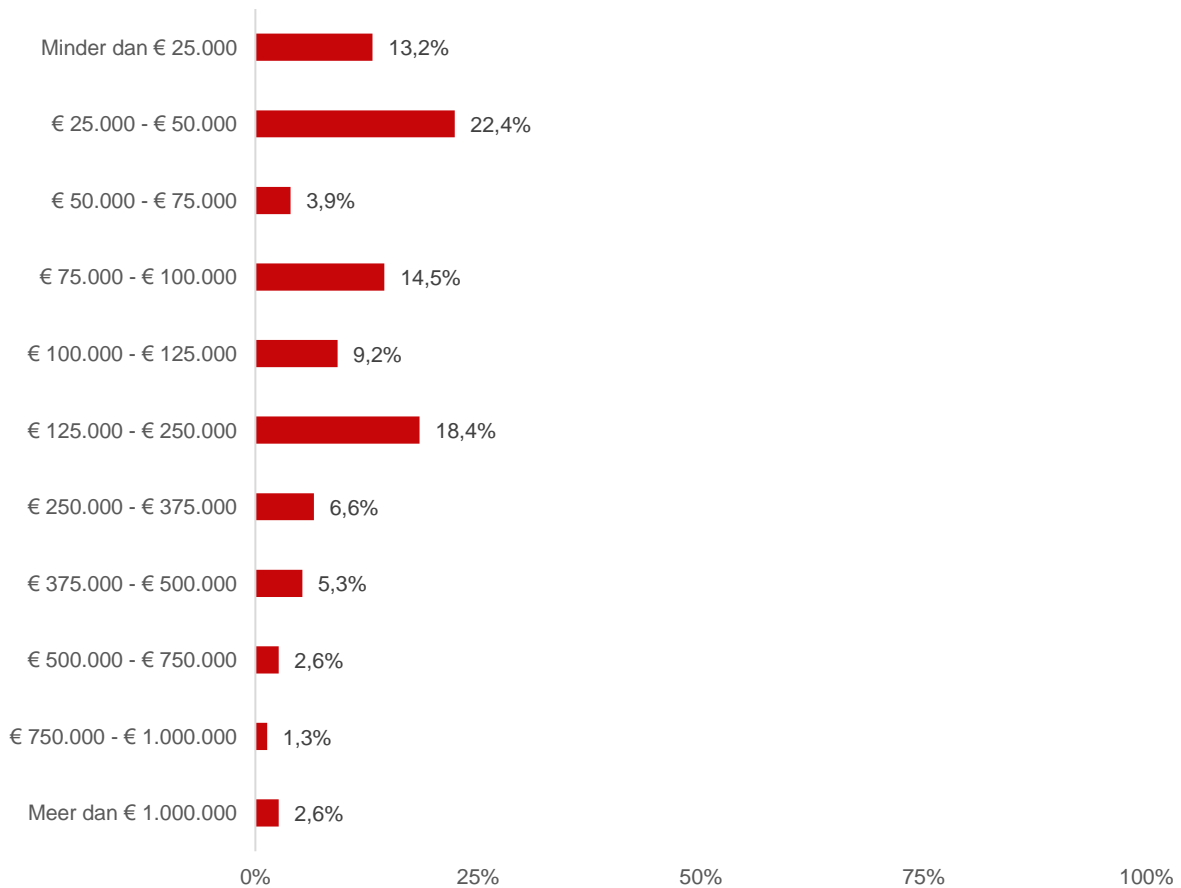
Zo'n twee-derde van de omzet van bedrijven komt voort uit verkoop aan particulieren (66,5%). Overige omzet komt vooral voort uit verkoop aan bedrijven en galeries / kunstverzamelaars.



Tot slot is ondernemers gevraagd aan te geven binnen welke marge de totale omzet van het bedrijf in 2015 viel. De totale omzet is inclusief eventuele nevenactiviteiten, en exclusief btw en eventueel uitbesteed werk (figuur 1.4.11).

Figuur 1.4.11

**Gemiddelde totale omzet van bedrijven in 2015,
inclusief eventuele nevenactiviteiten
en exclusief btw en eventueel uitbesteed werk (N=76)**



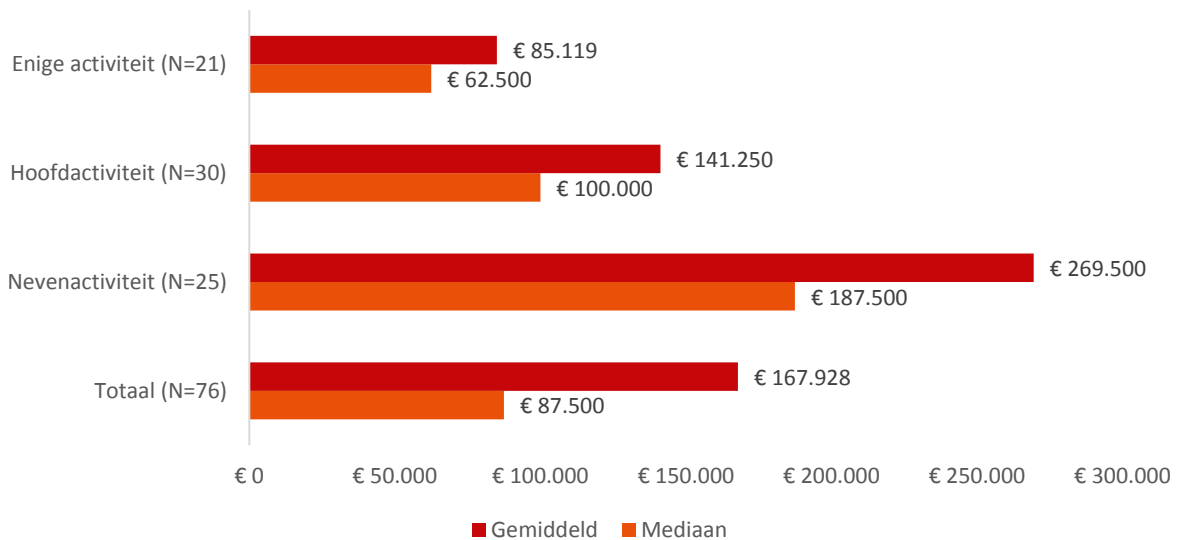
Meer dan de helft van de bedrijven heeft in 2015 een totale omzet tot maximaal € 100.000 gerealiseerd (54,0%). Voor meer dan een derde van de bedrijven geldt dat een omzet is gerealiseerd van minder dan € 50.000 (35,5%).



Wanneer het gemiddelde van elk antwoord wordt berekend, waarbij het antwoord ‘€ 25.000 - € 50.000’ bijvoorbeeld gelijk wordt gesteld aan een bedrag van € 37.500, kan de gemiddelde omzet van een bedrijf met lijstenmakeractiviteiten worden berekend over 2015. In figuur 1.4.12 en figuur 1.4.13 is naast het gemiddelde, ook de mediaan berekend. De mediaan is het middelste bedrag wanneer alle bedragen van laag naar hoog onder elkaar worden gezet. Op deze manier wordt voorkomen dat extreme antwoorden (de zogeheten *outliers*) van invloed zijn.

Figuur 1.4.12

Gemiddelde / mediaan totale omzet in 2015, inclusief evt. nevenactiviteiten en exclusief btw en evt. uitbesteed werk (N=76)

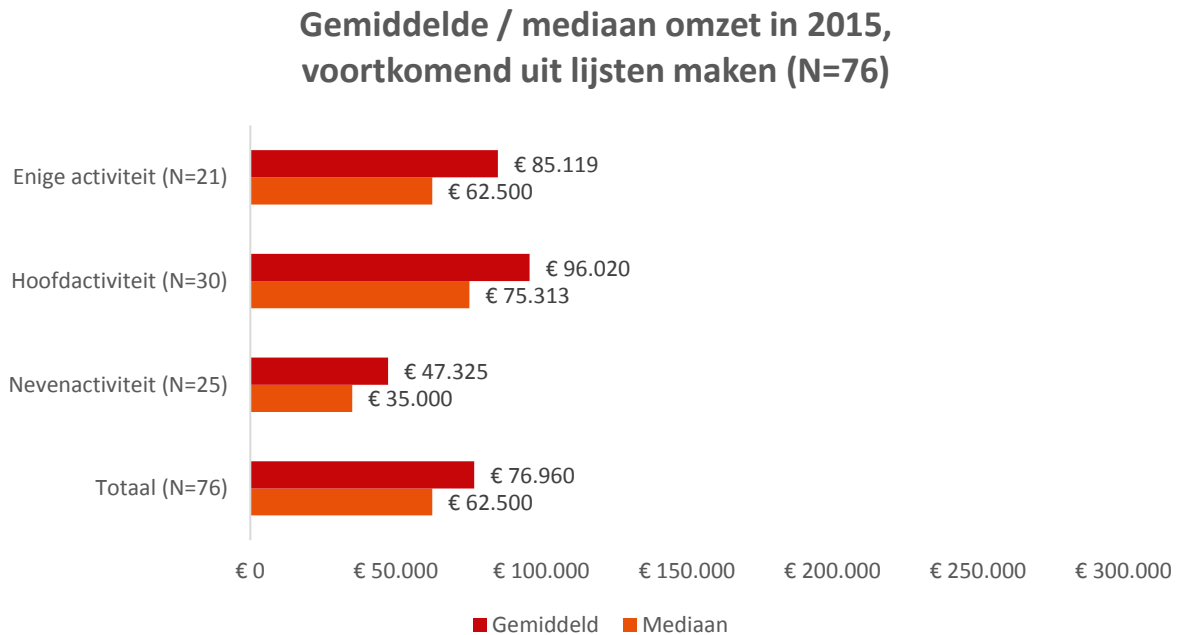


Bedrijven waarvoor lijsten maken een nevenactiviteit is, kenden in 2015 de hoogste omzet. Bedrijven waarvoor lijsten maken de enige activiteit is, kenden relatief de laagste omzet in 2015.



Gebruikmakende van de data die ook zijn gebruikt in figuur 1.4.5, waarin staat weergegeven welk aandeel van de totale omzet voortkomt uit lijsten maken, is de gemiddelde omzet (en mediaan) van bedrijven berekend die voortkomt uit lijsten maken (figuur 1.4.13).

Figuur 1.4.13



Duidelijk is dat bedrijven die lijsten maken wel als hoofdactiviteit hebben maar hiernaast ook nevenactiviteiten uitvoeren, een flink deel van hun omzet uit deze nevenactiviteiten halen.



2. Werkzaamheden

In dit hoofdstuk wordt dieper ingegaan op de werkzaamheden van de lijstenmaker die worden uitgevoerd door bedrijven. Tevens wordt onderzocht of, en zo ja welke, werkzaamheden eventueel in aanmerking zouden komen voor outsourcing (uitbesteding).

2.1 Uitgevoerde werkzaamheden

In figuur 1.4.5 bleek reeds dat de omzet van bedrijven die lijsten maken voor bijna de helft voortkomt uit andere activiteiten dan lijsten maken zelf (49,5%). Derhalve is gevraagd hoeveel procent van de tijd in een gemiddelde werkweek wordt besteed aan het ambacht van de lijstenmaker en hieraan verwante zaken door zowel de ondernemer(s) als eventuele medewerkers. De antwoorden zijn gecategoriseerd in figuur 2.1.1.

Figuur 2.1.1



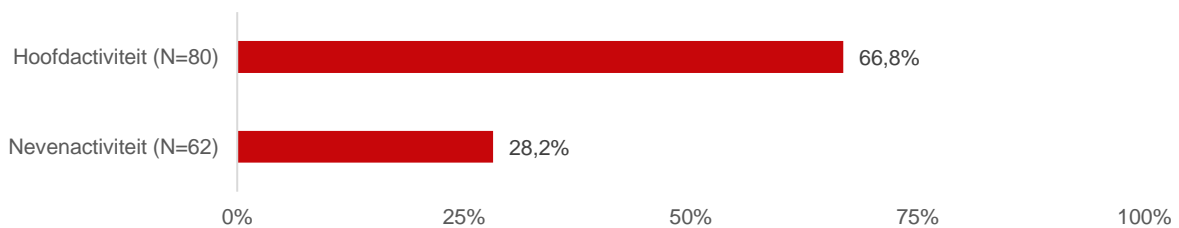
Van alle beschikbare tijd binnen alle bedrijven wordt gemiddeld 61,8% besteed aan lijsten maken. Binnen 57,1% van de bedrijven wordt in een gemiddelde werkweek meer dan de helft van de tijd besteed

aan lijsten maken. Bedrijven waarin alle beschikbare tijd aan lijsten maken wordt besteed (23,4%), zijn de bedrijven waarvoor lijsten maken ook de enige activiteit is.

Het is derhalve interessant te onderzoeken welk aandeel van de tijd in een gemiddelde werkweek wordt besteed aan lijsten maken door de andere typen bedrijven (figuur 2.1.2).

Figuur 2.1.2

Aandeel van tijd die wordt besteed aan lijsten maken in gemiddelde werkweek, per type bedrijf (N=142)

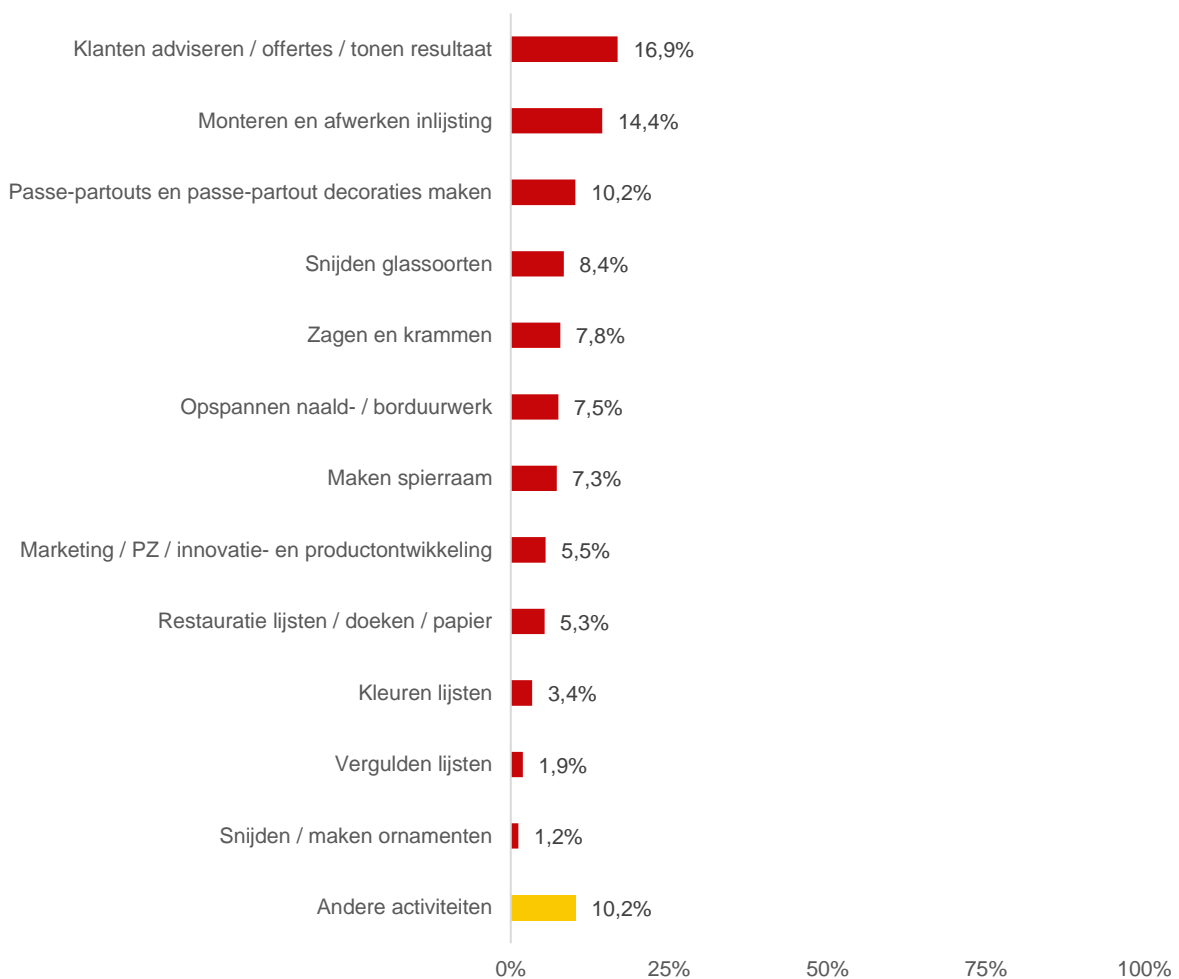


Wanneer een bedrijf lijsten maken wel als hoofdactiviteit onderscheidt, maar ook nevenactiviteiten uitvoert, wordt gemiddeld twee-derde van de tijd besteed aan lijsten maken. Wanneer lijsten maken een nevenactiviteit is, wordt slechts net iets meer dan een kwart van de tijd besteed aan lijsten maken.

