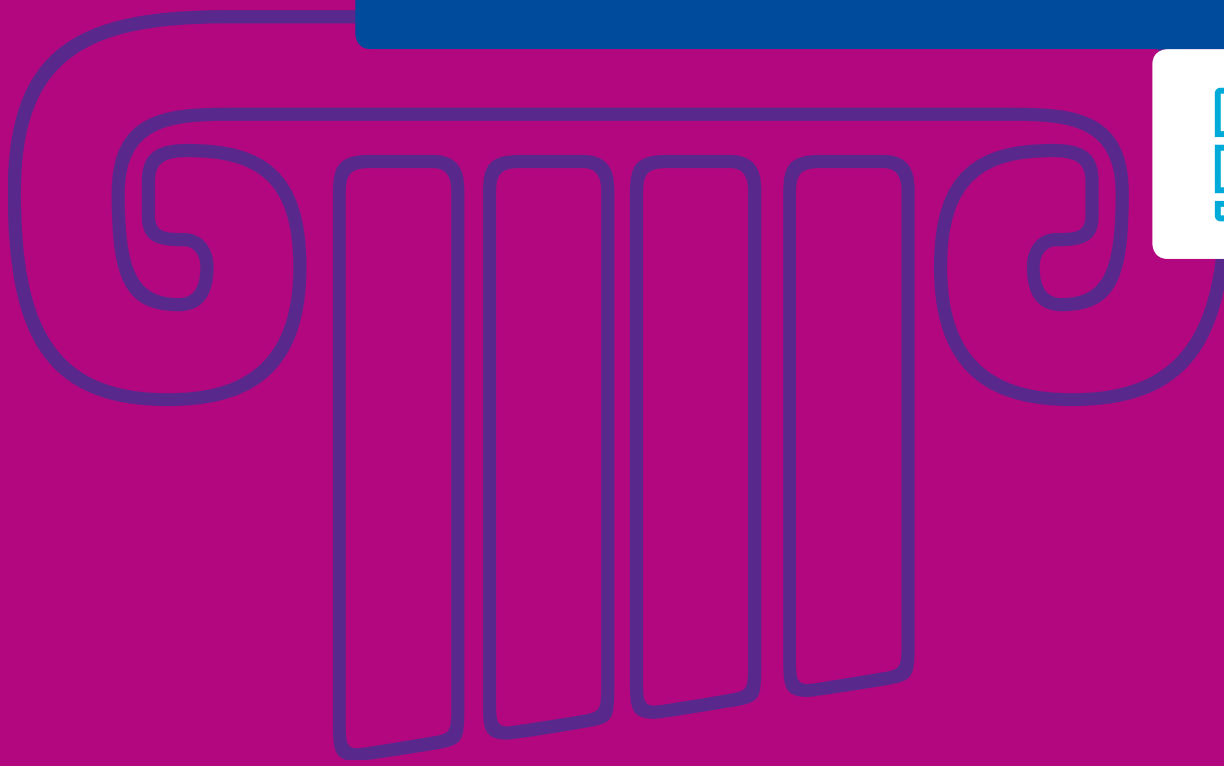


Satellietrekening cultuur en media 2015

De bijdrage van cultuur en media

aan de Nederlandse economie



Satellietrekening cultuur en media 2015

De bijdrage van cultuur en media

aan de Nederlandse economie

Verklaring van tekens

Niets (blanco)	Een cijfer kan op logische gronden niet voorkomen
.	Het cijfer is onbekend, onvoldoende betrouwbaar of geheim
*	Voorlopige cijfers
**	Nader voorlopige cijfers
2018-2019	2018 tot en met 2019
2018/2019	Het gemiddelde over de jaren 2018 tot en met 2019
2018/'19	Oogstjaar, boekjaar, schooljaar enz., beginnend in 2018 en eindigend in 2019
2016/'17-2018/'19	Oogstjaar, boekjaar, enz., 2016/'17 tot en met 2018/'19

In geval van afronding kan het voorkomen dat het weergegeven totaal niet overeenstemt met de som van de getallen.

Colofon

Uitgever

Centraal Bureau voor de Statistiek
Henri Faasdreef 312, 2492 JP Den Haag
www.cbs.nl

Prepress

Centraal Bureau voor de Statistiek

Ontwerp

Edenspiekermann

Inlichtingen

Tel. 088 570 70 70
Via contactformulier: www.cbs.nl/infoservice

© Centraal Bureau voor de Statistiek, Den Haag/Heerlen/Bonaire, 2019.
Verveelvoudigen is toegestaan, mits het CBS als bron wordt vermeld.

Inhoud

Samenvatting 4

Dankwoord 8

1. Inleiding 9

2. Cultuur en media in macro-economisch perspectief 14

3. Cultuur en media naar domein 22

4. Overheidsuitgaven aan cultuur en media 32

5. Vrijwilligerswerk in de cultuur- en mediasector 38

6. Internationaal 45

7. Slotbeschouwing 47

Literatuur 50

8. Bijlagen 51

Bijlage I Wat is cultuur? 52

Bijlage II Hoe komt een satellietrekening tot stand? 66

Bijlage III Andere gehanteerde definities van cultuur en media 70

Bijlage IV Gehanteerde begrippen 72

9. Tabellenset 81

Samenvatting

Vooraf na de eeuwwisseling heeft – naast de sociale betekenis – de economische betekenis van cultuur en media meer aandacht gekregen. Cultuur en media kosten niet alleen maar geld maar dragen ook bij aan de Nederlandse economie en werkgelegenheid. Het ontbrak echter aan een goed en betrouwbaar instrument om deze economische betekenis in macro-economisch perspectief zichtbaar te kunnen maken. Een satellietrekening is zo'n instrument. Een satellietrekening sluit aan op de nationale rekeningen, die een macro-economische beschrijving geven van de Nederlandse economie. Daarbij worden internationaal afgestemde definities en methoden gehanteerd. In opdracht van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap is daarom door het CBS een eerste satellietrekening cultuur en media samengesteld.

In de voorliggende satellietrekening zijn voor cultuur en media de belangrijkste macro-economische variabelen berekend (productie, consumptie, toegevoegde waarde, werkgelegenheid e.d.). Daar de satellietrekening cultuur en media gedestilleerd is uit de beschrijving van de totale Nederlandse economie (de nationale rekeningen) kan het aandeel van cultuur en media in de verschillende macro-economische totalen worden gekwantificeerd. Daarnaast kan voor de cultuur- en mediasector zelf worden aangegeven wat de belangrijkste cultuur- en mediaproducten zijn en welke bedrijfstakken een meer of minder grote rol spelen binnen de cultuur- en mediasector.

Cultuur en media zijn in deze satellietrekening gedefinieerd in termen van goederen en diensten (CPA-classificatie) die al dan niet tot cultuur en media worden gerekend. Dit betreft in eerste instantie de primaire cultuur- en mediaproducten waar ruwweg is aangesloten bij de definities van de EU (ESSnet-cultuur) en de UNESCO. Daarnaast is door het CBS een gedragslijn geformuleerd in hoeverre ondersteunende goederen en diensten verderop in de productie- en distributieketen van cultuur- en mediaproducten moeten worden meegenomen. Hierover bestond minder overeenstemming tussen de EU en de UNESCO. De door het CBS geformuleerde gedragslijn luidt als volgt:

Tot cultuur- en mediaproducten worden niet alleen alle primaire cultuur- en mediaproducten zelf (uitgaande van de waarden 'creatie' en 'culturele expressie') gerekend, maar ook die goederen en diensten die zonder deze primaire cultuur- en mediaproducten niet zouden bestaan.

Voorbeelden van primaire cultuur- en mediaproducten zijn museum- en bibliotheekdiensten, boeken, architectuurdiensten, reclame-uitingen, radio- en tv-programma's, theatervoorstellingen, online games en fotografie. Voorbeelden van ondersteunende cultuur- en mediaproducten zijn muziekinstrumenten, foto toestellen, radio- en tv-toestellen en boekbind- en drukmachines. Cultuur en media omvatten in deze satellietrekening dus zowel de traditionele cultuur (musea, bibliotheken, podiumkunsten e.d.), de media (radio, tv, kranten en tijdschriften e.d.) als ook de creatieve industrie (architectuur, ontwerp, reclame e.d.).

Tenslotte is een aantal goederen en diensten meegenomen die weliswaar geen cultuur- of mediaproduct zijn, maar daar onlosmakelijk mee verbonden is. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de horeca en de winkel van musea en de investeringen in museumgebouwen.

58,1 miljard euro aan cultuur- en mediaproducten

In onderstaande figuur is het totale aanbod van cultuur- en mediaproducten per domein weergegeven. Dit aanbod bestaat uit de binnenlandse productie van cultuur- en mediaproducten en de invoer. In totaal gaat het om een bedrag van 58,1 miljard euro. Binnen dit aanbod van cultuur- en mediaproducten is het aandeel van de goederen en diensten behorend tot het domein reclame met 17,4 miljard euro of wel 30 procent, het grootste.

Aanbod cultuur- en mediaproducten naar domein, 2015¹⁾²⁾



¹⁾ Aanbod (binnenlandse productie + invoer) tegen basisprijzen in miljarden euro's.

²⁾ Betreft totaal cultuur- en mediaproducten. Dus exclusief niet cultuur- en mediaproducten (investeringen, nevenopbrengsten cultuurinstellingen) en totalen die in de nationale rekeningen niet naar goederengroep verbijzonderd zijn (consumptie ingezetenen in het buitenland).

Op hoofdlijnen zijn de belangrijkste uitkomsten van deze eerste satellietrekening cultuur en media de volgende:

Bijdrage cultuur en media aan de totale economie

- De bijdrage van de cultuur- en mediasector aan de totale Nederlandse economie (het bbp) bedroeg 25,5 miljard euro of wel 3,7 procent. Ter referentie: dit is meer dan de bijdrage van sport (1,0 procent) en minder dan de bijdrage van toerisme (4,0 procent).
- Uitgedrukt in arbeidsjaren bedroeg de werkgelegenheid in de cultuur- en mediasector 320 duizend. Dit is 4,5 procent van de totale werkgelegenheid. De arbeidsinzet van vrijwilligers is hierbij niet tot de werkgelegenheid gerekend (zie ook hoofdstuk 5).
- De consumptieve bestedingen van huishoudens aan cultuur en media bedroegen 14,1 miljard euro of wel 4,7 procent van de totale consumptieve bestedingen van huishoudens in Nederland; dit komt neer op 1 700 euro per jaar per huishouden. Voor de goede orde: dit bedrag bestaat niet alleen uit uitgaven aan theater- en museumbezoek of het tv kijken of muziek luisteren, maar ook uit uitgaven aan de daarvoor onmisbare goederen en diensten zoals de tv-toestellen zelf.

Bedrijfstakingen

- Binnen de cultuur- en mediasector is het aandeel van de bedrijfstak kunst en cultuur het grootste (19 procent). Daarna volgen de reclamebureaus (13 procent), de uitgeverijen (11 procent) en handel en vervoer (ook 11 procent). Wat betreft handel en vervoer gaat het vooral om de onmisbare rol van deze bedrijfstak in het distributieproces van

- cultuur- en mediaproducten. De handels- en vervoersmarges vormen de beloning voor het (letterlijk) bij elkaar brengen van vraag en aanbod van cultuur- en mediaproducten.
- Omgekeerd bestaat de productie van de bedrijfstak kunst en cultuur praktisch volledig uit cultuur- en mediaproducten (99 procent). Ditzelfde geldt voor de uitgeverijen (94 procent), radio, tv, film, geluid (93 procent) en de reclamebureaus (87 procent). En, hoewel de bedrijfstak handel en vervoer een grote bijdrage levert aan de cultuur- en mediasector, is cultuur en media voor de bedrijfstak handel en vervoer zelf niet zo heel belangrijk (2 procent).

Aanbod cultuur- en mediaproducten

- Van het totale aanbod aan cultuur- en mediaproducten kwam in 2015 ruwweg drie kwart (76 procent) uit binnenlandse productie en een kwart uit invoer. Dit is vergelijkbaar met de totale Nederlandse economie waar 72 procent van alle beschikbare goederen en diensten afkomstig was uit binnenlandse productie.

Gebruik cultuur- en mediaproducten

- Bijna de helft (48 procent) van alle cultuur- en mediaproducten wordt gebruikt om andere (eind)producten mee te maken (intermediair verbruik). Dit wordt met name veroorzaakt door goederen en diensten in het domein reclame.
- 21 procent van de cultuur- en mediaproducten wordt geconsumeerd door huishoudens.
- 21 procent van de cultuur en mediaproducten wordt uitgevoerd. Deze uitvoer bestaat voor de helft uit uitvoer uit binnenlandse productie (51 procent) en voor de andere helft (49 procent) uit wederuitvoer. Bij wederuitvoer gaat het om goederen die in Nederland worden ingevoerd en opgeslagen en daarna weer worden uitgevoerd. Het is vooral de handels- en vervoerssector die hier geld aan verdient.
- De resterende 10 procent van het gebruik van cultuur- en mediaproducten bestaat uit consumptie door de overheid (5 procent), investeringen (4 procent) en voorraadvorming (1 procent). In deze laatste post is ook het saldo aan- en verkopen van kostbaarheden opgenomen. Dit betreft o.a. de aan- en verkoop van museumstukken en kunstvoorwerpen.

Cultuur en media naar domein

- Binnen het totale aanbod van cultuur- en mediaproducten is het aanbod van reclame met 17,4 miljard euro of wel 30 procent van het totaal, het grootste. Cultuur- en mediaproducten in het domein audiovisueel komen met 14,2 miljard euro of wel 24 procent van het totaal, op de tweede plaats.
- Bij de consumptieve bestedingen van huishoudens komen andere domeinen naar voren. Hier zijn de uitgaven aan cultuur- en mediaproducten in het domein audiovisueel met 5,1 miljard euro of wel 40 procent het grootste. Gevolgd door letteren (20 procent), podiumkunsten (16 procent) en erfgoed (12 procent).

Overheidsuitgaven aan cultuur en media

- De geconsolideerde¹⁾ uitgaven van de sector overheid aan cultuur en media bedroegen 4,2 miljard euro. De helft hiervan betrof uitgaven voortvloeiend uit het zelf produceren van cultuur- en mediaproducten zoals openbaar bestuur op het terrein van cultuur

¹⁾ Geconsolideerd wil zeggen dat de uitgaven binnen de overheid (bijvoorbeeld van het Rijk aan gemeenten) niet zijn opgenomen. De uitgaven per overheidslaag tellen dus niet op tot de uitgaven van de totale overheid omdat bijvoorbeeld de uitgaven van het Rijk aan de gemeenten wel meetellen bij de uitgaven van het Rijk, maar niet bij de uitgaven van de totale overheid (zie ook hoofdstuk 4).

en media maar ook het exploiteren van musea en regionale omroepen die tot de overheidssector worden gerekend. Deze productie van cultuur- en mediaproducten door de overheid zelf vindt vooral plaats op lokaal niveau. De andere helft van de overheidsuitgaven aan cultuur en media betrof herverdelingstransacties zoals subsidies, inkomens- en kapitaaloverdrachten. Deze uitgaven komen vooral van het Rijk en de gemeenten.

Vrijwilligerswerk

- De inzet van vrijwilligers wordt door het CBS niet tot de werkgelegenheid gerekend. In delen van de cultuur- en mediasector is de arbeidsinzet van vrijwilligers echter substantieel: 47 procent van het aantal werkzame personen in de podiumkunsten bestond in 2017 uit vrijwilligers/stagiaires, 70 procent van het aantal werkzame personen bij de musea bestond uit vrijwilligers en twee derde van het aantal werkzame personen bij de bibliotheken. Uitgedrukt in arbeidsjaren is het aandeel van vrijwilligers weliswaar fors lager, maar zonder de arbeidsinzet van deze vrijwilligers of door het 'marktconform' gaan belonen van deze vrijwilligers, zou het 'businessmodel' van genoemde sectoren binnen de cultuur- en mediasector onder druk komen te staan.

Macro-economische indicatoren cultuur en media, 2015¹⁾

	Cultuur en media	Totale economie	Aandeel cultuur en media
	mln euro		%
Bruto toegevoegde waarde (basisprijzen)	23 200	614 986	3,8
Bruto binnenlands product (marktprijzen)	25 520	683 457	3,7
Productie	48 260	1 297 667	3,7
Invoer	15 200	498 043	3,1
Consumptieve bestedingen	17 480	475 147	3,7
Consumptie huishoudens (incl. izw's)	14 140	303 470	4,7
Consumptie overheid	3 340	171 677	1,9
Investerings in vaste activa	2 670	132 464	2,0
Uitvoer	13 760	570 178	2,4
Uitvoer uit binnenlandse productie	7 070	333 917	2,1
Wederuitvoer	6 690	236 261	2,8
Voorraadverandering ²⁾	450	3 711	12,2
Saldo productgebonden belastingen en subsidies ³⁾	-70	21 970	-0,3
Intermediair verbruik	31 420	682 681	4,6
	aantal (x 1 000)		
Werkzame personen	410	8 806	4,7
Arbeidsjaren	320	7 041	4,5

¹⁾ Voor cultuur en media zijn de bedragen in deze tabel afgerond op tientallen miljoenen euro's dan wel tien duizendtallen.

²⁾ Inclusief saldo aan- en verkopen van kostbaarheden.

³⁾ Exclusief niet-afrekbare btw.

Dankwoord

In dit dankwoord wil het CBS iedereen bedanken die een bijdrage heeft geleverd aan de totstandkoming van deze eerste satellietrekening cultuur en media voor Nederland.

Allereerst willen we het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap bedanken voor hun financiële ondersteuning van dit project. Zonder deze ondersteuning was deze satellietrekening niet tot stand gekomen. Wij bedanken in het bijzonder de heer Robert Oosterhuis.

Ook danken we de begeleidingscommissie voor hun constructieve opmerkingen en commentaar gedurende het gehele proces. De begeleidingscommissie bestond uit: Marielle Hendriks (Boekmanstichting), Olaf Koops (Neo-observatory), Lydia Jongmans (VNG), Andries van den Broek (SCP), Lisa Baas (Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed), Gerbrand Bas (Federatie Dutch Creative Industries), Rogier Brom (Boekmanstichting), Klazien Brummel (Raad voor de Cultuur), Marijke Reuver (EZK), Ted Reininga (OCW) en Robert Oosterhuis (OCW).

Binnen het CBS hebben Nico Heerschap, Raymond Kleingeld, Andries Kuipers en Luuk Schreven bijgedragen aan de realisatie van de satellietrekening. Ook is dank verschuldigd aan medewerkers van de nationale rekeningen van het CBS, die het proces hebben ondersteund met hun advies.

1.

Inleiding

Cultuur en media zijn fenomenen die een wezenlijk onderdeel zijn van onze samenleving. Dit uit zich ook in een zekere bemoeienis van de overheid. Deze bemoeienis varieert van het subsidiëren van derden om cultuur- en mediaproducten tegen een redelijke prijs aan te kunnen bieden, het zo nodig zelf produceren van cultuur- en mediaproducten, een zekere regulering van de sector bijvoorbeeld door het waarborgen van een minimum aan pluriformiteit in het medialandschap tot en met het bevorderen van bestaande en nieuwe (digitale) vormen van cultuur en media.

Cultuur en media zijn ook een belangrijke vrijetijdsbesteding van mensen. Dit is zichtbaar in het museum- en theaterbezoek, het kijken naar tv, het lezen van boeken etc. Naast deze meer passieve cultuur- en mediaparticipatie door mensen is er ook een grote groep mensen die – al dan niet professioneel – actief deelneemt aan cultuur- en media-uitingen. Dit zijn de scheppende kunstenaars zelf, maar het betreft ook de kunstzinnige vorming van kinderen die bijvoorbeeld muziek- of toneelonderwijs volgen of hun ouders die in de plaatselijke harmonie spelen.

Het voortbrengen van cultuur- en mediaproducten is ook niet voorbehouden aan een of twee bedrijfstakken; ze worden voortgebracht door verschillende bedrijfstakken. De bedrijfstak kunst en cultuur behoort uiteraard tot de kern van de cultuur- en mediasector, maar ook uitgeverijen, radio en tv, het onderwijs, architecten en – zoals gezegd – de overheid zelf, brengen cultuur- en mediaproducten voort.

Vooraf na de eeuwwisseling heeft – naast de sociale betekenis – de economische betekenis van cultuur en media meer aandacht gekregen. Daarbij wordt de discussie niet zelden gevoerd aan de hand van de subsidies die de overheid al dan niet zou moeten verstrekken aan de verschillende cultuur- en media-instellingen. Cultuur en media kosten echter niet alleen maar geld maar dragen ook gewoon bij aan de Nederlandse economie en werkgelegenheid of kunnen een positieve invloed hebben op de economische bedrijvigheid in een bepaalde regio. Het ontbrak echter aan een goed en betrouwbaar instrument om deze economische betekenis in macro-economisch perspectief zichtbaar te kunnen maken. Een satellietrekening is zo'n instrument. De kracht van een satellietrekening is dat deze aansluit op de nationale rekeningen, die, volgens internationale standaarden, de aard en omvang van de Nederlandse economie beschrijven. In opdracht van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap is daarom door het CBS een eerste satellietrekening cultuur en media samengesteld.

Bij deze eerste proeve van een satellietrekening zijn de fenomenen cultuur en media beschreven als een 'gewone' bedrijfstak die goederen en diensten produceert en daarmee bijdraagt aan de Nederlandse economie en werkgelegenheid. Daarnaast is van deze goederen en diensten aangegeven wie ze heeft afgenomen. Hoeveel cultuur- en mediaproducten worden geconsumeerd door huishoudens? Hoeveel wordt er uitgevoerd? Deze eerste satellietrekening cultuur en media heeft betrekking op het jaar 2015. Dit komt omdat de satellietrekening cultuur en media gebaseerd is op de definitieve nationale rekeningen; deze zijn namelijk het meest gedetailleerd qua goederen en diensten en bedrijfstakken. Een definitief jaar biedt dan ook de beste aanknopingspunten om deze eerste satellietrekening uit te destilleren. Bij de start van dit project waren de definitieve cijfers uit de nationale rekeningen over 2015 beschikbaar.

Om een satellietrekening cultuur en media samen te kunnen stellen moet eerst de vraag worden beantwoord wát onder cultuur en media moet worden verstaan. Deze vraag wordt

hieronder kort behandeld. In bijlage I wordt daar uitgebreider op ingegaan inclusief de uiteindelijke lijst met alle goederen en diensten die in deze satellietrekening tot cultuur en media zijn gerekend. Om de gepresenteerde cijfers goed te kunnen interpreteren, wordt in dit hoofdstuk ook kort ingegaan op wat een satellietrekening nu precies is. Omdat ook hier meer over te vertellen is, wordt dit in bijlage II uitgebreider toegelicht.

Wat is cultuur en media?

Cultuur en media zijn gedefinieerd aan de hand van de *Classification of Products by Activity*, editie 2008 (CPA 2008). Dit is een internationaal geharmoniseerde lijst van goederen en diensten die binnen de internationale statistische gemeenschap gebruikt wordt bij het samenstellen van statistieken. Cultuur en media zijn dus niet gedefinieerd in termen van bedrijfstakken. Het is het goed of de dienst die bepaalt of iets tot cultuur of media wordt gerekend en niet de bedrijfstak die bepaalde goederen en diensten voortbrengt. Dit wordt met nadruk gezegd omdat de meeste landen die ook de economische betekenis van cultuur (en media) hebben gecijferd, uitgaan van bedrijfstakken die al dan niet tot de cultuur- en mediasector worden gerekend (zie ook hoofdstuk 6). Ook in de *Monitor Creatieve Industrie* (iMMovator, 2017) wordt de creatieve industrie gedefinieerd als een verzameling bedrijfstakken en niet als een verzameling van goederen en diensten (zie ook bijlage III). De benadering vanuit goederen en diensten is methodologisch echter beter omdat op deze manier alleen cultuur- en mediaproducten worden meegerekend. Immers, niet alle goederen en diensten van een bedrijfstak die tot de cultuur- en mediasector wordt gerekend, zijn cultuur- en mediaproducten. En omgekeerd: ook bedrijfstakken die niet tot de cultuur- en mediasector worden gerekend produceren cultuur- en mediaproducten.

