

1. HOEDENMAKERS

1.1 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. In september 2010 is SintLucas in Boxtel gestart met een reguliere opleiding Creatief Vakman met de mogelijkheid om uit te stromen als hoedenmaker. In september 2011 zal deze opleiding ook bij het Hout- en Meubileringscollege (HMC) in Amsterdam te volgen zijn.

1.2 Branche

Omzet

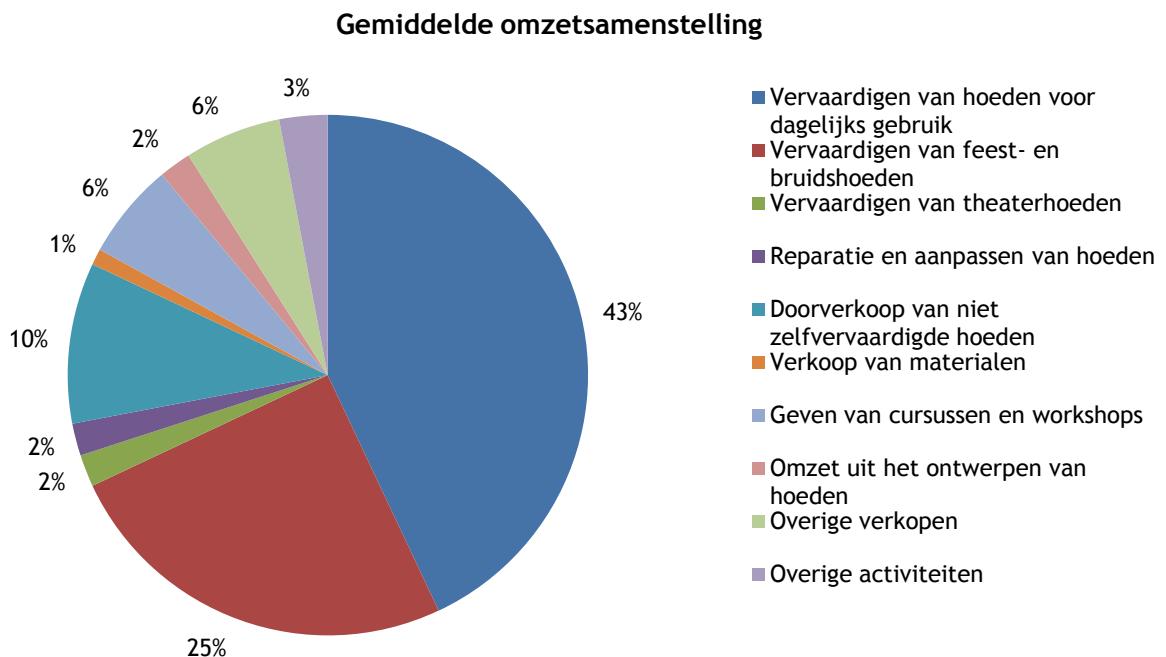
De hoedenbranche zet jaarlijks ongeveer 5,4 miljoen euro om. Binnen deze totaalomzet is sprake van een grote spreiding. Zo realiseert 65% van de ondernemingen een omzet van minder dan 20.000 euro per jaar. Slechts 19% behaalt een totale omzet van meer dan 50.000 euro.

Het is dan ook niet verrassend dat maar één op de vijf ondernemers voor het levensonderhoud geheel of in belangrijke mate afhankelijk is van de inkomsten van het hoedenmakersbedrijf. Wel geeft ruim 80% van de ondernemers aan tamelijk tot zeer tevreden te zijn over zijn of haar omzet.

De meeste omzet wordt behaald met het maken van hoeden voor dagelijks gebruik en het vervaardigen van feest- en bruidshoeden (zie figuur 1). Het hele proces van het ontwerpen tot en met het maken en verkopen van deze producten vindt doorgaans in hetzelfde bedrijf plaats.

Daarnaast houden de bedrijven zich bezig met werkzaamheden rond het maken van theaterhoeden, het repareren en aanpassen van hoeden, lesgeven, het verkopen van materialen en het doorverkopen van niet-zelfvervaardigde hoeden.

