

KERAMISTEN

Inleiding

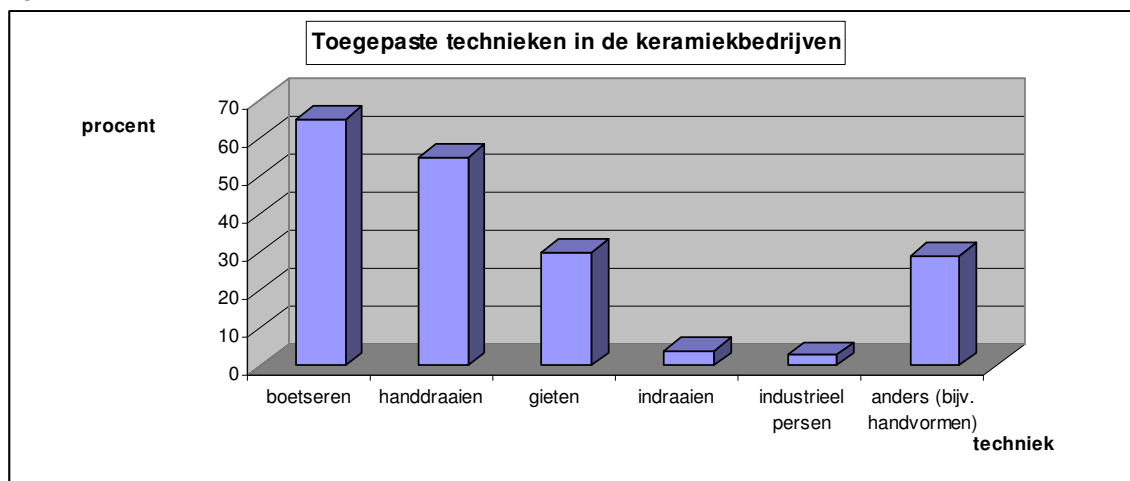
De keramiekbranche kenmerkt zich door kleinschaligheid en exclusiviteit¹. Ondanks de huidige economische crisis blijft de verkoop binnen de keramiekbranche nog redelijk op peil. Er is en blijft een markt voor exclusief keramiek. Mede door de sterke vergrijzing is er op de arbeidsmarkt ruimte voor jonge, goed geschoolde vakmensen. Een mbo-opleiding voor de keramiek is in ontwikkeling.

Branche

Aantal bedrijven, omzet en activiteiten

De keramiekbranche bestaat uit 565 ondernemingen waarin 710 personen werkzaam zijn. Hiervan zijn 400 leden (60%) aangesloten bij de branchevereniging NVK (Nederlandse Vakgroep Keramisten). De bedrijven zetten gezamenlijk jaarlijks 14 miljoen euro om exclusief btw. De bedrijven verwerven hun omzet door het maken van unica, sieraardewerk, lesgeven 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. In figuur 1 zijn de meest toegepaste technieken binnen de keramiekondernemingen weergegeven.

Figuur 1



Bron: EIM, 2007

Van serieproducten naar unica en cursussen

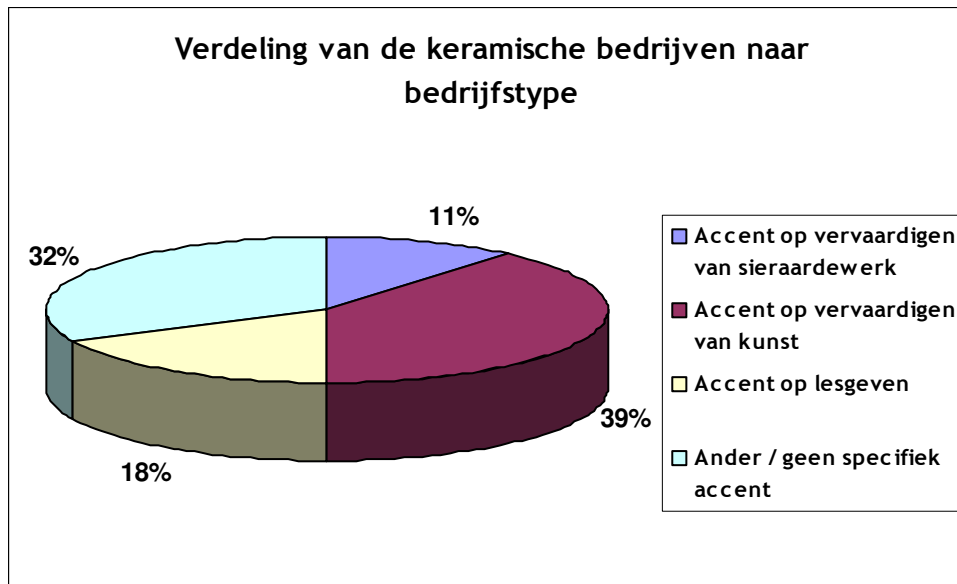
Handgemaakt gebruikskeramiek wordt de afgelopen jaren minder verkocht. Serviezen en andere gebruiksvoorwerpen vormden traditiegetrouw een vast afzetkanaal, maar vinden bij de huidige generatie minder aftrek.