Welke goederen en diensten uit deze CPA 2008 zijn dan tot cultuur en media gerekend? Er is in beginsel aangesloten bij de internationaal afgestemde lijst van de EU (ESSnet-Culture, 2012). Deze beschrijft de kerndomeinen van cultuur en media aan de hand van een aantal criteria, waarvan 'creatie' en 'culturele expressie' de belangrijkste zijn. Daarnaast is door het CBS een gedragslijn geformuleerd in hoeverre ondersteunende goederen en diensten verderop in de productie- en distributieketen van cultuur- en mediaproducten moeten worden meegenomen. ESSnet deed dit met mate, maar niet consequent. Zo werden muziekinstrumenten wel tot cultuur en media gerekend, maar foto toestellen dan weer niet. De door het CBS geformuleerde gedragslijn luidt als volgt:

Tot cultuur- en mediaproducten worden niet alleen alle primaire cultuur- en mediaproducten zelf (uitgaande van de waarden 'creatie' en 'culturele expressie') gerekend, maar ook die goederen en diensten die zonder deze primaire cultuur- en mediaproducten niet zouden bestaan.

Voorbeelden van primaire cultuur- en mediaproducten zijn de museum- en bibliotheekdiensten, boeken, architectuurdiensten, reclame-uitingen, radio- en tv-programma's, theatervoorstellingen, online games en fotografie. Voorbeelden van ondersteunende cultuur- en mediaproducten zijn muziekinstrumenten, foto toestellen, radio- en tv-toestellen en boekbind- en drukmachines.

De aldus ontstane lijst met cultuur- en mediaproducten is aangevuld met de opbrengsten uit nevenactiviteiten van cultuurinstellingen in de bedrijfstak kunst en cultuur. Dit betreft bijvoorbeeld de horeca en de museumwinkel van musea. Horeca en detailhandel zijn

weliswaar geen cultuur- of mediaproducten maar worden hier gezien als (economisch) onlosmakelijk verbonden met de culturele activiteiten van de betreffende instellingen.

Daarnaast zijn de investeringen van de overheid en de bedrijfstak kunst en cultuur in (culturele) gebouwen toegevoegd. Gebouwen als zodanig zijn ook geen cultuur- of mediaproduct maar het gaat hier om gebouwen die dermate in dienst staan van een culturele uiting dat ze hier onlosmakelijk mee verbonden zijn; denk bijvoorbeeld aan de (ver)bouw van musea.

Wat is een satellietrekening?

Een satellietrekening is een economische beschrijving van een bepaald fenomeen gekoppeld aan de nationale rekeningen. De nationale rekeningen zijn de kwantitatieve beschrijving van de gehele Nederlandse economie. Deze nationale rekeningen beschrijven alle transacties in de Nederlandse economie op een consistente en boekhoudkundig sluitende wijze. De zogenoemde aanbod- en gebruikstabellen zijn hierbij een belangrijk onderdeel.

De aanbodtabel beschrijft het aanbod van de verschillende goederen en diensten. Het aanbod is wat er in Nederland is geproduceerd plus wat er is ingevoerd. De tabel geeft voor de onderscheiden goederen en diensten de binnenlandse productie per bedrijfstak weer én de invoer.

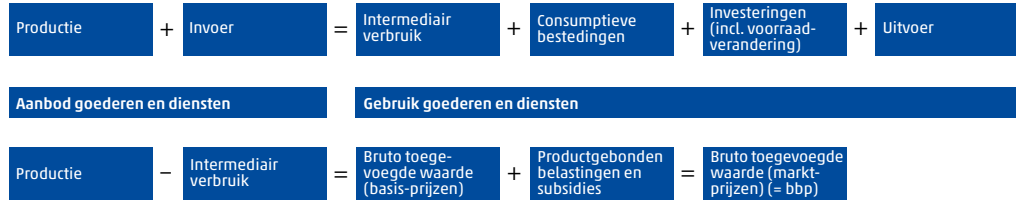
De gebruiktabel beschrijft het gebruik van diezelfde goederen en diensten. Daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen intermediair verbruik en finale bestedingen. Intermediair verbruik van goederen en diensten is het gebruik door bedrijven en instellingen als input voor andere (eind)producten. De finale bestedingen worden uitgesplitst naar uitvoer, consumptieve bestedingen door huishoudens respectievelijk de overheid, bruto investeringen in vaste activa en veranderingen in voorraden. Het totaal van iedere regel van de gebruiktabel is uiteindelijk gelijk aan het totaal van de corresponderende regel van de aanbodtabel. In figuur 1.1 is dit in de eerste vergelijking geïllustreerd.

De tweede vergelijking in figuur 1.1 geeft weer hoe toegevoegde waarde ontstaat door het produceren van goederen en diensten. De waarde van de geproduceerde goederen en diensten minus de waarde van de daarvoor benodigde andere goederen en diensten (intermediair verbruik) is de toegevoegde waarde die voortvloeit uit het produceren van genoemde goederen en diensten. Deze toegevoegde waarde vormt aldus de beloning voor de ingezette primaire productiefactoren arbeid en kapitaal. De toegevoegde waarde wordt berekend per bedrijfstak. De som van de toegevoegde waarde van alle bedrijfstakken – aangevuld met het saldo van productgebonden belastingen en subsidies – vormt uiteindelijk het bruto binnenlands product (bbp). De toegevoegde waarde van een bedrijfstak geeft dus de bijdrage van deze bedrijfstak weer aan de totale welvaart van Nederland (het bbp).

Als de hiervoor geschetste exercitie is volbracht voor alle cultuur- en mediaproducten is dus bekend wat het aanbod en gebruik is van al deze cultuur- en mediaproducten. Vervolgens kan zo het aandeel van deze cultuur- en mediaproducten in de verschillende macro-economische grootheden worden aangegeven alsmede het aandeel van de cultuur- en mediasector in de Nederlandse economie (het bbp). Uiteindelijk resulteerde genoemde

exercitie in een aanbod- en gebruiktabel voor cultuur en media van 108 cultuur- en mediaproducten en 128 bedrijfstakken. Omwille van de robuustheid van de uitkomsten en de hanteerbaarheid van de publicatie is dit uiteindelijk 'ingedikt' naar 23 bedrijfstakken en 24 cultuur- en mediaproducten (zie tabel 1 achter in de publicatie).

1.1 Macro-economische vergelijkingen aanbod, gebruik en toegevoegde waarde



2.

Cultuur en media

in macro-economisch

perspectief

Wat is nu de bijdrage van cultuur- en media aan de belangrijkste macro-economische grootheden van de Nederlandse economie? In dit hoofdstuk worden aard en omvang van de cultuur- en mediasector geschetst in vergelijking met de Nederlandse economie. Tevens wordt aangegeven wat hierbij de belangrijkste cultuur- en mediaproducten zijn. Ten slotte wordt stilgestaan bij de bijdrage van de verschillende bedrijfstakken aan de cultuur- en mediasector en omgekeerd: het belang van cultuur- en media voor die bedrijfstakken zelf.

2.1 Cultuur en media en de Nederlandse economie

In deze paragraaf worden de belangrijkste indicatoren van de satellietrekening cultuur en media besproken en afgezet tegen de totale economie (zie tabel 2.1.1). Aan het einde wordt ook nog ingegaan op de bijdrage van de niet-cultuur- en media-gerelateerde producten die toch opgenomen zijn in de satellietrekening cultuur en media.

2.1.1 Macro-economische indicatoren cultuur en media, 2015¹⁾

	Cultuur en media	Totale economie	Aandeel cultuur en media
	mln euro		%
Bruto toegevoegde waarde (basisprijzen)	23 200	614 986	3,8
Bruto binnenlands product (marktprijzen)	25 520	683 457	3,7
Productie	48 260	1 297 667	3,7
Invoer	15 200	498 043	3,1
Consumptieve bestedingen	17 480	475 147	3,7
Consumptie huishoudens (incl. izw's)	14 140	303 470	4,7
Consumptie overheid	3 340	171 677	1,9
Investerings in vaste activa	2 670	132 464	2,0
Uitvoer	13 760	570 178	2,4
Uitvoer uit binnenlandse productie	7 070	333 917	2,1
Wederuitvoer	6 690	236 261	2,8
Voorraadverandering ²⁾	450	3 711	12,2
Saldo productgebonden belastingen en subsidies ³⁾	-70	21 970	-0,3
Intermediair verbruik	31 420	682 681	4,6
	aantal (x 1 000)		
Werkzame personen	410	8 806	4,7
Arbeidsjaren	320	7 041	4,5

¹⁾ Voor cultuur en media zijn de bedragen in deze tabel afgerond op tientallen miljoenen euro's dan wel tien duizendtallen.

²⁾ Inclusief saldo aan- en verkopen van kostbaarheden.

³⁾ Exclusief niet-afrekbare btw.

Bruto binnenlands product

De bijdrage van de cultuur- en mediasector aan de totale Nederlandse economie (het bbp) bedroeg 25,5 miljard euro of wel 3,7 procent. Om de gedachte te bepalen: in de satellietrekening sport werd het aandeel van sport in het bbp geschat op één procent (CBS, 2012); het aandeel van toerisme kwam in 2015 uit op 4,0 procent (CBS, Statline).

Binnenlandse productie en invoer

De totale productie van de cultuur- en mediasector bedroeg in 2015 bijna 48,3 miljard euro of wel 3,7 procent van de totale productiewaarde van de Nederlandse economie. Het aandeel van cultuur en media in de totale invoer bleef hier met 3,1 procent, iets bij achter. Van het totale aanbod aan cultuur- en mediaproducten kwam in 2015 ruwweg drie kwart (76 procent) uit binnenlandse productie en een kwart uit invoer. Dit is vergelijkbaar met de totale Nederlandse economie waar 72 procent van alle beschikbare goederen en diensten afkomstig was uit binnenlandse productie. De grootste goederengroepen binnen de binnenlandse productie van cultuur- en mediaproducten waren reclamediensten (19 procent) en uitgeverijdiensten (17 procent). De invoer van cultuur- en mediaproducten bestond voor ruim een derde uit audiovisuele apparatuur (36 procent) (zie ook tabel 1 achter in de publicatie).

Consumptieve bestedingen

Van de onderscheiden bestedingscategorieën was het aandeel van cultuur en media het grootste in de consumptieve bestedingen van huishoudens (14,1 miljard euro of wel 4,7 procent) met als belangrijkste goederengroep uitgeverijdiensten (kranten en tijdschriften, boeken, onlinespellen e.d.; 18 procent). De consumptie van de overheid bestond in 2015 voor 1,9 procent uit cultuur en media. Deze consumptie door de overheid bestond voor meer dan de helft uit gesubsidieerd onderwijs. Gesubsidieerd onderwijs wordt grotendeels uit collectieve middelen gefinancierd en door de overheid 'namens' de huishoudens geconsumeerd. In werkelijkheid zijn het uiteraard gewoon personen die dit onderwijs genieten.

Uitvoer

Het aandeel van cultuur- en mediaproducten in de totale uitvoer was 2,4 procent. De belangrijkste post in de uitvoer uit binnenlandse productie was de opbrengst uit licenties en royalty's (25 procent). Dit zijn vergoedingen voor het exploiteren van in Nederland geproduceerde culturele uitingen (een boek, muziek, film of televisieprogrammaformat e.d.) of een voorstelling van een Nederlandse artiest of Nederlands gezelschap in het buitenland. In 2015 werd van alle cultuur- en mediaproducten 21 procent uitgevoerd; voor de gehele economie was dit 31 procent van alle producten. Voor cultuur- en mediaproducten bestaat de uitvoer voor de helft (51 procent) uit uitvoer uit binnenlandse productie. Voor de gehele economie is dit 59 procent. Vergeleken met de totale economie leunt de uitvoer van cultuur- en mediaproducten dus iets meer op wederuitvoer. De wederuitvoer van cultuur- en mediaproducten bestond voor meer dan de helft uit audiovisuele apparatuur. Wederuitvoer bestaat uit goederen die weliswaar door bedrijven in Nederland worden uitgevoerd, maar niet in Nederland zijn geproduceerd. Het is met name de handels- en vervoerssector die hier geld aan verdient.

Investerings en voorraadvorming

Het aandeel van de cultuur- en mediasector in de investeringen in 2015 bedroeg 2,0 procent. De investeringen van de cultuur- en mediasector bestaan deels uit cultuur- en mediaproducten die tot de investeringen worden gerekend zoals audiovisuele apparatuur, drukmachines en architectendiensten. Voor een deel ook uit zogenaamde investeringen in eigen beheer. Dit zijn onder andere originele kunstwerken die beschouwd worden als kapitaalgoed en in de vorm van licenties en royalty's inkomen genereren voor de betreffende kunstenaars. Daarnaast zijn de investeringen van de bedrijfstak kunst en cultuur en de overheid in (culturele) gebouwen e.d. ook gerekend tot de investeringen van de cultuur- en mediasector. In beginsel zijn gebouwen niet aangemerkt als cultuur-

of mediaproduct, maar investeringen in gebouwen binnen de cultuur- en mediasector worden geacht grotendeels in dienst te staan van cultuur en media en zijn daarom gerekend tot de investeringen van de cultuur- en mediasector (zie ook tabel 1 achter in de publicatie).

Het aandeel van cultuur- en mediaproducten in de post verandering in voorraden is met 12,2 procent het grootste. Dit komt met name doordat hier ook aangekochte museumstukken onder vallen. Dit varieert van schilderijen tot botten van dinosaurussen. Deze goederen worden niet als investering beschouwd omdat ze niet primair gezien worden als productiemiddel, maar hoofdzakelijk als een (kunst)object dat door de jaren heen zijn waarde behoudt.

Productgebonden belastingen en subsidies

Productgebonden belastingen en subsidies zijn belastingen en subsidies die geheven respectievelijk uitgekeerd worden per eenheid product. Voorbeelden hiervan zijn de accijnzen op benzine en alcohol. De prijs waartegen deze producten aangeboden zouden kunnen worden door de producent, wordt door de overheid via productgebonden belastingen kunstmatig verhoogd. De aankoop prijs voor de consument wordt hierdoor hoger. Het oogmerk is meestal om de consumptie van het betreffende product te ontmoedigen. Voor de gehele Nederlandse economie zijn de productgebonden belastingen veel hoger dan de subsidies. Per saldo werkt dit dus prijsverhogend. Echter, voor cultuur- en media is het saldo van de productgebonden belastingen en subsidies negatief (-70 mln euro); er worden dus meer productgebonden subsidies verstrekt dan belastingen geheven. De subsidies zitten vooral bij de kunst en dan met name de podiumkunsten. Deze producten kunnen dus goedkoper worden aangeboden dan zonder deze subsidies het geval zou zijn geweest (zie ook tabel 1 en tabel 2 achter in de publicatie).

Productgebonden subsidies zijn overigens lang niet de enige subsidies die de overheid aan de cultuur- en mediasector verstrekt. Het bedrag dat de overheid in de vorm van niet-productgebonden subsidies en inkomensoverdrachten aan de cultuur- en mediasector verstrekt is vele malen groter (zie hoofdstuk 4).

Intermediair verbruik

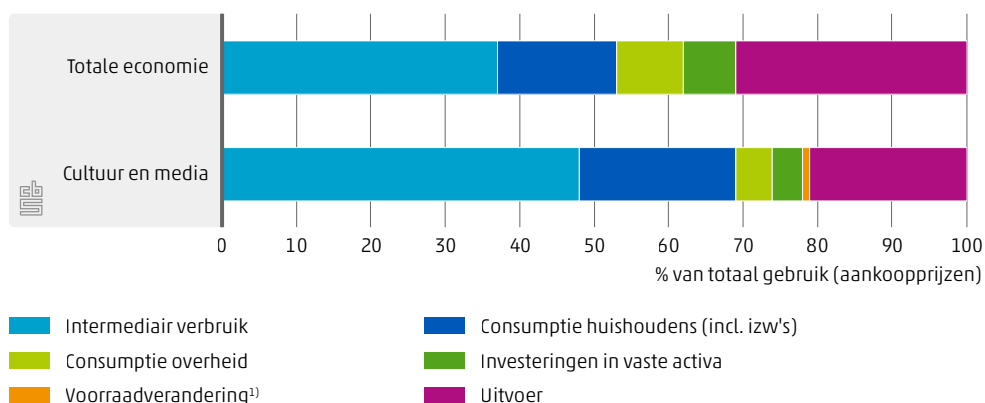
Bijna de helft (48 procent) van alle cultuur- en mediaproducten werd gebruikt om andere producten mee te maken. Vergeleken met de totale economie (37 procent) is dit veel. Het aandeel van cultuur- en mediaproducten in het totale intermediaire verbruik van de Nederlandse economie is met 4,6 procent dan ook hoog. De cultuur- en mediaproducten zijn een mengeling van producten die grotendeels door huishoudens worden geconsumeerd, zoals musea- en bibliotheekdiensten en producten die niet of nauwelijks rechtstreeks door huishoudens worden geconsumeerd. Een belangrijk voorbeeld van deze laatste groep zijn reclamediensten. Huishoudens kopen geen reclamediensten maar krijgen die voorgeschoteld door de bedrijven ter stimulans om hun producten te kopen. De door de bedrijven gemaakte kosten voor deze reclamediensten (intermediair verbruik) worden hooguit indirect via de prijs van de uiteindelijk verkochte producten verrekend met de consument.

Ook binnen de kunst en cultuur zelf is er een economische arbeidsverdeling die maakt dat culturele producties deels tot het intermediair verbruik worden gerekend. Een schrijver, muzikant of programmamaker produceert niet of nauwelijks rechtstreeks voor de consument, maar voor een uitgever of producent. Deze laatste neemt uiteindelijk het economisch risico om de culturele uiting daadwerkelijk aan de man te brengen.

Niet-cultuur- en mediaproducten

In beginsel is cultuur en media gedefinieerd in de vorm van goederen en diensten die al dan niet worden beschouwd als cultuur- en mediaproducten (zie ook bijlage I). Echter, er is een beperkt aantal goederen en diensten opgenomen in de satellietrekening cultuur en media die in beginsel geen cultuur- of mediaproduct zijn. Bij de investeringen kwam al ter sprake dat de investeringen van de bedrijfstak kunst en cultuur en de overheid in (culturele) gebouwen e.d. wel tot de cultuur- en mediasector worden gerekend omdat ze dermate in dienst staan van kunst en cultuur dat ze zonder deze niet zouden zijn gedaan. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de (ver)bouw van een museum. Daarnaast is ook een deel van de nevenopbrengsten van de bedrijfstak kunst en cultuur opgenomen in de satellietrekening cultuur en media. Ook hier geldt de redenering dat deze goederen en diensten zonder de aanverwante cultuur- en mediaproducten niet zouden bestaan. Dit betreft bijvoorbeeld de horecaopbrengsten van culturele instellingen, de opbrengsten van de museumwinkel en het geven van cursussen e.d. voor zover niet opgenomen onder cultuur- en mediaonderwijs. Te samen is de productie en invoer van deze in beginsel niet-cultuur- en mediaproducten goed voor 1,1 miljard euro of wel 1,7 procent van het totale aanbod van de cultuur- en mediasector (zie ook tabel 1 achter in deze publicatie).

2.1.2 Gebruik cultuur- en mediaproducten versus de totale economie, 2015



¹⁾ Inclusief saldo aan- en verkopen van kostbaarheden.

In figuur 2.1.2 is het gebruik van cultuur- en mediaproducten afgezet tegen het gebruik van alle goederen en diensten. Hieruit komt het beeld naar voren zoals hiervoor geschetst. Vergeleken met het gebruik van alle goederen en diensten worden cultuur- en mediaproducten wat vaker gebruikt als input voor andere (eind)producten (intermediair verbruik) en wat vaker geconsumeerd door huishoudens. Vergeleken met de totale economie worden cultuur- en mediaproducten daarentegen wat minder vaak uitgevoerd en gerekend tot de investeringen.

410 duizend werkzame personen

De werkgelegenheid samenhangend met de productie van cultuur- en mediaproducten bedroeg in 2015 410 duizend werkzame personen of wel 4,7 procent van het totale aantal werkzame personen in Nederland. Dit komt neer op 318 duizend arbeidsjaren of

wel 4,5 procent van de totale werkgelegenheid uitgedrukt in arbeidsjaren. Een werkzame persoon in de cultuur- en mediasector werkte daarmee gemiddeld dus 0,8 arbeidsjaar. Dit is vergelijkbaar met het gemiddelde van alle werkzame personen in Nederland in 2015.

Het aandeel van de cultuur- en mediasector in de totale werkgelegenheid is dus wat groter dan het aandeel in de totale toegevoegde waarde. De toegevoegde waarde per arbeidsjaar in de cultuur- en mediasector is dan ook wat lager dan die voor de totale economie; 73 duizend euro versus 87 duizend euro. Een van de redenen hiervoor is dat de cultuur- en mediasector gemiddeld genomen wat minder kapitaalsintensief is dan andere sectoren binnen de economie. Hiertegenover staat dat in – delen van – de cultuur- en mediasector veel gebruik wordt gemaakt van vrijwilligers wat ook van invloed is op de toegevoegde waarde per arbeidsjaar (zie ook hoofdstuk 5).

Van alle werkzame personen in de cultuur- en mediasector werkte in 2015 twee derde (65 procent) als werknemer. Voor de gehele economie is dit 83 procent. In de cultuur- en mediasector werken dus relatief meer zelfstandigen.

De cijfers over de werkgelegenheid in de cultuur- en mediasector zijn terug te vinden in de tabellen 4 en 5 achter in deze publicatie.

Zoals aangegeven wordt vrijwilligerswerk in de nationale rekeningen niet tot de arbeidsinzet gerekend en (dus) ook niet gewaardeerd en hierdoor in beginsel ook niet in de satellietrekening cultuur en media. In hoofdstuk 5 wordt daarom nader ingegaan op het vrijwilligerswerk in de cultuur- en mediasector.

2.2 Cultuur en media naar bedrijfstak

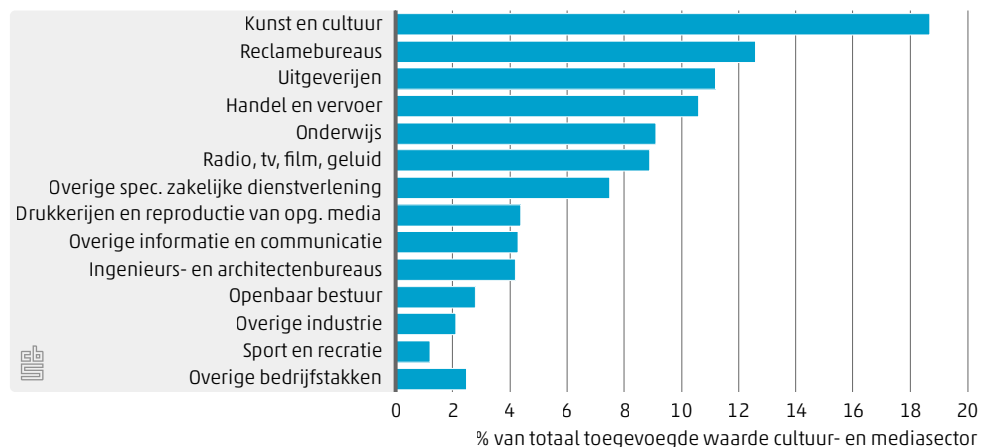
Welke bedrijfstakken produceren cultuur- en mediaproducten? En hoe belangrijk zijn deze bedrijfstakken hiermee voor de cultuur- en mediasector? Maar ook omgekeerd: hoe belangrijk is de productie van cultuur- en mediaproducten voor de betreffende bedrijfstakken zelf?

De cijfers die ten grondslag liggen aan deze paragraaf zijn terug te vinden in tabel 1 achter in deze publicatie.

Kunst en cultuur belangrijkste bedrijfstak cultuur- en mediasector

De grootste bijdrage aan de economische omvang van de cultuur- en mediasector wordt geleverd door de bedrijfstak kunst en cultuur zelf; 19 procent van de totale toegevoegde waarde van de cultuur- en mediasector komt uit deze bedrijfstak. De belangrijkste producten van deze bedrijfstak zijn musea- en bibliotheekdiensten en de kunst zelf. Onder dit laatste wordt verstaan het werk van de schrijvers, beeldhouwers en musici alsmede de theaters en schouwburgen waar deze kunst wordt uitgevoerd. Na de bedrijfstak kunst en cultuur zelf volgen de reclamebureaus (13 procent) en de uitgeverijen (11 procent). De bedrijfstak handel en vervoer die nauwelijks cultuur- en mediaproducten voortbrengt maar overwegend een rol vervult in het distributieproces van de cultuur- en mediaproducten, komt met 11 procent op de vierde plaats. De toegevoegde waarde van deze bedrijfstak bestaat grotendeels uit de handels- en vervoersmarges behaald met het in- en verkopen en vervoeren van cultuur- en mediaproducten. De handels- en vervoerssector vormt echter een onmisbare schakel tussen vraag en aanbod van cultuur- en mediaproducten.