Figuur 1



Bron: EIM (2007)

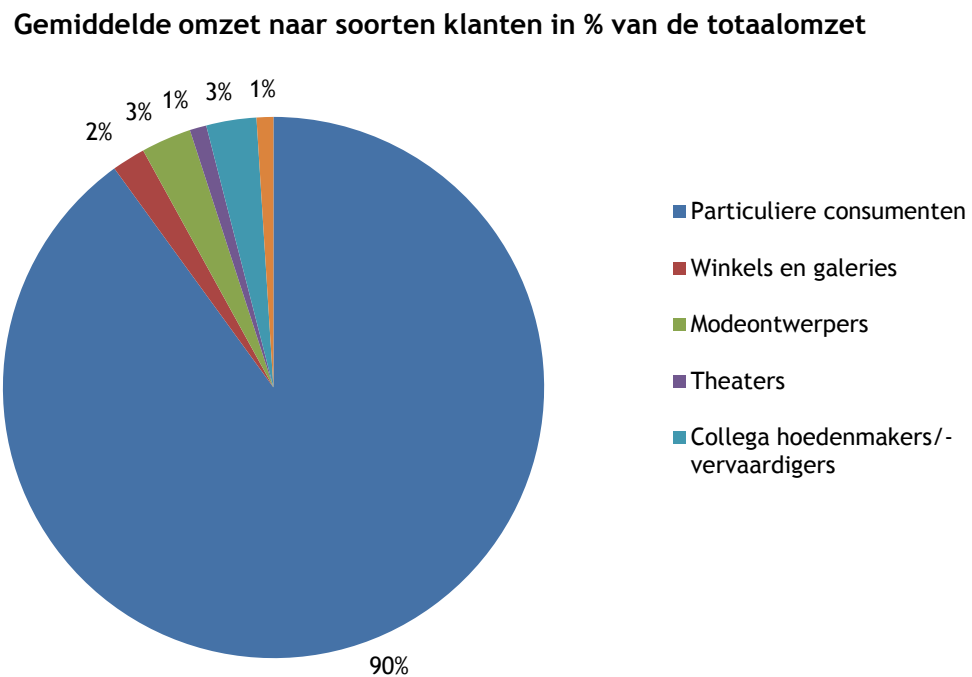
¹ De branchegegevens in dit hoofdstuk zijn afkomstig uit onderzoek van EIM van 2007.

Als gevolg van de economische crisis is deze omzetsamenstelling wel onderhevig aan verandering. De volgende ontwikkelingen kenmerken de huidige situatie in de branche:

- de vraag naar kwaliteit blijft gelijk;
- de vraag naar handgemaakte producten neemt toe, want dit geeft een uitstraling van uniciteit en authenticiteit;
- de vraag naar dure hoeden neemt af;
- de vraag naar breed te dragen hoeden neemt toe;
- de vraag naar haarversiering/hair fashion met een lagere prijs neemt toe; daarmee onderscheid je je voor een betaalbare prijs.

De afzetmarkt voor hoeden is op te splitsen in particuliere consumenten, winkels en galeries, modeontwerpers, theaters, collega's en overige klanten. Zoals onderstaande figuur 2 laat zien, komt het overgrote deel van de totaalomzet (90%) voort uit de verkoop aan particuliere consumenten.