Hierna is gevraagd de uitgevoerde lijstenmakeractiviteiten te specificeren. Wanneer de lijstenmakeractiviteiten in een gemiddelde werkweek gelijk zouden worden gesteld aan 100,0%, is gevraagd dit percentage te verdelen over twaalf voorgeselecteerde activiteiten, waarbij tevens aan percentage toegekend kon worden aan een 'andere' activiteit. Hiermee schetst figuur 2.1.3 de gemiddelde werkweek van een gemiddeld bedrijf op het gebied van lijsten maken.

Figuur 2.1.3

Aandeel van totale uren per week die worden besteed aan verschillende activiteiten van de lijstenmaker (N=158)



Wanneer specifiek naar activiteiten van de lijstenmaker wordt gekeken, volgt dat de meeste tijd in een gemiddelde werkweek wordt besteed aan contact met de klant. Hierin kan het gaan om advies, het tonen van resultaat, maar ook om het opstellen van een offerte. Wanneer daadwerkelijk naar het ambacht van de lijstenmaker wordt gekeken, volgt dat vooral aan het monteren en afwerken van de inlijsting tijd wordt besteed.

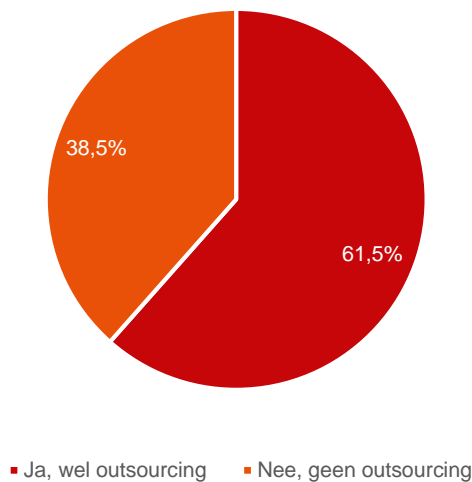


2.2 Outsourcing van werkzaamheden

Gevraagd is of men het voor zich ziet dat bepaalde activiteiten van de lijstenmaker door outsourcing (uitbesteding) ook door een derde partij uitgevoerd zouden kunnen worden (figuur 2.2.1).

Figuur 2.2.1

Mogelijkheid tot outsourcing van bepaalde activiteiten van de lijstenmaker (N=142)

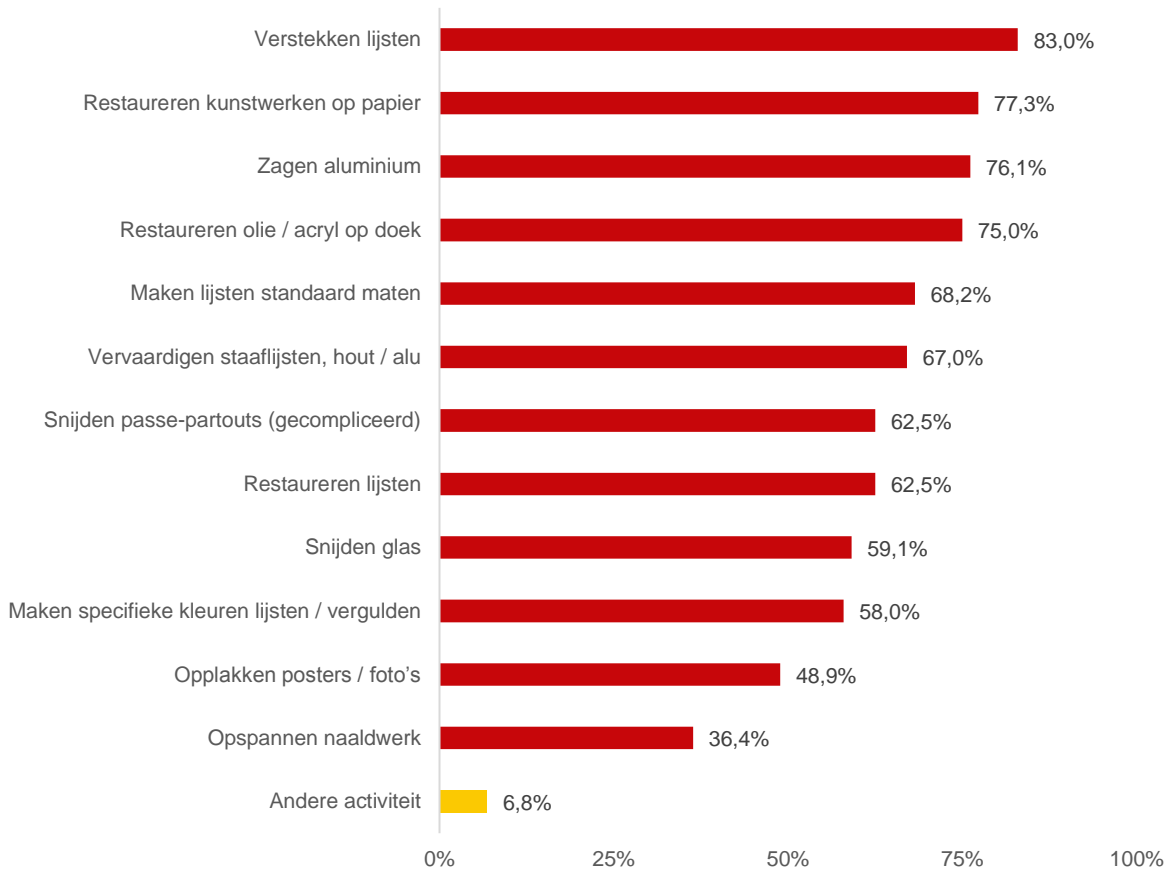


Bijna twee-derde van de lijstenmakers kan zich voorstellen dat bepaalde activiteiten van de lijstenmaker in aanmerking zouden komen voor outsourcing.

Wanneer outsourcing mogelijk wordt geacht (61,5%), is gevraagd welke activiteiten hiervoor geschikt zouden zijn. Aangezien meerdere activiteiten gekozen konden worden, sommeren de percentages in figuur 2.2.2 niet tot 100,0%.

Figuur 2.2.2

Activiteiten die geschikt zouden zijn voor outsourcing (N=88)



Met name het verstekken van lijsten, het restaureren van kunstwerken op papier en op olie / acryl, en het zagen van aluminium zouden volgens lijstenmakers uitbesteed kunnen worden. Het opspannen van naaldwerk zou zich hier daarentegen beduidend minder voor lenen.



De ‘andere’ activiteiten die uitbesteed zouden kunnen worden volgens lijstenmakers (6,8%), zijn vervolgens gespecificeerd en staan weergegeven in tabel 2.2.3.

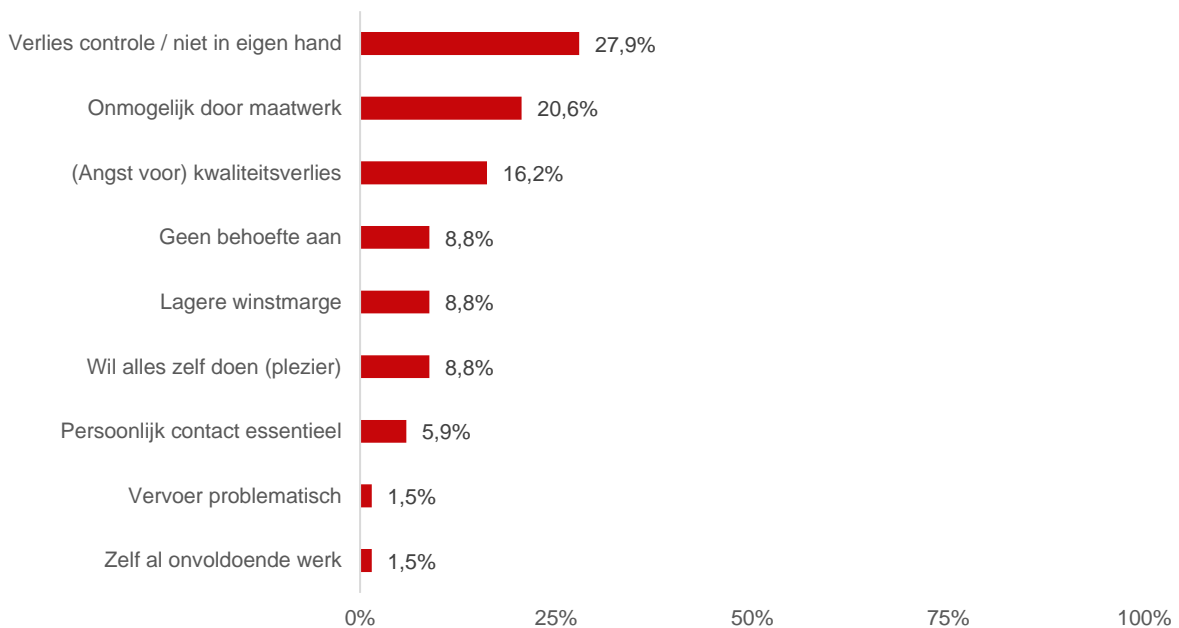
Tabel 2.2.3

Andere activiteiten die door derde partij uitgevoerd kunnen worden
Alles wat ik zelf niet kan, hetzij omdat ik er de machines niet voor heb, hetzij omdat ik er geen tijd voor heb.
In principe is alles uit te besteden, al is het maar aan een collega of groothandel. In de praktijk besteden we alleen het restaureren van papier en olieverfdoeken uit.
Krammen van lijsten.
Schaven van profielen, soms witten / gronderen van profielen, perspex stofkappen, spuitwerk en metaalwerk.

Wanneer werd aangegeven dat outsourcing juist niet mogelijk wordt geacht (38,5%), is gevraagd aan te geven waarom dit niet mogelijk is. Van alle antwoorden is een clustering gemaakt, welke staat weergegeven in figuur 2.2.4.

Figuur 2.2.4

Reden waarom activiteiten van de lijstenmaker niet geschikt zijn voor outsourcing (N=55)



Het grootste bezwaar dat wordt aangedragen tegen het uitbesteden van activiteiten van de lijstenmaker, is het verlies van controle over de werkzaamheden. Dit wordt door meer dan een kwart van de lijstenmakers die geen heil zien in uitbesteding genoemd. Tevens wordt gesteld dat het überhaupt niet mogelijk is omdat hiervoor teveel sprake is van maatwerk, terwijl ook specifiek wordt gezegd dat men bang is voor kwaliteitsverlies.



3. Personeel

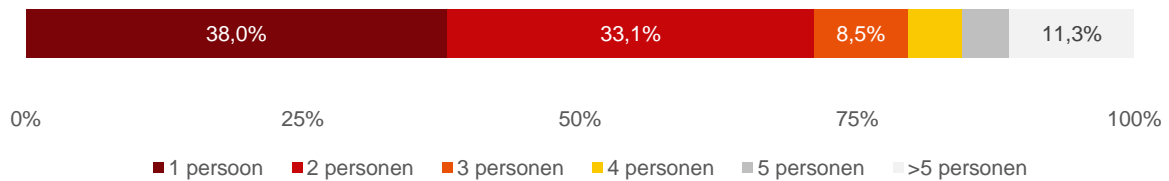
In dit hoofdstuk wordt onderzoek gedaan naar de mensen die werkzaam zijn in de bedrijven die werkzaamheden uitvoeren van de lijstenmaker. Het gaat hierin zowel om de ondernemer zelf, als om eventuele werknemers.

3.1 Aantal personen in bedrijf

Eerst is gevraagd hoeveel mensen er in het bedrijf werkzaam zijn (figuur 3.1.1).

Figuur 3.1.1

Aantal werkzame personen binnen bedrijf (N=142)

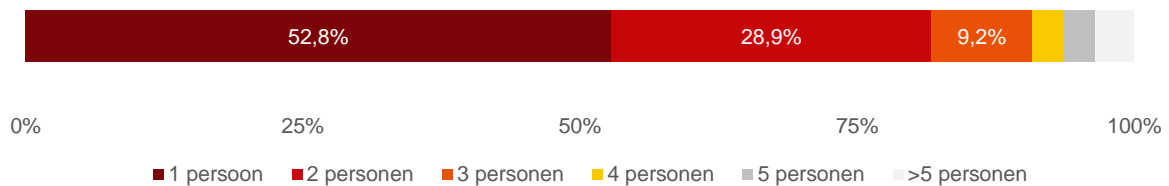


In het merendeel van de bedrijven zijn meerdere personen werkzaam (62,0%).

Hierna is gevraagd hoeveel mensen die in het bedrijf werkzaam zijn ook daadwerkelijk activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren (figuur 3.1.2).