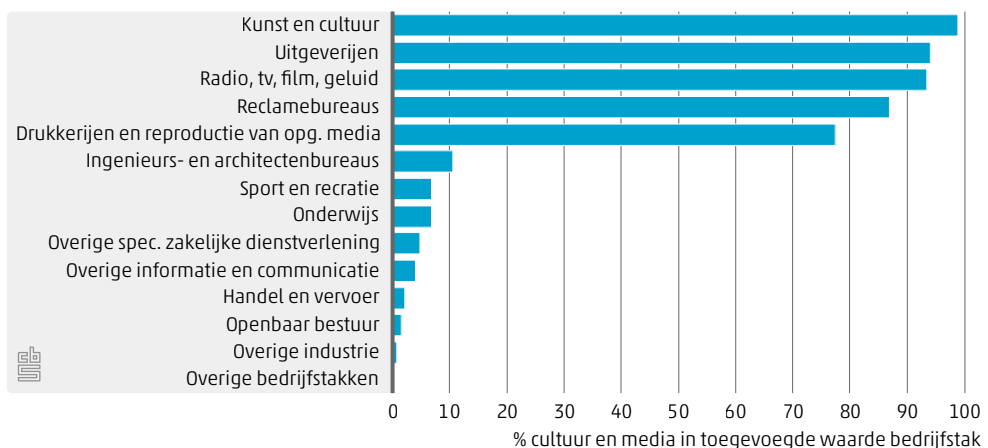
2.2.1 Aandeel verschillende bedrijfstakken in de cultuur- en mediasector, 2015



Vijf bedrijfstakken produceren overwegend cultuur- en mediaproducten

Voor vijf bedrijfstakken wordt het overgrote deel van de toegevoegde waarde voortgebracht door de productie van cultuur- en mediaproducten. Dit aandeel varieert van 99 procent voor de bedrijfstak kunst en cultuur zelf tot 77 procent voor de bedrijfstak drukkerijen en reproductie van opgenomen media. Voor de andere onderscheiden bedrijfstakken is het aandeel cultuur en media minder dan tien procent. Wat hierbij opvalt is dat bijvoorbeeld de bedrijfstak handel en vervoer een belangrijke bijdrage levert aan de economische omvang van de cultuur- en mediasector (zie figuur 2.2.1), terwijl cultuur en media voor de handels- en vervoerssector zelf niet zo heel belangrijk is (zie figuur 2.2.2). Met andere woorden: een klein percentage cultuur en media van een grote bedrijfstak levert soms een grotere bijdrage aan de cultuur- en mediasector op dan een hoog percentage cultuur en media van een kleinere bedrijfstak zoals bijvoorbeeld de bedrijfstak radio, tv, film en geluid. Iets soortgelijks geldt ook voor bijvoorbeeld het onderwijs. Minder dan zeven procent van het onderwijs betreft cultuur- en mediaonderwijs, maar omdat onderwijs een grote bedrijfstak is, is dit wel goed voor een bijdrage van meer dan negen procent aan de toegevoegde waarde van de cultuur- en mediasector.

2.2.2 Aandeel cultuur en media in de verschillende bedrijfstakken, 2015



Het belang van de verschillende bedrijfstakken wordt natuurlijk beïnvloed door de wijze waarop deze bedrijfstakken zijn gegroepeerd. Zo is de bedrijfsgroep industrieel ontwerp en vormgeving, fotografie, vertaling en overige consultancy opgegaan in de bedrijfstak overige specialistische dienstverlening waar het wordt samengevoegd met diensten als rechtskundige dienstverlening en accountancy (zie ook bijlage II achter in deze publicatie). Als deze bedrijfsgroep wel apart gepubliceerd zou kunnen worden, was het aandeel cultuur- en media voor deze bedrijfsgroep natuurlijk groter dan voor de nu ontstane bedrijfstak. Het basismateriaal laat echter niet altijd toe op het gewenste detailniveau te publiceren. Aan de geproduceerde cultuur- en mediaproducten kan men echter wel aflezen wat de belangrijkste producten zijn die door deze bedrijfstak worden voortgebracht; in dit geval producten op het terrein van ontwerp en fotografie (zie tabel 1 achter in de publicatie).

3.

Cultuur

en media

naar domein

In hoofdstuk 2 is de bijdrage van cultuur en media aan de verschillende grootheden van de Nederlandse economie beschreven, alsmede de verschillende bedrijfstakken die daarbij een rol spelen. De bouwstenen van dit verhaal waren de verschillende cultuur- en mediaproducten (goederengroepen), de bedrijfstakken en de macro-economische grootheden zelf (productie, consumptie, in- en uitvoer, werkgelegenheid e.d.).

In dit hoofdstuk zijn de cultuur- en mediaproducten gegroepeerd naar domein en worden de omvang en de karakteristieken per domein beschreven. Dit is gedaan omdat de beschreven domeinen beter aansluiten op de indelingen zoals die binnen de cultuur- en mediasector zelf worden gehanteerd. Vragen die daarbij worden beantwoord zijn: Wat is qua economische omvang de onderlinge verhouding tussen de aldus gegroepeerde cultuur- en mediaproducten? Wat is de structuur van de afzet van deze naar domein gegroepeerde cultuur- en mediaproducten? De belangrijkste invalshoek is hier dus de naar domein gegroepeerde cultuur- en mediaproducten en in mindere mate de macro-economische grootheden en de bedrijfstakken. De toegevoegde waarde en de werkgelegenheid worden niet per domein beschreven omdat deze grootheden uitsluitend per bedrijfstak worden berekend. In- en uitvoer, productie, consumptie e.d. worden opgebouwd vanuit de goederengroepen en kunnen dus wél prima per goederengroep en dus ook per domein, worden beschreven.

3.1 Schema (sub)domeinen cultuur- en mediaproducten

Domein	Subdomein
Erfgoed	Erfgoed
Podiumkunsten	Podiumkunsten
Beeldende kunst	Fotografie
	Overig beeldende kunst
Letteren	Boeken
	Kranten en tijdschriften
	Overig letteren
Audiovisueel	Film en video
	Radio en tv
	Overig audiovisueel
Reclame	Reclame
Architectuur en ontwerp	Architectuur
	Ontwerp
Onderwijs	Onderwijs
Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig

In schema 3.1 zijn de onderscheiden domeinen en subdomeinen weergegeven. In bijlage I achter in deze publicatie is precies na te zien welke goederengroepen tot welk (sub) domein zijn gerekend.

De tabellen 2 en 3 achter in deze publicatie liggen ten grondslag aan de cijfers en het verhaal die in dit hoofdstuk worden gepresenteerd.

3.1 Aanbod per domein

Om de economische omvang van de onderscheiden domeinen ten opzichte van elkaar te positioneren is in figuur 3.1.1 het aanbod – binnenlandse productie plus invoer – van de naar domein gegroepeerde cultuur- en mediaproducten weergegeven. Het aanbod van reclamediensten is met 17,4 miljard euro of wel 30 procent van het totaal, het grootste. Audiovisuele producten komen met 14,2 miljard euro of wel 24 procent van het totaal, op de tweede plaats. Samen zijn deze twee domeinen dus goed voor meer dan de helft van het totale aanbod van cultuur- en mediaproducten.

3.1.1 Aanbod cultuur- en mediaproducten naar domein, 2015¹⁾²⁾



¹⁾ Aanbod (binnenlandse productie + invoer) tegen basisprijzen in miljarden euro's.

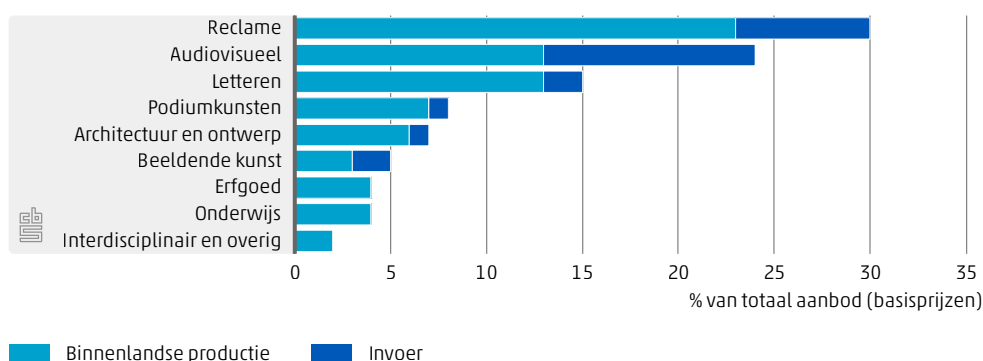
²⁾ Betreft totaal cultuur- en mediaproducten. Dus exclusief niet cultuur- en mediaproducten (investeringen, nevenopbrengsten cultuurinstellingen) en totalen die in de nationale rekeningen niet naar goederengroep verbijzonderd zijn (consumptie ingezetenen in het buitenland).

In het domein reclame gaat veel geld om omdat bedrijven gewoonweg veel geld uitgeven aan reclamediensten. Dit varieert van gewoon drukwerk en advertenties tot tv-spotjes en webreclame. Het domein audiovisueel is groot omdat hier relatief veel goederen inzitten die worden ingevoerd – en zo tot het aanbod behoren – maar uiteindelijk ook weer grotendeels worden uitgevoerd. Dit geldt bijvoorbeeld voor tv's en filmcamera's. Ook voor de producten die vallen onder het domein beeldende kunst is het aandeel van de invoer in het totale aanbod groot. Ook hiervoor geldt dat een deel van deze ingevoerde producten – met name benodigdheden voor fotografie – weer worden uitgevoerd (zie ook figuur 3.2.1). Voor deze domeinen valt het aanbod dus niet noodzakelijkerwijze samen met de binnenlandse bestedingen.

Voor het domein onderwijs ligt dit weer heel anders. Hier is nauwelijks sprake van in- en uitvoer. Cultuur- en mediaonderwijs komt dus praktisch volledig voort uit binnenlandse productie en wordt ook binnen Nederland afgenomen. Ook voor het domein erfgoed is de invoer relatief gering en betreft dit met name kunstvoorwerpen en museumstukken.

In figuur 3.1.2 is per domein weergegeven waar het totale aanbod van cultuur- en mediaproducten vandaan komt: uit binnenlandse productie of uit invoer.

3.1.2 Aanbod cultuur- en mediaproducten per domein, naar herkomst, 2015¹⁾



¹⁾ Betreft totaal cultuur- en mediaproducten. Dus exclusief niet-cultuur- en mediaproducten (investeringen, nevenopbrengsten cultuurinstellingen) en totalen die in de nationale rekeningen niet naar goederengroep verbijzonderd zijn (consumptie ingezetenen in het buitenland).

3.2 Gebruik per domein

Interessanter dan het aanbod is misschien om te kijken naar het gebruik: waar blijven de geproduceerde en ingevoerde cultuur- en mediaproducten uiteindelijk? Naar analogie van figuur 3.1.2 is in figuur 3.2.1 per domein weergegeven waar het aanbod van cultuur- en mediaproducten blijft. Wordt het in Nederland afgezet of wordt het uitgevoerd?

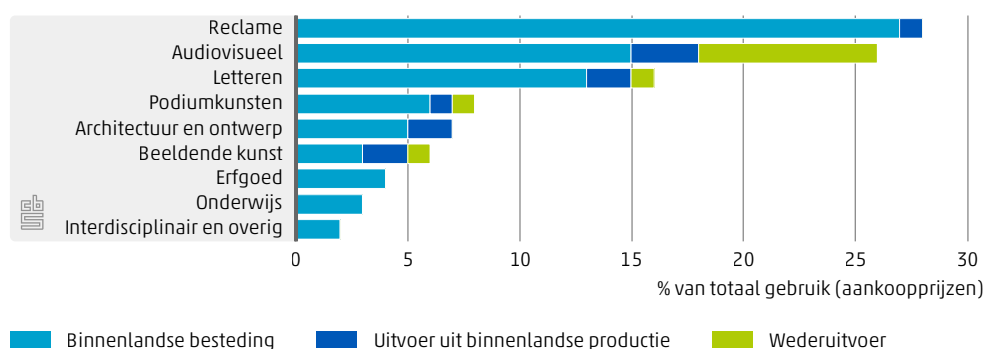
Logischerwijze geeft het overzicht van het gebruik van cultuur- en mediaproducten hetzelfde beeld als het aanbod: reclame is het grootste en cultuur- en mediaproducten in het domein interdisciplinair en overig zijn het kleinste. Wat geproduceerd of ingevoerd wordt, wordt immers ook weer gebruikt. Er zijn echter kleine verschillen omdat het aanbod is gewaardeerd tegen basisprijzen (wat de producent er voor krijgt) en het gebruik tegen aankooprijzen (wat de consument er voor moet betalen). Om te komen tot het gebruik tegen aankooprijzen wordt het aanbod tegen basisprijzen verhoogd met de handels- en vervoersmarges en het saldo van de productgebonden belastingen en subsidies. Zo is het aandeel van het thema audiovisueel in het gebruik iets hoger (26 procent) dan in het aanbod (24 procent) omdat met name voor deze producten sprake is van handels- en vervoersmarges en een per saldo prijsverhogend effect van de productgebonden belastingen en subsidies (zie ook tabel 2 achter in deze publicatie).

Uitvoer

Van de beeldende kunst bestaat bijna de helft (46 procent) van het gebruik uit uitvoer. Een substantieel deel hiervan betreft wederuitvoer. De belangrijkste producten in de uitvoer van beeldende kunst zijn de benodigdheden voor fotografie zoals fotografische platen en film en chemische preparaten voor fotografisch gebruik.

Van het totale gebruik van audiovisuele producten wordt 40 procent uitgevoerd. Meer dan de helft van deze uitvoer bestaat uit wederuitvoer. Het belang van deze laatste groep producten voor de cultuur- en mediasector in Nederland is daarmee maar zeer beperkt. Ze vormen geen onderdeel van de binnenlandse bestedingen aan cultuur- en mediaproducten en zijn ook niet in Nederland geproduceerd.

3.2.1 Gebruik cultuur- en mediaproducten per domein, naar bestemming, 2015¹⁾



¹⁾ Betreft totaal cultuur- en mediaproducten. Dus exclusief niet-cultuur- en mediaproducten (investeringen, nevenopbrengsten cultuurinstellingen) en totalen die in de nationale rekeningen niet naar goederengroep verbijzonderd zijn (consumptie ingezetenen in het buitenland, niet-afrekbare btw). Consumptie huishoudens nog incl. consumptie van niet-ingezetenen in Nederland. Uitvoer nog exclusief consumptie van niet-ingezetenen in Nederland.

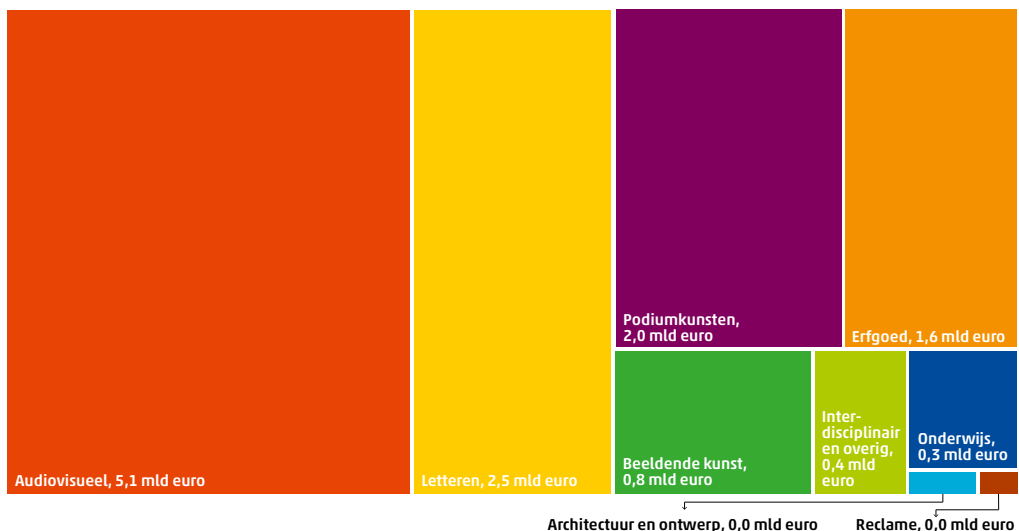
Van het domein letteren werd in totaal 18 procent uitgevoerd. Drukinkt en licenties voor het uitbrengen van boeken in het buitenland zijn hierbij de belangrijkste uitvoerproducten uit binnenlandse productie. De wederuitvoer bestond overwegend uit (druk)machines. Ook van de podiumkunsten bestond 18 procent van het totale gebruik uit uitvoer. Uit binnenlandse productie betrof dit met name apparatuur (microfoons, luidsprekers, versterkers e.d.) en optredens van in Nederland gevestigde uitvoerend kunstenaars in het buitenland zelf. De wederuitvoer bestond voornamelijk uit apparatuur en muziekinstrumenten. Ook van het domein architectuur en ontwerp wordt ongeveer een vijfde deel (22 procent) uitgevoerd. Dit betreft alleen uitvoer uit binnenlandse productie daar het hier praktisch uitsluitend om diensten gaat en die laten zich nu eenmaal niet wederuitvoeren. Het betreft aan het buitenland verleende architectuurdiensten en licenties voor het in productie nemen van in Nederland ontworpen producten.

Binnenlandse bestedingen aan cultuur- en mediaproducten

Het deel van de cultuur- en mediaproducten dat niet wordt uitgevoerd, wordt in Nederland gebruikt. Na het intermediair verbruik dat voor meer dan de helft uit reclame bestaat, is de consumptie van huishoudens de belangrijkste post binnen de binnenlandse bestedingen. Wat onmiddellijk opvalt is dat het domein reclame zo goed als verdwenen is uit de consumptie van huishoudens. Maar zoals eerder reeds opgemerkt: huishoudens kopen ook geen reclame. Ook het domein architectuur en ontwerp is binnen de consumptieve bestedingen van huishoudens verwaarloosbaar klein. Ook hiervoor geldt dat dit cultuur- en mediaproducten zijn die voornamelijk worden gebruikt als input voor andere (eind)producten.

Binnen de consumptieve bestedingen van huishoudens zijn de audiovisuele producten het belangrijkste met 5,1 miljard euro of wel 40 procent van de totale consumptie van huishoudens. De belangrijkste goederengroepen zijn hier de telecommunicatiediensten ten behoeve van de distributie van de verschillende tv-pakketten en betaal-tv, de tv-programma's van de publieke omroep, maar ook de televisies zelf. Met 2,5 miljard euro komen de uitgaven aan letteren op de tweede plaats. Binnen dit domein waren de uitgaven aan (studie)boeken met 1,1 miljard euro het grootste met kort daarna de uitgaven aan kranten en tijdschriften (1,0 miljard euro) (zie ook tabel 3 achterin deze publicatie).

3.2.2 Consumptie cultuur- en mediaproducten door huishoudens (incl. izw's) naar domein, 2015¹⁾²⁾



¹⁾ Consumptie tegen aankooprijzen in miljarden euro's.

²⁾ Betreft totaal cultuur- en mediaproducten. Dus exclusief niet cultuur- en mediaproducten (investeringen, nevenopbrengsten cultuurinstellingen) en totalen die in de nationale rekeningen niet naar goederengroep verbijzonderd zijn (consumptie ingezetenen in het buitenland, niet-afrekbare btw). Inclusief consumptie niet-ingezetenen in Nederland.

Podiumkunsten komen op de derde plaats en bestaan grotendeels uit het consumeren van podiumdiensten zelf: het bezoeken van concerten en voorstellingen. De uitgaven aan 'spullen' zoals muziekinstrumenten vallen hier ook onder, maar deze zijn vele malen kleiner. Erfgoed bestaat voornamelijk uit museumbezoek, maar ook uit bijvoorbeeld de aankoop van kunstvoorwerpen door particulieren. De consumptie van beeldende kunst door huishoudens bestaat voor het grootste deel uit sieraden en daarna pas uit fotografie en de daarbij behorende spullen. Bij het aanbod van producten die tot de beeldende kunst worden gerekend was dit precies andersom. Echter, zoals eerder opgemerkt, wordt een groot deel van de benodigdheden voor fotografie uitgevoerd en behoort daarmee dus niet tot de binnenlandse bestedingen zoals de consumptie van huishoudens. De consumptie van onderwijs door huishoudens betreft grotendeels particulier cultuur- en mediaonderwijs. Het door de overheid gesubsidieerde onderwijs wordt immers tot de consumptie van de overheid gerekend. Producten onder het domein interdisciplinair en overig bestaan naast openbaar bestuur uit reserveringsdiensten, gidsen en bezoekersinformatie van evenementen, congressen, tentoonstellingen e.d.

De cultuur- en mediaproducten zoals die in de consumptie van huishoudens naar voren komt beantwoorden intuïtief wellicht ook het meest aan wat in enge zin onder cultuur wordt verstaan. De totale consumptie van huishoudens aan cultuur- en mediaproducten bedroeg in 2015 12,8 miljard euro. Als men dit corrigeert voor de uitgaven aan cultuur- en mediaproducten van niet-ingezetenen in Nederland (-), ingezetenen in het buitenland (+) en de niet-afrekbare btw (+) - posten die in de nationale rekeningen niet per goederengroep verbijzonderd zijn - dan resulteert een bedrag van 13,3 miljard euro aan uitgaven aan cultuur- en mediaproducten door huishoudens in Nederland. Dit is ruwweg 1 700 euro per huishouden. Zoals gezegd bestaat dit bedrag niet alleen uit de uitgaven aan theater- en museumbezoek of het tv kijken of muziek luisteren, maar ook uit de uitgaven aan de daarvoor onmisbare goederen en diensten.

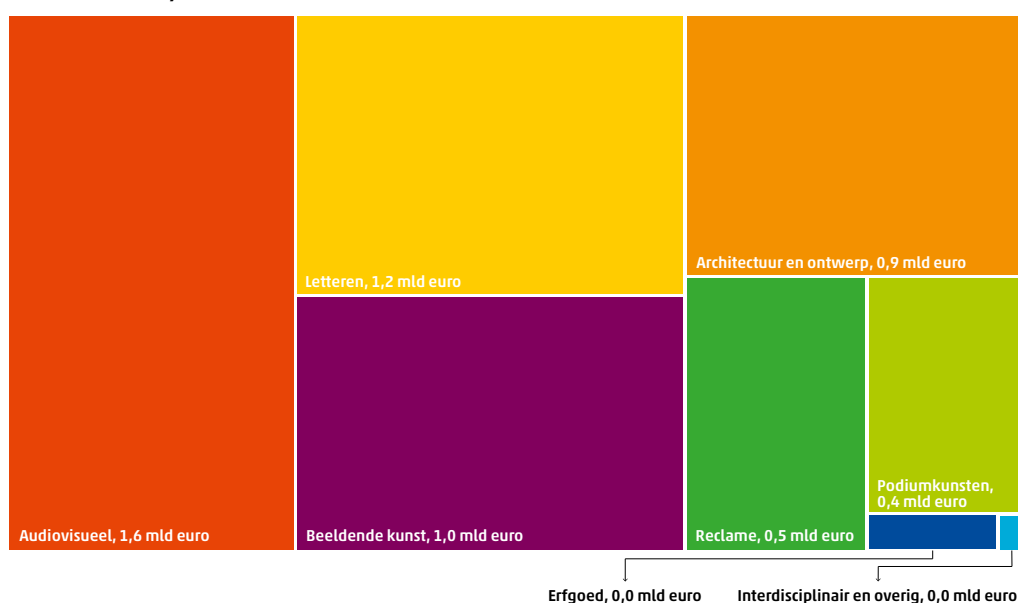
Als referentie: de consumptieve uitgaven van huishoudens aan sport zoals die in een vergelijkbare satellietrekening sport zijn berekend bedroegen in 2012 1 100 euro per huishouden (CBS, 2012).

