

HOEDENMAKERS

Inleiding

De hoedenbranche wordt gekenmerkt door kleinschaligheid en exclusiviteit¹. Er is een markt voor exclusieve en originele hoeden, die groeit met de toenemende gewoonte om bij speciale gelegenheden hoeden te dragen. Originaliteit, vakmanschap en ondernemerschap zijn belangrijk om in deze branche succesvol te zijn. Een mbo-opleiding hoedenmaker is in ontwikkeling.

Branche

Aantal bedrijven en activiteiten

De hoedenbranche bestaat uit 150 ondernemingen waarvan de meeste bedrijven (82%) zzp'er zijn. 140 ondernemingen hebben als hoofdactiviteit het ontwerpen en vervaardigen van hoeden, waarvan een klein deel zich alleen maar toelegt op het vervaardigen. Tien ondernemingen hebben met name een andere hoofdactiviteit, maar halen meer dan 10% van hun omzet uit hoeden.

Omzet branche

De bedrijven zetten in 2006 gezamenlijk jaarlijks 5,4 miljoen euro om. Er is een grote spreiding van omzet. 65% van de ondernemingen realiseerde een omzet van nog geen 20.000 euro per jaar en 19% behaalde een omzet van meer dan 50.000 euro.

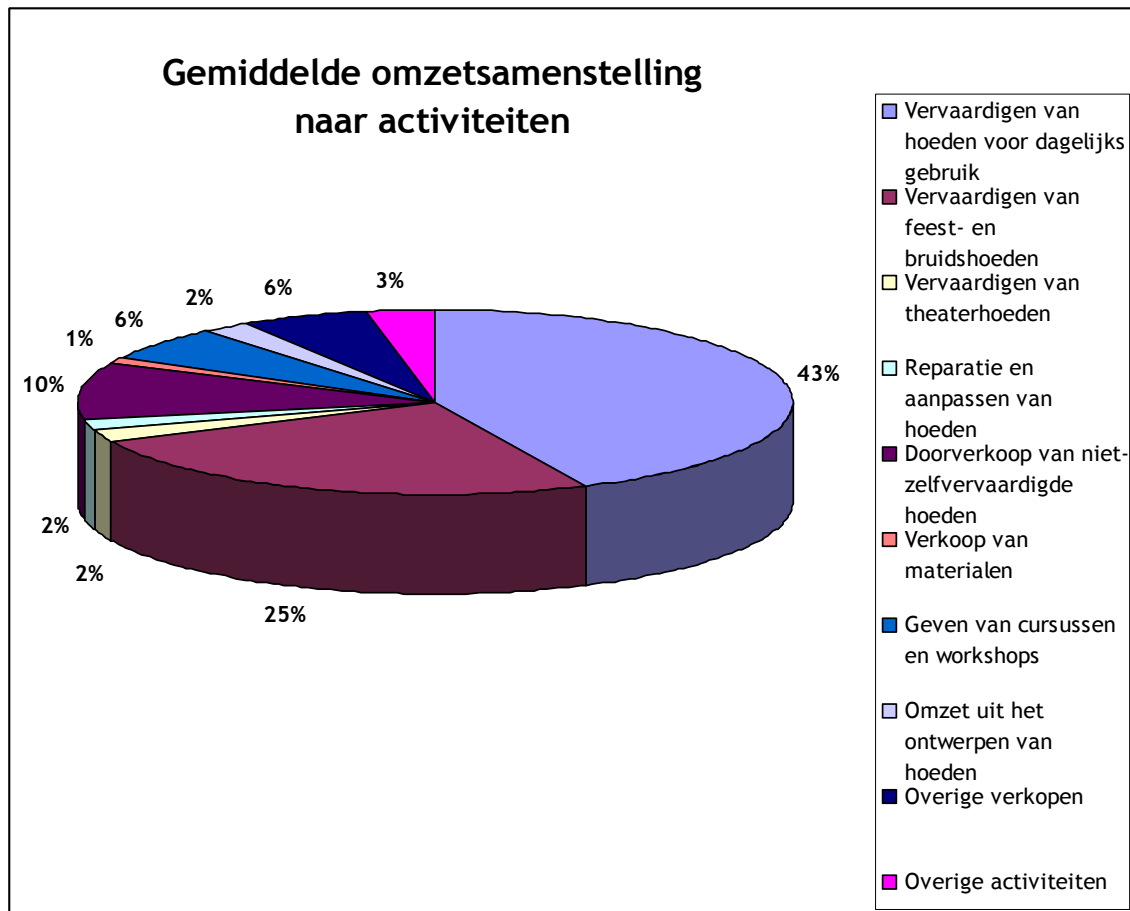
Een op de vijf ondernemers is voor het levensonderhoud geheel of in belangrijke mate afhankelijk van de uitkomsten van het hoedenmakersbedrijf. Nogmaals 20% is daarvan in enige mate afhankelijk en 60% in het geheel niet. Dit komt nagenoeg overeen met de behaalde omzet en daarom is het begrijpelijk dat 81% van de ondernemers tamelijk tot zeer tevreden is over zijn omzet.