De enkele overgebleven grote bedrijven, vaak gestoeld op een lange traditie, slaan een nieuwe weg in door hedendaagse ontwerpers aan te trekken. Hiermee sluiten ze beter aan bij de huidige generatie en vinden zo een nieuwe doelgroep voor hun moderne keramiek. De zelfstandig werkende keramisten die handmatig (kleine) series maken, zien de belangstelling van hun klanten verschuiven richting unica en kunstproducten.

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

Het verzorgen van cursussen en het lesgeven vormt voor een aantal keramisten een (aanvullende) inkomstenbron (zie figuur 2). Doordat de centra voor kunstzinnige vorming minder worden gesubsidieerd, verdwijnen aanstellingen van docenten. Veel keramisten verplaatsen hun lesactiviteiten naar het eigen atelier, waar ze cursussen aanbieden. Er zijn veel vrijetijdskeramisten die interesse hebben in het volgen van cursussen.

Figuur 2



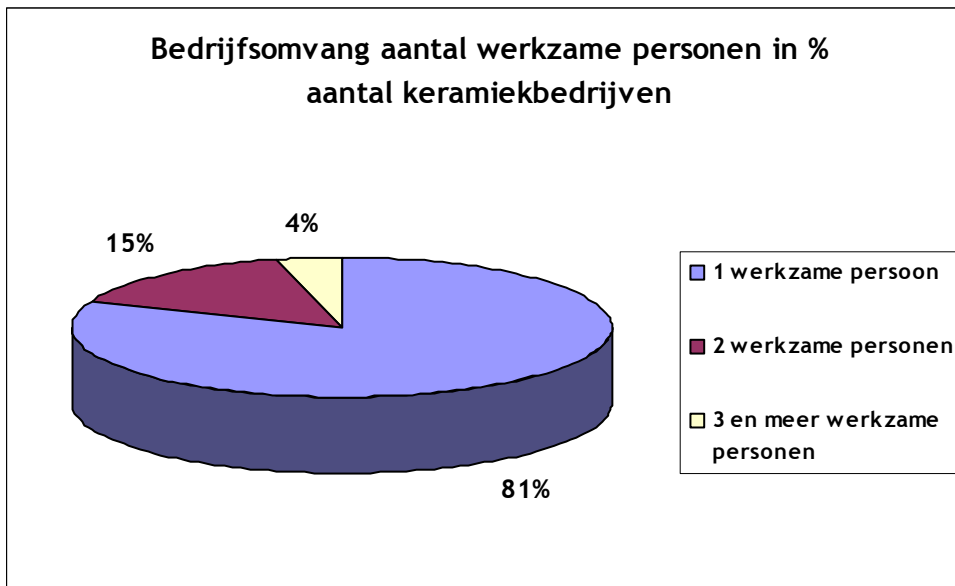
Bron: EIM, 2007

Kleinschalige ondernemingen

In de afgelopen decennia zijn de meeste grote en middelgrote in serie producerende bedrijven verdwenen. Momenteel bestaat de branche voor het overgrote deel (81%) uit eenpersoonsbedrijven (zie figuur 3).

De meeste bedrijven zijn gehuisvest in een woonhuis of een bedrijfsruimte bij een woonhuis en zijn door de huidige ondernemer zelf opgericht. Keramisten leveren direct aan de consument via het eigen verkooppunt, door middel van exposities in galeries of op keramiekmarkten. De bedrijven die sieraardewerk maken leveren ook aan groothandels.

Figuur 3



Bron: EIM, 2007

Imago

De keramist heeft last van zijn huidige imago. De consument is opgevoed met de lage prijzen van keramiek verkocht in warenhuizen als Ikea en Blokker. De gemiddelde consument is daarom niet bereid om voor een exclusief stuk keramiek extra te betalen. Als kunst heeft keramiek vaak een lagere waardering dan een schilderij of een werkstuk in brons. Hierdoor is het niet altijd mogelijk een reële prijs te berekenen.

Toekomstperspectieven keramiek

In de afgelopen jaren was er een afnemende verkoop te zien. Er lijkt echter een kentering te zijn: op dit moment is er een langzame verbetering zichtbaar. Er is en blijft een markt voor exclusief keramiek, al is deze niet uitzonderlijk groot. Voor de keramisten zijn er goede kansen wanneer zij hun vakmanschap combineren met hedendaags design en een ondernemende, op de toekomst gerichte blik.