Uitvoer uit binnenlandse productie

Om te illustreren dat de verhoudingen tussen de verschillende domeinen per gebruikscategorie verschillen is in figuur 3.2.3 de uitvoer uit binnenlandse productie weergegeven naar domein. In tegenstelling tot de consumptie door huishoudens zijn bij de uitvoer uit binnenlandse productie de domeinen architectuur en ontwerp en reclame wel van belang. De uitvoer van audiovisuele goederen en diensten is overigens het grootste. Het betreft hier een mengeling van audiovisuele apparatuur en licenties voor muziek, films, tv-programma's en computerspellen. Bij letteren en beeldende kunst zijn licenties ook een belangrijk onderdeel van de uitvoer uit binnenlandse productie. De uitvoer van het domein erfgoed waaronder museumbezoek is vermoedelijk wat onderschat omdat de consumptie van cultuur- en mediaproducten door niet-ingezetenen (w.o. "toeristen") niet per goederengroep is weergegeven, maar in een keer gesaldeerd wordt met de consumptie van ingezetenen en toegevoegd wordt aan de uitvoer. Het museumbezoek van niet-ingezetenen kan hierbinnen een belangrijke post zijn. De totale uitvoer uit binnenlandse productie bedroeg 5,8 miljard euro.¹⁾

Dit is minder dan de waarde van de wederuitvoer (6,7 miljard euro). In figuur 3.2.3 is echter gekozen voor de uitvoer uit binnenlandse productie omdat deze de meeste toegevoegde waarde genereert voor de Nederlandse economie. Zoals eerder geconstateerd bestaat de wederuitvoer vooral uit audiovisuele apparatuur (zie tabel 2 achter in de publicatie).

3.2.3 Uitvoer cultuur- en mediaproducten uit binnenlandse productie naar domein, 2015¹⁾²⁾



¹⁾ Uitvoer (fob-waarde) in miljarden euro's.

²⁾ Betreft totaal cultuur- en mediaproducten. Dus exclusief niet-cultuur- en mediaproducten (investeringen, nevenopbrengsten cultuurinstellingen) en totalen die in de nationale rekeningen niet naar goederengroep verbijzonderd zijn (consumptie niet-ingezetenen in Nederland).

In tabel 3.2.4 is per thema nog eens samengevat waar de verschillende cultuur- en mediaproducten uiteindelijk blijven. Meer dan de helft van het intermediair verbruik van cultuur- en mediaproducten bestaat uit reclame. Binnen de consumptie van huishoudens

¹⁾ Als de uitvoer van cultuur- en mediaproducten geconsumeerd door niet-ingezetenen hierbij wordt opgeteld bedraagt de totale uitvoer uit binnenlandse productie 7,1 miljard euro. De consumptie van niet-ingezetenen wordt echter niet per goederengroep weergegeven.

zijn de uitgaven aan audiovisuele producten het grootste. Onderwijs wordt grotendeels geconsumeerd door de overheid. Erfgoed wordt grotendeels geconsumeerd door de huishoudens (zie ook tabel 2 achter in de publicatie).

3.2.4 Gebruik cultuur- en mediaproducten per domein, naar bestemming, 2015 ¹⁾

	Inter- mediair verbruik	Consumptie huis- houdens incl. izw's	Consumptie overheid	Investe- ringen in vaste activa	Voorraad- veran- dering ²⁾	Uitvoer uit binnen- landse productie	Weder- uitvoer	Totaal gebruik aankoop- prijzen
	% van totaal gebruik (aankooprijzen)							
Beeldende kunst	2	1	0	0	0	2	1	6
Letteren	7	4	1	1	0	2	1	16
Audiovisueel	6	8	0	1	0	3	8	26
Architectuur en ontwerp	4	0	0	1	0	2	0	7
Onderwijs	0	1	3	0	0	0	0	3
Erfgoed	0	3	1	0	1	0	0	4
Interdisciplinair en overig	0	1	1	0	0	0	0	2
Podiumkunsten	3	3	0	0	0	1	1	8
Reclame	27	0	0	0	0	1	0	28
Totaal cultuur- en mediaproducten	49	21	5	4	1	9	11	100

¹⁾ Betreft totaal cultuur- en mediaproducten. Dus exclusief niet-cultuur- en mediaproducten (investeringen, nevenopbrengsten cultuurinstellingen) en totalen die in de nationale rekeningen niet naar goederengroep verbijzonderd zijn (consumptie ingezetenen in het buitenland, niet-aftrekbare btw). Consumptie huishoudens nog incl. consumptie van niet-ingezetenen in Nederland. Uitvoer nog exclusief consumptie van niet-ingezetenen in Nederland.

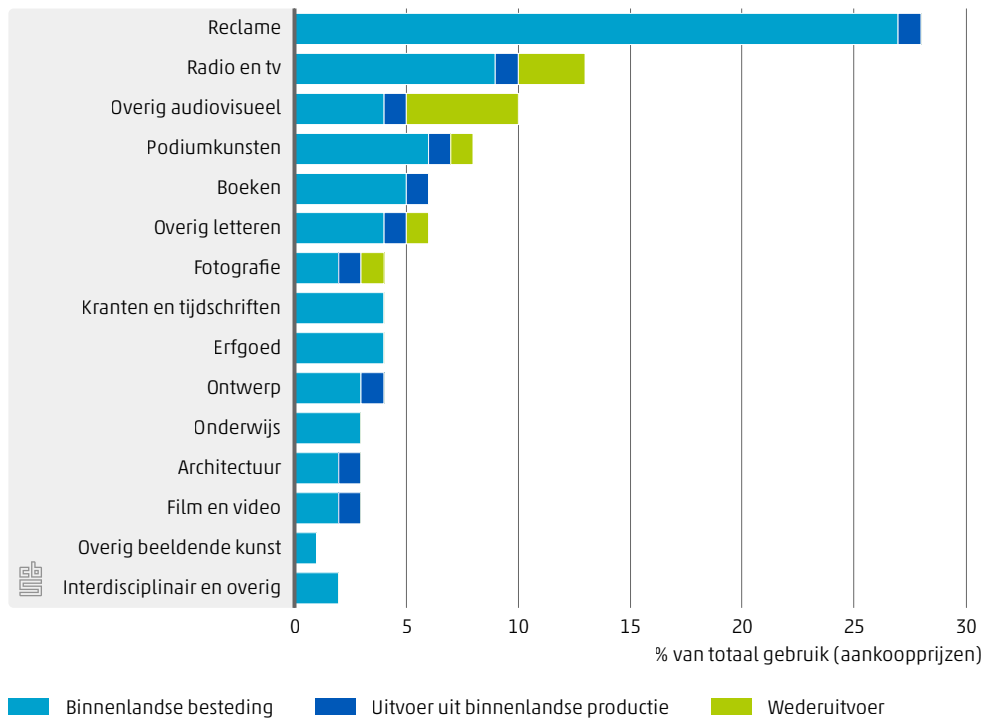
²⁾ Inclusief saldo aan- en verkopen van kostbaarheden.

3.3 Subdomeinen

In tabel 3 achter in de publicatie is de aanbod- en gebruiktabel van cultuur- en mediaproducten nog verder uitgesplitst naar subdomeinen. Ook voor deze subdomeinen kan beschreven worden waar de bijbehorende producten vandaan komen; binnenlandse productie of invoer. En waar ze blijven: intermediair verbruik, consumptie door huishoudens etc. In figuur 3.3.1 is aangegeven wat het totale gebruik van de per subdomein gegroepede cultuur- en mediaproducten is om iets meer inzicht te krijgen welke subdomeinen binnen een domein het meest van belang zijn. Zoals bij de domeinen gezien, kan deze bijdrage per gebruikscategorie verschillen. Zo was het aandeel van reclame in het totale gebruik bijvoorbeeld groot, maar in de consumptie van huishoudens praktisch nihil. Om dit nogmaals per domein te illustreren is in figuur 3.3.2 de consumptie van huishoudens ook naar subdomein verbijzonderd.

Zoals in schema 3.1 is te zien zijn niet alle domeinen verder onderverdeeld in subdomeinen. Reclame bijvoorbeeld blijft gewoon reclame en daarmee ook het grootste subdomein als gekeken wordt naar het totale gebruik van cultuur- en mediaproducten. Het domein audiovisueel daarentegen is nader onderverdeeld in de domeinen radio en tv, film en video en overig audiovisueel. Het subdomein radio en tv is hiervan veruit het grootste en na reclame ook het grootste subdomein als gekeken wordt naar het totale gebruik. Het subdomein radio en tv is onder andere groot vanwege de in- en (weder) uitvoer van televisietoestellen. Het domein beeldende kunst is opgesplitst in fotografie en overig beeldende kunst waarbij fotografie de grootste van de twee is. Het domein letteren is opgedeeld in drie evenwichtige subdomeinen te weten: boeken, kranten en tijdschriften en overig letteren. Het totale gebruik van boeken en overig letteren bedroeg

3.3.1 Gebruik cultuur- en mediaproducten per subdomein, naar bestemming, 2015¹⁾



¹⁾ Betreft totaal cultuur- en mediaproducten. Dus exclusief niet-cultuur- en mediaproducten (investeringen, nevenopbrengsten cultuurinstellingen) en totalen die in de nationale rekeningen niet naar goederengroep verbijzonderd zijn (consumptie ingezetenen in het buitenland, niet-afrekbare btw). Binnenlandse bestedingen nog incl. consumptie van niet-ingezetenen in Nederland. Uitvoer nog exclusief consumptie van niet-ingezetenen in Nederland.

in 2015 3,6 miljard euro, voor kranten en tijdschriften was dit 2,8 miljard euro. Binnen het subdomein boeken vallen uiteraard de (studie)boeken zelf maar bijvoorbeeld ook de bibliotheekdiensten en het drukken, zetten en binden van boeken. Onder het subdomein overig letteren vallen bijvoorbeeld de drukinkt, naslagwerken en kalenders en (druk) machines. Het subdomein kranten en tijdschriften bestaat vooral uit het drukken van kranten en tijdschriften en de afname door lezers in de vorm van abonnementen dan wel losse verkoop. Architectuur en ontwerp valt uiteen in architectuur en ontwerp, waarbij ontwerp net iets groter is dan architectuur.

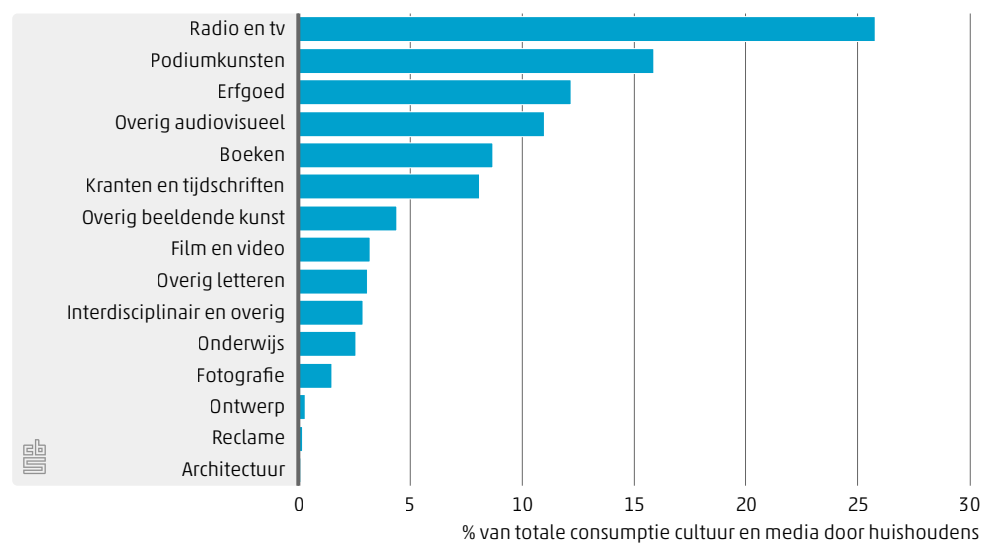
Radio en tv belangrijkste uitgavenpost huishoudens

Net als bij de onderverdeling naar domeinen komen bij de consumptie van huishoudens andere subdomeinen naar voren dan bij het totale gebruik van cultuur- en mediaproducten. Belangrijke uitgaven van huishoudens zijn uitgaven aan radio en tv, podiumkunsten, erfgoed en boeken: cultuur- en mediaproducten waar naar verwachting huishoudens ook geld aan uitgeven. Uitgaven aan het subdomein overig audiovisueel betreffen onder andere uitgaven aan muziekdownloads, muziek op dragers en computerspellen.

Subdomeinen als reclame, architectuur en ontwerp zijn binnen het complete aanbod van cultuur- en mediaproducten substantieel qua omvang, maar voor de consumptie van huishoudens niet van belang.

In tabel 3 achter in de publicatie is precies na te zien welke subdomeinen van belang zijn voor de verschillende gebruikscategorieën en omgekeerd.

3.3.2 Consumptie van huishoudens (incl. izw's) naar subdomein, 2015¹⁾



¹⁾ Betreft totaal cultuur- en mediaproducten. Dus exclusief niet-cultuur- en mediaproducten (investeringen, nevenopbrengsten cultuurinstellingen) en totalen die in de nationale rekeningen niet naar goederengroep verbijzonderd zijn (consumptie ingezetenen in het buitenland, niet-afrekbare btw). Nog inclusief consumptie niet-ingezetenen in Nederland.

4.

Overheidsuitgaven

aan cultuur

en media

In het kader van de nationale rekeningen omvat de sector overheid de klassieke overheid die zich vooral bezighoudt met het openbaar bestuur. Dit betreft met name het Rijk, de gemeenten, provincies, waterschappen en socialezekerheidsfondsen. De bedrijfstak openbaar bestuur in de aanbod- en gebruiktabel bestaat dan ook uit genoemde overheidssectoren, aangevuld met diensten waar de overheid min of meer het monopolie op heeft zoals politie, rechtspraak en defensie.

Naast deze overheidssectoren die zich met name bezighouden met het openbaar bestuur wordt echter ook een groot aantal organisaties en instellingen tot de overheid gerekend die taken uitvoeren die het Rijk, de provincies en gemeenten aan hen hebben gedelegeerd. Deze instellingen zelf zijn meestal opgenomen onder de instellingen zonder winstoogmerk (IZW's) op lokaal dan wel centraal overheidsniveau, afhankelijk van de overheidslaag waaronder deze instellingen vallen. In algemene zin betreft het hier o.a. een groot aantal publiek gefinancierde onderwijsinstellingen, de sociale werkvoorziening, regionale vervoersmaatschappijen, afvalverwerkingsbedrijven en instellingen op het gebied van gezondheid en welzijn. Voorbeelden van instellingen uit de cultuur en media die tot de overheid worden gerekend zijn een groot aantal bibliotheken en musea, Stichting het Rijksmuseum, de Koninklijke Bibliotheek, regionale omroepen en de Nederlandse Omroep Stichting.

De overheidsinstellingen die zich bezighouden met openbaar bestuur zijn zoals gezegd ingedeeld in de bedrijfstak openbaar bestuur. Overheidsinstellingen zoals bibliotheken, musea en omroepen zijn ingedeeld in de bedrijfstakken kunst en cultuur respectievelijk radio, tv, film, geluid; het betreft hier immers ook diensten op het terrein van cultuur en media en niet op het terrein van openbaar bestuur.

In de box in dit hoofdstuk wordt kort uitgelegd welke beslisregels ten grondslag liggen aan het al dan niet opnemen van instellingen in de sector overheid.

Wat rekent het CBS tot de sector overheid?

Het CBS bakent voor de macro-economische statistieken van de overheidsfinanciën, zoals het overheidssaldo en de overheidsschuld, de overheid af volgens Europese regels en richtlijnen. Om te bepalen of een instelling al dan niet tot de overheid moet worden gerekend moeten ruwweg twee vragen worden beantwoord:

- Hebben publieke instellingen beslissende zeggenschap? Dit betekent: hebben publieke instellingen de bevoegdheid om het algemene beleid of programma van de instelling vast te stellen?
- Is de instelling een marktproducent? Dit wil zeggen: opereert de instelling op een markt waarbij de prijzen en de hoeveelheid van haar goederen en diensten worden bepaald door vraag en aanbod?

Deze definitie van marktproducent is vrij abstract. Om na te gaan of een publieke eenheid marktproducent is of niet wordt een concreet criterium, het '50%-criterium', toegepast. Dit is gebaseerd op de verhouding tussen de verkoop en de productiekosten. Om als marktproducent te worden beschouwd, moet de publieke eenheid gedurende een aaneengesloten periode van minimaal drie jaar ten minste 50 procent van haar productiekosten door verkoop dekken. Voorbeeld: zowel woningbouwstichtingen en -verenigingen als de door DUO gefinancierde

onderwijsinstellingen zijn publieke eenheden. Als het 50%-criterium wordt toegepast blijken de woningbouwstichtingen en -verenigingen hun productiekosten bijna volledig te dekken met verkopen, zoals huuropbrengsten, en zijn daarom marktproducenten en dus overheidsbedrijven. De onderwijsinstellingen daarentegen hebben bijna geen verkopen, daarom zijn ze geen marktproducenten en dus overheidsinstellingen. Om vergelijkbare redenen is de NS een overheidsbedrijf en ProRail een overheidsinstelling. Overheidsbedrijven behoren niet tot de sector overheid maar 'gewoon' tot de bedrijfssector.

Op de hiervoor geschetste grondslag wordt de sector overheid dus groter dan alleen het openbaar bestuur (Rijk, gemeenten, provincies, waterschappen). Een groot aantal instellingen die tot de overheid worden gerekend voert taken uit die het Rijk, gemeenten, provincies en waterschappen aan hen gedelegeerd hebben. De taken hebben betrekking op zeer diverse terreinen: van zorg en welzijn, onderzoek en ontwikkeling tot cultuur. Vooral bij de overige lokale overheid is een groot aantal instellingen meegerekend in de statistieken, zoals welzijnsinstellingen, musea, bibliotheken, sociale werkplaatsen en instellingen voor jeugdbescherming en jeugdreclassering.

Bron: CBS, December 2016. [Wat rekent CBS tot de sector overheid?](#)¹⁾

Het Rijk

In 2015 gaf het Rijk 1,7 miljard euro uit aan cultuur en media. Voor een klein deel betrof dit uitgaven samenhangend met de productie van overheidsdiensten op het terrein van cultuur en media (142 mln euro). Voor het overgrote deel waren dit echter subsidies en inkomensoverdrachten aan organisaties en instellingen op het terrein van cultuur en media (1453 mln euro). Een deel van deze subsidies en inkomensoverdrachten betreft uitgaven aan organisaties en instellingen die ook tot de overheid worden gerekend of aan een andere overheidslaag zoals gemeenten (375 mln euro). Uitgesplitst naar cultuur en media bedragen de uitgaven van het Rijk 706 respectievelijk 1019 miljoen euro. Van dit laatste bedrag gaat het overgrote deel naar de Nederlandse Publieke Omroep. Inkomensoverdrachten worden zonder directe tegenprestatie aan instellingen verstrekt bijvoorbeeld om exploitatietekorten te dekken. Subsidies worden meer met een bepaald doel verstrekt. Kapitaaloverdrachten zijn bedoeld om de vermogenspositie van de ontvangende instelling te verbeteren.

De lokale overheid

De gemeenten gaven in 2015 1,8 miljard euro uit aan cultuur en media. Ook hier geldt dat dit maar voor een klein deel uitgaven betreft die samenhangen met de productie van cultuur- en mediaproducten. Het overgrote deel (1 257 mln euro) bestaat uit subsidies en inkomensoverdrachten waarvan 642 binnen de overheid. Vergeleken met het Rijk en de gemeenten geven de provincies weinig uit aan cultuur en media (236 mln euro).

¹⁾ Een geactualiseerde versie van deze notitie alsmede een lijst met alle instellingen die het CBS tot de overheid rekent zijn te vinden via de volgende link: <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2018/31/wat-rekent-het-cbs-tot-de-sector-overheid->.

De IZW's op lokaal niveau gaven in 2015 1,3 miljard euro uit aan cultuur en media. Dit zijn de lokale musea, bibliotheken en regionale omroepen die tot de overheid worden gerekend. Hier geldt dat het overgrote deel van de uitgaven samenhangt met de productie van cultuur- en mediaproducten door deze instellingen zelf en nauwelijks subsidies en inkomensoverdrachten betreft. Deze instellingen zijn immers vaak de ontvangers van deze subsidies en inkomensoverdrachten van het Rijk, de gemeenten en de provincies. Sterker nog: dit is een van de redenen dat deze instellingen tot de overheid zijn gerekend.

Het verstrekken van subsidies, inkomens- en kapitaaloverdrachten gebeurt dus vooral door het Rijk, de gemeenten en de provincies. Het daadwerkelijk produceren van cultuur- en mediaproducten gebeurt vooral bij de lokale IZW's.

De productiewaarde van overheidsdiensten op het terrein van cultuur en media zijn in de aanbod- en gebruiktabel opgenomen onder de bedrijfstak openbaar bestuur voor zover het overheidsdiensten op het terrein van het openbaar bestuur betreft en onder kunst en cultuur en radio, tv, film, geluid als het op het terrein van cultuur en media zelf ligt. De herverdelingstransacties zoals subsidies en inkomensoverdrachten zijn niet direct aanwijsbaar in de aanbod- en gebruiktabel opgenomen omdat het hier over de financiering van cultuur en media gaat en niet over de productie, het verbruik en de toegevoegde waarde van cultuur- en mediaproducten.

In 2015 bedroegen de totale uitgaven van de overheid aan cultuur en media 4,2 miljard euro. Dit zijn de geconsolideerde uitgaven van de overheid. Dit wil zeggen dat geldstromen binnen de overheid hierin niet zijn opgenomen. Dit speelt met name bij de subsidies en inkomensoverdrachten. Dit is ook de reden dat bijvoorbeeld de som van subsidies en inkomensoverdrachten van de centrale overheid en de lokale overheid groter is dan het totaal van de overheid. Geldstromen van de centrale overheid naar de lokale overheid en omgekeerd, zijn voor de centrale en lokale overheid apart wel uitgaven en dus opgenomen, maar voor de overheid als geheel zijn deze uitgaven geconsolideerd. In feite betreft het hier de uitgaven van de overheid samenhangend met de productie van overheidsdiensten op het terrein van cultuur en media en de subsidies en inkomensoverdrachten aan organisaties en instellingen op het terrein van cultuur en media voor zover niet behorend tot de overheid.

1,4 procent overheidsuitgaven betreft cultuur en media

Vergeleken met de totale uitgaven samenhangend met de productie van goederen en diensten door de overheid (124,5 miljard euro) is het aandeel van cultuur en media betrekkelijk gering (1,7 procent). Voor de centrale overheid was dit aandeel 0,4 procent en voor de lokale overheid 2,6 procent. Dit was ook te verwachten omdat op de beleids-terreinen algemeen bestuur, onderwijs, openbare orde en veiligheid e.d. de overheid nu eenmaal veel meer uitvoerende taken op zich heeft genomen dan op het terrein van cultuur en media.

Het aandeel van cultuur en media in de totale door de overheid verstrekte subsidies en inkomensoverdrachten was 9,6 procent. Op het niveau van de centrale overheid was dit aandeel 1,4 procent; voor de lokale overheid was dit 15,4 procent. Het aandeel van cultuur en media is dus het grootste in de door de lokale overheid verstrekte subsidies en inkomensoverdrachten.

Het aandeel van cultuur en media in de totale overheidsuitgaven bedroeg in 2015 overigens 1,4 procent. Voor de centrale overheid was dit 0,9 procent, voor de lokale overheid 2,7 procent.

4.1 Overheidsuitgaven aan cultuur en media, 2015¹⁾

	Overheid totaal ²⁾							
	Centrale overheid				Lokale overheid w.o. ³⁾			
	Rijk			Overige centrale overheid	Gemeenten		Provincies	IZW-lokaal ⁵⁾
	mln euro							
Overheidsuitgaven aan cultuur en media								
Uitgaven samenhangend met de productie ⁶⁾	2 106	174	142	32	1 932	576	44	1 312
Overige uitgaven	2 097	1 546	1 583	218	719	1 260	192	23
w.v. subsidies en inkomensoverdrachten	1 986	1 453	1 490	218	679	1 257	159	10
w.o. binnen de overheid	0	138	375	18	8	642	112	1
kapitaaloverdrachten	104	98	98	0	28	5	31	1
overige uitgaven ⁷⁾	7	-5	-5	0	12	-2	2	12
Totaal overheidsuitgaven cultuur en media	4 203	1 720	1 725⁸⁾	250	2 651	1 836	236	1 335
Totaal overheidsuitgaven								
Uitgaven samenhangend met de productie ⁶⁾	124 492	45 977	27 007	18 970	73 891	30 046	.	.
Overige uitgaven	182 267	138 606	149 612	2 359	23 662	23 664	.	.
w.v. subsidies en inkomensoverdrachten	20 754	101 553	112 529	781	4 423	10 749	.	.
w.o. binnen de overheid	0	86 535	98 247	45	303	8 427	.	.
kapitaaloverdrachten	4 625	7 583	7 707	1 452	1 820	542	.	.
overige uitgaven ⁷⁾	156 888	29 470	29 376	126	17 419	12 373	.	.
Totaal overheidsuitgaven	306 759	184 583	176 619	21 329	97 553	53 710	.	.
	%							
Aandeel cultuur en media in:								
Uitgaven samenhangend met de productie ⁶⁾	1,7	0,4	0,5	0,2	2,6	1,9	.	.
Overige uitgaven ⁷⁾	1,2	1,1	1,1	9,2	3,0	5,3	.	.
w.o. subsidies en inkomensoverdrachten	9,6	1,4	1,3	27,9	15,4	11,7	.	.
Totaal overheidsuitgaven	1,4	0,9	1,0	1,2	2,7	3,4	.	.