Figuur 3.1.2

Aantal werkzame personen binnen bedrijf die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren (N=142)



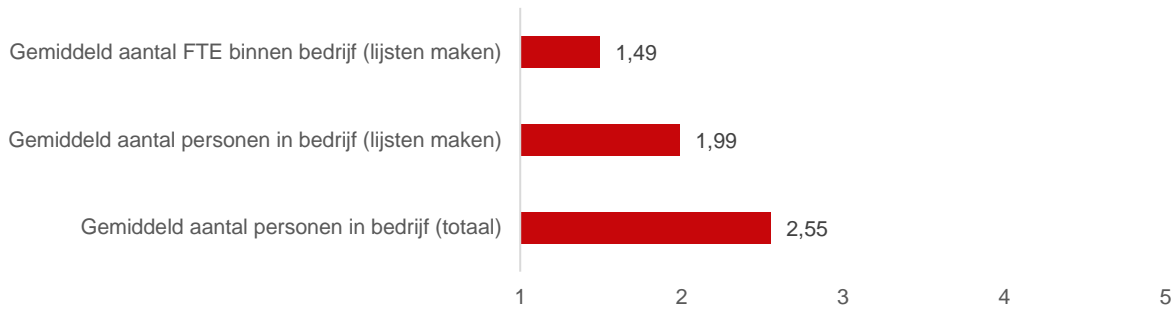
Wanneer zuiver naar personen wordt gekeken die ook activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren, volgt dat in net iets meer dan de helft van de bedrijven 1 persoon deze activiteiten uitvoert.



Vervolgens zijn de gemiddelden van de niet-gecategoriseerde antwoorden berekend, terwijl ook is gevraagd hoeveel FTE werkzaam zijn in het bedrijf. Hierbij is uitgegaan van de situatie waarin 1 FTE gelijkstaat aan 40 arbeidsuren per werkweek (figuur 3.1.3).

Figuur 3.1.3

Gemiddeld aantal FTE binnen bedrijven (N=142)



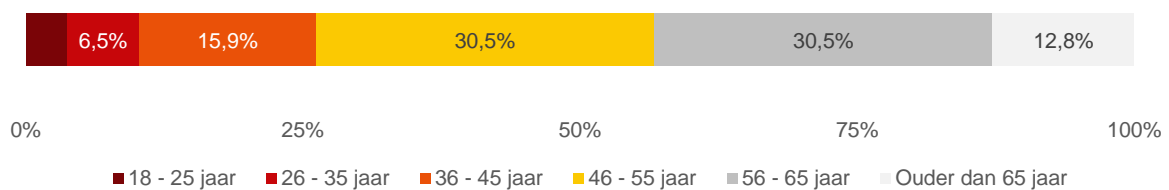
Gemiddeld werken 2,55 personen in bedrijven die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren. Hiervan voeren gemiddeld 1,99 personen ook daadwerkelijk activiteiten van de lijstenmaker uit, terwijl zij gemiddeld goed zijn voor 1,49 FTE.

3.2 Profiel van personen in bedrijf

Eerst is gevraagd aan te geven in welke leeftijdscategorie de in het bedrijf werkzame personen vallen (inclusief de ondernemer) die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren (figuur 3.2.1).

Figuur 3.2.1

Leeftijd van werkzame personen binnen bedrijf die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren (N=142)



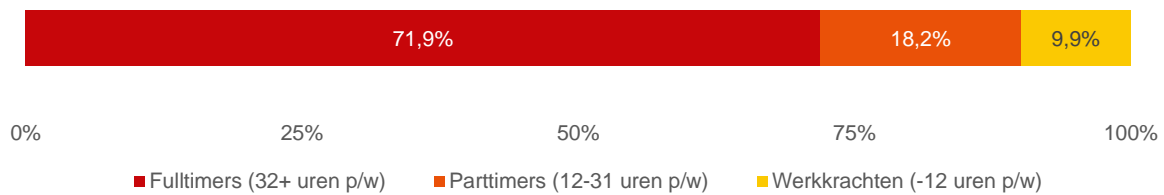
Ongeveer driekwart van de personen die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren, is ouder dan 46 jaar.



Er vanuit gaande dat niet iedereen in het bedrijf die activiteiten van de lijstenmaker uitvoert een fulltime dienstverband heeft, is gevraagd het dienstverband aan te geven van de verschillende personen. Wanneer een bedrijf enkel uit de ondernemer bestaat, is in figuur 3.2.2 uitgegaan van 1 fulltime dienstverband.

Figuur 3.2.2

Dienstverband van werkzame personen binnen bedrijf die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren (N=130)

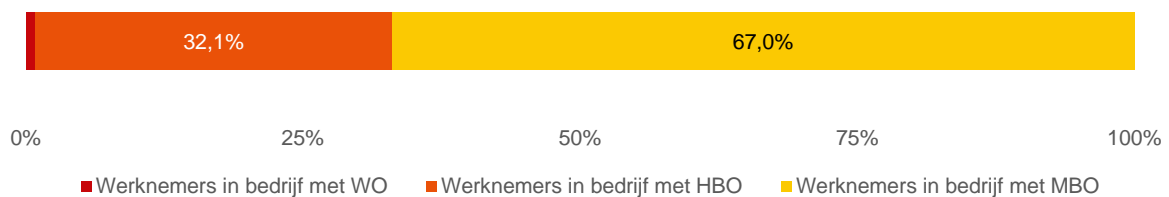


De meeste personen die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren, hebben een fulltime dienstverband (71,9%). Daarbij werkt 18,2% als parttimer, terwijl ongeveer 1 op de 10 lijstenmakers als werkkraacht beschouwd kan worden.

Vervolgens is ondernemers gevraagd aan te geven of hun medewerkers een vervolgopleiding hebben afgerond. Indien dit het geval is, is gevraagd op welk niveau deze opleiding is afgerond (figuur 3.2.3).

Figuur 3.2.3

Verdeling tussen vervolgopleidingen binnen bedrijf van werknemers die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren (N=54)



Als werknemers een vervolgopleiding hebben gedaan na de middelbare school, gaat dit over het algemeen om een opleiding op MBO-niveau (67,0%).



Gevraagd is te specificeren welke opleiding werknemers hebben gevolgd (tabel 3.2.4).

Tabel 3.2.4

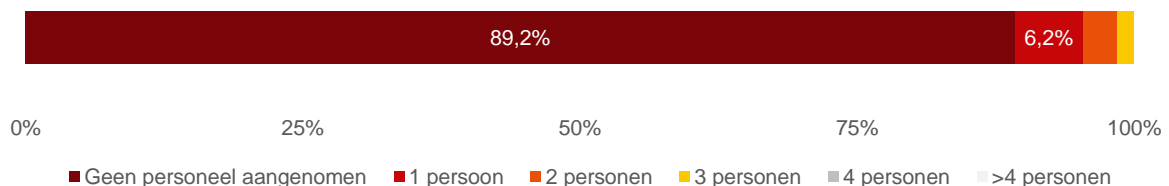
Niveau	Specifieke opleiding van werknemers die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren
WO	Scheikunde
HBO	Kunstacademie (3x)
	Small Business (2x)
	Docent Beeldende vormgeving
	HEAO
MBO	Hout & Meubileringscollege (6x)
	Middelbare Detailhandelschool, Nimeto (beiden 2x)
	Ambacht & Detail
	Assurantiën
	Beroepsopleiding CIBAP
	Design
	Fotografie
	Hout, Meubel & Interieur
	Meubelstofferen
	Verpleegkunde

3.3 Verloop van personen in bedrijf

Ondernemers is gevraagd aan te geven of in 2015 en 2016 nieuw personeel is aangenomen, en zo ja om hoeveel personen dit ging (figuur 3.3.1).

Figuur 3.3.1

Aantal aangenomen personen in 2015 - 2016 (N=130)

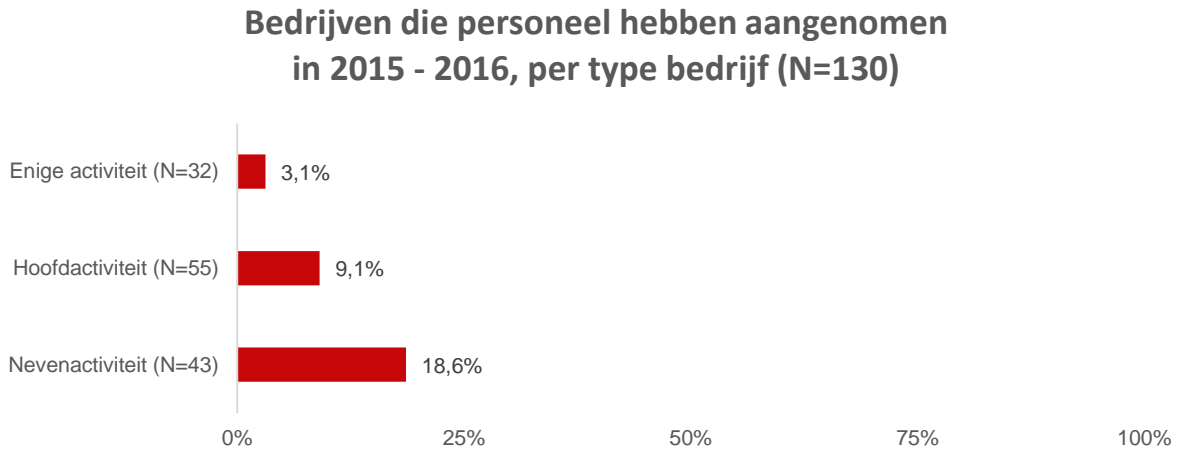


Verreweg de meeste bedrijven hebben in 2015 - 2016 geen personeel aangenomen (89,2%).



Ondanks dat de meeste bedrijven geen personeel hebben aangenomen in 2015 - 2016, is onderzocht of hierin verschil bestaat tussen de typen bedrijven (figuur 3.3.2).

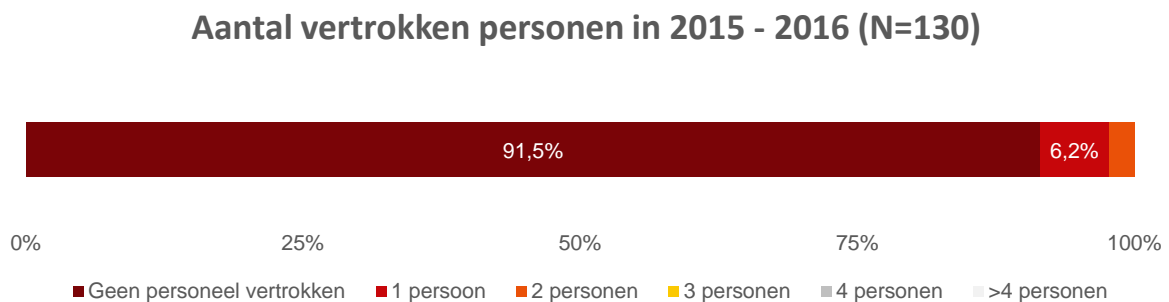
Figuur 3.3.2



Bedrijven die personeel hebben aangenomen in 2015 - 2016, zijn over het algemeen bedrijven waarvoor lijsten maken slechts een nevenactiviteit is. Van deze bedrijven heeft 18,6% minimaal 1 persoon aangenomen. Vrijwel geen van de bedrijven waarvoor lijsten maken de enige activiteit is, heeft in 2015 en 2016 personeel aangenomen (3,1%).

Ondernemers is hierna ook gevraagd aan te geven of in 2015 en 2016 personeel is vertrokken, en zo ja om hoeveel personen dit ging (figuur 3.3.3).

Figuur 3.3.3

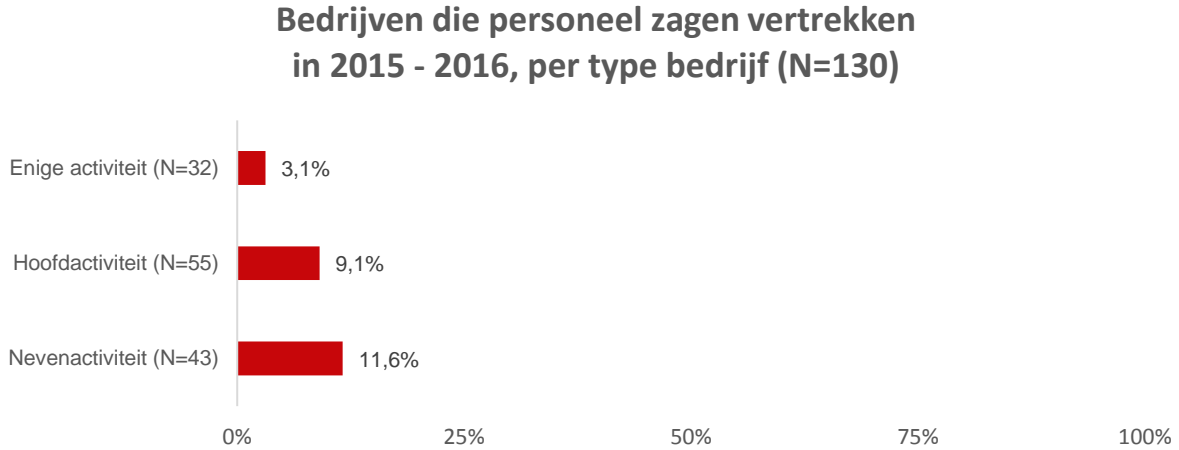


Waar slechts weinig bedrijven in 2015 en 2016 personeel hebben aangenomen, zijn ook bij weinig bedrijven mensen vertrokken.



Ook hier is vervolgens onderzocht of verschil bestaat tussen de typen bedrijven (figuur 3.3.4).

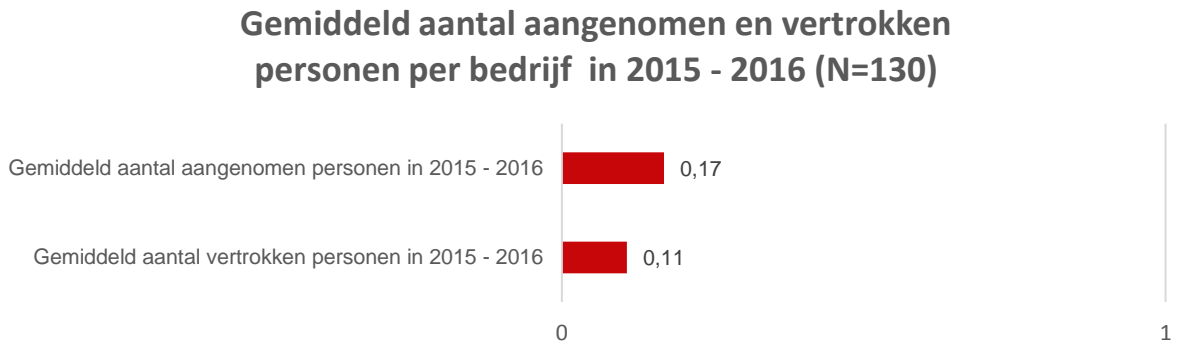
Figuur 3.3.4



Gelijk aan het aannemen van personeel (figuur 3.3.2), geldt dat vrijwel geen van de bedrijven waarvoor lijsten maken de enige activiteit is in 2015 en 2016 personeel zag vertrekken (3,1%).

Tot slot is berekend hoeveel personen per bedrijf gemiddeld zijn aangenomen en vertrokken (figuur 3.3.5).

Figuur 3.3.5



Gemiddeld werden per bedrijf net iets meer mensen aangenomen dan dat er vertrokken. Hieruit kan worden geconcludeerd dat de werkgelegenheid bij bedrijven die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren iets is gestegen. Er dient echter rekening gehouden te worden met het feit dat het om een zeer kleine stijging gaat.