Figuur 2



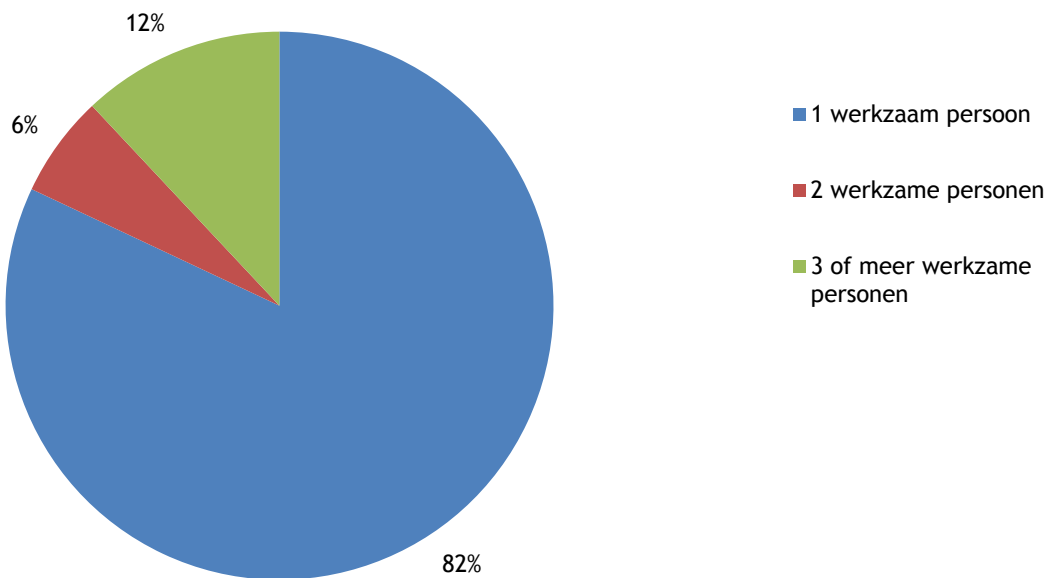
Bron: EIM (2007)

Aantal bedrijven en bedrijfsgrootte

De hoedenbranche bestaat uit circa 150 ondernemingen. Het overgrote deel heeft als hoofdactiviteit het ontwerpen en vervaardigen van hoeden; een klein deel van deze groep legt zich alleen toe op het vervaardigen. De overige ondernemingen hebben een andere hoofdactiviteit, maar halen wel meer dan 10% van hun omzet uit hoeden. Zoals eerder aangegeven moet hierbij wel de kanttekening worden gemaakt dat veel van deze ondernemingen een beperkte tot zeer beperkte omvang hebben. Dit geldt zowel voor de omzet als de bedrijfsomvang.

Figuur 3

Bedrijfsomvang aantal werkzame personen in % aantal hoedenmakersbedrijven



Bron: EIM (2007)

De meeste bedrijven (82%) betreffen zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers). Figuur 3 laat verder zien dat 6% een bedrijfsomvang heeft van twee werkzame personen en 12% van drie of meer.

Vervagende grens tussen mode gerelateerde beroepen

Kledingmerken gaan op zoek naar een speciale kledinglijn met bijbehorende schoenlijn en accessoires zoals tassen, corsages en hoeden. Dit zie je ook bij bedrijven in de branche ontwerpers en ambachtelijk vervaardigers van tassen en schoenen. Zij zoeken eveneens naar combinatie zoals tassen en hoeden, schoenen en tassen, tassen en sieraden.

Samenwerking brancheorganisaties

De Nederlandse Hoedenvereniging (NHV) is sinds 2003 de branchevertegenwoordiger voor de hoedenbranche. Zij richt zich op het vergroten van de bekendheid van het beroep en de professionalisering van de branche, onder andere door vakwedstrijden te organiseren en in het vakblad 'HoedenNieuws' aandacht te besteden aan technieken en ondernemerschap.

In 2007 is een samenwerking gestart met twee verwante branchevertegenwoordigers:

- De vakvereniging van ontwerpers en makers van schoenen en tassen (FeetBag)
- De Branchevereniging van Kleermakers en Modevakscholen (BvK)

Gezamenlijk hebben de drie verenigingen de vakbeurs 'Mode van Top tot Teen' georganiseerd. Naar aanleiding van dit succes is besloten om de activiteiten van de verenigingen voor elkaars leden open te stellen en een gemeenschappelijke website te ontwikkelen, die inmiddels is gelanceerd². Ook in de toekomst zullen verschillende evenementen gezamenlijk worden georganiseerd.

Mode van Top tot Teen

² www.modevantoptotteen.nl

Kwaliteit en onderscheidend vermogen

De hoedenbranche heeft te maken met steeds meer hoedenmakers 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 arbeidsintensief 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.

De markt voor exclusieve en originele hoeden is niet groot. 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.