¹⁾ Uitgaven aan de beleidsterreinen 8.02 Cultuur en 8.03 Omroepen en uitgeverijen uit de *Classification of the Functions of Government* (COFOG).

²⁾ Naast de centrale en lokale overheid vallen ook de socialezekerheidsfondsen onder de overheid. De uitgaven van de socialezekerheidsfondsen zijn derhalve in het totaal van de overheid opgenomen maar niet apart vermeld omdat de uitgaven aan cultuur en media nihil zijn.

³⁾ Voor de overheidslagen gemeenten, provincies en IZW-lokaal is het niet mogelijk om volledig te corrigeren voor geldstromen binnen de betreffende overheidslaag (consolidatie). Er kan dus nog sprake zijn van geldstromen van bijvoorbeeld de ene gemeente naar de andere. Dit heeft met name betrekking op de subsidies en inkomensoverdrachten en kapitaaloverdrachten.

⁴⁾ Ook waterschappen en een aantal onderwijsinstellingen behoren tot de lokale overheid. De uitgaven van deze instellingen zijn dan ook opgenomen in de totale uitgaven van de lokale overheid maar niet apart vermeld omdat de uitgaven aan cultuur nihil zijn.

⁵⁾ Inclusief gemeenschappelijke regelingen.

⁶⁾ Beloning werknemers, intermediair verbruik, afschrijvingen, niet-productgebonden belastingen.

⁷⁾ O.a. netto-investeringen, saldo aan- en verkopen van niet-geproduceerde financiële activa en inkomen uit vermogen.

⁸⁾ W.o. 1 019 miljoen euro aan de functie 8.03 Omroepen en uitgeverijen.

De geschetste tweedeling in de overheidsuitgaven onderstreept ook het dilemma waar de overheid voor staat. Neemt ze de productie van cultuur- en mediaproducten zelf ter hand omdat ze vindt dat deze voorzieningen tegen een redelijke prijs beschikbaar en gewaarborgd moeten zijn? Of laat ze de productie van cultuur- en mediaproducten over aan de 'markt' en verstrekt ze zo nodig subsidies aan deze marktpartijen om diezelfde beschikbaarheid en redelijke prijs te waarborgen? Als de overheid zelf de productie ter hand neemt draagt ze ook zelf het risico van mogelijke exploitatietekorten. Wordt het aanbieden van cultuur- en mediaproducten aan derden overgelaten dan ligt het

exploitatie­risico ook daar en zullen de overheidsuitgaven de afgesproken subsidie in principe niet te boven gaan. In deze laatste constructie zijn de uitgaven voor de overheid in beginsel beter onder controle te houden.

5.

**Vrijwilligerswerk
in de cultuur-
en mediasector**

Inleiding¹⁾

Naast sport en onderwijs, wordt vrijwilligerswerk ook vaak geassocieerd met cultuur-gerelateerde activiteiten. Dit geldt zeker voor de kern van de cultuur- en mediasector, zoals musea, podiumkunsten, kunstzinnige vorming, erfgoed, hobbyclubs en vriendenkringen. Bij een ander deel van de in het kader van deze satellietrekening gedefinieerde cultuur- en mediasector, zoals ontwerp, architectuur, media en reclame, is daarentegen weer veel minder of geen sprake van vrijwilligerswerk. Het gaat bij vrijwilligerswerk dus om een specifiek deel van de cultuur- en mediasector.

Vrijwilligerswerk wordt in de nationale rekeningen niet tot de werkgelegenheid gerekend en is dientengevolge ook niet opgenomen in de satellietrekening cultuur en media. De diensten van vrijwilligers worden dus niet tot de arbeidsinzet gerekend. De output van vrijwilligers komt daarentegen wel terug in de productie van een bedrijf of organisatie als geheel. De output van vrijwilligers wordt zo impliciet toegerekend aan de arbeidsinzet van de betaalde arbeidskrachten. Dit heeft effect op de hoogte van de arbeidsproductiviteit, die wordt berekend als het quotiënt van de bruto toegevoegde waarde en de betaalde arbeidsinzet uitgedrukt in arbeidsjaren.

Door het belang van vrijwilligerswerk voor met name de kern van de cultuur- en mediasector worden in aanvulling op de satellietrekening enkele cijfers gepresenteerd over de omvang van vrijwilligerswerk. Daarbij wordt vooral gekeken naar de relatieve deelname aan vrijwilligerswerk, aantallen vrijwilligers en arbeidsvolume. De beschikbare cijfers geven echter geen volledig beeld of zijn niet gedetailleerd genoeg om de diensten van vrijwilligers voor de cultuur- en mediasector precies af te bakenen. De cijfers betreffen deels de inzet van vrijwilligers bij culturele verenigingen en hobbyclubs zoals waargenomen onder personen. De gehanteerde vraagstelling en de daarbij gegeven voorbeelden lijken te suggereren dat de inzet van vrijwilligers bij professionele organisaties hierbij niet of minder aan bod komen. Het is echter wel degelijk zo dat personen die vrijwilligerswerk verrichten bij een museum of poppodium geacht worden deze vraag ook met 'ja' te beantwoorden. Nadere analyse van het grondmateriaal duidt erop dat dit in de praktijk ook het geval is. Daarnaast zijn er aparte gegevens uit andere CBS-statistieken over de inzet van vrijwilligers bij de musea, de podiumkunsten en de bibliotheken. Deze gegevens zijn verzameld bij de organisaties en instellingen zelf.

Ten slotte wordt in een box in dit hoofdstuk ter illustratie aan de hand van de arbeidsinzet van vrijwilligers bij culturele verenigingen, doorgerekend hoe deze arbeidsinzet zich verhoudt tot die van de betaalde arbeidskrachten en wat het zou kosten als deze vrijwilligers ook 'marktconform' beloond zouden worden.

Hoeveel Nederlanders en wie doen vrijwilligerswerk?

Het CBS definieert vrijwilligerswerk als werk dat in enig georganiseerd verband onverplicht en onbetaald wordt verricht ten behoeve van anderen of de samenleving.²⁾ Op basis van deze definitie verrichtte in 2017 48,5 procent van de Nederlandse bevolking van 15 jaar

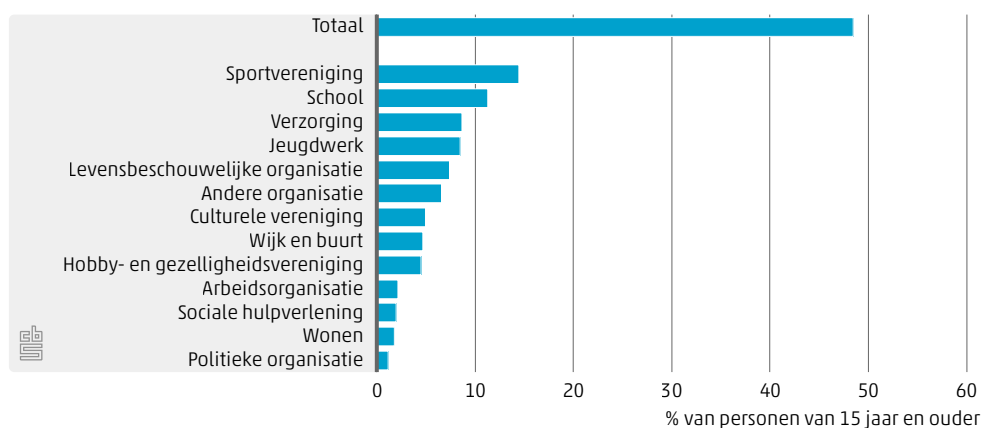
¹⁾ Zie voor een uitgebreide beschrijving het artikel van Arends, J. en Schmeets, H., *Vrijwilligerswerk: activiteiten, duur en motieven*, CBS, Juli 2018.

²⁾ De belastingdienst is iets strakker in haar definitie. Zij definiëren een vrijwilliger als een persoon die niet beroepshalve en op vrijwillige basis werkzaamheden verricht voor een organisatie of instelling die niet is onderworpen aan de vennootschapsbelasting of voor een sportorganisatie, zonder dat hij daarvoor een reële arbeidsbeloning ontvangt.

en ouder minstens één keer in dat jaar vrijwilligerswerk (circa 6,9 miljoen personen).³⁾ Dat is iets minder dan in 2012 toen nog 50,5 procent van deze groep personen aan vrijwilligerswerk deed. De meest voorkomende vormen van vrijwilligerswerk waren die voor sportverenigingen (14,5 procent) en scholen (11,3 procent) (zie figuur 5.1).

In het algemeen zijn het vooral mensen tussen de 35 en 45 jaar (59,4 procent), mensen met een hogere opleiding (hbo 58,9 procent; wo 58,2 procent), als lid van een ouderpaar met tenminste één thuiswonend kind (57,9) of wonend op het platteland (53,8 procent), die relatief gezien vaak vrijwilligerswerk doen. Het aandeel vrouwen en mannen dat vrijwilligerswerk deed in 2017 was nagenoeg gelijk (Bron: CBS, Statline).

5.1 Vrijwilligerswerk¹⁾ naar organisatie, 2017



¹⁾ Vrijwilligerswerk voor organisaties of verenigingen in de afgelopen 12 maanden. Het kan daarbij gaan om bestuurlijk werk of andere activiteiten.

Naast het CBS, doet ook het Centrum voor Filantropische Studies van de Vrije Universiteit onderzoek naar vrijwilligerswerk in Nederland.⁴⁾ Volgens de studie *Geven in Nederland 2017* deed in 2016 36 procent van de Nederlanders vrijwilligerswerk. Er is sprake van een geleidelijk dalende trend ten opzichte van 2010 en 2012, toen nog respectievelijk 41 en 38 procent van de Nederlanders vrijwilligerswerk deed. Ook in dit onderzoek is de relatieve inzet van vrijwilligers het hoogst bij sportverenigingen (10 procent), hier echter gevolgd door religie en levensbeschouwing (7 procent) en gezondheid (5 procent). Dat het onderzoek op alle niveaus wat lager uitkomt dan het CBS, ligt onder meer aan de verschillende wijzen van steekproeftrekken, de verschillende vraagstelling en de verschillende wijzen van ophogen.

Hoeveel Nederlanders en wie doen vrijwilligerswerk in de cultuur- en mediasector?

Het percentage Nederlanders van 15 jaar en ouder dat in 2017 volgens het CBS vrijwilligerswerk verrichtte voor culturele verenigingen, zoals muziek- of toneelvereniging of de tekenclub, was met 5,0 procent relatief bescheiden. In absolute aantallen gaat het daarentegen toch om zo'n 715 duizend vrijwilligers. Sinds 2012 schommelt dit percentage rond de vijf procent.

³⁾ Zie het CBS-onderzoek *Sociale samenhang en welzijn*.

⁴⁾ Zie Bekkers, R., Schuyt, T. en Gouwenberg, B, *Geven in Nederland 2017*, Vrije Universiteit Amsterdam.

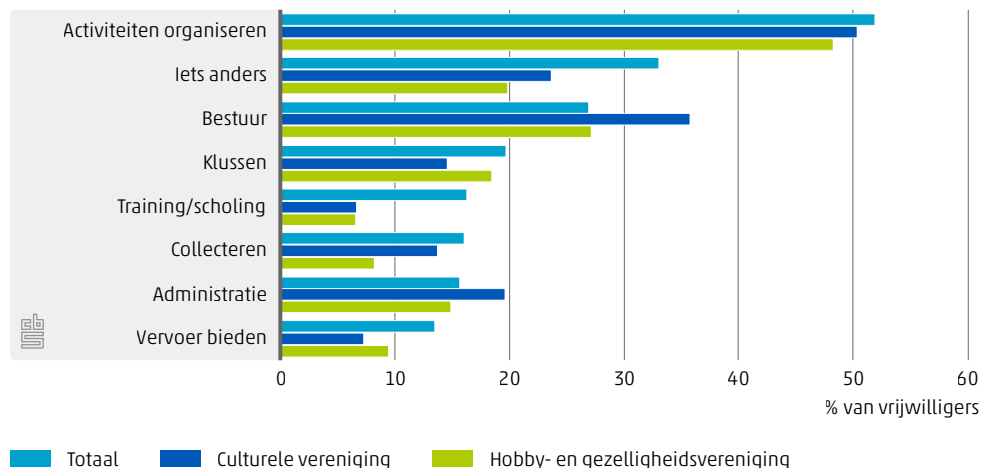
Vrijwilligerswerk voor culturele verenigingen wordt relatief gezien vaak gedaan door personen van 55-65 jaar (6,1 procent) en 65-75 jaar (8,0 procent), personen met een hogere opleiding (hbo 6,6 procent; wo 8,5 procent), leden van een paar zonder (thuiswonende) kinderen (6,8 procent) en mensen die op het platteland wonen (8,1 procent) (Bron: CBS, Statline).

Voor een hobby- of gezelligheidsvereniging verrichtte 4,5 procent van de Nederlandse bevolking van 15 jaar en ouder in 2017 minstens één keer vrijwilligerswerk. Dit is in aantallen circa 643 duizend vrijwilligers. Daarbij ging het relatief gezien vooral om personen in de leeftijdsgroepen van 65-75 jaar (8,0 procent) en 75 jaar en ouder (7,4 procent), mensen met een hbo-opleiding (5,2 procent) en een vmbo-opleiding (5,1 procent), leden van een paar zonder (thuiswonende) kinderen (6,2 procent) en wederom mensen wonend op het platteland (7,2 procent).

Voor culturele verenigingen zetten zich relatief gezien iets meer vrouwen (5,3 procent) dan mannen (4,8 procent) in. Bij hobby- en gezelligheidsverenigingen is dat net andersom. Daar verrichtten mannen (5,0 procent) iets meer vrijwilligerswerk in 2017 dan vrouwen (4,1 procent) (Bron: CBS, Statline).

In het onderzoek *Geven in Nederland 2017* gaat het bij het vrijwilligerswerk voor Kunst en cultuur in 2016 om 3 procent van de Nederlandse bevolking. Dit percentage is sinds 2012 gelijk gebleven. Bij Recreatie en hobby gaat het om 4 procent van de Nederlandse bevolking. In 2010 en 2012 was dit respectievelijk nog 6 en 5 procent.

5.2 Taken van vrijwilligers naar organisatie, 2017



Taken van vrijwilligers

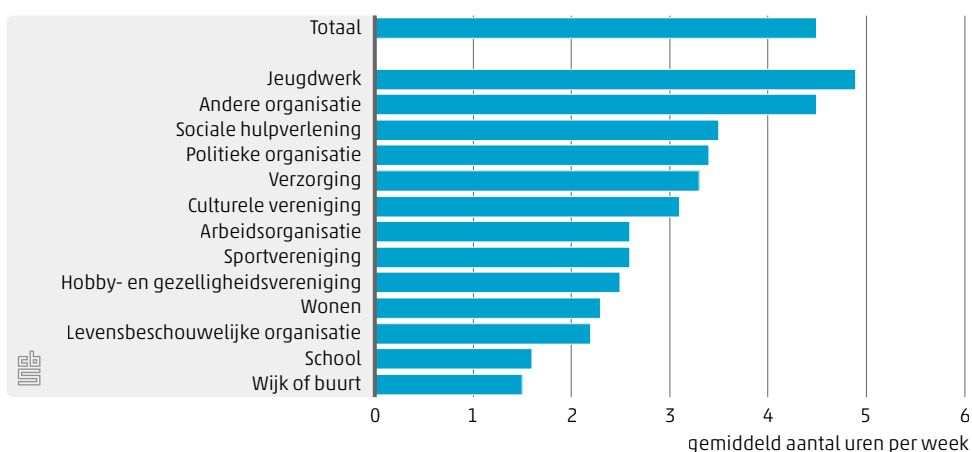
Vrijwilligers kunnen verschillende taken uitvoeren binnen de organisaties waarvoor zij zich inzetten. De helft van de vrijwilligers die zich inzet voor culturele verenigingen, hield zich in 2017 bezig met het organiseren van activiteiten en iets meer dan een derde voerde (ook) bestuurlijke taken uit. Dit sluit aan bij het landelijke beeld. Bij hobby- en gezelligheidsverenigingen organiseerde 48,3 procent activiteiten en hield 27,2 procent zich (ook) bezig met bestuurlijke taken (zie figuur 5.2).

Omvang van vrijwilligerswerk

Volgens het onderzoek van het CBS verrichtten vrijwilligers in 2017 gemiddeld 4,5 uur per week vrijwilligerswerk. Voor culturele verenigingen en hobby- en gezelligheidsverenigingen was dat respectievelijk 3,1 en 2,5 uur per week (zie figuur 5.3).

Volgens het onderzoek *Geven in Nederland 2017* besteedden vrijwilligers in Nederland in 2016 circa 14,5 uur per maand aan vrijwilligerswerk. Dit is een duidelijke daling ten opzichte van 2012 toen vrijwilligers nog gemiddeld 18 uur per maand werkten. Ook hier is dus sprake van een dalende trend: niet alleen minder vrijwilligers maar ook gemiddeld minder uren inzet.

5.3 Gemiddeld aantal uren per week besteed aan vrijwilligerswerk naar organisatie, 2017



Waardering arbeidsinzet vrijwilligers bij culturele verenigingen

Op basis van de hier gepresenteerde gegevens kan, als voorbeeld, de waarde van de inzet van vrijwilligers voor culturele verenigingen worden geschat. Daarbij wordt gebruik gemaakt van de zogenoemde vervangingswaarde. Bij de vervangingswaarde wordt gekeken naar wat een organisatie zou moeten betalen als de vrijwilligers beroepskrachten zouden zijn geweest, dat wil dus zeggen:

Aantal vrijwilligersuren x bruto uurtarief voor vergelijkbaar werk

Dat levert de volgende ruwe schatting op:

1. Gemiddeld 3,1 uur per week x 52 weken = 161,2 uur per jaar per vrijwilliger;
2. 715 000 vrijwilligers x 161,2 uur = 115 258 duizend uur per jaar;
3. 115 258 duizend uur per jaar x € 20,04 gemiddeld bruto uurloon in de culturele sector= totale waarde van het vrijwilligerswerk voor culturele verenigingen in Nederland ongeveer 2,3 miljard euro in 2017.

Dit is een ruwe schatting omdat is uitgegaan van een gemiddeld bruto uurloon in de culturele sector van € 20,04.¹⁾ Er kan bijvoorbeeld ook worden uitgegaan van het minimumloon en worden gedifferentieerd naar type activiteit. Ook zijn er andere schattingsmethoden voorhanden.

De bedoeling van deze doorrekening is niet zo zeer om de economische betekenis van cultuur te vergroten, maar om de omvang en daarmee het belang van het vrijwilligerswerk te onderstrepen. Gerekend met een arbeidsjaar van 1 872 uur (52 x 36 uur per week) is de arbeidsinzet van de 115 258 duizend uur per jaar van vrijwilligers goed voor 62 duizend arbeidsjaren of te wel bijna net zo veel als die van de betaalde arbeidskrachten in de bedrijfstak kunst en cultuur (zie tabel 4 achter in de publicatie). De berekende fictieve beloning van 2,3 miljard euro voor deze arbeidsinzet is bijna een derde van de toegevoegde waarde van diezelfde bedrijfstak kunst en cultuur (zie tabel 1 achter in de publicatie). De toegevoegde waarde van een bedrijfstak is de beloning voor de productiefactoren arbeid en kapitaal. Deze toegevoegde waarde zou dus fors moeten toenemen om bij gelijkblijvende beloning van de reeds ingezette productiefactoren ook de arbeid van vrijwilligers 'marktconform' te belonen. Dit zou kunnen door deze arbeidskosten door te berekenen in de prijs van de cultuurproducten of – als men dat niet wil – de subsidies en inkomensoverdrachten aan deze cultuurinstellingen te verhogen. Met name de eerste optie zal overigens ook zijn uitwerking hebben op vraag en aanbod van deze cultuurproducten. De actuele praktijk is dat net zoals bij sport, de inzet van vrijwilligers ook bij een deel van de cultuur- en mediasector onderdeel is van het businessmodel van de sector en de facto bijdraagt aan de betaalbaarheid van de betreffende cultuurproducten.

¹⁾ Zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-arbeidsmarkt/ontwikkeling-cao-lonen/toelichtingen/uurloon>.

²⁾ Zie voor de verschillende waarderingsmethoden bijvoorbeeld *Economische waarde van het vrijwilligerswerk door de Zonnebloem*, Meis, L. en Roza, L., Erasmus Universiteit, 2009. Of zie: <https://vrijwilligerswerk.nl/de-waarde-van-vrijwilligerswerk>.

Vrijwilligerswerk bij musea, podiumkunsten en bibliotheken

In plaats van naar statistieken over personen te kijken, kan ook worden gekeken naar gegevens vanuit de culturele instellingen en bedrijven. Zo publiceert het CBS cijfers over vrijwilligers bij musea en podiumkunsten.

Bij podiumkunsten waren in 2017 circa 22,6 duizend personen werkzaam. Daarvan werkten er 10,6 duizend als vrijwilliger of stagiaire: 47 procent van het totale aantal werkzame personen. Dat is een forse toename sinds 2007, toen nog maar 32 procent van de werkzame personen bij podiumkunsten vrijwilligers waren. In hoeverre sprake is van verdringing van beroepskrachten door vrijwilligers is niet direct te zeggen omdat de gepresenteerde cijfers over het aantal gewerkte uren geen onderscheid maakt tussen vrijwilligers en beroepskrachten. Wel is het zo dat het aantal personen in loondienst sinds 2007 met circa 18 procent is afgenomen, terwijl het aantal vrijwilligers in dezelfde periode met 86 procent is gegroeid.

In 2017 werkten er 33,7 duizend vrijwilligers bij de 697 musea in Nederland. Zij verzetten 3,6 duizend arbeidsjaren aan werk. Het aantal beroepskrachten bedroeg nog niet de helft van het aantal werkzame vrijwilligers: 14,7 duizend werkzame personen. Wel verzetten zij meer werk: 7,9 duizend arbeidsjaren. Het aantal uren dat beroepskrachten werkten is de afgelopen drie jaar vrij stabiel gebleven. Bij musea bestond in 2017 dus een derde van de betaalde en onbetaalde arbeidsinzet uitgedrukt in arbeidsjaren, uit vrijwilligerswerk.

Volgens de stichting BibliotheekWerk⁵⁾ waren er in 2017 tussen de 15 en 18 duizend vrijwilligers werkzaam bij de 124 bibliotheekorganisaties in Nederland. Zij werkten gemiddeld 2 tot 4 uur per week. Belangrijke redenen voor bibliotheken om te werken met vrijwilligers zijn onder meer: uitbreiding of het op peil houden van de dienstverlening, het vervullen van een maatschappelijke rol, het kunnen invullen van flexibele activiteiten en economische noodzaak. Hoewel beroepskrachten ook in 2017 nog veel meer uren maakten dan de vrijwilligers, lijkt het erop dat bij de bibliotheken vrijwilligers in toenemende mate taken op zich nemen die vroeger door beroepskrachten werden uitgevoerd.

De getallen van Bibliotheekwerk verhouden zich goed tot de getallen die de Koninklijke Bibliotheek op haar website publiceert. Ook hier wordt gewag gemaakt van zo'n 16 duizend vrijwilligers die in 2017 gemiddeld twee uur per week werk verrichtten in de bibliotheken in Nederland.⁶⁾

⁵⁾ Vrijwilligers in de bibliotheek 2017, Stichting BibliotheekWerk.

⁶⁾ <https://www.bibliotheekinzicht.nl/databank>.

6.

Internationaal

Mede onder invloed van het werk van de UNESCO en de EU (ESSnet) om cultuur te definiëren in termen van internationaal geharmoniseerde classificaties die gebruikt worden bij het maken van (officiële) statistieken, is er inmiddels wereldwijd een aantal landen dat al eens een satellietrekening cultuur heeft samengesteld. Te noemen zijn onder meer Finland, Spanje, Australië, Canada en een aantal Zuid-Amerikaanse landen.¹⁾ Al deze landen hanteren in grote lijnen de door ESSnet of de UNESCO voorgestelde kerndomeinen van cultuur.