4. Vacatures, vaardigheden & stageplekken

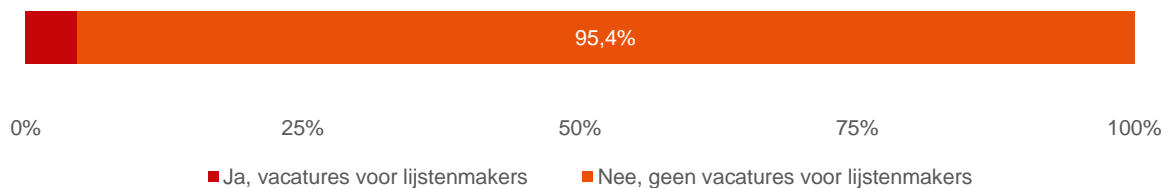
Na uiteenzetting van de huidige bezetting in de lijstenmakersbranche, wordt in dit hoofdstuk onderzocht in welke mate deze bezetting potentieel kan groeien op korte termijn. Naast vacatures van bedrijven en de bereidheid stageplekken aan te bieden, wordt tevens onderzocht waaraan een nieuwe lijstenmaker volgens ondernemers zou moeten voldoen.

4.1 Vacatures

Eerst is ondernemers gevraagd of zij de afgelopen zes maanden (tussen juli en december 2016) vacatures open hadden staan voor lijstenmakers in hun bedrijf (figuur 4.1.1).

Figuur 4.1.1

Openstaande vacatures voor lijstenmakers in de afgelopen zes maanden (N=130)

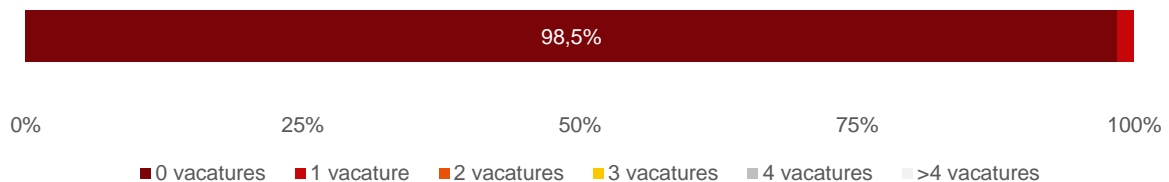


Verreweg de meeste lijstenmakers hebben de afgelopen zes maanden geen vacatures voor lijstenmakers gehad (95,4%).

Hierna is gevraagd aan ondernemers of zij ook op dit moment (medio tot eind december 2016) vacatures open hebben staan voor lijstenmakers in hun bedrijf (figuur 4.1.2).

Figuur 4.1.2

Aantal huidige vacatures voor lijstenmakers (N=130)



Vrijwel geen van de in het onderzoek opgenomen bedrijven heeft op dit moment vacatures openstaan. Er staan in totaal 3 vacatures open.



Voor deze vacatures geldt dat er **1 vacature ter vervanging** van een huidig personeelslid is, welke openstaat bij een **bedrijf waarvoor lijsten maken de enige activiteit is**. Deze vacature is voor een **beginnende lijstenmaker**.

Er zijn daarbij **2 vacatures ter uitbreiding** van het huidige personeel. Deze vacatures staan open bij zowel een **bedrijf waarvoor lijsten maken de enige activiteit is**, als bij een **bedrijf waarvoor lijsten maken de hoofdactiviteit is**. Ook deze vacatures zijn voor een **beginnende lijstenmaker**.

De 3 vacatures betekenen dat gemiddeld 0,023 vacatures openstaan per bedrijf in de steekproef.

Vervolgens is ondernemers gevraagd in welke mate zij problemen ondervinden / hebben ondervonden met het vinden van geschikte kandidaten voor openstaande vacatures, wanneer gekeken wordt naar reeds aanwezige vaardigheden voor het ambacht. Antwoord werd gegeven op een 5-punts Likertschaal, met een **gemiddelde van 3,15**. De percentuele verdeling van antwoorden staat in figuur 4.1.3.

Figuur 4.1.3

Ondervonden (verwacht) probleem met vinden van geschikte kandidaten voor openstaande vacatures (N=129)

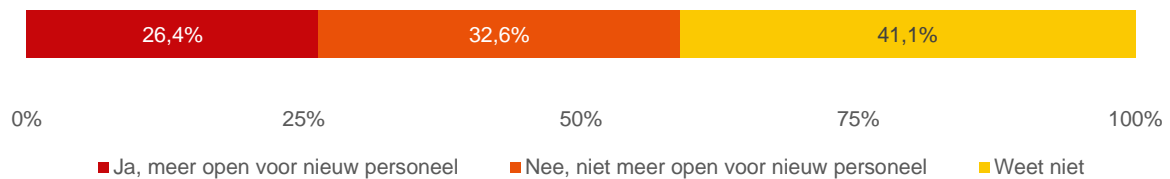


Van de ondernemers geeft bijna driekwart aan hier geen ervaring mee te hebben. De overige ondernemers ondervinden soms wel, en soms geen problemen. Zij zijn hier niet eenduidig in.

Op dit moment bestaat geen opleiding tot lijstenmaker. Derhalve is gevraagd of de ondernemer meer zou openstaan voor nieuw personeel in het bedrijf wanneer deze opleiding wél zou bestaan, en het daarmee verzekerd is van een basisniveau van deze instromende arbeidskrachten (figuur 4.1.4).

Figuur 4.1.4

Mate van openstaan voor nieuw personeel als specifieke opleiding tot lijstenmaker zou bestaan (N=129)



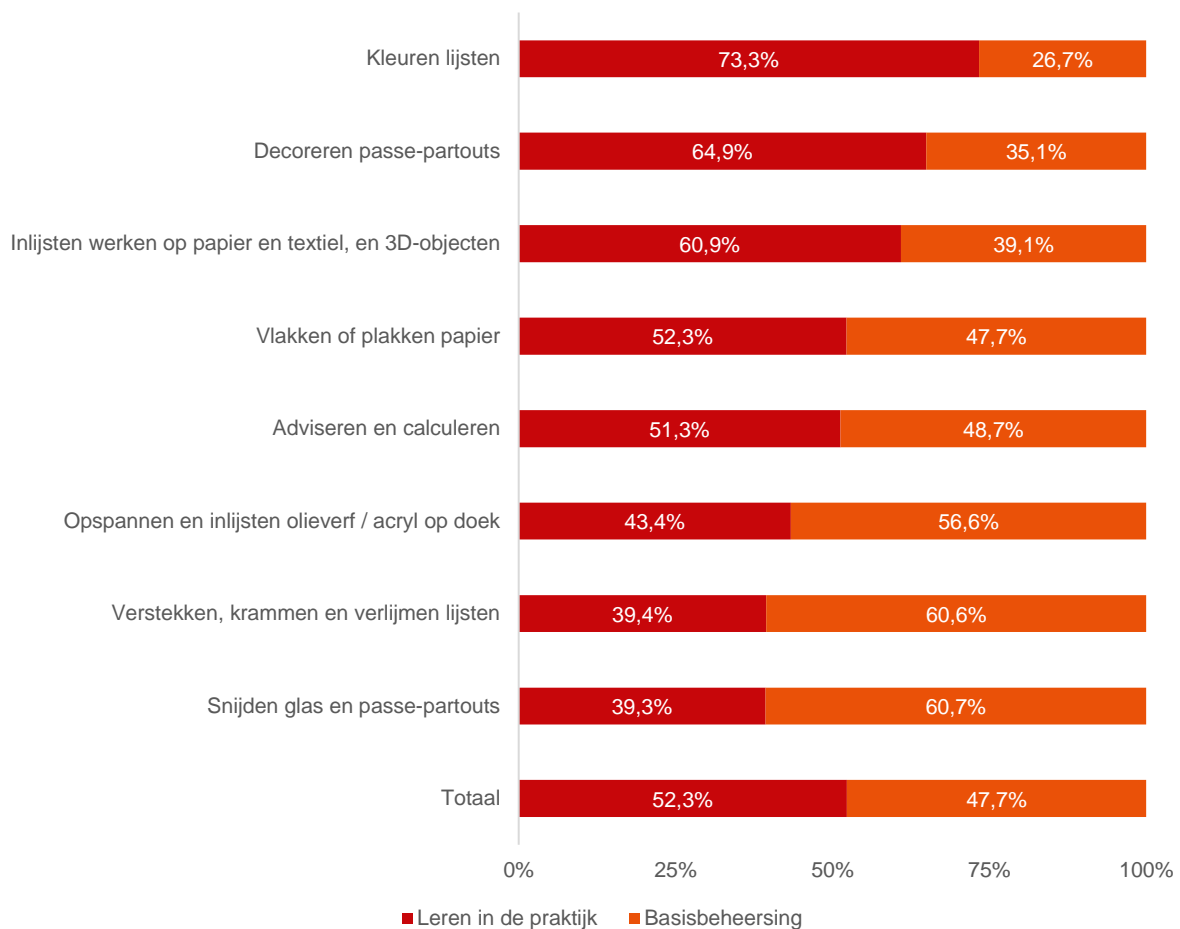
Iets meer dan een kwart van de ondernemers zou meer openstaan voor nieuw personeel wanneer een specifieke opleiding tot lijstenmaker zou bestaan. Wanneer wordt onderzocht of hierin verschil bestaat tussen ondernemers van verschillende typen bedrijven, volgt dat deze zijn te verwaarlozen.

4.2 Vaardigheden

Ondernemers is acht activiteiten van de lijstenmaker voorgelegd. Gevraagd is welke hiervan beheerst zouden moeten worden door een beginnende lijstenmaker (dus niet een stagiair) wanneer het in hun bedrijf zou beginnen, en welke activiteiten zij pas in de praktijk zouden kunnen leren (figuur 4.2.1).

Figuur 4.2.1

Verwachting van beheersen van activiteiten van de lijstenmaker door een beginner in het bedrijf (N=127)



Het kleuren van lijsten is volgens ondernemers typisch een vaardigheid die men pas leert beheersen in de praktijk. Hoewel in iets mindere mate, geldt dit ook voor het decoreren van passe-partouts, en het inlijsten van werken op papier en textiel, en van 3D-objecten. Het snijden van glas en passe-partouts en het verstekken, krammen, en verlijmen van lijsten, worden daarentegen veel meer gezien als vaardigheden die beginnende lijstenmakers in de basis dienen te beheersen.



Vervolgens is voor een negental activiteiten gevraagd of deze dusdanig uniek voor het ambacht van de lijstenmaker worden geacht, dat deze niet overeenkomen met de kennis en vaardigheden van andere beroepen / opleidingen. Ook kon aangegeven worden dat een 'andere' activiteit als zodanig wordt beschouwd (figuur 4.2.2).

Figuur 4.2.2

Activiteiten die dusdanig uniek worden geacht voor de lijstenmaker, dat deze niet overeenkomen met andere beroepen / opleidingen (N=125)



Het adviseren van klanten over conserverend inlijsten wordt door ondernemers over het algemeen gezien als iets dat uniek is voor de lijstenmaker. Dit is volgens meer dan driekwart van de ondernemers bij uitstek iets dat niet overeenkomst met activiteiten die binnen andere beroepsgroepen worden uitgevoerd, of bij opleidingen tot andere beroepen wordt onderwezen. De bestrijding van de boktor, houtworm en / of het zilvervisje, wordt daarentegen als enige van de genoemde activiteiten door een minderheid als uniek voor de lijstenmaker beschouwd.

Hierna is gevraagd om een eventueel ‘andere’ genoemde activiteit te specificeren (tabel 4.2.3).

Tabel 4.2.3

Andere activiteit die uniek wordt geacht voor de lijstenmaker
Algemene creatieve vaardigheden, waarbij persoonlijke benadering het product maakt.
Alle ervaring wordt bij ons in de praktijk geleerd, waarbij praktijkinzicht essentieel is.
Het belangrijkste is zéér nauwkeurig te kunnen werken en inzicht hebben. Dan komt de rest vanzelf!
Het technische inzicht hoe allerlei verschillende zaken / materialen / voorwerpen et cetera ingelijst moeten worden. En de esthetische visie die nodig is bij het adviseren.
Kleinere restauraties.
Kunsthistorisch besef van oude werken.
Restauratie en / of schoonmaken van olieverfschilderijen.
Reversibel (museaal) monteren van kunstwerken op papier.
Vergulden van papier / glas.
Verkoopadvisering op vakgebied.
Vervaardigen van diverse soorten passe-partouts.

Hierna is voor zeven vormen van kennis en / of vaardigheden aan ondernemers gevraagd of deze worden verwacht van instromende lijstenmakers die minimaal een HBO-opleiding hebben gevolgd. Ook hier kon een ‘andere’ vorm van kennis en / of vaardigheden worden genoemd (figuur 4.2.4).

Figuur 4.2.4

Specialistische kennis en vaardigheden die van HBO+ instromende lijstenmakers worden verwacht (N=125)



Voor alle genoemde kennis / vaardigheden geldt dat meer dan de helft van de ondernemers stelt dat deze van hoger opgeleide instromers (HBO+) wordt verwacht. Dit geldt met name voor het herkennen van technieken en materialen van een kunstwerk.

Tot slot is gevraagd de ‘andere’ vorm van kennis en / of vaardigheden te specificeren (tabel 4.2.5).

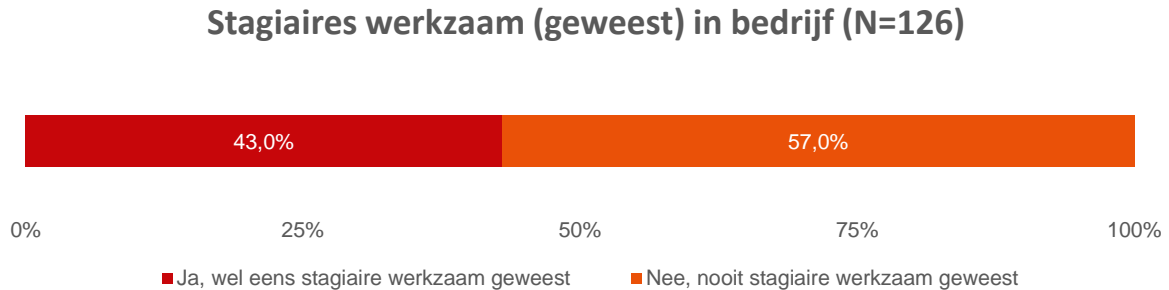
Tabel 4.2.5

Andere specialistische kennis / vaardigheid die van hoger opgeleide instromer wordt verwacht
Mensenkennis. (2x)
Commerciële vaardigheden
Communicatieve vaardigheden.
Creatief en snel denken over het inlijsten van een onverwacht product.
Creativiteit.
Een HBO-leerling gaat nooit in ons vak aan het werk!
Het beheersen van op zijn minst twee andere talen voor met name de expats, een rijbewijs voor het bezorgen van kunst, goede contactuele vaardigheden, kleurgevoel, en up-to-date zijn met de woontrends. Restauratie is een specialisme en dient ook door een erkend restaurator te worden uitgevoerd, en niet door een lijstenmaker
Hoofdzakelijk het adviseren. Restaureren is echt iets specifiek, wat met een restauratie-opleiding en veel kennis uitgevoerd kan worden. Als een lijstenmakerij dit ambieert moet degene niet voor alle drie de restauraties gaan, er kan meer fout gaan dan goed. Men moet dit zeker niet onderschatten.
Kleur- en stijlcombinatie, waarbij creatieve improvisatie noodzakelijk is.
Kunnen verkopen, empathie.
Materiaalkennis over hout, papier, lijmen, zuurvrij.
Praktische kennis opdoen in het werken met hout en gereedschappen. Zoals het verstekken, een sponning uitzagen / frezen, en meerhoekige lijsten verstekken. Vaak wordt vooral bij hogere opleidingen het praktische gedeelte veel te weinig aandacht gegeven. Terwijl dit eigenlijk de basis is.
Technische vaardigheden om allerlei soorten inlijstingen te kunnen maken.
Verkoopadviseringsvaardigheden.