De meeste omzet wordt behaald met het maken van hoeden voor dagelijks gebruik en van feest- en bruidshoeden. Daarnaast oefenen de bedrijven activiteiten uit als het maken van theaterhoeden, het repareren en aanpassen van hoeden, lesgeven, het verkopen van materialen en het doorverkopen van niet-zelfvervaardigde hoeden (of een combinatie van deze activiteiten). Het hele proces van het ontwerpen tot en met het maken en verkopen van het product vindt in dit bedrijfstype plaats.

Het vervaardigen van hoeden gebeurt bij de overgrote meerderheid van de bedrijven uitsluitend of overwegend handmatig. Bij zo'n 6% van de bedrijven vindt de vervaardiging in ongeveer gelijke verhouding handmatig en fabrieksmatig plaats.

¹ De branchegegevens in dit hoofdstuk zijn afkomstig uit onderzoek van EIM van 2007.

Figuur 1



Bron: EIM, 2007

Samenwerking brancheorganisaties

De Nederlandse Hoedenvereniging (NHV) is de branchevertegenwoordiger voor de hoedenmakersbranche. Zij richt zich op de professionalisering van de branche door vakwedstrijden te organiseren en in het vakblad aandacht te besteden aan technieken en ondernemerschap. In dit kader wordt actief samengewerkt met de brancheverenigingen Feetbag en de Branchevereniging van Kleermakers en Modevakscholen (BvK). In 2007 hebben deze verenigingen gezamenlijk de vakbeurs 'Mode van Top tot Teen' georganiseerd. Besloten is om de activiteiten van de verenigingen voor elkaars leden open te stellen en door te gaan met gezamenlijk evenementen, zoals een Mode-Vakdag (27 september 2009). Daarnaast wordt er gewerkt aan een gezamenlijke website.

Economische crisis

De consumenten binnen deze branche zijn behoorlijk crisisneutraal of crisisonvoelig. De crisisneutrale consument heeft nu nog weinig last van de crisis, maar realiseert zich wel dat die speelt. Hij probeert zijn status quo te handhaven, maar voorzichtig. Hij pot zijn geld deels op. De crisisonvoelige consument blijft gewoon zijn geld spenderen aan mode, merken, gemak en verantwoorde producten. Binnen de hoedenmakersbranche zijn er de volgende verwachtingen:

- de vraag naar kwaliteit blijft gelijk
- de vraag naar handgemaakte producten neemt toe, want dit geeft een chique uitstraling en een uitstraling van authenticiteit
- de vraag naar breed te dragen hoeden neemt toe

- de vraag naar kleinere hoeden/accessoires met een lagere prijs neemt toe, want dan heb je meer voor je geld

Kwaliteit en onderscheidend vermogen

De hoedenmakers hebben te maken met steeds meer ondernemers in de hobbysfeer, die de mogelijkheid hebben om onder de kostprijs een hoed te vervaardigen. Hierdoor ontstaat er veel concurrentie in het lagere segment en liggen de kansen in het kleine, hogere segment. De opkomst van deze grote concurrentie vraagt om een keurmerk om de professionele hoedenmaker te onderscheiden van een hobbyist.