Arbeidsmarktsituatie

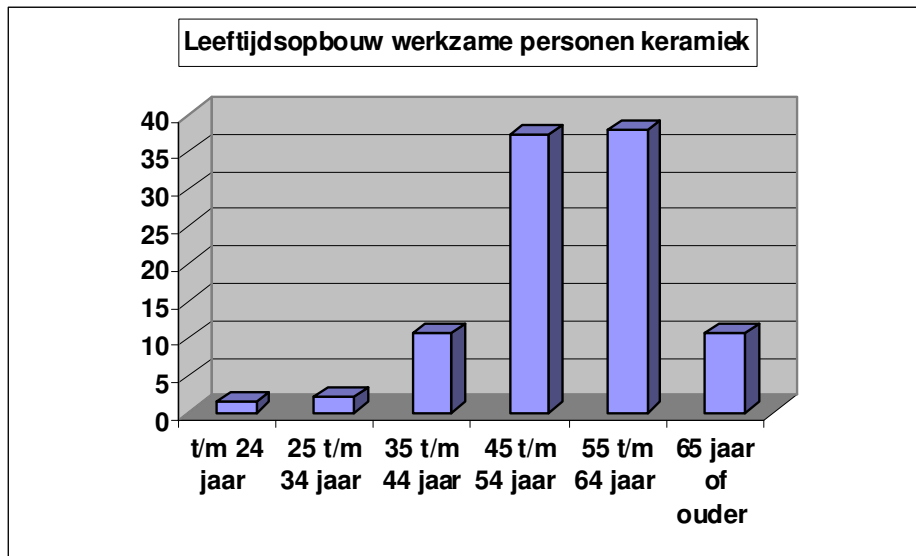
Sterke vergrijzing

In vergelijking met de gehele Nederlandse werkzame beroepsbevolking is de keramiekbranche zeer sterk vergrijsd: 37% van de keramisten is tussen de 45 en 54 jaar en 38% is zelfs ouder dan 55 jaar (zie figuur 4). Een belangrijke oorzaak is dat mensen vaak op latere leeftijd het vak van keramist ontdekken, veelal via cursussen. Bovendien is er nauwelijks aanwas van jonge keramisten, mede doordat er (nog) geen regulier opleidingstraject is.

Twee derde van de werkzame keramisten is vrouw.

Deeltijdwerk komt veel voor. Er zijn ongeveer net zo veel voltijdwerkende keramisten (meer dan 32 uur) als deeltijdwerkende keramisten (minder dan 32 uur) (zie figuur 5).

Figuur 4

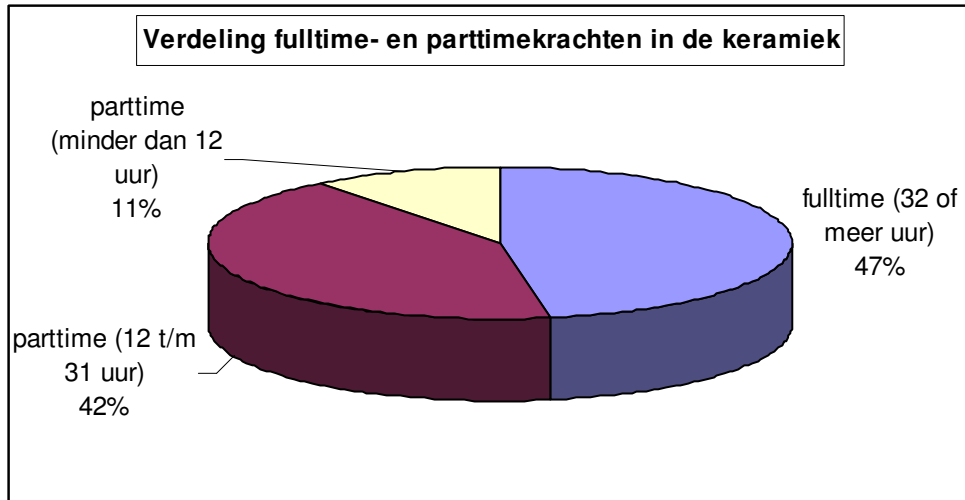


Bron: EIM, 2007

Ruimte op de arbeidsmarkt

De keramiekbranche bestaat overwegend uit eenpersoonsbedrijven die geen ambitie hebben om te groeien. Veel keramisten werken ook in deeltijd. Deze zelfstandige ondernemers hebben zelf hun onderneming opgericht en zijn niet op zoek naar personeel om hun bedrijf uit te breiden. Vandaar dat er nauwelijks vacatures te vinden zijn voor keramisten. Daarom is het beter om niet te spreken van werkgelegenheid, maar van 'ruimte op de arbeidsmarkt'. Mede door de sterke vergrijzing ontstaat er ruimte voor jonge, goed geschoolde vakmensen.

Figuur 5



Bron: EIM, 2007

Onderwijsinformatie

Het scholingsniveau van de keramist is hoog. Meer dan de helft heeft een voltooide hbo-opleiding, waarvan de helft een kunstacademie heeft gevolgd.

De keramisten die nu tot het vak toetreden hebben het beroep veelal leren kennen via cursussen. De huidige cursussen voldoen echter niet aan de eisen van een professionele markt en kennis verdwijnt.

Er is de branche veel aan gelegen om een inhoudelijk sterke opleiding van de grond te krijgen. Het goed profileren van de branche samen met het inrichten van een professionele opleiding zijn belangrijke voorwaarden om dit beroep 'toekomstproof' te houden.

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, vormgeven 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.

De Vakschool Schoonhoven, SintLucas, 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 Fijnkeramische bedrijven 2007*. EIM, Zoetermeer.