4.3 Stageplekken

Ondernemers is eerst gevraagd of er wel eens een stagiaire werkzaam is geweest in hun bedrijf (figuur 4.3.1).

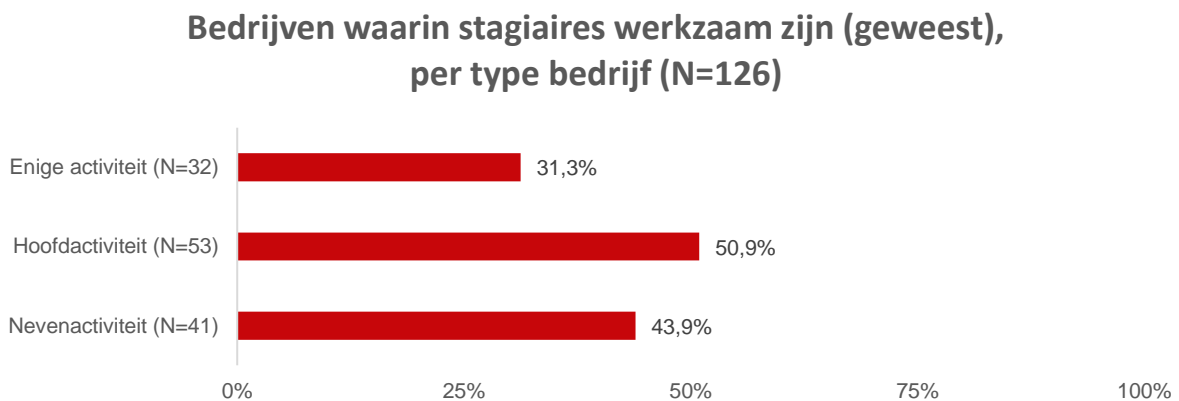
Figuur 4.3.1



In meer dan de helft van de bedrijven is nog nooit een stagiaire werkzaam geweest (57,0%).

Onderzocht is vervolgens of hierin een verschil bestaat tussen de typen bedrijven (figuur 4.3.2).

Figuur 4.3.2



Meer dan de helft van de bedrijven waarvoor lijsten maken wel de hoofdactiviteit is, maar waar ook nevenactiviteiten worden uitgevoerd, heeft wel eens een stagiair in het bedrijf gehad. Voor bedrijven met lijsten maken als enige activiteit ligt dit percentage lager.



Aan ondernemers van bedrijven waar nooit een stagiaire werkzaam is geweest (57,0%), is gevraagd wat hier de reden voor is.

Deze redenen zijn vervolgens geclusterd, en staan als zodanig weergegeven in figuur 4.3.3.

Figuur 4.3.3

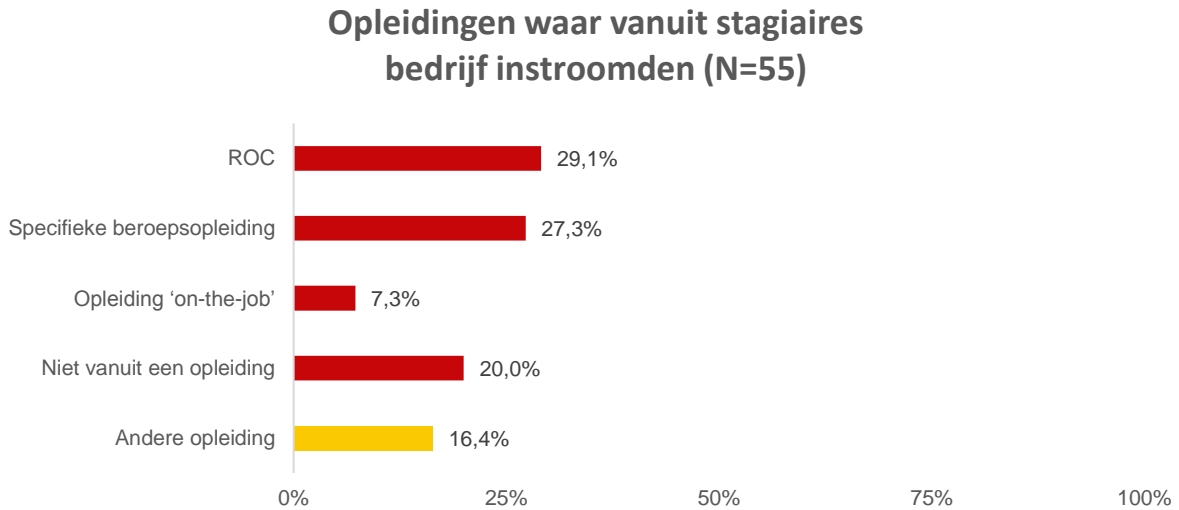


De belangrijkste redenen waarom nooit een stagiair werkzaam is geweest in het bedrijf, zijn enerzijds het gebrek aan behoefte, en anderzijds het gebrek aan werk voor een mogelijke stagiair. Daar het een clustering van open antwoorden betreft, zal enigszins overlap bestaan tussen deze twee antwoorden. Opvallend genoeg stelt een relatief grote groep daarbij dat niemand zich ooit heeft aangeboden als stagiair, waarmee wordt geïmpliceerd dat het initiatief hiertoe per definitie bij de stagiair zelf ligt (16,9%).



Aan ondernemers van bedrijven waar wél stagiaires werkzaam zijn geweest (43,0%), is gevraagd vanuit welke opleiding zij instroomden (figuur 4.3.4).

Figuur 4.3.4



De meeste stagiaires stroomden in vanuit een opleiding aan een ROC. In tabel 4.3.5 staan de 'andere' opleidingen (16,4%) gespecificeerd.

Tabel 4.3.5

Andere opleiding waaruit stagiaire bedrijf instroomde
Nimeto in Utrecht, St. Lucas in Boxtel (beiden 2x)
Design & styling
Detailhandel
HMC
Lentis in Groningen (GGZ)
LTS
Middelbare school
Verkoopopleiding
Via Art-Frame
VMBO kader

Ondernemers van bedrijven waar wél stagiaires werkzaam zijn geweest, is tevens gevraagd hoe lang geleden voor het laatst een stagiaire werkzaam is geweest in het bedrijf (figuur 4.3.6).

Figuur 4.3.6

Voor het laatst stagiaire werkzaam in bedrijf (N=55)



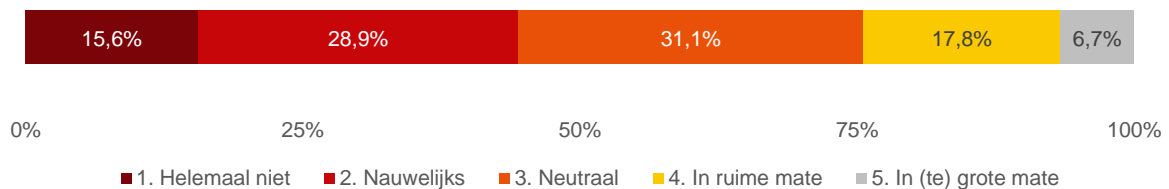
Voor de meeste bedrijven die wel eens een stagiaire hebben gehad, was dit korter dan twee jaar geleden het geval. Bij 14,5% van deze bedrijven is op dit moment een stagiaire werkzaam.

Bij geen van de bedrijven waarvoor lijsten maken de enige activiteit is, is hoe dan ook op dit moment een stagiaire werkzaam.

Aan ondernemers voor wie het maximaal vijf jaar geleden is dat zij een stagiaire in hun bedrijf hadden werken, is hierna gevraagd of zij kunnen inschatten in welke mate het intern opleiden van een stagiaire ten koste gaat van de eigen werkzaamheden / omzet. Antwoord werd gegeven op een 5-punts Likertschaal, met een **gemiddelde van 2,71**. De percentuele verdeling van antwoorden staat in figuur 4.3.7 weergegeven.

Figuur 4.3.7

Ingeschatte kans dat intern opleiden van stagiaire ten koste gaat van eigen werkzaamheden / omzet (N=45)



Ondernemers zijn weinig eensgezind wat betreft hun inschatting over het ten koste gaan van de eigen werkzaamheden / omzet door de aanwezigheid van een stagiaire.



Aan ondernemers die wel ervaring hebben met een stagiair in het bedrijf, maar voor wie dit meer dan vijf jaar geleden voor het laatst was (18,2%), is gevraagd of hier een aanwijsbare reden voor is. Voor precies 4 van deze 10 ondernemers is hier inderdaad een aanwijsbare reden voor (tabel 4.3.8).

Tabel 4.3.8

Reden dat afgelopen vijf jaar geen stagiaire werkzaam is geweest in bedrijf
Er is geen aanvraag-interesse geweest. Ik zou het ook niet meer doen, gezien de slechte ervaring.
Het is teveel gedoe. Het kost veel tijd om iemand alles te laten meeleven en doen.
Hoofdzak is nu de galerie en kunstuitleen, en dat is te specifiek. Hiervoor is kennis van kunst onontbeerlijk.
Ik heb geen zin in gezeur van personeel nadat in 2009 de laatste van 9 personeelsleden is vertrokken.

Hierna zijn de volgende hypothetische stagevoorwaarden geschetst:

Om in Nederland een beroepsopleiding te kunnen afronden is het noodzakelijk dat stage wordt gelopen in het specifieke vakgebied. De stagiair zal gedurende een aantal uur de verschillende aspecten van het vak moeten kunnen uitvoeren om vaardigheid en ervaring op te doen. Dit kan alleen succesvol zijn met een goede begeleiding in een lijstenmakerij. Een onkostenvergoeding voor de stagiair past daarbij.

Ondernemers is hierop gevraagd in welke mate zij het waarschijnlijk achten dat zij een dergelijke stageplek zouden aanbieden in hun bedrijf. Antwoord werd gegeven op een 5-punts Likertschaal, met een **gemiddelde van 2,38**. De percentuele verdeling van antwoorden staat in figuur 4.3.9.

Figuur 4.3.9

Ingeschatte kans dat stageplek als omschreven aangeboden zou worden in bedrijf (N=128)



Een minderheid van de ondernemers acht het (zeer) waarschijnlijk dat een stageplek als omschreven aangeboden zou worden in het bedrijf (20,3%). Meer dan de helft acht dit dan ook minimaal 'onwaarschijnlijk' (53,2%).



Vervolgens is elke ondernemer gevraagd zijn of haar antwoord middels een open antwoord toe te lichten (tabel 4.3.10 tot en met 4.3.14).

Tabel 4.3.10

Reden dat het 'zeer onwaarschijnlijk' wordt geacht dat stageplek wordt aangeboden
Mijn bedrijf is daar te klein voor. (4x)
Ik heb hier geen behoefte aan. (3x)
Ik heb hier geen tijd voor. (3x)
Ik heb hier niet genoeg werk voor. (2x)
Ben al 72 jaar en heb inmiddels te weinig werk om een stagiaire aan het werk te houden.
Ben nu 69 en kan het werk makkelijk alleen af.
Een stagiair zal dit bedrijf nooit over kunnen nemen.
Geen financiële vergoeding mogelijk.
Geen ruimte voor een stagiair,
Geld is geen motivatie, sommigen betalen ons zelfs.
Heb een slechte ervaring hiermee.
Het aantal te maken uren als lijstenmaker zou te minimaal zijn en een onkostenvergoeding geven is niet haalbaar.
Het einde van de lijstenmakerij is bij overname in zicht.
Het is een klein bedrijf met verschillende activiteiten.
Hier valt niet veel te leren en er komen toch geen nieuwe lijstenmakerijen bij!
Ik heb daar geen behoefte aan / plaats voor.
Ik heb daar geen ruimte en tijd voor. Ook niet voldoende werk.
Ik heb een eenmanszaak met zeer beperkte ruimte.
Ik heb veel te weinig klanten per week, soms geen klanten.
Ja zeker, wij runnen met z'n tweeën de lijstenmakerij en willen dit graag zo houden.
Kost te veel tijd (heb ik niet) en slechte ervaringen in het verleden.
Mijn bedrijf is te klein en ik ben zelf een nieuwkomer in het vak, dus ze hebben meer aan een ander.
Mijn leeftijd.
Na twintig jaar een galerie/lijstenmakerij te hebben gehad ben ik nu teruggevallen tot een atelier aan huis, en AOW. Dat is bij elkaar meer dan ik soms omzette in de lijstenmakerij.
Niet genoeg werk en ik wil zelf graag nog meer leren.
Te druk, kan geen extra tijd in anderen investeren.
We zijn een startend bedrijf en hebben daar op dit moment geen behoefte aan.



Tabel 4.3.11

Reden dat het 'onwaarschijnlijk' wordt geacht dat stageplek wordt aangeboden
Ik heb hier niet genoeg werk voor. (4x)
Bedrijf is te klein. Niet genoeg te leren voor een stagiair.
Er is te weinig ruimte op de huidige markt voor nieuwe lijstenmakers. Het gevaar van het opleiden van een concurrent, (met o.a. de kennis over prijzen, klantenkring etc.) is voor mij te groot. Hierbij spreek ik uit eerdere ervaringen.
Het onderdeel lijsten is te klein om een stagiair ervaring op te laten doen. Mijn kennis is ook onvoldoende om iemand goed te kunnen begeleiden.
Ik ben nu nog te klein om een stagiaire te begeleiden.
Ik heb een te klein bedrijf, dus het kan alleen als er een financiële vergoeding tegenover staat.
Ik heb hier geen behoefte aan.
Ik heb onregelmatig werk en dito werktijden. Als ik in het atelier werk, doe ik dat graag alleen en vlot.
Ik heb te weinig tijd om voldoende aandacht te geven. En wij kunnen niet zelf zagen en krammen, zodat bepaalde vaardigheden niet aangeleerd kunnen worden.
Mijn bedrijf is nog te jong, ik verwacht over een tweetal jaren dat het wel kan.
Mijn werkruimte is te klein, en ik heb te weinig tijd om iemand te begeleiden.
Omdat wij te weinig inlijstwerk hebben op dit moment om een interessante stageplek te kunnen bieden. Ook bestellen wij de meeste lijsten gemonteerd en verstekgezaagd, en hoeft het werk dus alleen maar te worden ingelijst. Dit is niet echt leerzaam voor een stagiair.
Te weinig capaciteit om goede begeleiding te geven.
Wegens bedrijfsbeëindiging.
Wij zullen binnen 5 jaar eventueel stoppen.