Daar het hier 'pionierswerk' betreft en de (inter)nationale discussie wat wél en niet tot cultuur te rekenen nog niet is uitgetrild, is de vergelijkbaarheid van de uitkomsten niet optimaal. Zo kent elk land zijn eigen uitzonderingen wat wel en niet mee te nemen in de definitie van cultuur net zoals Nederland zijn eigen 'verbeteringen' had op de oorspronkelijke lijst met cultuuroederen en -diensten van de UNESCO en de EU. Mede hierdoor verschillen ook de samenvoegingen tot bredere culturele domeinen tussen landen.

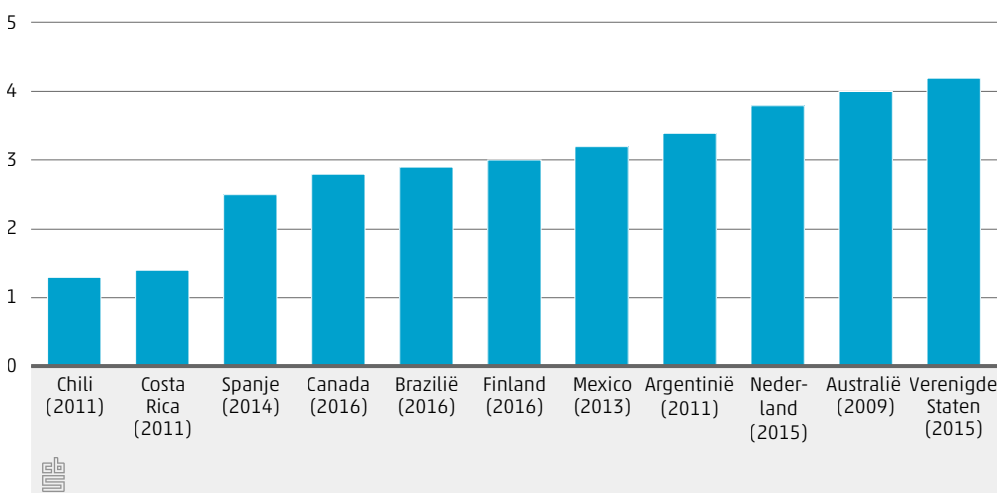
Daarnaast is het statistische basismateriaal dat ten grondslag ligt aan een satellietrekening cultuur niet in alle landen hetzelfde. Ook dit is van invloed op de mate van detail en de precisie waarmee men een satellietrekening cultuur kan samenstellen en zelfs op de keuze hÓe een satellietrekening samen te stellen. Zo hebben de meeste landen gekozen voor een afbakening van het begrip cultuur in de vorm van bedrijfstakken (NACE of ISIC) en niet, zoals Nederland heeft gedaan, op basis van goederen en diensten (CPA). Dit is niet per se omdat die landen dat methodologisch beter vinden, maar gewoonweg omdat het 'makkelijker' is.

Het voorgaande onderstreept wel een breed gedragen behoefte om te komen tot een geharmoniseerde methodologie op grond waarvan internationaal vergelijkbare satellietrekeningen cultuur kunnen worden samengesteld; Nederland is niet het enige land dat hier werk van maakt.

Ten slotte – los van de niet optimale vergelijkbaarheid – lijkt de bijdrage van cultuur (en media) aan de Nederlandse economie in dezelfde orde van grootte te liggen als die in een aantal andere landen. Zo komen de Verenigde Staten en Australië wat hoger uit en onder andere Canada en Finland, wat lager.

6.1 Aandeel cultuur in de economie, internationaal

% van het bruto binnenlands product



¹⁾ Ook in Zuid-Amerika heeft een aantal landen al een satellietrekening cultuur geproduceerd. De literatuur daarover is echter vooral in het Spaans.

7.

Slotbeschouwing

Al met al geeft deze eerste satellietrekening cultuur en media een robuust beeld van de bijdrage van cultuur en media aan de Nederlandse economie en werkgelegenheid én van de structuur van de cultuur- en mediasector zelf. Daarnaast is in de publicatie maximale transparantie betracht over hoe deze satellietrekening tot stand is gekomen opdat dit voor een ieder duidelijk is en zo tot op- en aanmerkingen ter verbetering kan leiden.

Om daadwerkelijk tot deze eerste satellietrekening cultuur en media te komen was het nodig om een aantal vooral inhoudelijke knopen, door te hakken.

Zo is op basis van bepaalde uitgangspunten besloten welke goederen en diensten wél tot cultuur en media te rekenen en welke niet. Daarbij ging de discussie niet zozeer over het kerndomein van de sector cultuur en media, maar vooral over het wel of niet toevoegen van ondersteunende cultuur-gerelateerde goederen en diensten verderop in de productieketen. Zo zijn muziekinstrumenten en fototoestellen op basis van de gekozen uitgangspunten wel tot cultuur en media gerekend, maar de internetinfrastructuur (hardware, software, telecommunicatie) niet, hoewel deze laatste goederen en diensten toch ook in grote mate bijdragen aan culturele uitingen. Ook is een aantal goederen en diensten meegenomen die weliswaar geen cultuur- of mediaproduct zijn, maar in economische zin onlosmakelijk zijn verbonden met deze cultuur- en mediaproducten, zoals de opbrengsten van de museumwinkel of de investeringen in culturele gebouwen zoals musea. Uitgaven aan hotelovernachtingen of restaurants van (buitenlandse) bezoekers voortvloeiend uit een bezoek aan bijvoorbeeld het Van Gogh Museum en het Rijksmuseum zijn echter weer niet meegenomen. Dat geldt ook voor de kosten van vervoer om er te komen.

Over al deze aspecten van de (economische) afbakening van het begrip 'cultuur en media' moet op enig moment een beslissing worden genomen om uiteindelijk een satellietrekening ook daadwerkelijk te kunnen samenstellen. Het is echter duidelijk dat hier moeiteloos langer over gediscussieerd had kunnen worden. Ook internationaal bestaat hier (nog) geen consensus over. Dat beperkt de vergelijkbaarheid van de resultaten van satellieten tussen landen. Ook is er ruimte voor een verdere harmonisatie met de wijze waarop andere satellietrekeningen, zoals die van toerisme en sport, worden samengesteld. Er is overigens wel getracht zoveel als mogelijk aan te sluiten bij bestaande internationale maar ook nationale indelingen en afbakeningen van het begrip cultuur, zoals die van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) en indelingen van de creatieve industrie. Grotendeels is dit wel gelukt, maar duidelijk is ook dat dat niet overal lukt omdat er sprake is van verschillende uitgangspunten. Zo is de satellietrekening cultuur vooral gebonden aan de economische afbakeningsregels van de nationale rekeningen alsmede de gehanteerde internationale classificatiesystemen. Deze passen niet overal een-op-een op de uitgangspunten en indelingen van bijvoorbeeld het SCP. Dit heeft ook geresulteerd in de keuze om deze satelliet niet satellietrekening cultuur, maar satellietrekening cultuur en media te noemen.

Bij de daadwerkelijke uitwerking van de gehanteerde definitie blijkt vervolgens dat het basismateriaal niet altijd het gewenste detailniveau heeft om de cultuur- en mediaproducten er makkelijk uit te kunnen destilleren. Zo waren de licenties en royalty's een zeer grote post die met behulp van aanvullende bronnen gedetailleerd moest worden naar boeken, films, muziek, tv-formats, foto's e.d. Ook de digitale cultuur- en mediaproducten waren niet altijd makkelijk te destilleren uit de goederenindeling zoals

die in de nationale rekeningen wordt gehanteerd en zijn daardoor wellicht wat minder volledig en zichtbaar in beeld gebracht dan de traditionele goederen en diensten. Een laatste voorbeeld is het schatten van de uitgaven aan monumentenzorg. Voor zover dit monumenten betreft die ingeschreven zijn bij de Kamer van Koophandel, bijvoorbeeld omdat ze onderdeel zijn van een bedrijf of stichting, dan zijn de uitgaven aan het onderhoud van deze monumenten opgenomen in de satellietrekening cultuur en media. Als monumenten niet ingeschreven zijn bij de Kamer van Koophandel omdat ze bijvoorbeeld in particuliere handen zijn, dan ontbreken de uitgaven aan het onderhoud van deze monumenten in de satellietrekening. Deze voorbeelden zijn bedoeld om te illustreren dat de schattingen op sommige punten nog wel verbeterd kunnen worden.

Tot slot staan er nog punten open die expliciet buiten deze eerste satellietrekening zijn gelaten. Te noemen zijn onder meer de (economische) waardering van het immateriële en natuurlijke erfgoed en de culturele 'productie' van huishoudens, maar ook een presentatie van de resultaten naar de fasen van de culturele productieketen of cyclus (w.o. creatie, productie, disseminatie, tentoonstellen/handel, behoud en consumptie/participatie).

Deze eerste satellietrekening cultuur en media heeft betrekking op het jaar 2015 omdat aangesloten wordt bij de definitieve nationale rekeningen. Deze bieden qua detail van goederen en diensten én bedrijfstakken de beste aanknopingspunten om een satellietrekening cultuur en media samen te stellen. Bij een mogelijke tweede editie zal gekeken worden in hoeverre het mogelijk is een actueler jaar te kiezen. Daarnaast zal de doorlooptijd van het samenstellen van een tweede editie korter kunnen zijn omdat niet alles, zoals bij een eerste editie, opnieuw uitgedacht en opgezet behoeft te worden.

Op grond van verdere (internationale) discussie, te ontvangen commentaren en een evaluatie van de gebruikte bronnen kan een tweede editie van een satellietrekening cultuur en media verder verfijnd worden.

Literatuur

CBS (2012). *De Nederlandse sporteconomie. De bijdrage van sport aan de Nederlandse economie in 2006–2012*, Den Haag/Heerlen/Bonaire.

CBS (2014). *Vooronderzoek satellietrekening cultuur en creatieve industrie*, Den Haag/Heerlen/Bonaire.

CBS (2017). *Nationale rekeningen 2016*, Den Haag/Heerlen/Bonaire.

ESSnet-Culture (2012). *European Statistical System Network on Culture, final report*, Eurostat, Luxemburg.

iMMovator (2017). *Monitor creatieve industrie 2016*.

OECD (2007). *International measurement of the Economic and Social importance of culture*, Parijs.

OECD (2018). *Culture and local development*, Parijs.

SCP (2018). *Het culturele leven, Den Haag*.

UNESCO (2009). *Framework for cultural statistics*, Montreal, Canada.

UNESCO (2012). *Measuring the economic contribution of cultural industries*, Montreal, Canada.

Bijlagen

Bijlage I Wat is cultuur?

Een eerste te beantwoorden vraag bij het samenstellen van een satellietrekening is de afbakening van het verschijnsel dat men wil beschrijven, in dit geval 'cultuur en media'. Wat wél en wat niet tot cultuur en media wordt gerekend is immers van invloed op de uiteindelijke omvang van de cultuur- en mediasector en daarmee op de bijdrage van cultuur en media aan de Nederlandse economie. In deze bijlage wordt dan ook nader ingegaan op de afbakening van cultuur en media en de daarbij gemaakte keuzes. Alvorens in te gaan op de uiteindelijk in het kader van de voorliggende satellietrekening cultuur en media gehanteerde definitie, wordt eerst ingegaan op enkele (inter)nationale definities van dan wel beschouwingen over, het begrip cultuur. De invalshoeken van waaruit deze definities tot stand zijn gekomen alsmede de classificaties aan de hand waarvan ze zijn geoperationaliseerd, vormden een belangrijke leidraad voor de uiteindelijk vastgestelde definitie van cultuur en media in de voorliggende satellietrekening.

Achtergrond: nationale en internationale definities

Het definiëren, operationaliseren en kwantificeren van een fenomeen als cultuur is geen gemakkelijke opgave. Zowel nationaal als internationaal is er veel discussie over de vraag wat wél en wat niet tot cultuur moet worden gerekend en h́oe deze elementen vervolgens kunnen worden samengevoegd tot zinvolle domeinen.

UNESCO

In principe zou de start van een afbakening van het begrip cultuur een (inter)nationaal erkende definitie moeten zijn. De UNESCO definieert cultuur als:

'a set of distinctive spiritual, material, intellectual, and emotional features of society or a social group, that encompasses, not only art and literature, but lifestyles, ways of living together, value systems, traditions and beliefs.' (UNESCO, 2009, p. 9).

Bij de operationalisatie van deze enigszins abstracte definitie hanteert de UNESCO uiteindelijk een praktische benadering, omdat bijvoorbeeld levensstijlen, tradities en overtuigingen niet makkelijk te kwantificeren zullen zijn.

De volgende domeinen worden hierbij tot cultuur gerekend: 1) Erfgoed (w.o. ook landschap en natuur), 2) Podiumkunsten, inclusief festiviteiten, 3) Beeldende kunsten, inclusief ambachten, 4) Boeken en pers, 5) Audiovisuele en interactieve media en 6) Ontwerp en creatieve diensten.

Deze zes kerndomeinen van cultuur worden ondersteund door de domeinen: 7) Scholing en training, 8) Archivering en behoud en 9) Instrumentarium, materialen en ondersteunende diensten. Tot deze laatste groep rekent de UNESCO bijvoorbeeld allerlei diensten rond het drukken van boeken en het reproduceren van (interactieve) media, maar ook het produceren van computeronderdelen en de telecommunicatie-infrastructuur. Het produceren van muziekinstrumenten is daarentegen gewoon onderdeel van het kerndomein Podiumkunsten. Verder wordt, naast het materiële, ook het immateriële en natuurlijke¹⁾ erfgoed als apart kerndomein onderkend.

¹⁾ Bijvoorbeeld landschappen en natuurparken.

Om de link met statistische gegevens te leggen, zijn al deze domeinen door de UNESCO op basis van internationaal geharmoniseerde classificaties vertaald naar enerzijds cultuur-gerelateerde bedrijfstakken en anderzijds cultuur-gerelateerde goederen en diensten. De ISIC²⁾ is hierbij de internationaal gehanteerde classificatie om bedrijven in te delen naar economische activiteit; de Nederlandse versie hiervan is de Standaard Bedrijfsindeling (SBI 2008). De CPA 2008³⁾ is hierbij de internationaal gehanteerde classificatie van goederen en diensten. Het uiteindelijke resultaat is een opsomming van een groot aantal bedrijfstakken en goederen en diensten, aan de hand waarvan het begrip cultuur geoperationaliseerd is door het te linken aan classificaties die bij het maken van statistieken worden gehanteerd (zie voor een overzicht verder (UNESCO, 2009, p. 52 e.v.)).

De EU

Een andere internationale afbakening van het begrip cultuur is die van de *European Statistical System Network on Culture* (ESSnet-Culture, 2012). ESSnet gebruikt geen specifieke definitie van cultuur als uitgangspunt, maar een aantal criteria waaraan cultuur-gerelateerde bedrijfstakken en goederen en diensten⁴⁾ moeten voldoen. De belangrijkste daarvan zijn: creativiteit en culturele expressie. Deze criteria zijn onder meer verbonden aan creatie met het *nobody-knows-principe*,⁵⁾ waarden (w.o. vooral intrinsieke waarden en tradities), communicatie op basis van symbolen en een relatie met het intellectueel eigendomsrecht.⁶⁾ Deze criteria worden ook door de UNESCO genoemd. Bij de operationalisatie op basis van deze criteria beperkt ESSnet zich in eerste instantie echter vooral tot de zes kerndomeinen van cultuur van de UNESCO, waarbij het immateriële erfgoed geen apart domein is, maar onderdeel van het domein erfgoed. In tegenstelling tot de UNESCO, hanteert ESSnet echter niet zes, maar tien kerndomeinen, namelijk:

1. Erfgoed (w.o. musea, archeologische bezienswaardigheden en immaterieel erfgoed);
2. Archieven;
3. Bibliotheken;
4. Boeken en pers;
5. Beeldende kunst (w.o. fotografie en ontwerp);
6. Podiumkunsten (w.o. muziek, dans, drama en andersoortige liveshows);
7. Audiovisueel en multimedia (w.o. film, radio, televisie, video en multimedia);
8. Architectuur (alleen ontwerp en niet constructie en productie);
9. Adverteren (alleen creatie, niet de productie);
10. Ambachtelijke en huishoudelijke kunst ('art crafts').

Ook de culturele cyclus van ESSnet ziet er net iets anders uit dan die van de UNESCO. Bij ESSnet gaat het om de fasen: creatie, productie (om een bedacht goed of dienst om te zetten in een beschikbaar goed of dienst), disseminatie en handel, behoud, scholing en management en regulatie (bedrijven en instellingen die cultuur financieren en reguleren). Merk op dat ESSnet hier expliciet oog heeft voor het economisch distributieproces van cultuur- en mediaproducten. Zo worden handels- en vervoersmarges dus onderdeel

²⁾ *International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC)* van de Verenigde Naties. De Europese variant hiervan is de *Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne (NACE)* en de Nederlandse variant de Standaard Bedrijfsindeling (SBI). Deze drie classificaties zijn onderling tot op het vierde digit-niveau vergelijkbaar.

³⁾ *Classification of Products by Activity*, editie 2008.

⁴⁾ Ook te interpreteren als 'activiteiten'.

⁵⁾ Het principe dat niemand weet of een product dat is gecreëerd een publiek zal vinden.

⁶⁾ Niet elk goed dat een intellectueel eigendomsrecht heeft is cultuur en niet elk cultuur-gerelateerd goed heeft een intellectueel eigendomsrecht.

van cultuur en media niet zo zeer omdat het cultuur- en mediaproducten zijn, maar omdat het onmisbare schakels zijn in het economisch distributieproces van cultuur- en mediaproducten; de handel brengt vraag en aanbod bij elkaar.

Ook ESSnet vertaalt bovenstaande domeinen vervolgens in een opsomming van enerzijds cultuur-gerelateerde bedrijfstakken op basis van de NACE-classificatie en anderzijds cultuur-gerelateerde goederen en diensten op basis van de CPA-classificatie (zie voor een overzicht verder (ESSnet, 2012, p. 62 e.v.)). Het belangrijkste verschil met de UNESCO is dat ESSnet het gehele domein van instrumentarium, materiaal en ondersteunende diensten in eerste instantie niet meeneemt als onderdeel van het begrip cultuur. ESSnet ziet deze activiteiten niet als intrinsiek cultuur (creatie), maar meer als onderdeel van het productieproces. ESSnet is in deze echter niet consequent, omdat bijvoorbeeld de productie van muziekinstrumenten, het drukken van boeken en de reproductie van opgenomen media als gerelateerde activiteiten, wel in de lijst met cultuur-gerelateerde bedrijfstakken en goederen en diensten worden meegenomen. Dat roept de vraag op waarom andere cultuur-gerelateerde instrumenten, materialen en ondersteunende diensten, zoals microfoons, camera's, fotoestellen e.d., dan ook niet worden meegenomen?

WIPO en OECD

Andere, uiteindelijk minder bruikbaar gebleken aanknopingspunten om het begrip cultuur af te bakenen, zijn te vinden bij de standaarden van de *World Intellectual Property Organization* (WIPO)⁷⁾ en de *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD; zie o.a. (OECD, 2007)). Wat deze laatste organisatie betreft kan bijvoorbeeld verwezen worden naar een recente publicatie over cultuur in relatie tot lokale ontwikkeling (OECD, 2018), waar voor een belangrijke deel wordt aangesloten bij de ESSnet-definitie van cultuur. Deze publicatie van de OECD richt zich vooral op de inzet van cultuur en in bredere zin de creatieve industrie, voor de ontwikkeling van regio's.

Nederland

Ook in Nederland is een discussie gevoerd over de afbakening van het begrip cultuur ten behoeve van deze eerste proeve van een satellietrekening cultuur en media (CBS, 2014). Dit vooronderzoek sluit vooral aan bij de ESSnet-definitie en richt zich naast de afbakening van het begrip cultuur ook op de afbakening van het begrip creatieve industrie. Voor de statistische operationalisatie van deze begrippen waren de bedrijfstakken het uitgangspunt. Er is geen afbakening gemaakt op basis van goederen en diensten. Niettemin is het een bruikbare beschrijving van uitgangspunten en criteria om de begrippen cultuur en creatieve industrie af te bakenen en de overeenkomsten en verschillen tussen beide begrippen aan te geven.

Andere discussies rond het begrip cultuur hebben plaatsgevonden bij onder meer de publicatiereeks *Cultuur in beeld* van het ministerie van OCW, de *Monitor Creatieve Industrie* (iMMovator, 2017) en het nieuwe raamwerk van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP, 2018). In bijlage III is kort geschetst hoe deze laatste twee definities zich verhouden tot de in de voorliggende satellietrekening gehanteerde definitie van cultuur en media.

De conclusie is dat de afbakening van het begrip cultuur van de UNESCO en ESSnet de beste aanknopingspunten bieden om het begrip cultuur hier verder te beschrijven en vooral in statistische zin te kunnen operationaliseren. Ten eerste is er sprake van een redelijke

⁷⁾ Zie o.a. https://www.wipo.int/newsletters-archive/en/wipo_standards.html.

overeenstemming van goederen en diensten die beide instellingen tot het kerndomein van cultuur rekenen. Daarnaast is dit ook geoperationaliseerd door deze goederen en diensten daadwerkelijk te benoemen in de internationaal gehanteerde classificatie van goederen en diensten (CPA). Alleen op het punt wélke ondersteunende goederen en diensten op te nemen in het domein cultuur, is er sprake van een verschil in opvatting of uitwerking tussen beide instellingen. Hier heeft het CBS dan ook zijn eigen gedragslijn geformuleerd. Ten slotte zij aangetekend dat zowel de EU (Eurostat) als vervolg op ESSnet, en de UNESCO op dit moment bezig zijn met een revisie van hun afbakening van het begrip cultuur. De internationale discussie over wat wél en wat niet tot het verschijnsel cultuur moet worden gerekend is dus nog volop gaande.

De gehanteerde afbakening van cultuur en media

Bij de start van het samenstellen van een eerste satellietrekening cultuur en media voor Nederland is de keuze gemaakt om in beginsel zoveel mogelijk aan te sluiten bij een bestaande en gezaghebbende internationale, definitie en operationalisatie van het fenomeen cultuur. Het heropenen van de discussie wát onder cultuur dient te worden verstaan zou zo vermeden kunnen worden. Dit gevoegd bij het idee dat het ook niet haalbaar leek om in korte tijd te komen met een nieuwe definitie van het begrip cultuur waar 'iedereen' het over eens zou zijn; zoals aangegeven, zowel nationaal en internationaal is de discussie nog gaande.

Als basis voor de definitie en operationalisatie van cultuur en media is daarom in beginsel gekozen voor de definitie en het raamwerk van ESSnet. Enerzijds omdat deze voor een belangrijke deel aansluit bij de kerndomeinen van de UNESCO. Maar ook omdat de operationalisatie zich in eerste instantie beperkt tot de kernactiviteiten van cultuur, startend bij de creatie van een goed of dienst. Bovendien maakt het een vergelijking met andere landen in de toekomst beter mogelijk. ESSnet heeft, evenals de UNESCO, zowel een afbakening beschikbaar op basis van bedrijfstakken (NACE) als op basis van goederen en diensten (CPA).

Keuze 1: In het kader van de satellietrekening cultuur en media is ervoor gekozen cultuur en media te definiëren aan de hand van de goederen en diensten zoals opgenomen in de CPA 2008.

Cultuur en media zijn dus niet gedefinieerd in termen van bedrijfstakken. Het is het goed of de dienst die bepaalt of iets tot cultuur of media wordt gerekend en niet de bedrijfstak die bepaalde goederen en diensten voorbrengt. De benadering vanuit goederen en diensten is methodologisch beter omdat alleen die goederen en diensten worden meegerekend die tot cultuur en media zijn gerekend. Immers, niet alle goederen en diensten van een bedrijfstak die tot de cultuur- en mediasector wordt gerekend betreffen cultuur- en mediaproducten. En omgekeerd: ook bedrijfstakken die niet tot de cultuur- en mediasector worden gerekend produceren cultuur- en mediaproducten. Daarnaast biedt een benadering vanuit goederen en diensten de mogelijkheid om ook de vraagkant van cultuur en media (consumptie, investeringen, uitvoer etc.) te detailleren naar de verschillende cultuurgoederen en -diensten en de daarop gebaseerde culturele domeinen. In algemene zin sluit een benadering vanuit goederen en diensten het beste aan bij de opzet van de nationale rekeningen die ten slotte ten grondslag liggen aan deze satellietrekening; deze benadering leidt uiteindelijk ook tot gedetailleerdere en informatievere data.