In navolging van artiesten, zoals bijvoorbeeld Caro Emerald, Ben Saunders en Lady Gaga, zie je onder jongeren het dragen van een hoofdbedekking steeds meer toenemen als een manier om je te onderscheiden.

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. Deelname aan internationale wedstrijden zoals The Hat Designer of the Year, maakt daar onderdeel van uit. In de laatste jaren zijn Nederlandse hoedenmakers regelmatig hoog geëindigd bij deze toonaangevende wedstrijd. Het uitwisselen van kennis tussen deze succesvolle hoedenmakers wordt als bijzonder waardevol ervaren.

Materialen

Wat betreft materialen is de afgelopen jaren steeds meer gebruik gemaakt van sisal (een strosoort gemaakt van de sisalvezel, verkrijgbaar in verschillende structuren) en sinamay (een geweven materiaal van de sisalvezel met een transparanter karakter, waardoor luchtige hoeden kunnen worden gemaakt). Daarnaast worden hoeden doorgaans gemaakt van bandstro, buntal, crinband, etamine, parasisal, papierstro, vilt, leer en versierend materiaal³. Verder wordt er ook altijd geëxperimenteerd met nieuwe en/of milieuvriendelijke materialen.

Branche-examen

In het streven naar meer uniformiteit in de hoedenbranche en om voor de consument duidelijk te maken wat het niveau is waarop een hoedenmaker zich heeft bekwaamd en op welke materialen dit vakmanschap zich toespitst, introduceert de NHV een branche-examen. Dit examen komt naast de reguliere opleidingen tot creatief vakman in Boxtel en Amsterdam te staan. In februari 2012 zullen de eerste branche-examens worden afgenomen.

³ Hoedenenzo.nl, 2011

1.3 Arbeidsmarktsituatie

Werkgelegenheid

De hoedenbranche wordt getypeerd door kleine zelfstandigen. In vier op de vijf bedrijven is slechts één persoon werkzaam. Ruimte op de arbeidsmarkt in de hoedenbranche uit zich dan ook niet in een vacatureaanbod. Wel signaleert branchevereniging NHV dat de ruimte op de arbeidsmarkt licht toeneemt. Daarnaast geeft ze aan dat er altijd ruimte zal zijn voor ondernemende hoedenmakers die een nieuwe markt aanboren door gebruik van vernieuwende materialen en producten.