Tabel 4.3.12

Reden dat het 'niet waarschijnlijk, niet onwaarschijnlijk' wordt geacht dat stageplek wordt aangeboden
Dit is afhankelijk van de klik met de kandidaat. (2x)
Ik heb hier geen tijd voor. (2x)
Afhankelijk van drukte en de kandidaat zouden wij wel of niet hiervoor kiezen.
Als het bedrijf dan nog bestaat...
Als het gaat om een specifieke opleiding waarschijnlijk, maar gezien de gemiddelde 'instelling' onwaarschijnlijk.
Dat ligt aan diverse omstandigheden, zoals kosten, de hoeveelheid beschikbaar werk, mijn eigen conditie, etc.
De eerste stage zal waarschijnlijk pas actueel worden tegen de tijd dat we met pensioen gaan.
Dit is afhankelijk van de groei van het bedrijf.
Dit speelt pas bij wegvallen van de huidige werknemer.
Een stageplek voor een volledige werkweek zal niet gaan, wel bijvoorbeeld voor één dag in de week.
Er heeft zich nog nooit iemand als zodanig aangemeld.
Geen beloning in geld.
Het doorgeven van kennis en ervaring is mooi, maar mijn omzet/winst is eigenlijk te klein om een vergoeding te betalen.
Het hangt af van de tijd die we daar dan vrij voor kunnen maken.
Het is teveel gedoe met mensen die niet de echte kennis en creativiteit hebben.
Het ligt er aan of het drukker wordt. Want nu kan ik het meestal zelf aan.
Iemand moet bij ons veel meer kunnen dan alleen inlijsten.
Ik bekijk dit per geval.
Ik heb twee beginnende lijstenmakers 'op weg geholpen'. Zij hadden stad en land afgebeld voor hulp, maar lijstenmakers zijn kennelijk niet geneigd om kennis over te dragen uit angst voor een nieuwe concurrent in hun werkgebied.
Ik wil geen vergoeding betalen, want ze verbruiken materiaal en verknallen nog wel eens wat. Dus ze moeten de stage zien als leerplek en niet als baantje.
Omdat ik binnen afzienbare tijd de zaak wil beëindigen, en ik mede daarom mijn aandacht aan andere activiteiten moet geven.
Ons bedrijf is een eenmanszaak, waardoor een stagiair veel beslag zou leggen op mijn tijd. Het vak vergt veel specifieke vaardigheden.
Onwaarschijnlijk, omdat 80% van het lijstenmakersvak een vrij simpele vaardigheid betreft. Maar snel en met goede kwaliteit werken is een kwestie van mentaliteit.
Op basis van voldoende tijd voor begeleiding.
ROC vraagt geen stagevergoeding (LBO), maar een afscheidscadeau is waarschijnlijk.
Voor wat, hoort wat.
Zolang er niet voldoende inlijstwerk is, kan ik ook geen stagiaire begeleiden. Hopelijk trekt het werk meer aan, want dan heb ik wel plek.
Zonder vergoeding is het ongeveer kosten-neutraal, en met vergoeding zijn de kosten te hoog.

Tabel 4.3.13

Reden dat het 'waarschijnlijk' wordt geacht dat stageplek wordt aangeboden
Dit is afhankelijk van de tijd die ik nog werkzaam ben.
Ik heb nu ook stagiaires, waarom dan niet?
Ik heb zelf geen tijd om iemand in te werken.
Ik heb zelf ook het meest van een stage geleerd, dus wil de kennis graag ook weer overdragen.
Ik sta er open voor.
Ik zou het leuk vinden om iemand in dit vak te kunnen begeleiden.
Leuk, een gemotiveerde stagiair!
Om het vak toch over te kunnen brengen aan anderen.
Omdat het jammer zou zijn als er specifieke vakkennis verloren zou gaan.
Ondanks dat dit veel tijd kost, geloof ik in het verspreiden van kennis.
Op het gebied van glas en de toepassingen ervan.
Ter behoud van het vak, en het is leuk om iets te leren aan / van iemand.
We moeten ons voorbereiden op de toekomst. Onze lijstenmaker is nu 65+.
Wil graag iemand begeleiden in dit vakgebied.

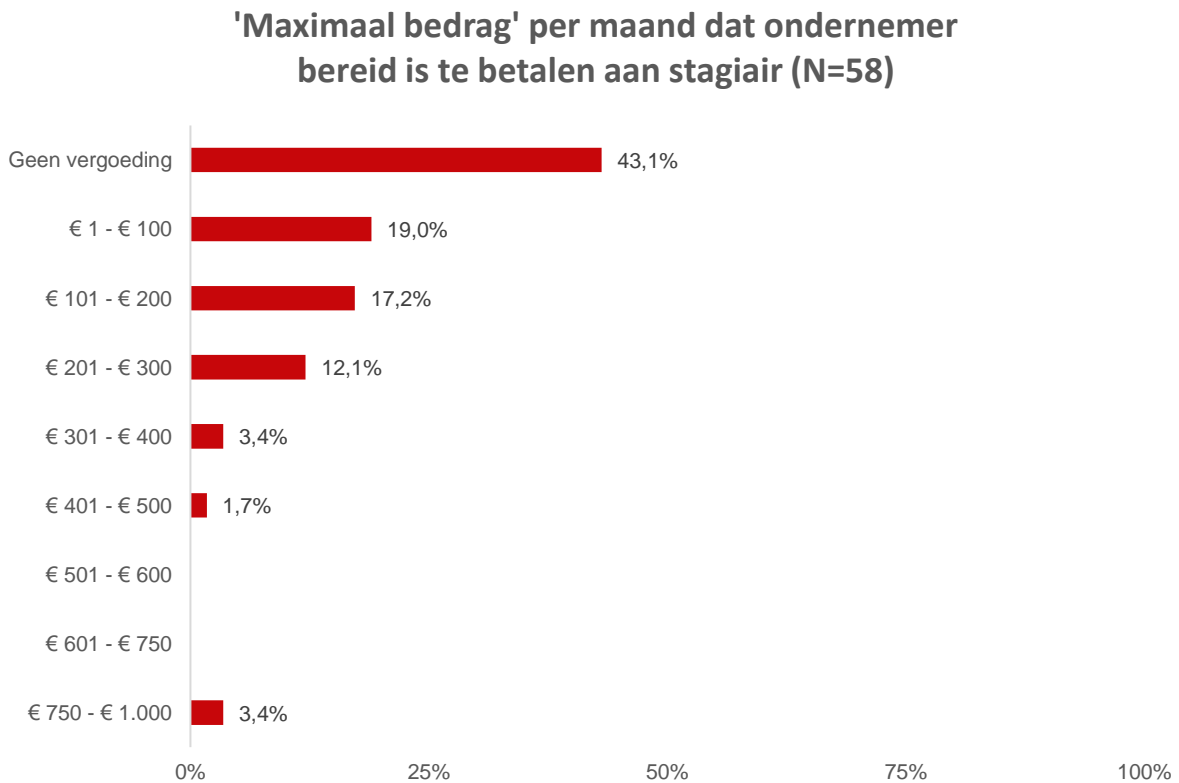
Tabel 4.3.14

Reden dat het 'zeer waarschijnlijk' wordt geacht dat stageplek wordt aangeboden
Het is belangrijk als student praktijkervaring op te doen, en het is voor ons een kans om talent te ontdekken.
Ik heb goede ervaringen met stagiaires. We leren en inspireren elkaar.
Ik zou graag mensen het mooie vak van lijstenmaker bij willen brengen en eventueel iemand vinden die mij in de lijstenmakerij zou kunnen helpen en de zaak over zou willen nemen over zo'n 15 jaar.
Kennisoverdracht is wel fijn, voor eventuele opvolging.
Omdat ik als gecertificeerd lijstenmaker en examinator voor de Fine Art Trade Guild het noodzakelijk vind dat er mensen opgeleid worden en er zodoende ook mogelijke opvolging in het bedrijf kan komen.
We hebben prima ervaring met stagiaires op de diverse afdelingen.



Aan ondernemers die het minimaal 'niet waarschijnlijk, niet onwaarschijnlijk' (=3,0) achten dat zij een stageplek als beschreven zouden aanbieden in hun bedrijf, is gevraagd of zij bereid zouden zijn een stagiaire een maandelijkse vergoeding te betalen. Indien dit het geval is, werd tevens gevraagd welk bedrag zij per maand bereid zouden zijn te betalen. De gecategoriseerde antwoorden staan weergegeven in figuur 4.3.15.

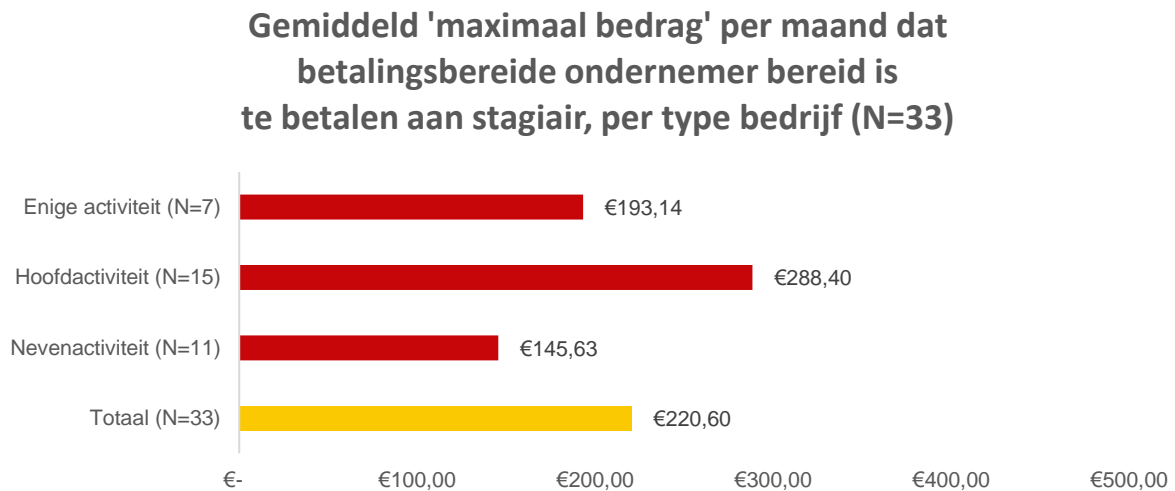
Figuur 4.3.15



Van de ondernemers die eventueel open zouden staan voor een stagiair in hun bedrijf, is 43,1% hoe dan ook niet bereid een stagevergoeding beschikbaar te stellen. Ondernemers die hiertoe wel bereid zijn, zouden over het algemeen niet meer dan € 300,00 per maand willen betalen.

Wanneer enkel wordt gekeken naar ondernemers die bereid zouden zijn een stagevergoeding te betalen, is de gemiddelde stagevergoeding per type bedrijf berekend (figuur 4.3.16).

Figuur 4.3.16



Gemiddeld zou bij stagevergoeding betalende ondernemers een stagevergoeding van € 220,60 gelden. Bij bedrijven waarvoor lijsten maken slechts een nevenactiviteit is, ligt de gemiddelde stagevergoeding het laagst. In bovenstaande figuur dient hoe dan ook rekening gehouden te worden met het geringe aantal respondenten per type bedrijf, waardoor de bedragen vooral als indicatief beschouwd moeten worden.

5. Toekomst van de lijstenmaker

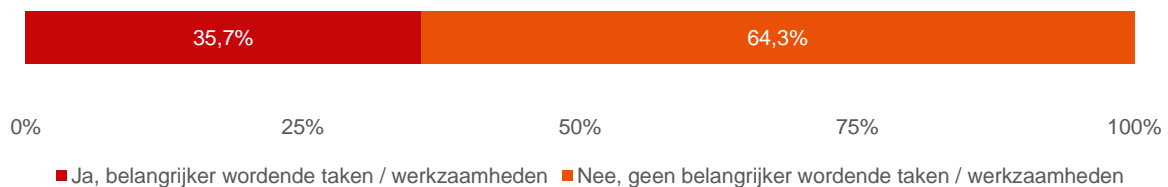
Daar innovatie en overige ontwikkelingen van invloed kunnen zijn op een beroepsgroep, wordt in dit hoofdstuk ingegaan op taken die mogelijk belangrijker worden voor de lijstenmaker, de invloed van technologische ontwikkelingen hierop, en trends die nu al worden onderscheden.

5.1 Belangrijker wordende taken

Eerst is gevraagd of er taken / werkzaamheden zijn waarvan wordt gedacht dat deze in de toekomst belangrijker gaan worden in de beroepsgroep (figuur 5.1.1).

Figuur 5.1.1

Bestaan van taken / werkzaamheden die in toekomst belangrijker gaan worden in beroepsgroep (N=129)



Ruim een derde onderscheidt taken / werkzaamheden die in de toekomst belangrijker gaan worden in de beroepsgroep van de lijstenmaker (35,7%). Vervolgens is gevraagd om deze taken / werkzaamheden te specificeren (tabel 5.1.2 op de volgende pagina).

Tabel 5.1.2

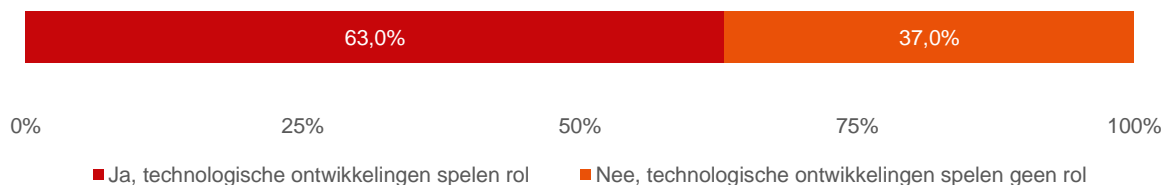
Taken / werkzaamheden die in toekomst belangrijker worden in beroepsgroep
Restauratie. (2x)
Advies en styling.
Advies over behoud van kunstwerken, interieur advies, kwaliteit.
Adviesfunctie en vakmanschap zijn de enige manieren om ons te onderscheiden en onderscheidend te blijven. Wellicht is een rol weggelegd voor het 3D-printen van lijstmateriaal, en dan gepersonaliseerd naar de klant toe.
Afdruktechnieken.
Alles wat computer- en internet-gerelateerd is, en het sparringpartner-zijn van de klant i.p.v. verkoper product.
Begrip dat maatwerk niet uit het boekje komt.
Brede kennis van materiaal en het gebruik. En over vaardigheden beschikken om een goed product te leveren.
Communiceren met klanten, en het hebben van een goede website.
Conserverend inlijsten en restauratiewerkzaamheden.
De dingen die we doen vragen om steeds grotere handelingsnelheid. De tijd is voorbij dat er dagen lang tussen een opdracht verwerven en uitvoeren zit. De leveranciers zullen rekening moeten houden met meerdere bestellingen per week en voor een lager tarief leveren. Het is bespottelijk om kleine orders / toeslagen te factureren, en transportprijzen te hanteren ver boven wat een internetwinkel vraagt. En de lijstenmaker moet pakketjes te allen tijden in ontvangst willen nemen.
De website en webshop.
Digitale hulpmiddelen; projectiemogelijkheden om de consument beter zicht op resultaat te bieden.
Duurzaam inlijsten, op conserverend niveau.
Foto's, lichtkunst, video, en interactieve kunst.
Goed calculeren. Teveel lijstenmakers zijn nu te goedkoop.
Goed inzicht in de ontwikkelingen in de markt om het hoofd boven water te kunnen houden en activiteiten te ontplooiën waar kansen liggen.
Het bezoeken van de klant aan huis / bedrijf voor informatieverstrekking.
Het adviseren op basis van gedegen kennis van materialen en kunstgeschiedenis, en 3D-printen van lijsten.
Het halen en brengen van werk.
Het inlijsten op hoog niveau (conserverend tot museaal).
Het zal belangrijk zijn naast het inlijsten een tweede expertise in huis te hebben, bijvoorbeeld restauratie van papier, lijsten, schilderijen of ornamenten.
Ik denk dat het lijstenmakersambacht alleen kan blijven bestaan als je je als lijstenmaker specialiseert, of er andere onderdelen bij doet. Veel klanten vinden het prijzig om een lijst te laten maken en zoeken liever naar een betaalbare lijst, dus het is maar voor een specifieke doelgroep interessant. Zeker als het gaat om het vergulden, restauratie, en het zelf kleuren van lijsten is dat zo specifiek en dien je echt vakkennis te hebben. Hier is in mijn zaak nagenoeg geen vraag naar en ik heb die kennis zelf ook niet. Ik zou een klant hiervoor doorverwijzen naar een specialist.
Inlijsten van fotografie met kennis en kunde.
Interieur advies en winkelinrichting, want sfeer en beleving zijn cruciaal.
Marketing, PR, en ondernemerskwaliteiten.
Meer belangstelling tonen in de creativiteit, vaardigheid en vindingrijkheid, i.p.v. zichzelf topspecialist te noemen met een daarbij (veel te hoog) prijskaartje. Hierbij prijzen veel lijstenmakers zichzelf uit de markt en werpen zij een drempel op.