Een essentiële vervolgvraag is dan of de afbakening van cultuur en media beperkt moet blijven tot de hiervoor genoemde kerndomeinen van cultuur (creatie en culturele expressie)

of moet worden uitgebreid met (ondersteunende) goederen en diensten hoger in de productie- en distributieketen? Hierin zijn zowel ESSnet als de UNESCO niet consequent. ESSnet lijkt zich te beperken tot de genoemde kerndomeinen, maar neemt uiteindelijk toch een aantal ondersteunende goederen en diensten in de afbakening mee. De UNESCO daarentegen neemt juist weer heel veel ondersteunende goederen en diensten in hun afbakening mee, waaronder de productie van computers, software en telecommunicatiediensten. Beide organisaties hanteren geen expliciete regels voor deze keuze.

Bij de afbakening van cultuur en media voor de onderhavige satellietrekening is de volgende gedragsregel gehanteerd om ondersteunende goederen en diensten al dan niet in de productie- en distributieketen mee te nemen:

Keuze 2: Alleen die ondersteunende cultuur-gerelateerde goederen en diensten in de productie- en distributieketen zijn meegenomen die zouden komen te vervallen als het betreffende cultuurgoed of de cultuurdienst, gezien vanuit de creatie, niet zou bestaan. Deze ondersteunende goederen en diensten hebben dus alleen bestaansrecht omdat ze onderdeel uitmaken van de waardeketen van een cultuurgoed of -dienst.

Zo zijn drukmachines, fototoestellen, muziekinstrumenten en camera's wel meegenomen, maar bijvoorbeeld de ICT-infrastructuur (hardware, software, telecommunicatiediensten) niet. Deze laatste goederengroepen hebben namelijk ook bestaansrecht als ze niet als dragers van cultuur zouden functioneren.

Uiteindelijk zullen er altijd twijfelgevallen blijven. Daarnaast gebiedt de eerlijkheid te zeggen dat de keuzes ook in zekere mate afhankelijk zijn van de mate waarin classificaties, zoals de NACE en CPA, zijn gedetailleerd en of er voldoende betrouwbare cijfers beschikbaar zijn op een laag detailniveau. Hoe gedetailleerder namelijk deze classificaties zijn voor het domein cultuur en media, en hoe meer cijfers beschikbaar zijn op een laag detailniveau, des te meer kan er van cultuur worden meegenomen. Met andere woorden: er is ook sprake van enig pragmatisme bij het maken van keuzes en het samenstellen van deze eerste proeve van een satellietrekening cultuur en media.

Uiteindelijke lijst met cultuur- en mediaproducten

In onderstaande tabel zijn alle goederen en diensten opgenomen die uiteindelijk tot cultuur en media zijn gerekend. Deze selectie is, zoals gezegd, gemaakt op basis van de CPA 2008. Dit is een Europese classificatie van producten die samenhangt met de bedrijfstakindeling van waaruit deze producten worden geproduceerd. Zo komen de eerste vier cijfers van de CPA-productcodes overeen met de eerste vier cijfers van de classificatie van economische activiteiten op grond waarvan bedrijven worden ingedeeld naar bedrijfstak (NACE).

Binnen het systeem van nationale rekeningen zijn deze CPA-codes gekoppeld aan de goederengroepen zoals die bij het samenstellen van de nationale rekeningen worden gehanteerd. Een goederengroep uit de nationale rekeningen bestaat bijna altijd uit meerdere CPA-codes. Als alle CPA-codes van een goederengroep tot cultuur en media zijn gerekend dan valt deze gehele goederengroep dus binnen cultuur en media. Als slechts een deel van de CPA-codes tot cultuur en media is gerekend, is een schatting gemaakt welk deel van de goederengroep dit betreft. Daarnaast zijn waar nodig aanvullende schattingen gemaakt om de verschillende cultuur- en mediaproducten zo goed als mogelijk in te kunnen delen in de verschillende (sub)domeinen.

In onderstaande tabel is precies na te lezen welke CPA-codes tot welke goederengroep behoren en hoe deze verder zijn ingedikt naar goederengroepen zoals in deze publicatie gehanteerd (zie tabel 1 achter in de publicatie) en naar (sub)domeinen (zie tabel 2 en 3 achter in deze publicatie). Omwille van de leesbaarheid zijn de goederengroepen gesorteerd op (sub)domein.

I.1 Goederen en diensten die tot cultuur en media worden gerekend

Goederengroep Nationale rekeningen		Classification of Products by Activity (CPA 2008)		Satellietrekening cultuur en media			
Code	Omschrijving	Code	Omschrijving	Code	Goederengroep in publicatie	Domein	Subdomein
7111000	ArchitectDns	71.11.10	Bouwplannen en -tekeningen	7111000	Architectdiensten	Architectuur en ontwerp	Architectuur
7111000	ArchitectDns	71.11.21	Architecten: woningen	7111000	Architectdiensten	Architectuur en ontwerp	Architectuur
7111000	ArchitectDns	71.11.22	Architecten: niet voor bewoning bestemde gebouwen	7111000	Architectdiensten	Architectuur en ontwerp	Architectuur
7111000	ArchitectDns	71.11.23	Architecten: restauratie van historische gebouwen	7111000	Architectdiensten	Architectuur en ontwerp	Architectuur
7111000	ArchitectDns	71.11.24	Advies door architecten	7111000	Architectdiensten	Architectuur en ontwerp	Architectuur
7111000	ArchitectDns	71.11.41	Landschapsarchitecten	7111000	Architectdiensten	Architectuur en ontwerp	Architectuur
7111000	ArchitectDns	71.11.42	Advies door landschapsarchitecten	7111000	Architectdiensten	Architectuur en ontwerp	Architectuur
7111000	ArchitectDns	71.11.31	Stadsplanning	7111000	Architectdiensten	Architectuur en ontwerp	Architectuur
7111000	ArchitectDns	71.11.32	Landinrichting	7111000	Architectdiensten	Architectuur en ontwerp	Architectuur
7111000	ArchitectDns	71.11.33	Structuurplannen voor projecten	7111000	Architectdiensten	Architectuur en ontwerp	Architectuur
7410000	Ontwerpen	74.10.11	Binnenhuisarchitecten	7410000	Ontwerp en fotografie	Architectuur en ontwerp	Ontwerp
7410000	Ontwerpen	74.10.12	Industrieel designers	7410000	Ontwerp en fotografie	Architectuur en ontwerp	Ontwerp
7410000	Ontwerpen	74.10.19	Ander gespecialiseerde designers	7410000	Ontwerp en fotografie	Architectuur en ontwerp	Ontwerp
7410000	Ontwerpen	74.10.20	Originele designproducten	7410000	Ontwerp en fotografie	Architectuur en ontwerp	Ontwerp
7740100	Licen/royalt	77.40.19	Andere gebruikslicenties voor intellectuele eigendom en dergelijke producten, met uitzondering van auteursrechtelijk beschermde werken	7740106	Licenties/royalties	Architectuur en ontwerp	Ontwerp
5911100	Filmprod/dis	59.11.11	Productie van films	5911102	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
5911100	Filmprod/dis	59.11.13	Andere productie van televisieprogramma's	5911102	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
5911100	Filmprod/dis	59.12.11	Audiovisuele montage	5911102	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
5911100	Filmprod/dis	59.12.12	Kopiëren van originelen	5911102	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
5911100	Filmprod/dis	59.12.13	Kleurcorrectie en digitale verbetering	5911102	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
5911100	Filmprod/dis	59.12.14	Visuele effecten	5911102	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
5911100	Filmprod/dis	59.12.15	Beeldanimatie	5911102	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
5911100	Filmprod/dis	59.12.16	Bijschriften, titels en ondertitels	5911102	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
5911100	Filmprod/dis	59.12.17	Geluidsbewerking en -ontwerp	5911102	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
5911100	Filmprod/dis	59.12.19	Andere postproductie van films en van video- en televisieprogramma's	5911102	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
5911100	Filmprod/dis	59.13.12	Andere diensten in verband met de distributie van films en van video- en televisieprogramma's	5911102	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
5911200	FilmsVideo's	59.11.21	Originele films en originele video- en televisieprogramma's	5911200	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
5911200	FilmsVideo's	59.11.22	Bioscoopfilms	5911200	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
5911200	FilmsVideo's	59.11.23	Films en andere video-inhoud op disk, band of op een andere fysieke drager	5911200	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video

I.1 Goederen en diensten die tot cultuur en media worden gerekend (vervolg)

Goederengroep Nationale rekeningen		Classification of Products by Activity (CPA 2008)		Satellietrekening cultuur en media			
Code	Omschrijving	Code	Omschrijving	Code	Goederengroep in publicatie	Domein	Subdomein
5914000	Bioscoop	59.14.10	Diensten in verband met de vertoning van films	5914000	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Film en video
7740100	Licen/royalt	59.13.11	Licenties voor filmrechten en de opbrengsten ervan	7740102	Licenties/royalties	Audiovisueel	Film en video
9991007	Inv.eb.ov.im	90.03.12	Origineel werk van schrijvers, componisten en andere kunstenaars, met uitzondering van uitvoerende kunstenaars, schilders, grafisch kunstenaars en beeldhouwers	9991074	Investerings in eigen beheer	Audiovisueel	Film en video
2640300	Audio/video	26.40.31	Platenspelers, elektrogrammofoons, cassettespelers en andere toestellen voor het weergeven van geluid	2640301	Audiovisuele apparatuur	Audiovisueel	Overig audiovisueel
2640300	Audio/video	26.40.32	Toestellen voor het opnemen van geluid op magneetbanden en andere toestellen voor het opnemen van geluid	2640301	Audiovisuele apparatuur	Audiovisueel	Overig audiovisueel
2640300	Audio/video	26.40.33	Videocamera-opnametoestellen en overige video-opname- of weergaveapparatuur	2640301	Audiovisuele apparatuur	Audiovisueel	Overig audiovisueel
2670100	Fototech.art	26.70.16	Filmprojectietoestellen; projectietoestellen voor diapositieven; andere projectietoestellen voor niet-bewegende beelden	2670101	Audiovisuele apparatuur	Audiovisueel	Overig audiovisueel
2670100	Fototech.art	26.70.15	Filmcamera's	2670101	Audiovisuele apparatuur	Audiovisueel	Overig audiovisueel
2899290	Ov.mach.tst	26.40.60	Videospelletjesapparaten waarbij een televisieontvanger als beeldscherm wordt gebruikt of met een ingebouwd beeldscherm, en andere vaardigheids- of geluksspellen met een elektronisch beeldscherm	2899290	Machines	Audiovisueel	Overig audiovisueel
5819200	InhoudOnline	58.19.21	Online-inhoud voor volwassenen	2899290	Uitgeverijdiensten	Audiovisueel	Overig audiovisueel
5819200	InhoudOnline	58.19.29	Andere online-inhoud n.e.g.	5819200	Uitgeverijdiensten	Audiovisueel	Overig audiovisueel
5821000	Comp.spellen	58.21.10	Spelpakketten	5821000	Uitgeverijdiensten	Audiovisueel	Overig audiovisueel
5821000	Comp.spellen	58.21.30	Onlinespellen	5821000	Uitgeverijdiensten	Audiovisueel	Overig audiovisueel
5821000	Comp.spellen	58.21.20	Speldownloads	5821000	Uitgeverijdiensten	Audiovisueel	Overig audiovisueel
5920800	Besp.cd/dvd	59.20.33	Muziek op audiodisk, audioband of op een andere fysieke drager	5920802	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Overig audiovisueel
5920800	Besp.cd/dvd	59.20.34	Andere audiodisks en -banden	5920802	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Overig audiovisueel
5920900	MuziekDownl	59.20.35	Muziekdownloads	5920900	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Overig audiovisueel
6200000	Computersvce	62.01.21	Originele software voor computerspellen	6200000	Computerservice-diensten	Audiovisueel	Overig audiovisueel
6310000	Geg.verw.web	63.12.10	Inhoud voor webportalen	6310003	Webportals, pers-agentschappen	Audiovisueel	Overig audiovisueel
7740100	Licen/royalt	58.21.40	Gebruikslicenties voor computerspellen	7740101	Licenties/royalties	Audiovisueel	Overig audiovisueel
7740100	Licen/royalt	59.20.40	Gebruikslicenties voor originele geluiden	7740104	Licenties/royalties	Audiovisueel	Overig audiovisueel
7799000	Verh.ovroerg	77.22.10	Verhuur van videobanden, dvd's en cd's	7799001	Overige dienstverlening	Audiovisueel	Overig audiovisueel
7799000	Verh.ovroerg	77.29.11	Verhuur en lease van televisies, radio's, videorecorders en aanverwante apparatuur en toebehoren	7799001	Overige dienstverlening	Audiovisueel	Overig audiovisueel
9012000	Amusement	90.03.11	Schrijvers, componisten, beeldhouwers en andere kunstenaars, met uitzondering van uitvoerende kunstenaars	9012003	Kunst	Audiovisueel	Overig audiovisueel
9590000	Rep.cons.ov.	95.21.10	Reparatie van consumentenelektronica	9590001	Reparatie en onderhoud	Audiovisueel	Overig audiovisueel
9991007	Inv.eb.ov.im	90.03.12	Origineel werk van schrijvers, componisten en andere kunstenaars, met uitzondering van uitvoerende kunstenaars, schilders, grafisch kunstenaars en beeldhouwers	9991072	Investerings in eigen beheer	Audiovisueel	Overig audiovisueel
2630130	Tv-camera's	26.30.13	Televisiecamera's	2630130	Audiovisuele apparatuur	Audiovisueel	Radio en tv
2640100	Radio's	26.40.11	Ontvangtoestellen voor radio-omroep (met uitzondering van autoradio's), die zonder externe energiebron kunnen functioneren	2640100	Audiovisuele apparatuur	Audiovisueel	Radio en tv
2640100	Radio's	26.40.12	Ontvangtoestellen voor radio-omroep, die niet zonder externe energiebron kunnen functioneren	2640100	Audiovisuele apparatuur	Audiovisueel	Radio en tv
2640200	Televisies	26.40.20	Ontvangtoestellen voor televisie, ook indien met ingebouwd ontvangtoestel voor radio-omroep of toestel voor het opnemen of het weergeven van geluid of van beelden	2640200	Audiovisuele apparatuur	Audiovisueel	Radio en tv
2640200	Televisies	26.40.34	Monitors en projectietoestellen, zonder ingebouwd ontvangtoestel voor televisie en niet hoofdzakelijk gebruikt in een systeem voor automatische gegevensverwerking	2640200	Audiovisuele apparatuur	Audiovisueel	Radio en tv

I.1 Goederen en diensten die tot cultuur en media worden gerekend (vervolg)

Goederengroep Nationale rekeningen		Classification of Products by Activity (CPA 2008)		Satellietrekening cultuur en media			
Code	Omschrijving	Code	Omschrijving	Code	Goederengroep in publicatie	Domein	Subdomein
2640560	Ond.radio/tv	26.40.51	Delen en toebehoren van audio- en videoapparatuur	2640560	Audiovisuele apparatuur	Audiovisueel	Radio en tv
2640560	Ond.radio/tv	26.40.52	Delen van zend- en ontvangtoestellen voor radio-omroep	2640560	Audiovisuele apparatuur	Audiovisueel	Radio en tv
5920100	Geluidpr/dis	59.20.11	Geluidsopnamen	5920100	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Radio en tv
5920100	Geluidpr/dis	59.20.21	Productie van radioprogramma's	5920100	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Radio en tv
5920100	Geluidpr/dis	59.20.22	Originele radioprogramma's	5920100	Productie films, tv-programma's e.d.	Audiovisueel	Radio en tv
6012800	Radio/tv pub	60.10.11	Uitzending en programmering van radioprogramma's	6012800	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012800	Radio/tv pub	60.10.12	Originele radio-uitzendingen	6012800	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012800	Radio/tv pub	60.10.20	Programma's van radiozenders	6012800	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012800	Radio/tv pub	60.20.11	Uitzending van onlinetelevisieprogramma's, met uitzondering van abonneetelevisie	6012800	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012800	Radio/tv pub	60.20.12	Uitzending van andere televisieprogramma's, met uitzondering van abonneetelevisie	6012800	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012800	Radio/tv pub	60.20.13	Uitzending van onlinetelevisieprogramma's: abonnee- televisie	6012800	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012800	Radio/tv pub	60.20.14	Uitzending van andere televisieprogramma's: abonnee- televisie	6012800	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012800	Radio/tv pub	60.20.20	Originele televisie-uitzendingen	6012800	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012800	Radio/tv pub	60.20.31	Programma's van televisiezenders, met uitzondering van abonneetelevisie	6012800	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012800	Radio/tv pub	60.20.32	Televisieprogramma's voor abonneezenders	6012800	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012900	Radio/tv com	60.10.11	Uitzending en programmering van radioprogramma's	6012900	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012900	Radio/tv com	60.10.12	Originele radio-uitzendingen	6012900	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012900	Radio/tv com	60.10.20	Programma's van radiozenders	6012900	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012900	Radio/tv com	60.20.11	Uitzending van onlinetelevisieprogramma's, met uit- zondering van abonneetelevisie	6012900	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012900	Radio/tv com	60.20.12	Uitzending van andere televisieprogramma's, met uit- zondering van abonneetelevisie	6012900	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012900	Radio/tv com	60.20.13	Uitzending van onlinetelevisieprogramma's: abonnee- televisie	6012900	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012900	Radio/tv com	60.20.14	Uitzending van andere televisieprogramma's: abonnee- televisie	6012900	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012900	Radio/tv com	60.20.20	Originele televisie-uitzendingen	6012900	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012900	Radio/tv com	60.20.31	Programma's van televisiezenders, met uitzondering van abonneetelevisie	6012900	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6012900	Radio/tv com	60.20.32	Televisieprogramma's voor abonneezenders	6012900	Radio- en tv-uitzen- dingen	Audiovisueel	Radio en tv
6100000	Telecommunic	61.10.51	Thuisdistributie van programma's via draadgebonden infrastructuur, basispakket	6100000	Telecommunicatie- diensten	Audiovisueel	Radio en tv
6100000	Telecommunic	61.10.52	Thuisdistributie van programma's via draadgebonden infrastructuur, keuzepakket	6100000	Telecommunicatie- diensten	Audiovisueel	Radio en tv
6100000	Telecommunic	61.10.53	Thuisdistributie van programma's via draadgebonden infrastructuur, pay-per-view	6100000	Telecommunicatie- diensten	Audiovisueel	Radio en tv
6100000	Telecommunic	61.20.50	Distributie van programma's thuis via draadloze netwerken	6100000	Telecommunicatie- diensten	Audiovisueel	Radio en tv
6100000	Telecommunic	61.30.20	Distributie van programma's thuis via satelliet	6100000	Telecommunicatie- diensten	Audiovisueel	Radio en tv
6310000	Geg.verw.web	63.11.21	Streaminginhoud, video	6310002	Webportals, pers- agentschappen	Audiovisueel	Radio en tv
6310000	Geg.verw.web	63.11.22	Streaminginhoud, audio	6310002	Webportals, pers- agentschappen	Audiovisueel	Radio en tv
6320000	Persbureaus	63.91.12	Persagentschappen voor audiovisuele media	6320002	Webportals, pers- agentschappen	Audiovisueel	Radio en tv
7740100	Licen/royalt	59.13.11	Licenties voor filmrechten en de opbrengsten ervan	7740103	Licenties/royalties	Audiovisueel	Radio en tv

I.1 Goederen en diensten die tot cultuur en media worden gerekend (vervolg)

Goederengroep Nationale rekeningen		Classification of Products by Activity (CPA 2008)		Satellietrekening cultuur en media			
Code	Omschrijving	Code	Omschrijving	Code	Goederengroep in publicatie	Domein	Subdomein
9991007	Inv.eb.ov.im	90.03.12	Origineel werk van schrijvers, componisten en andere kunstenaars, met uitzondering van uitvoerende kunstenaars, schilders, grafisch kunstenaars en beeldhouwers	9991073	Investerings in eigen beheer	Audiovisueel	Radio en tv
2059100	Fotochem.pr.	20.59.11	Fotografische platen en film, film voor directklaarfotografie, lichtgevoelig, onbelicht; fotografisch papier	2059100	Chemische producten	Beeldende kunst	Fotografie
2059100	Fotochem.pr.	20.59.12	Emulsies voor het gevoelig maken van oppervlakken voor fotografisch gebruik; chemische preparaten voor fotografisch gebruik, n.e.g.	2059100	Chemische producten	Beeldende kunst	Fotografie
2670100	Fototech.art	26.70.11	Objectieven voor camera's, voor projectietoestellen of voor vergrotings- of verkleiningstoestellen voor de fotografie of voor de cinematografie	2670102	Audiovisuele apparatuur	Beeldende kunst	Fotografie
2670100	Fototech.art	26.70.12	Fototoestellen van de soort gebruikt voor het vervaardigen van clichés of van drukcilinders, fototoestellen van de soort gebruikt voor het opnemen van documenten op microformaat (bv. microfilm, microkaart)	2670102	Audiovisuele apparatuur	Beeldende kunst	Fotografie
2670100	Fototech.art	26.70.14	Fototoestellen voor directklaarfotografie en andere fototoestellen	2670102	Audiovisuele apparatuur	Beeldende kunst	Fotografie
2670100	Fototech.art	26.70.17	Flitstoestellen; vergrotingstoestellen voor de fotografie; apparaten voor fotografische laboratoria; negatoscopen, projectieschermen	2670102	Audiovisuele apparatuur	Beeldende kunst	Fotografie
2670100	Fototech.art	26.70.18	Leesapparaten voor micro-opnamen (bv. microfilm, microkaart)	2670102	Audiovisuele apparatuur	Beeldende kunst	Fotografie
2670100	Fototech.art	26.70.19	Delen en toebehoren van foto- en filmapparatuur	2670102	Audiovisuele apparatuur	Beeldende kunst	Fotografie
2670100	Fototech.art	26.70.13	Digitale fototoestellen	2670102	Audiovisuele apparatuur	Beeldende kunst	Fotografie
2740000	Verlicht.art/ond	27.40.31	Flitslampjes, flitsblokjes en dergelijke, voor de fotografie	2740000	Audiovisuele apparatuur	Beeldende kunst	Fotografie
3313900	R/o/i elektr	33.13.13	Reparatie en onderhoud van optische instrumenten en van foto- en filmapparatuur, voor professioneel gebruik	3313900	Reparatie en onderhoud	Beeldende kunst	Fotografie
7420000	Fotografie	74.20.21	Portretfotografie	7420000	Ontwerp en fotografie	Beeldende kunst	Fotografie
7420000	Fotografie	74.20.22	Reclamefotografie en aanverwante fotografie	7420000	Ontwerp en fotografie	Beeldende kunst	Fotografie
7420000	Fotografie	74.20.23	Foto- en videografie bij speciale gelegenheden	7420000	Ontwerp en fotografie	Beeldende kunst	Fotografie
7420000	Fotografie	74.20.24	Luchtfotografie	7420000	Ontwerp en fotografie	Beeldende kunst	Fotografie
7420000	Fotografie	74.20.29	Andere gespecialiseerde fotografie	7420000	Ontwerp en fotografie	Beeldende kunst	Fotografie
7420000	Fotografie	74.20.32	Restaureren en retoucheren van foto's	7420000	Ontwerp en fotografie	Beeldende kunst	Fotografie
7420000	Fotografie	74.20.11	Fotografische platen en film, belicht maar niet ontwikkeld	7420000	Ontwerp en fotografie	Beeldende kunst	Fotografie
7420000	Fotografie	74.20.12	Fotografische platen en film, belicht en ontwikkeld, voor offsetreproductie	7420000	Ontwerp en fotografie	Beeldende kunst	Fotografie
7420000	Fotografie	74.20.19	Andere fotografische platen en film, belicht en ontwikkeld	7420000	Ontwerp en fotografie	Beeldende kunst	Fotografie
7420000	Fotografie	74.20.31	Ontwikkeling van foto's	7420000	Ontwerp en fotografie	Beeldende kunst	Fotografie
7420000	Fotografie	74.20.39	Andere fotografische diensten, n.e.g.	7420000	Ontwerp en fotografie	Beeldende kunst	Fotografie
7740100	Licen/royalt	77.40.19	Andere gebruikslicenties voor intellectuele eigendom en dergelijke producten, met uitzondering van auteursrechtelijk beschermde werken	7740105	Licenties/royalties	Beeldende kunst	Fotografie
9991007	Inv.eb.ov.im	90.03.13	Origineel werk van schilders, grafisch kunstenaars en beeldhouwers	9991076	Investerings in eigen beheer	Beeldende kunst	Fotografie
0300000	Verse vis	03.00.51	Echte parels, onbewerkt	0300000	Landbouwproducten	Beeldende kunst	Overig beeldende kunst
0300000	Verse vis	03.00.52	Gekweekte parels, onbewerkt	0300000	Landbouwproducten	Beeldende kunst	Overig beeldende kunst
2030299	Ov.verfprod.	20.30.23	Verf voor kunstschilders, voor onderwijsdoeleinden of voor vermaak, plakkaatverf en kleurpasta's	2030299	Chemische producten	Beeldende kunst	Overig beeldende kunst
3210000	Sieradn/muntn	32.12.11	Gekweekte parels, edelstenen en halfedelstenen, synthetische of gereconstrueerde edelstenen en halfedelstenen daaronder begrepen, bewerkt doch niet gezet	3210000	Sieraden	Beeldende kunst	Overig beeldende kunst
3210000	Sieradn/muntn	32.12.13	Sieraden en delen daarvan; edelsmidswerk en delen daarvan	3210000	Sieraden	Beeldende kunst	Overig beeldende kunst
3210000	Sieradn/muntn	32.12.14	Andere werken van edele metalen; werken van echte of gekweekte parels of van edelstenen of halfedelstenen	3210000	Sieraden	Beeldende kunst	Overig beeldende kunst