Veel mensen weten niet hoe intensief het handmatig maken van hoeden is. De branche ondervindt dan ook prijsconcurrentie door industrialisering van de vervaardiging van hoeden en door productie in lagelonenlanden. China is een goed voorbeeld van een land waar een goede kwaliteit confectiehoeden wordt vervaardigd en geëxploiteerd. Deze productiewijzen kunnen echter nooit aan de vraag naar vakmanschap en het vervullen van individuele wensen beantwoorden. Ook hieruit blijkt dat de kansen voor de branche liggen in het hogere segment.

De markt voor exclusieve en originele hoeden is niet groot, maar neemt toe. Door de komst van verschillende hoofdbedekkingen in de mode en het dragen van hoeden bij speciale gelegenheden wordt het dragen van een hoed in Nederland steeds meer gestimuleerd onder een breder publiek. Deze groep mensen vraagt naast exclusiviteit en originaliteit om een hoge kwaliteit. Dat betekent dat de hoedenmaker scherp moet blijven op haar kwaliteit en haar stijl.

Alleen de excellente vakmensen die zich sterk profileren weten een volledig levensvatbaar bedrijf te realiseren. Zij die zich weten te onderscheiden in originaliteit, vakmanschap en ondernemerschap overleven en overstijgen de hobbysfeer. Nieuwe ontwerpen en moderne technieken bieden nieuwe mogelijkheden voor dit type bedrijf.

Arbeidsmarktsituatie

Werkgelegenheid

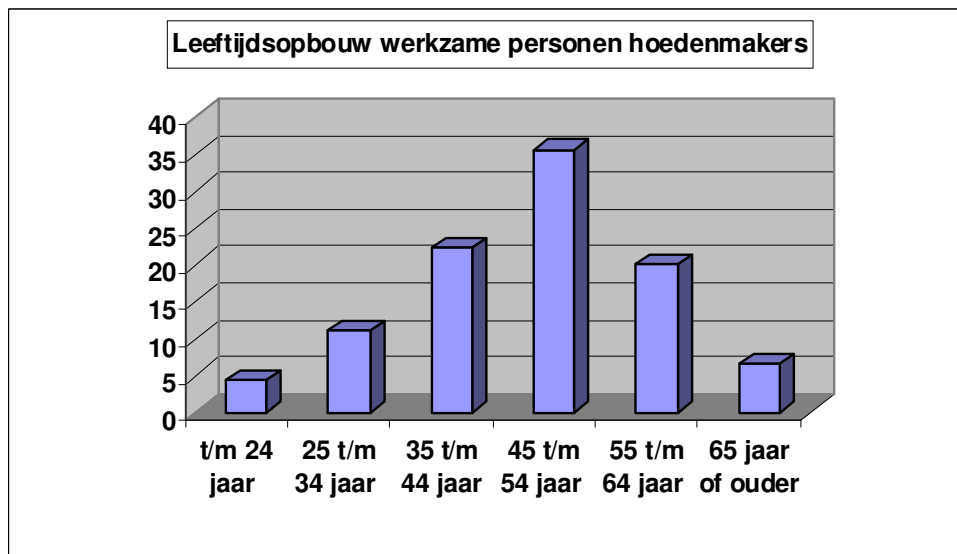
De branche is overwegend zeer kleinschalig: in vier op de vijf bedrijven werkt slechts één persoon. Er zijn ongeveer 225 personen werkzaam en parttime arbeid is een veelvoorkomend verschijnsel, waardoor het volume van de werkgelegenheid, gemeten in voltijdkrachten, uitkomt op ongeveer 140 fte.

De overgrote meerderheid van de in de branche werkzame personen is vrouw (87%). Maar liefst de helft van de ondernemers heeft een hoogst voltooide algemene opleiding op hbo-niveau. Driekwart van de ondernemers heeft naast een algemene opleiding ook een vakopleiding gevolgd en afgerond.

Vergrijzing

In vergelijking met de gehele Nederlandse werkzame beroepsbevolking is de hoedenbranche vergrijsd: meer dan een kwart van de hoedenmakers is ouder dan 55 jaar (zie figuur 2). De meeste beroepsoefenaars zijn tussen de 45 en 55 jaar. Een belangrijke oorzaak is dat mensen vaak op latere leeftijd het vak van hoedenmaker ontdekken, veelal via cursussen. Bovendien is er nauwelijks aanwas van jonge hoedenmakers doordat er (nog) geen regulier opleidingstraject is.