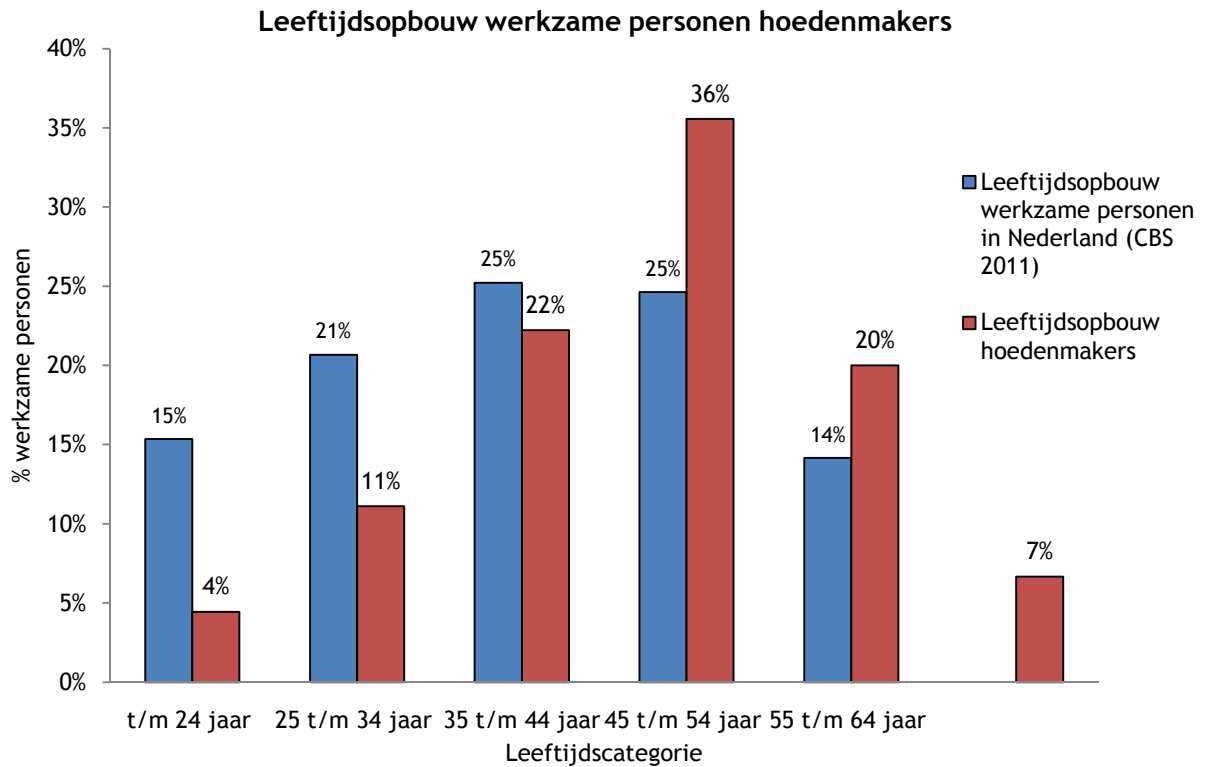
Man-vrouwverhouding

De branche kenmerkt zich door een zeer hoog percentage vrouwen. Slechts 13% van de beroepsgroep bestaat uit mannen.

Vergrijzing

Om een goed beeld te geven van de leeftijdsopbouw van de werkzame personen in de hoedenbranche is een vergelijking gemaakt tussen de leeftijdsopbouw van de hoedenmakers en de leeftijdsopbouw van de algehele beroepsbevolking in Nederland. Figuur 4 laat de resultaten zien. Duidelijk is dat er sprake is van een zekere vergrijzing in de beroepsgroep: maar liefst 63% van de hoedenmakers is 45 jaar of ouder.

Figuur 4



Bron: EIM (2007), CBS (2011)

1.4 Onderwijsinformatie

Uitvoering kwalificatiedossier Creatief Vakman

Het kwalificatiedossier Creatief Vakmanschap bestaat uit zeven uitstromen en wordt door verschillende roc's en vakscholen uitgevoerd onder twee crebonummers. In onderstaand figuur is weergegeven welke onderwijsinstellingen welke uitstromen uitvoeren binnen het dossier Creatief Vakman. In dit document zijn niet de gegevens meegenomen van de onderwijsinstellingen die crebonummer 93686 uitvoeren, want deze valt onder kenniscentrum SH&M. Het Hout- en Meubileringscollege (HMC) is in het plaatje meegenomen omdat dit een onderwijsinstelling is die meedoet binnen het project Voorrang voor Creatief Vakmanschap en de uitstroom Hoedenmaker zal gaan uitvoeren vanaf september 2011.

Figuur 5

Uitstromen	Creatief Vakman 93680		Ontwerpend meubelmaker 93686
Glazenier	Vakschool Schoonhoven (32)		
Glasblazer			
Keramist	SintLucas (32)		
Ambachtelijk schoenmaker		HMC	
Lederwarenmaker			
Hoedenmaker			
Ontwerpend meubelmaker (onder beheer van SH&M)	ROC Friesland College (24)		De Leijgraaf (15), Deltion College (12), Graafschap college (6), Koning Willem I (56), ROC Twente (10).

Bron: DUO (2011)

Opleidingen

In september 2010 is SintLucas in Boxtel gestart met de opleiding Creatief Vakman met onder andere de specialisatie hoedenmaker. In september 2011 zal ook het HMC starten met de opleiding Creatief Vakman waar ook onder andere deze specialisatie gevolgd kan worden.

SintLucas - Creatief Vakman

SintLucas is één van de vakscholen die meedoen in het project Voorrang voor Creatief Vakmanschap. SintLucas start de opleiding Creatief Vakman met een oriëntatiejaar, waarin de studenten in aanraking komen met verschillende materialen, zoals keramiek, textiel en leer. Na een jaar maken de leerlingen een keuze voor één van de uitstroomrichtingen Ambachtelijk schoenmaker, Lederwarenmaker, Hoedenmaker of Keramist. SintLucas is in september 2010 gestart met 32 leerlingen en zal in 2011 wederom starten met 32 leerlingen.