Meer dienstverlening, bijvoorbeeld in de vorm van printen op canvas of andere materialen. Eventueel montage van ophangsystemen bij de klant thuis. En het aanbieden van een plaats om te exposeren (klantenbinding en aanboren nieuwe doelgroepen).
Mensen verwachten dat je kennis van zaken hebt betreffende de keuze en de manier waarop iets ingelijst moet worden, bijvoorbeeld op een conserverende manier, stijl et cetera.
Moderne print technieken en E-commerce.
Nog meer service en mogelijkheden bieden.
Online verkoop.
Renoveren en restaureren van lijsten en schilderijen.
Restauratie algemeen, het vergulden van lijsten, en op niveau inlijsten.
Restauratie van papier en canvas en lijsten.
Social media.
Specifiek gericht een vakkundig bedrijf runnen, met geen of weinig nevenactiviteiten.
Specifieke inlijstingen per klant die kunst verzameld.
Verdergaande specialisatie en professionalisering van het vak. De middelmatige lijstenmaker zal niet overleven.
Vergulding.
Vooraf marketing.
Werken op het hoogst mogelijk niveau, met een webshop / website gekoppeld aan de winkel.
Zoals er de laatste tijd nieuwe technieken bijgekomen zijn zoals 'dibond', zo zullen er in de toekomst ook nog wel nieuwe dingen komen waarvan kennis genomen dient te worden.

Hierna is specifiek gevraagd of technologische ontwikkelingen een rol spelen bij deze veranderingen (figuur 5.1.3).

Figuur 5.1.3

Rol van technologische ontwikkelingen bij taken / werkzaamheden die in toekomst belangrijker gaan worden in beroepsgroep (N=46)



Bijna twee-derde van de taken / werkzaamheden die in de toekomst belangrijker worden geacht in de beroepsgroep, wordt gedreven door technologische ontwikkelingen.



Vervolgens is gevraagd op welke wijze technologische ontwikkelingen hierin een rol spelen (tabel 5.1.4).

Tabel 5.1.4

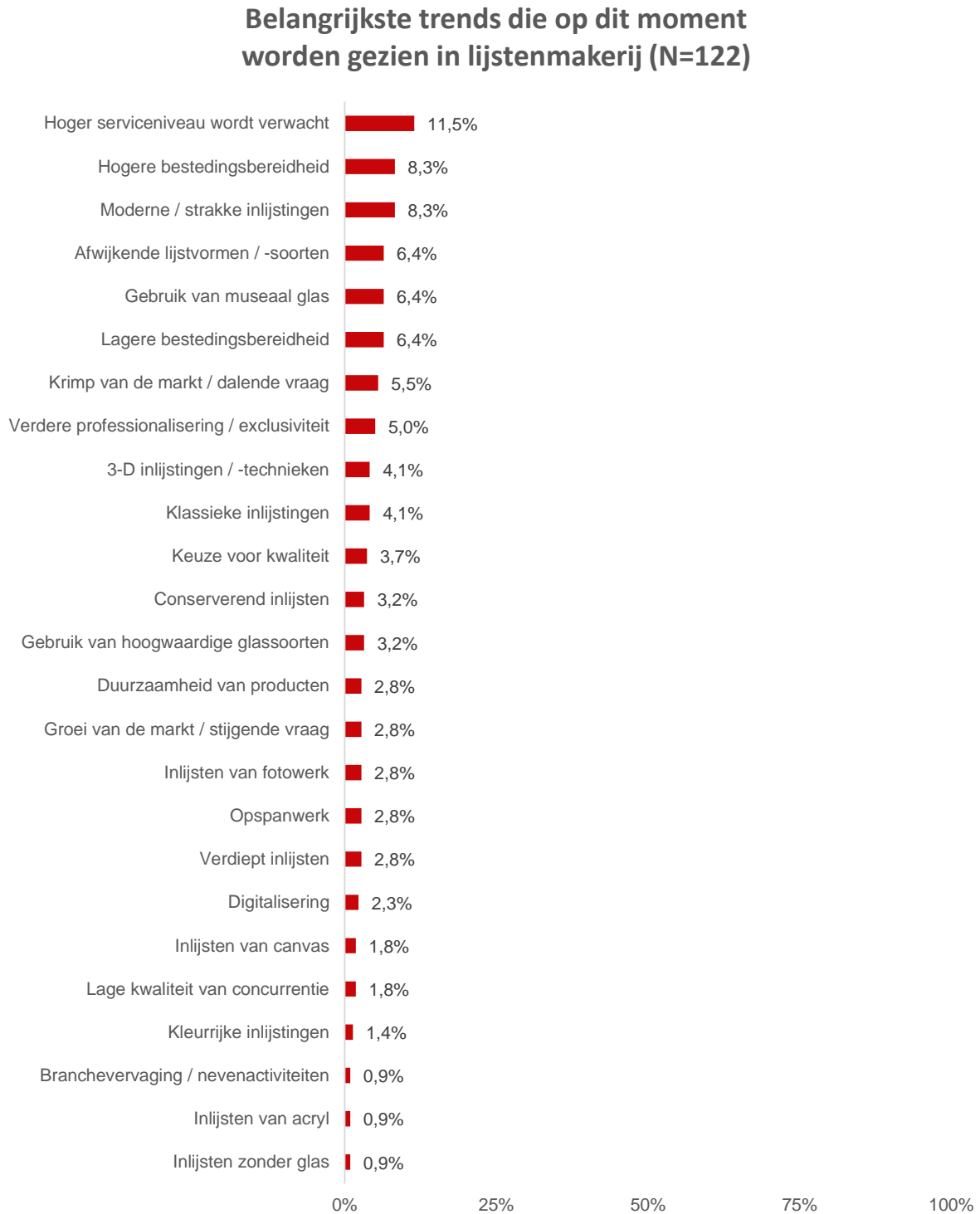
Wijze waarop technologische ontwikkelingen een rol spelen bij belangrijker wordende taken / werkzaamheden
Internet. (3x)
3D-printen. (2x)
3D-printen van lijstmateriaal. Maatwerk kunnen leveren voor klanten, zoals logo's verwerken in de lijst.
Alles verandert, dus ook de technieken om kunst te (re)produceren. En er worden andere eisen gesteld aan decoratie.
Als de kleine ambachtsman op de concurrentie van de internetwinkel wil voor blijven, moet het iets speciaals heel goed kunnen. Zoveel dat het daarmee naam kan maken. Als hij / zij gemiddeld is en blijft kan hij / zij gaan inpakken. Dan zal de Belgische, Duitse en zelfs Franse collega hem / haar ras gaan voorbij streven. De grootse beperking voor de lijstenmaker is immers het omgaan met een up-to-date website en de kosten en moeite daaraan verbonden. Afstanden zijn nu van geen betekenis ,nu je van alles kunt versturen en ontvangen. Het is van belang fotomateriaal zo te hanteren dat mensen met de door hen aangeleverde informatie een reactie kunnen ontvangen. Te weten een voorstelling van hoe het wordt met lijst a, b, c, enzovoort. Compleet met prijzen en termijnen dus.
Automatisering.
Computer gestuurde passe-partoutmachines.
Dat weet ik niet precies, maar ik kan me voorstellen dat er technieken worden ontwikkeld die het vak lijstenmaker ondersteunen.
Digitale communicatie.
Digitale inlijstingen, digitale technieken, 3-D brillen met hun eigen inlijsting.
Eenvoudig werk gaat naar internet. De intrede van de computer maakt het mogelijk om gecompliceerde passe-partouts te maken en geeft een verbeterde calculatie.
Er komen steeds nieuwe mogelijkheden om afbeeldingen te reproduceren.
Mogelijk komen er digitaal aangestuurde kunstwerken. Slimme kunst in een lijst / omgeving.
Nieuwe middelen die ontwikkeld worden.
Online / offline ambacht en nieuwe technieken.
Ontwikkelingen in de fotografie en de 3D-print technieken.
Printers worden belangrijker en goedkoper.
Printtechnieken van zowel lijst als kunst.
Verandering chromogene prints van pigment prints, nieuwe technieken zoals 'dye sublimation' op aluminium.
Via de computer laten zien hoe uiteindelijk het eindresultaat zal worden.



5.2 Trends

Gevraagd is aan te geven wat de drie belangrijkste trends zijn die op dit moment worden gezien in de lijstenmakerij. Van de antwoorden is een clustering gemaakt, welke staat weergegeven in figuur 5.2.

Figuur 5.2



Van de trends die in de lijstenmakersbranche worden onderscheden, wordt het meest genoemd dat klanten een steeds hoger serviceniveau verwachten. Hierbij wordt meerdere malen genoemd dat klanten bijvoorbeeld verwachten dat de lijstenmaker aan huis komt, zodat het in te lijsten werk niet direct vervoerd hoeft te worden / in de eigen omgeving aanschouwd kan worden. Hier staat tegenover dat klanten ook wat vaker bereid zijn meer te besteden bij de lijstenmaker, waarbij de vraag naar museaal glas en afwijkende lijstvormen en -soorten stijgende is. Hoewel in mindere mate, wordt door verschillende lijstenmakers ook aangegeven dat de markt juist wat krimpt en klanten een lagere bestedingsbereidheid hebben.

Antwoorden waaruit groei of juist krimp van de markt / bestedingen blijkt, zijn vervolgens per provincie geanalyseerd. Hieruit volgt dat lijstenmakers die krimp ervaren vooral gevestigd zijn in Zuid-Holland. Groei wordt niet in een bepaalde provincie meer ervaren dan in een andere.

6. Vertaling naar algehele lijstenmakersbranche in Nederland

Zoals reeds in de inleiding van deze rapportage berekend, zijn in Nederland bij benadering 686 bedrijven actief die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren. Op basis van deze aanname kunnen verschillende kengetallen uit dit onderzoek worden vertaald naar de algehele lijstenmakersbranche.

Bij de vertaling van steekproefgegevens naar de algehele lijstenmakersbranche in Nederland dient rekening gehouden te worden met de foutmarge zoals reeds beschreven in de inleiding van dit rapport. Wetenschappelijke normen stellen over het algemeen dat met een betrouwbaarheidsniveau van 95,0%, een foutmarge van 5,0% wordt toegestaan. Wanneer een betrouwbaarheidsniveau van 95,0% wordt gehanteerd, leidt een onderzoekspopulatie van 686 en een respons van 185 tot een foutmarge van 6,16%. Dit houdt in dat met 95,0% zekerheid gesteld kan worden dat data in de steekproef maximaal met 6,16% afwijken (positief of negatief) ten opzichte van de gehele populatie. De laatste vragen in het onderzoek zijn door 129 respondenten ingevuld. Met een betrouwbaarheidsniveau van 95,0% geldt hier een foutmarge van 7,78%.

6.1 Bedrijven

Van de bedrijven die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren, volgt uit de steekproef dat dit voor 23,2% ook de enige activiteit is, terwijl dit voor 43,2% de hoofdactiviteit is naast nevenactiviteiten. Voor de resterende 33,5% geldt dat lijsten maken een nevenactiviteit is.

- Voor naar schatting 159 bedrijven is lijsten maken de enige activiteit
- Voor naar schatting 297 bedrijven is lijsten maken de hoofdactiviteit, naast nevenactiviteiten
- Voor naar schatting 230 bedrijven is lijsten maken een nevenactiviteit

Uit de steekproef volgt dat van de bedrijven die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren, 90,8% uit 1 vestiging bestaat. Daarbij bestaat 7,7% uit 2 vestigingen, 0,7% uit 3 vestigingen, en 0,7% uit 6 vestigingen.

- De naar schatting 686 bedrijven die activiteiten van de lijstenmakers uitvoeren, zouden goed zijn voor 773 vestigingen.

Van de bedrijven die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren, volgt uit de steekproef dat 77,7% over 5 jaar nog bestaat, 7,7% verkocht zal worden / wordt opgevolgd, 4,6% zal ophouden te bestaan, terwijl ondernemers van 10,0% van de bedrijven dit nog niet weten.

- Voor naar schatting 533 bedrijven geldt dat deze naar verwachting over vijf jaar nog bestaan
- Voor naar schatting 53 bedrijven geldt dat deze naar verwachting over vijf jaar verkocht zullen zijn / de ondernemer is opgevolgd
- Voor naar schatting 31 bedrijven geldt dat deze naar verwachting over vijf jaar niet meer bestaan
- Voor naar schatting 69 bedrijven geldt dat nog niet duidelijk is of deze over vijf jaar nog bestaan

6.2 Lijstenmakers

Uit de steekproef volgt dat bij bedrijven die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren gemiddeld 2,55 personen werken, terwijl per bedrijf gemiddeld 1,99 personen ook daadwerkelijk zelf activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren. De personen die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren, zijn op basis van de steekproef gezamenlijk goed voor gemiddeld 1,49 FTE per bedrijf.

- In totaal werken bij 686 bedrijven naar schatting 1.362 personen die activiteiten uitvoeren van de lijstenmaker
- In totaal werken bij 686 bedrijven naar schatting 1.022 fte die activiteiten uitvoeren van de lijstenmaker

Van de personen die binnen bedrijven activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren, volgt uit de steekproef dat 71,9% een fulltime dienstverband heeft. Daarbij is 18,2% parttimer, terwijl de resterende 9,9% werkkraacht is. We hebben reeds berekend dat in Nederland naar schatting 1.362 personen activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren.