Figuur 2



Bron: EIM, 2007

Onderwijsinformatie

Er is momenteel (nog) geen reguliere opleiding voor hoedenmakers. De huidige hoedenmakers hebben het beroep veelal leren kennen via cursussen. De huidige cursussen voldoen echter niet voor de professionele markt en kennis verdwijnt.

Voor de leerlingen van het vmbo en havo is er geen doorstromende leerlijn op het gebied van creatieve technieken. Voor deze leerlingen start SintLucas in Boxtel vanaf september 2009 met een oriëntatiejaar voorbereidend op de reguliere opleiding Creatief Vakman. Binnen de opleiding Creatief Vakman worden de leerlingen opgeleid in de uitstroomrichtingen hoedenmaker, lederwarenmaker, ambachtelijk schoenmaker, keramist, glazenier of ontwerpend meubelmaker. Excellent vakmanschap, vormgeving en ondernemerschap zijn de kernwaarden die hen verbinden.

Voorrang voor Creatief Vakmanschap

De ontwikkeling van deze opleiding vindt plaats binnen het project 'Voorrang voor creatief vakmanschap'. Dit initiatief is ontstaan vanuit een uniek samenwerkingsverband van innovatieve bedrijven, musea, belangen- en brancheorganisaties, die zich hebben verenigd in een platform dat zich tot doel heeft gesteld het creatief vakmanschap in Nederland te behouden en nieuwe impulsen te geven.

SintLucas, Vakschool Schoonhoven, Hout- en meubileringscollege en SVGB kennis- en opleidingscentrum zijn de uitvoerende partners, die gezamenlijk het doel hebben om uiterlijk 30 juni 2012 te komen tot een duurzame opleidingsvoorziening voor de creatief-technische sector. Hiervoor wordt er met twee verschillende opleidingsconcepten geëxperimenteerd. Het vormen van een kennisnetwerk en de voorbereiding van een startersportaal zijn belangrijke middelen om docenten, praktijkopleiders en studenten te professionaliseren zodat dit doel gerealiseerd wordt.

SintLucas werkt van breed naar smal, waarbij leerlingen zich eerst verdiepen in een breed spectrum en zich daarna specialiseren. Vakschool Schoonhoven werkt van smal naar breed: leerlingen specialiseren zich in één richting en vergroten in een later stadium hun kennis van materialen en technieken. Beide **opleidingsconcepten** hebben een curriculum waarin de kerntaken vervaardigen, vormgeven en ondernemen integraal aangeboden worden. Onderzocht wordt of beide opleidingsconcepten tot duurzame resultaten leiden in termen van kwaliteit van de studenten en financiële haalbaarheid en wat de kritische succesfactoren zijn.

Het vormen van een **kennisnetwerk** is een noodzakelijke voorwaarde voor het ontwikkelen van een duurzaam opleidingsconcept én voor de toekomst van het creatief vakmanschap.

Onderdeel van het project is het inventariseren van de bestaande kennis, het peilen van de kennisbehoefte bij (in eerste instantie) docenten en praktijkopleiders en het organiseren van de beschikbaarheid van de verzamelde kennis. Creatieve vakmensen, designers, musea, bedrijven en brancheorganisaties worden in contact gebracht met docenten, praktijkopleiders en studenten. Onderzocht wordt of dit kennisnetwerk daadwerkelijk leidt tot verhoging van de professionaliteit van docenten en praktijkopleiders.

Een onderdeel van het project dat gericht is op de verdere toekomst is de voorbereiding van een **startersportaal**. Via dit portaal zullen de opgeleide creatief ondernemers gedurende de beginjaren van hun onderneming ondersteund kunnen worden.

Bronverwijzingen

- EIM (2007). *Structuuronderzoek ontwerpers en vervaardigers van hoeden 2007*. EIM, Zoetermeer.
- SVGB (2006). *Beroepscompentieprofiel Hoedenmaker*. SVGB, Nieuwegein.
- SVGB (2005). *Brancheoverzicht Hoedenmakers*. SVGB, Nieuwegein.