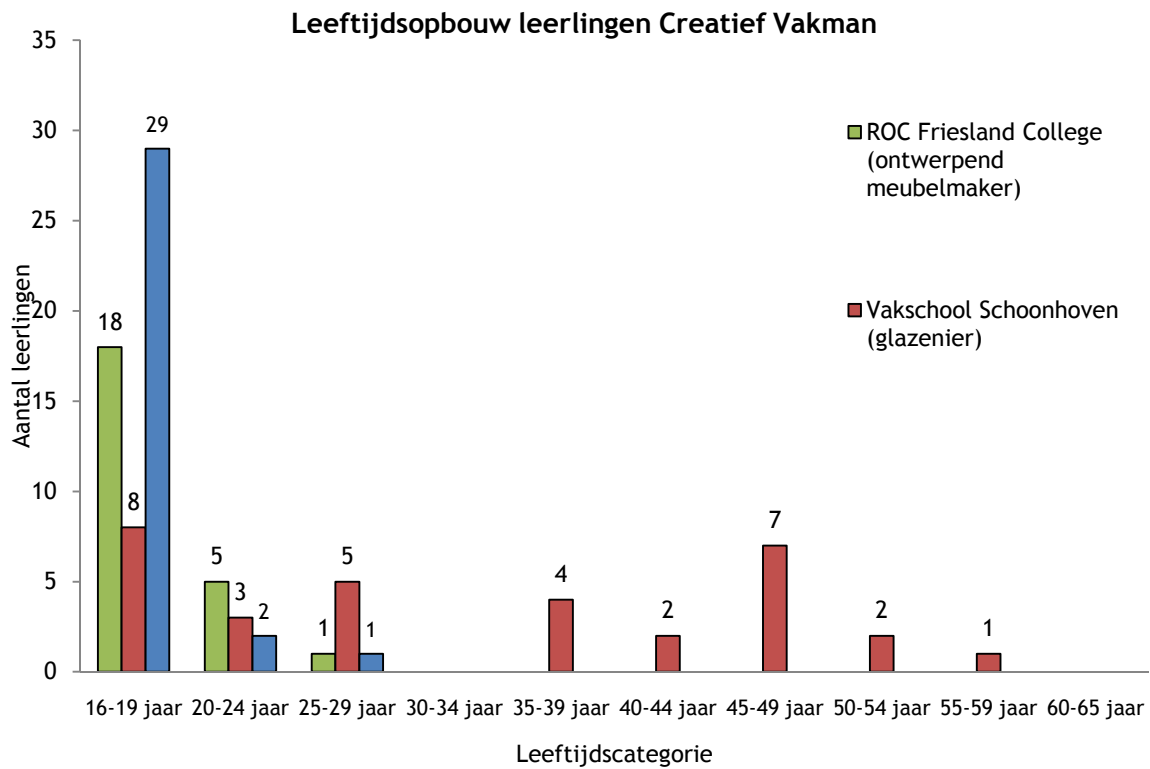
HMC - Creatief Vakman

Het HMC is één van de vakscholen die meedoet in het project Voorrang voor Creatief Vakmanschap. Het HMC start de opleiding Creatief Vakman met een oriëntatiejaar, waarin de studenten in aanraking komen met verschillende materialen, zoals hout, textiel en leer. Na een jaar maken de leerlingen een keuze voor één van de uitstroomrichting Ambachtelijk schoenmaker, Lederwarenmaker, Hoedenmaker of Ontwerpend meubelmaker. Het HMC start in september 2011 met 35 leerlingen.