- Er zijn naar schatting 980 personen die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren fulltime in dienst
- Er zijn naar schatting 248 personen die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren parttime in dienst
- Er zijn naar schatting 135 personen die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren als werkkraacht in dienst

Uit de steekproef volgt dat in 2015 en 2016 per bedrijf gemiddeld 0,17 personen aangenomen zijn door bedrijven die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren, terwijl per bedrijf gemiddeld 0,11 personen zijn vertrokken.

- In 2015 en 2016 zijn naar schatting 231 mensen aangenomen in bedrijven die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren
- In 2015 en 2016 zijn naar schatting 147 mensen vertrokken bij bedrijven die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren
- In 2015 en 2016 is het aantal personen dat werkt bij bedrijven die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren derhalve naar schatting gestegen met 84 personen

Uit de steekproef volgt dat per bedrijf op dit moment gemiddeld 0,023 vacatures open staan voor lijstenmakers. Van de openstaande vacatures geldt dat 33,3% ter vervanging zijn, en 66,7% als uitbreiding. Alle vacatures zijn voor een beginnende lijstenmaker.

- Op dit moment staan naar schatting 16 vacatures open voor beginnende lijstenmakers
- Op dit moment staan naar schatting 5 vacatures hiervan open als vervanging van personeel
- Op dit moment staan naar schatting 11 vacatures hiervan open als uitbreiding van personeel

De jaarlijkse opleidingsbehoefte kan benaderd worden met de volgende berekening: *totaal aantal jaarlijks openstaande vacatures + aantal bedrijven dat stopt en op zoek gaat naar verkoop / opvolging = de jaarlijkse opleidingsbehoefte*. Deze laatste factor is belangrijk om toe te voegen, aangezien gebleken is dat veel beroepsbeoefenaren in dit ambacht zelfstandig werken.

- Uit de steekproef volgt dat het afgelopen half jaar bij 4,6% van de bedrijven een vacature heeft open gestaan voor een (beginnende) lijstenmaker.
- Dat betekent dat er naar schatting het afgelopen half jaar bij 32 bedrijven minimaal 1 vacature open stond voor een lijstenmaker.
- Daarnaast bleek uit de steekproef dat 7,7% van de bedrijven aangaf binnen nu en 5 jaar van plan te zijn te stoppen en op zoek te gaan naar opvolging / verkoop.
- In totaal gaat dit naar schatting om ongeveer 53 bedrijven. Verdeeld over 5 jaar gaat het jaarlijks om ongeveer 11 bedrijven.
- Bij benadering is de **jaarlijkse opleidingsbehoefte dan: 32 vacatures + 11 bedrijfsopvolging = 43 gewenste jaarlijkse instroom**.
- Deze schatting kan als redelijk conservatief worden beoordeeld, aangezien het aantal vacatures alleen is berekend over een half jaar. De mogelijkheid bestaat zodoende dat de jaarlijkse opleidingsbehoefte nog iets hoger ligt.

6.3 Stages

Om de interesse in het aannemen van een stagiair in kaart te brengen is een hypothetische stageomschrijving geschetst:

Om in Nederland een beroepsopleiding te kunnen afronden is het noodzakelijk dat stage wordt gelopen in het specifieke vakgebied. De stagiair zal gedurende een aantal uur de verschillende aspecten van het vak moeten kunnen uitvoeren om vaardigheid en ervaring op te doen. Dit kan alleen succesvol zijn met een goede begeleiding in een lijstenmakerij. Een onkostenvergoeding voor de stagiair past daarbij.

Op basis van deze omschrijving geeft in de steekproef 20,3% aan het minimaal waarschijnlijk, of zeer waarschijnlijk te vinden een stagiair in dienst te nemen.

- Omgerekend naar de totale beroepsgroep vinden naar schatting ongeveer 158 bedrijven het waarschijnlijk dat zij een stagiair in dienst zullen nemen.
- Vervolgens is deze groep gevraagd naar de stagevergoeding die men bereid zou zijn te betalen, waaruit volgt dat 20,6% bereid zou zijn een stagevergoeding van minimaal € 200,00 per maand aan te bieden.
- Omgerekend naar de totale beroepsgroep vinden **naar schatting in totaal 33 bedrijven** het waarschijnlijk dat zij een stageplaats aanbieden met daarbij een stagevergoeding van minimaal € 200,00 per maand.

Slotopmerkingen

Tot slot zijn respondenten in de gelegenheid gesteld een slotopmerking te maken. De opmerkingen die zijn gemaakt staan in tabel c weergegeven.

Tabel c

Slotopmerkingen van respondenten
Eigenlijk weet de klant niet hoeveel moeite het kost om iets van meer dan vier gezaagde houtjes te maken tot een eindproduct waarop je tevreden terugkijkt.
Het is typisch een beroep waarvoor je vooral handig moet zijn, een goed gevoel voor kleuren moet hebben, vertrouwen kunt wekken bij je klanten, en klanten aan je kunt binden. Een opleiding lijkt me prima, maar dan zeker niet op HBO-niveau (pretentius), maar op MBO-niveau met bijvoorbeeld lerend werken, waarbij je na een opleiding van 1 jaar de meest voorkomende werkzaamheden kunt verrichten. Een langere opleiding moet dan echt specialismes opleveren. Het is echt een praktijkvak.
Hopelijk krijgen wij goede bedrijven die het inlijsten op hoog niveau aan klanten kunnen verkopen. Dat wil zeggen 'hart voor de zaak'.
Ik ben helemaal niet voor een opleiding. De grote bedrijven moeten zelf hun mensen opleiden, dat is veel beter. Mocht er een opleiding komen op een school, dan zal het gros na de opleiding niet aan het werk kunnen komen binnen hun opleidingsgebied. Dit soort opleidingen is alleen maar inkomen voor de school. Niet aan beginnen!
Ik ben van mening dat een opleiding compleet overbodig is! Ook denk ik dat er geen animo voor is onder de jongeren. Het opleiden gaat toch in de werkplaats zelf en niet op school. Het geld dat dit allemaal kost kan beter besteed worden aan het gezonder maken van onze bedrijfstak die toch al erg aan het krimpen is! Of het beter zal gaan en de lijsten niet nog verder UIT raken...
Ik heb de zaak twee jaar geleden overgenomen van mijn man, die toentertijd een fotostudio had. Gezien ik mij ben gaan richten op het geven van schilderlessen i.p.v. studiofotografie is mijn koppelverkoop op het gebied van lijsten enorm afgenomen. Ik werk er nu weer aan om de omzet op dit punt te verhogen, maar merk dat naamsbekendheid erg belangrijk is. Het is een lastige branche om voldoende omzet mee te halen als je die bekendheid nog niet hebt.
Ik vind het een geweldig vak. Hiervoor heb ik bijna 20 jaar administratief werk gedaan, iets heel anders dus. Maar ik zit jammer genoeg met mijn lijstenmakerij in een dorp waar weinig mensen er geld voor over hebben om een mooie lijst te kopen. Het komt ook doordat we t.o.v. 20 jaar geleden nu meer in een weggooimaatschappij leven. En meerdere ketens (Action, Hema, Ikea en Xenos) bieden veel lijsten aan tegen dumprijzen. Daar kan ik niet tegenop. Op het werk dat ik lever krijg ik heel veel positieve reacties, ook van mijn leverancier. Die naar mij toe al heeft aangegeven dat ik elders een winkel moet gaan exploiteren. Dit is iets waar ik af en toe wel aan denk. Maar omdat ik nog jonge kinderen heb, ben ik hier nu nog niet aan begonnen. Maar wie weet in de toekomst.
Ik wil geen mensen in dienst! Dus geen loonbelasting, verzekeringen, en dergelijke rompslomp. Reiskosten of andere vergoeding voor stagiairs is geen probleem, zolang dit fiscaal kan.
Ik zou zélf behoefte hebben aan opleiding en kennisvergarig (pigmenten, kleuren van lijsten, inwassen van passe-partouts).
Leuk onderzoek, goed opgebouwd!
Lijsten maken en inlijsten is een kunstvorm, waarbij het resultaat sterk afhankelijk is van eigen aanleg en visie. Ik denk dat je hier niet iedereen voor kunt opleiden. Alleen mensen die creatieve aanleg hebben, zonder daarvoor een algemene (hoge) schoolopleiding te hebben gevolgd. Voorbeelden hiervan zijn ook kunstschilders, meubelmakers, antieke restaurateurs, (top)muzikanten, en uitvinders.
Mijn omzet uit lijsten maken gaat stoppen door volledige overgang naar restauraties na afronding van ABK Anderlecht.
Restauratie en de lijstenmakerij moet niet te veel met elkaar verweven raken. Het kan een goede aanvulling zijn, maar men moet de restauratie niet onderschatten, en het is ook niet in een cursus of korte opleiding te leren. Men moet als lijstenmakerij letten op het zuurvrij inlijsten, de juiste lijmen gebruiken die reversibel zijn, bepaald werk niet tegen glas, de juiste glassoort bij het juiste werk, enzovoort.

Succes, dat er maar een mooi resultaat uit mag komen en dat er een opleiding voor dit vak mag komen!

We zijn niet op zoek naar basisopleidingen, maar op zoek naar bijscholing voor meer gespecialiseerde opdrachten.

Wij besteden het lijstwerk uit en hebben feitelijk alleen een verkoopadviserende rol. Dit zal mijns inziens in de toekomst niet anders worden, aangezien ik verwacht dat het steeds moeilijker wordt om vakkundige mensen te vinden.

Wij zijn een 'andere' lijstenmaker, uitsluitend galleriewaardig werk verlaat ons pand. Wij verrichten geen werkzaamheden als canvas spieramen of vergelijkbaar werk.

Conclusie Beroepsgroep Lijstenmakers

Demografische gegevens

- Ongeveer 3 op de 4 lijstenmakers is man.
- De lijstenmaker is een vergrijzende beroepsgroep. Ruim de helft van de beroepsgroep is ouder dan 55 jaar. Een percentage van 17,8% is 65+, en slechts 15,7% is jonger dan 46 jaar.
- Bedrijven bestaan over het algemeen relatief lang. Ruim 60,0% van de bedrijven bestaat minimaal 21 jaar.
- Doorgaans werkt de lijstenmaker in een eenmanszaak (38,0%) of met maximaal 1 man personeel (33,1%).
- Ongeveer een kwart van de bedrijven haalt uitsluitend omzet uit lijsten maken. Zo'n driekwart van de bedrijven heeft naast lijsten maken in meer of mindere mate ook nevenactiviteiten.
- In zijn algemeenheid komt het volgende beeld van de beroepsgroep naar voren: de lijstenmaker betreft een enigszins vergrijzde, overwegend mannelijke beroepsgroep, werkzaam in kleine bedrijven met maximaal 1 personeelslid, die naast het lijsten maken veelal ook nog omzet halen uit nevenactiviteiten.

Groote beroepsgroep en opleidingsbehoefte

- Naar schatting werken bij 686 bedrijven 1.362 personen die activiteiten uitvoeren van de lijstenmaker, welke naar schatting goed zijn voor 1.022 FTE.
- Gemiddeld genomen kan worden gesteld dat de omzet voortkomend uit lijsten maken zowel in 2015 als 2016 is toegenomen ten opzichte van het jaar daarvoor. Meer dan de helft van de ondernemers verwacht daarbij dat hun omzet de komende jaren zal toenemen.
- In 2015 - 2016 is het aantal personen dat werkt bij bedrijven die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren, naar schatting gestegen met 84 personen. Op dit moment staan naar schatting 16 vacatures open.
- Bij benadering is de **jaarlijkse opleidingsbehoefte 43 nieuwe beroepsbeoefenaren**. Naar schatting 32 om vacatures in te vullen, en 11 voor bedrijfsopvolging.

Aard van de werkzaamheden

- Vanuit de beroepsgroep zijn 9 activiteiten opgesteld waarvoor is gevraagd of deze dusdanig uniek zijn voor de lijstenmaker, dat deze niet overeenkomen met andere beroepen / opleidingen. Voor 8 van deze 9 activiteiten zou dit volgens meer dan de helft van de ondernemers het geval zijn. Dit geldt met name voor het adviseren over conserverend inlijsten.
- Vanuit de beroepsgroep zijn 7 vormen van specialistische kennis en vaardigheden opgesteld, waarvoor is gevraagd of deze van een instromer met hoger opleidingsniveau (HBO+) worden verwacht. Hieruit volgt dat met name het herkennen van technieken en materialen van een

kunstwerk als dusdanig worden ervaren, terwijl het merendeel van de ondernemers van hoger opgeleide instromers ook de beschikking over smaak- en stijlgevoel verwacht.

- Bijna twee-derde van de lijstenmakers kan zich voorstellen dat bepaalde activiteiten van de lijstenmaker in aanmerking zouden komen voor outsourcing. Met name het verstekken van lijsten, het restaureren van kunstwerken op papier en op olie / acryl, en het zagen van aluminium zouden volgens lijstenmakers uitbesteed kunnen worden. Het opspannen van naaldwerk zou zich hier daarentegen beduidend minder voor lenen. Van de lijstenmakers die outsourcing niet mogelijk achten, stelt 16,2% dat het bang is voor kwaliteitsverlies.

Opleiding

- Het merendeel van de lijstenmakers heeft geen specifieke opleiding genoten, maar heeft zich het ambacht eigen gemaakt door zichzelf 'veel tot alles' aan te leren (58,9%), of anders via kennisoverdracht van ouders (34,6%), of het volgen van losse cursus(sen) (32,4%).
- Op dit moment bestaat geen specifieke opleiding tot lijstenmaker. Hoe dan ook geldt voor 5 van de 8 vooropgestelde activiteiten van de lijstenmaker dat de meeste ondernemers vinden dat deze pas in de praktijk beheerst kunnen worden. Desondanks geldt voor 8 van 9 specifieke activiteiten van de lijstenmaker dat de meeste ondernemers deze dusdanig uniek achten, dat deze niet overeenkomen met andere beroepen / opleidingen.
- Meerdere ondernemers van bedrijven die activiteiten van de lijstenmaker uitvoeren, hebben een opleiding aan de fotovakschool, de Middelbare Detailhandelschool, of de Kunstacademie afgerond. Daarbij hebben verschillende werknemers bij deze bedrijven een opleiding aan het Hout- en Meubileringscollege gevolgd.

Stages

- In meer dan de helft van de bedrijven is nog nooit een stagiaire werkzaam geweest. De belangrijkste redenen waarom nooit een stagiair werkzaam is geweest in het bedrijf, zijn enerzijds het gebrek aan behoefte, en anderzijds het gebrek aan werk voor een stagiaire.
- Na het schetsen van enkele stagevoorwaarden en het belang van stages, blijken naar schatting ongeveer 158 bedrijven in de beroepsgroep het waarschijnlijk te vinden dat zij een stagiair in dienst zullen nemen.
- De stagevergoeding vormt echter wel een punt van zorg. Naar schatting blijven er ongeveer **33 bedrijven** over die het waarschijnlijk vinden een stageplaats aan te bieden met daarbij een stagevergoeding van minimaal € 200,00 per maand.