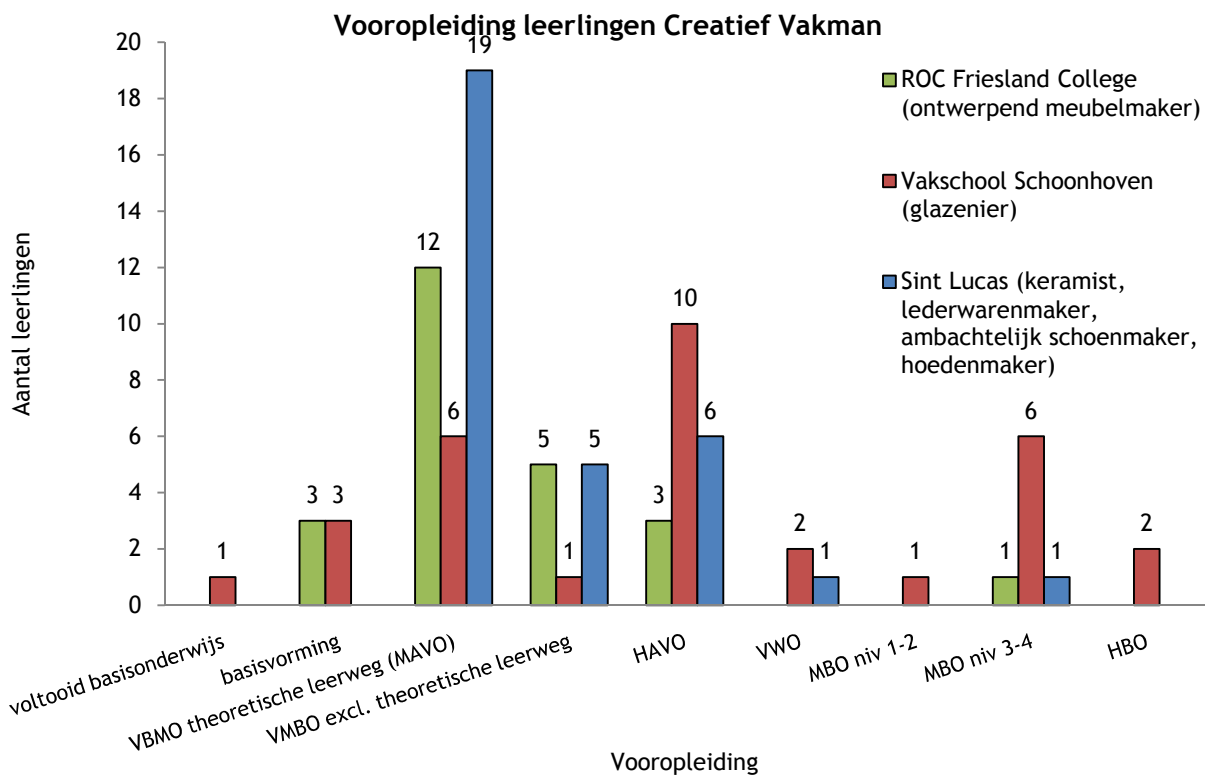
Excellent vakmanschap, vormgeving en ondernemerschap zijn de kernwaarden die deze scholen verbinden.

Zoals onderstaande figuren laten zien zijn de meeste leerlingen jonger dan 19 jaar en komen zij rechtstreeks van het middelbaar onderwijs. Het merendeel heeft een vooropleiding op vmbo-t of havo genoten. Van de deelnemers is 98% vrouw.

Figuur 6



Figuur 7



Bron: DUO (2011)

Voorrang voor Creatief Vakmanschap⁴

De ontwikkeling van de opleidingen 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.



Creatief Vakman[®]

SintLucas, Vakschool Schoonhoven, het Hout- en Meubileringscollege en SVGB kenniscentrum 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. Structuuronderzoek ontwerpers en vervaardigers van hoeden 2007. HBA, Zoetermeer, 2007.
- DUO. Leerling-informatie, 2011.
- SVGB. Beroepscompetentieprofiel Hoedenmaker. SVGB, Nieuwegein, 2006.
- SVGB. Brancheoverzicht Hoedenmakers. SVGB, Nieuwegein, 2005.
- SVGB. Projectplan Voorrang voor Creatief Vakmanschap. SVGB, Nieuwegein, 2009.

Websites

- www.modevantoptotteen.nl
- www.hoedenenzo.nl

⁴ Deze informatie is afkomstig uit het projectplan Voorrang voor Creatief Vakmanschap