I.1 Goederen en diensten die tot cultuur en media worden gerekend (vervolg)

Goederengroep		Classification of Products by Activity (CPA 2008)		Satellietrekening cultuur en media			
Nationale rekeningen							
Code	Omschrijving	Code	Omschrijving	Code	Goederengroep in publicatie	Domein	Subdomein
3210000	Sieradn/muntn	32.12.12	Industriediamant, bewerkt; poeder en stof, van natuurlijke of van synthetische edelstenen of halfedelstenen	3210000	Sieraden	Beeldende kunst	Overig beeldende kunst
3210000	Sieradn/muntn	32.13.10	Imitatiesieraden en dergelijke artikelen	3210000	Sieraden	Beeldende kunst	Overig beeldende kunst
7740100	Licen/royalt	77.40.19	Andere gebruikslicenties voor intellectuele eigendom en dergelijke producten, met uitzondering van auteursrechtelijk beschermde werken	7740110	Licenties/royalties	Beeldende kunst	Overig beeldende kunst
9012000	Amusement	90.03.11	Schrijvers, componisten, beeldhouwers en andere kunstenaars, met uitzondering van uitvoerende kunstenaars	9012004	Kunst	Beeldende kunst	Overig beeldende kunst
9590000	Rep.cons.ov.	95.25.12	Reparatie van sieraden	9590002	Reparatie en onderhoud	Beeldende kunst	Overig beeldende kunst
9991007	Inv.eb.ov.im	90.03.13	Origineel werk van schilders, grafisch kunstenaars en beeldhouwers	9991075	Investerings in eigen beheer	Beeldende kunst	Overig beeldende kunst
7200000	Research ed	72.19.13	Speur- en ontwikkelingswerk op natuurkundig gebied	7200002	Overige dienstverlening	Erfgoed	Erfgoed
8400010	Overh. Dnstr	91.01.12	Archieven	8400011	Overheidsdiensten	Erfgoed	Erfgoed
8400030	Lev.ovh.drdn	84.12.14	Recreatie, cultuur en religie	8400031	Overheidsdiensten	Erfgoed	Erfgoed
9030000	Kunstvoorwpr	90.03.13	Origineel werk van schilders, grafisch kunstenaars en beeldhouwers	9030000	Kunst	Erfgoed	Erfgoed
9030000	Kunstvoorwpr	90.03.12	Origineel werk van schrijvers, componisten en andere kunstenaars, met uitzondering van uitvoerende kunstenaars, schilders, grafisch kunstenaars en beeldhouwers	9030000	Kunst	Erfgoed	Erfgoed
9100000	Musea/biblio	91.01.12	Archieven	9100002	Musea, bibliotheekdiensten	Erfgoed	Erfgoed
9100000	Musea/biblio	91.02.10	Museumexploitatie-diensten	9100002	Musea, bibliotheekdiensten	Erfgoed	Erfgoed
9100000	Musea/biblio	91.02.20	Museumverzamelingen	9100002	Musea, bibliotheekdiensten	Erfgoed	Erfgoed
9100000	Musea/biblio	91.03.10	Exploitatie van monumenten en dergelijke toeristenattracties	9100002	Musea, bibliotheekdiensten	Erfgoed	Erfgoed
9100000	Musea/biblio	91.04.11	Botanische tuinen en dierentuinen	9100002	Musea, bibliotheekdiensten	Erfgoed	Erfgoed
9100000	Musea/biblio	91.04.12	Natuurreservaten, wildreservaten daaronder begrepen	9100002	Musea, bibliotheekdiensten	Erfgoed	Erfgoed
9991008	Inv.eb.RenD	72.19.13	Speur- en ontwikkelingswerk op natuurkundig gebied	9991082	Investerings in eigen beheer	Erfgoed	Erfgoed
7490000	Consultancy	74.90.20	Andere vrije beroepen en technische en zakelijke diensten, n.e.g.	7490000	Ontwerp en fotografie	Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig
7990000	InfoBoeking	79.90.39	Reservering van kaarten voor evenementen, amusement en recreatie en andere reservering, n.e.g.	7990000	Overige dienstverlening	Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig
7990000	InfoBoeking	79.90.12	Bezoekersinformatie	7990000	Overige dienstverlening	Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig
7990000	InfoBoeking	79.90.20	Gidsen	7990000	Overige dienstverlening	Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig
7990000	InfoBoeking	79.90.32	Reservering van congrescentra en tentoonstellingsruimten	7990000	Overige dienstverlening	Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig
8400010	Overh. Dnstr	84.11.19	Ander algemeen overheidsbestuur	8400012	Overheidsdiensten	Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig
8400010	Overh. Dnstr	84.12.14	Recreatie, cultuur en religie	8400013	Overheidsdiensten	Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig
8400020	Ondl.lev.ovh	84.12.14	Recreatie, cultuur en religie	8400020	Overheidsdiensten	Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig
8400030	Lev.ovh.drdn	84.12.14	Recreatie, cultuur en religie	8400032	Overheidsdiensten	Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig
8400030	Lev.ovh.drdn	84.12.14	Recreatie, cultuur en religie	8400033	Overheidsdiensten	Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig
9490000	Ov.soc.org.	94.99.16	Culturele en recreatieve verenigingen	9490000	Overige dienstverlening	Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig
9490000	Ov.soc.org.	94.99.20	Financiële hulp door verenigingen	9490000	Overige dienstverlening	Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig
1813040	Zetten/graf. Afw	18.14.10	Binderijen en aanverwante diensten	1813042	Druk-, zet- en bindwerk	Letteren	Boeken
1819000	Ov.druk/print	18.12.14	Drukkerijen van boeken, land- en zeekaarten, prenten, tekeningen, foto's en prentbriefkaarten	1819002	Druk-, zet- en bindwerk	Letteren	Boeken
2809100	Ond. Machines	28.99.40	Delen van machines en toestellen voor het drukken en het inbinden of innaaien van boeken	2809100	Machines	Letteren	Boeken
2899190	Mach.drukwpap	28.99.11	Machines en toestellen voor het innaaien of voor het inbinden van boeken, naaimachines voor het boekbindersbedrijf daaronder begrepen	2899191	Machines	Letteren	Boeken

I.1 Goederen en diensten die tot cultuur en media worden gerekend (vervolg)

Goederengroep Nationale rekeningen		Classification of Products by Activity (CPA 2008)		Satellietrekening cultuur en media			
Code	Omschrijving	Code	Omschrijving	Code	Goederengroep in publicatie	Domein	Subdomein
5811100	Studieboeken	58.11.11	Gedrukte leer- en studieboeken	5811100	Uitgeverijdiensten	Letteren	Boeken
5811100	Studieboeken	58.11.12	Gedrukte vak- en wetenschapsboeken	5811100	Uitgeverijdiensten	Letteren	Boeken
5811100	Studieboeken	58.11.50	Uitgeven van boeken voor een vast bedrag of op contractbasis	5811100	Uitgeverijdiensten	Letteren	Boeken
5811300	E-boeken	58.11.30	Onlineboeken	5811300	Uitgeverijdiensten	Letteren	Boeken
5811900	Ov. boeken	58.11.13	Gedrukte kinderboeken	5811900	Uitgeverijdiensten	Letteren	Boeken
5811900	Ov. boeken	58.11.14	Gedrukte woordenboeken en encyclopedieën	5811900	Uitgeverijdiensten	Letteren	Boeken
5811900	Ov. boeken	58.11.15	Gedrukte atlassen en andere kaartenboeken	5811900	Uitgeverijdiensten	Letteren	Boeken
5811900	Ov. boeken	58.11.16	Gedrukte cartografische werken van alle soorten, andere dan boeken	5811900	Uitgeverijdiensten	Letteren	Boeken
5811900	Ov. boeken	58.11.19	Andere gedrukte boeken, brochures en dergelijke	5811900	Uitgeverijdiensten	Letteren	Boeken
5811900	Ov. boeken	58.11.20	Boeken op disk, band of een andere fysieke drager	5811900	Uitgeverijdiensten	Letteren	Boeken
5811900	Ov. boeken	58.11.50	Uitgeven van boeken voor een vast bedrag of op contractbasis	5811900	Uitgeverijdiensten	Letteren	Boeken
7740100	Licen/royalt	58.11.60	Boeklicenties	7740107	Licenties/royalties	Letteren	Boeken
9012000	Amusement	90.03.11	Schrijvers, componisten, beeldhouwers en andere kunstenaars, met uitzondering van uitvoerende kunstenaars	9012002	Kunst	Letteren	Boeken
9100000	Musea/biblio	91.01.11	Bibliotheken	9100001	Musea, bibliotheekdiensten	Letteren	Boeken
9991007	Inv.eb.ov.im	90.03.12	Origineel werk van schrijvers, componisten en andere kunstenaars, met uitzondering van uitvoerende kunstenaars, schilders, grafisch kunstenaars en beeldhouwers	9991071	Investerings in eigen beheer	Letteren	Boeken
9991008	Inv.eb.RenD	72.20.21	Speur- en ontwikkelingswerk op het gebied van de taal- en letterkunde	9991081	Investerings in eigen beheer	Letteren	Boeken
1811000	Druk.dagbl.iov	18.11.10	Krantendrukkerijen	1811000	Druk-, zet- en bindwerk	Letteren	Kranten en tijdschriften
1819000	Ov.druk/print	18.12.13	Drukkerijen van tijdschriften, minder dan vier keer per week verschijnend	1819001	Druk-, zet- en bindwerk	Letteren	Kranten en tijdschriften
5813100	Dagbl.abonn.	58.13.10	Gedrukte kranten	5813100	Uitgeverijdiensten	Letteren	Kranten en tijdschriften
5813200	Dagbl.online	58.13.20	Onlinekranten	5813200	Uitgeverijdiensten	Letteren	Kranten en tijdschriften
5814110	Ov.tijds.abo	58.14.11	Gedrukte algemene tijdschriften	5814110	Uitgeverijdiensten	Letteren	Kranten en tijdschriften
5814110	Ov.tijds.abo	58.14.19	Andere gedrukte tijdschriften	5814110	Uitgeverijdiensten	Letteren	Kranten en tijdschriften
5814120	Vaktijds.abo	58.14.12	Gedrukte wetenschappelijke, zaken- en vaktijdschriften	5814120	Uitgeverijdiensten	Letteren	Kranten en tijdschriften
5814200	Tijds.online	58.14.20	Onlinetijdschriften	5814200	Uitgeverijdiensten	Letteren	Kranten en tijdschriften
6320000	Persbureaus	63.91.11	Persagentschappen voor kranten en tijdschriften	6320001	Webportals, persagentschappen	Letteren	Kranten en tijdschriften
7740100	Licen/royalt	58.14.40	Tijdschriftlicenties	7740108	Licenties/royalties	Letteren	Kranten en tijdschriften
1813040	Zetten/graf. Afw	18.13.10	Prepressdiensten	1813041	Druk-, zet- en bindwerk	Letteren	Overig letteren
1813040	Zetten/graf. Afw	18.13.20	Drukplaten, drukcilinders en andere bedrukte media voor gebruik bij het drukken	1813041	Druk-, zet- en bindwerk	Letteren	Overig letteren
1819000	Ov.druk/print	18.12.19	Andere drukkertijen, n.e.g.	1819003	Druk-, zet- en bindwerk	Letteren	Overig letteren
2030240	Drukinkten	20.30.24	Drukinkt	2030240	Chemische producten	Letteren	Overig letteren
2899190	Mach.druk/pap	28.99.12	Machines, toestellen en uitrustingsstukken voor het letterzetten, dan wel voor het maken van clichés, drukplaten en dergelijke	2899192	Machines	Letteren	Overig letteren
2899190	Mach.druk/pap	28.99.13	Machines en toestellen voor offsetdruk, met uitzondering van die voor kantoorgebruik	2899192	Machines	Letteren	Overig letteren
2899190	Mach.druk/pap	28.99.14	Andere machines en toestellen voor het drukken, met uitzondering van die voor kantoorgebruik	2899192	Machines	Letteren	Overig letteren
5811120	Naslw/Kalend	58.11.19	Andere gedrukte boeken, brochures en dergelijke	5811120	Uitgeverijdiensten	Letteren	Overig letteren
5811120	Naslw/Kalend	58.11.50	Uitgeven van boeken voor een vast bedrag of op contractbasis	5811120	Uitgeverijdiensten	Letteren	Overig letteren
5811120	Naslw/Kalend	58.19.11	Gedrukte ansichtkaarten, wenskaarten en dergelijke	5811120	Uitgeverijdiensten	Letteren	Overig letteren
5811120	Naslw/Kalend	58.19.12	Gedrukte prenten, tekeningen en foto's	5811120	Uitgeverijdiensten	Letteren	Overig letteren

I.1 Goederen en diensten die tot cultuur en media worden gerekend (vervolg)

Goederengroep Nationale rekeningen		Classification of Products by Activity (CPA 2008)		Satellietrekening cultuur en media			
Code	Omschrijving	Code	Omschrijving	Code	Goederengroep in publicatie	Domein	Subdomein
5811120	Naslw/Kalend	58.19.13	Gedrukte decalcomanieën van alle soorten, kalenders	5811120	Uitgeverijdiensten	Letteren	Overig letteren
5819190	Ov.drukwerk	58.19.19	Ander drukwerk	5819190	Uitgeverijdiensten	Letteren	Overig letteren
7200000	Research ed	72.20.21	Speur- en ontwikkelingswerk op het gebied van de taal- en letterkunde	7200001	Overige dienst- verlening	Letteren	Overig letteren
7430000	TolkVertaal	74.30.11	Vertalers	7430000	Ontwerp en foto- grafie	Letteren	Overig letteren
7740100	Licen/royalt	58.19.30	Licenties voor ander drukwerk	7740109	Licenties/royalties	Letteren	Overig letteren
8500010	Gesubs.ondw.	85.10.10	Kleuteronderwijs	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.20.11	Basisonderwijs, online	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.20.12	Ander basisonderwijs	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.31.11	Lager algemeen vormend voortgezet onderwijs, online	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.31.12	Ander lager algemeen vormend voortgezet onderwijs	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.31.13	Hoger algemeen vormend voortgezet onderwijs, online	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.31.14	Ander hoger algemeen vormend voortgezet onderwijs, online	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.32.11	Lager voortgezet technisch en beroepsonderwijs, online	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.32.12	Ander lager voortgezet technisch en beroepsonderwijs	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.41.11	Algemeen postsecundair niet-tertiair onderwijs, online	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.41.12	Ander algemeen postsecundair niet-tertiair onderwijs	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.41.13	Postsecundair niet-tertiair technisch en beroepsonderwijs, online	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.41.14	Ander postsecundair niet-tertiair technisch en beroeps- onderwijs	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.42.11	Tertiair onderwijs, eerste trap, online	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.42.12	Ander tertiair onderwijs, eerste trap	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.42.13	Tertiair onderwijs, tweede trap, online	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.42.14	Ander tertiair onderwijs, tweede trap	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.42.15	Tertiair onderwijs, derde trap, online	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500010	Gesubs.ondw.	85.42.16	Ander tertiair onderwijs, derde trap	8500010	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.10.10	Kleuteronderwijs	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.20.11	Basisonderwijs, online	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.20.12	Ander basisonderwijs	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.31.11	Lager algemeen vormend voortgezet onderwijs, online	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.31.12	Ander lager algemeen vormend voortgezet onderwijs	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.31.13	Hoger algemeen vormend voortgezet onderwijs, online	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.31.14	Ander hoger algemeen vormend voortgezet onderwijs, online	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.32.11	Lager voortgezet technisch en beroepsonderwijs, online	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.32.12	Ander lager voortgezet technisch en beroepsonderwijs	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.41.11	Algemeen postsecundair niet-tertiair onderwijs, online	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.41.12	Ander algemeen postsecundair niet-tertiair onderwijs	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.41.13	Postsecundair niet-tertiair technisch en beroepsonderwijs, online	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.41.14	Ander postsecundair niet-tertiair technisch en beroeps- onderwijs	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.42.11	Tertiair onderwijs, eerste trap, online	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.42.12	Ander tertiair onderwijs, eerste trap	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.42.13	Tertiair onderwijs, tweede trap, online	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.42.14	Ander tertiair onderwijs, tweede trap	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.42.15	Tertiair onderwijs, derde trap, online	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8500020	Lv.ondw.drnd	85.42.16	Ander tertiair onderwijs, derde trap	8500020	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8550600	Part.ondw.ov	85.52.11	Dansscholen en dansleraren	8550600	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8550600	Part.ondw.ov	85.52.12	Muziekscholen en muziekleraren	8550600	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8550600	Part.ondw.ov	85.52.13	Scholen voor beeldende kunsten en kunstleraren	8550600	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
8550600	Part.ondw.ov	85.52.19	Ander cultureel onderwijs	8550600	Onderwijs	Onderwijs	Onderwijs
2640300	Audio/video	26.40.41	Microfoons en statieven daarvoor	2640302	Audiovisuele apparatuur	Podiumkunsten	Podium- kunsten
2640300	Audio/video	26.40.42	Luidsprekers; hoofdtelefoons en oortelefoons, ook indien gecombineerd met een microfoon	2640302	Audiovisuele apparatuur	Podiumkunsten	Podium- kunsten

I.1 Goederen en diensten die tot cultuur en media worden gerekend (vervolg)

Goederengroep Nationale rekeningen		Classification of Products by Activity (CPA 2008)		Satellietrekening cultuur en media			
Code	Omschrijving	Code	Omschrijving	Code	Goederengroep in publicatie	Domein	Subdomein
2640300	Audio/video	26.40.43	Elektrische audiofrequentversterkers; elektrische geluidversterkers	2640302	Audiovisuele apparatuur	Podiumkunsten	Podiumkunsten
3220000	Muziekinstr.	32.20.11	Piano's en andere snaarinstrumenten met klavier	3220000	Muziekinstrumenten	Podiumkunsten	Podiumkunsten
3220000	Muziekinstr.	32.20.12	Andere snaarinstrumenten	3220000	Muziekinstrumenten	Podiumkunsten	Podiumkunsten
3220000	Muziekinstr.	32.20.13	Orgels met pijpen en klavier, harmoniums en dergelijke instrumenten; accordeons en dergelijke instrumenten; mondharmonica's; blaasinstrumenten	3220000	Muziekinstrumenten	Podiumkunsten	Podiumkunsten
3220000	Muziekinstr.	32.20.14	Muziekinstrumenten waarvan het geluid elektrisch wordt voortgebracht of elektrisch moet worden versterkt	3220000	Muziekinstrumenten	Podiumkunsten	Podiumkunsten
3220000	Muziekinstr.	32.20.15	Andere muziekinstrumenten	3220000	Muziekinstrumenten	Podiumkunsten	Podiumkunsten
3220000	Muziekinstr.	32.20.16	Metronomen en diapasons; mechanieken voor muziekinstrumenten; snaren voor muziekinstrumenten	3220000	Muziekinstrumenten	Podiumkunsten	Podiumkunsten
3220000	Muziekinstr.	32.20.20	Delen en toebehoren van muziekinstrumenten	3220000	Muziekinstrumenten	Podiumkunsten	Podiumkunsten
5920800	Besp.cd/dvd	59.20.31	Gedrukte muziek	5920801	Productie films, tv-programma's e.d.	Podiumkunsten	Podiumkunsten
5920800	Besp.cd/dvd	59.20.32	Elektronische partituren	5920801	Productie films, tv-programma's e.d.	Podiumkunsten	Podiumkunsten
7799000	Verh.ovroerg	77.29.13	Verhuur en lease van muziekinstrumenten	7799002	Overige dienstverlening	Podiumkunsten	Podiumkunsten
9012000	Amusement	90.01.10	Uitvoerende kunsten	9012001	Kunst	Podiumkunsten	Podiumkunsten
9012000	Amusement	90.02.11	Productie en presentatie van uitvoeringen	9012001	Kunst	Podiumkunsten	Podiumkunsten
9012000	Amusement	90.02.12	Promotie en organisatie van uitvoeringen	9012001	Kunst	Podiumkunsten	Podiumkunsten
9012000	Amusement	90.02.19	Andere ondersteunende diensten voor uitvoerende kunsten	9012001	Kunst	Podiumkunsten	Podiumkunsten
9012000	Amusement	90.04.10	Exploitatie van zalen	9012001	Kunst	Podiumkunsten	Podiumkunsten
9320000	Recreatie	93.29.21	Vuurwerk en licht- en geluidshows	9320000	Overige dienstverlening	Podiumkunsten	Podiumkunsten
9590000	Rep.cons.ov.	95.29.13	Reparatie en onderhoud van muziekinstrumenten	9590003	Reparatie en onderhoud	Podiumkunsten	Podiumkunsten
5813300	Advertenties	58.11.41	Advertentieruimte in gedrukte boeken	5813300	Uitgeverijdiensten	Reclame	Reclame
5813300	Advertenties	58.14.31	Advertentieruimte in gedrukte tijdschriften	5813300	Uitgeverijdiensten	Reclame	Reclame
5813300	Advertenties	58.11.42	Advertentieruimte in elektronische boeken	5813300	Uitgeverijdiensten	Reclame	Reclame
5813300	Advertenties	58.14.32	Advertentieruimte in elektronische tijdschriften	5813300	Uitgeverijdiensten	Reclame	Reclame
5813300	Advertenties	58.13.31	Advertentieruimte in gedrukte kranten	5813300	Uitgeverijdiensten	Reclame	Reclame
5813300	Advertenties	58.13.32	Advertentieruimte in elektronische kranten	5813300	Uitgeverijdiensten	Reclame	Reclame
5819150	Reclamedruk	18.12.12	Drukkerijen van reclamecatalogi, prospectussen, posters en ander reclamedrukwerk	5819150	Uitgeverijdiensten	Reclame	Reclame
5819150	Reclamedruk	58.19.15	Reclamedrukwerk, gedrukte handelscatalogi en dergelijke	5819150	Uitgeverijdiensten	Reclame	Reclame
5911100	Filmprod/dis	59.11.12	Productie van reclamefilms en -video's	5911101	Productie films, tv-programma's e.d.	Reclame	Reclame
6310000	Geg.verw.web	63.11.30	Advertentieruimte of reclametijd op internet	6310001	Webportals, persagentschappen	Reclame	Reclame
7310000	Reclame	59.11.30	Verkoop van advertentieruimte of reclametijd in films en in video- en televisieprogramma's	7310000	Reclamediensten	Reclame	Reclame
7310000	Reclame	73.11.11	Volledige verzorging van reclamediensten	7310000	Reclamediensten	Reclame	Reclame
7310000	Reclame	60.10.30	Reclametijd op de radio	7310000	Reclamediensten	Reclame	Reclame
7310000	Reclame	60.20.40	Reclametijd op televisie	7310000	Reclamediensten	Reclame	Reclame
7310000	Reclame	73.11.13	Diensten in verband met ontwerpen van reclame en conceptontwikkeling	7310000	Reclamediensten	Reclame	Reclame
7310000	Reclame	73.11.19	Andere reclamediensten	7310000	Reclamediensten	Reclame	Reclame
7310000	Reclame	73.12.11	Handelsbemiddeling in advertentieruimte in gedrukte media	7310000	Reclamediensten	Reclame	Reclame
7310000	Reclame	73.12.12	Handelsbemiddeling in advertentieruimte of reclametijd op televisie of radio	7310000	Reclamediensten	Reclame	Reclame
7310000	Reclame	73.12.13	Handelsbemiddeling in advertentieruimte of reclametijd op internet	7310000	Reclamediensten	Reclame	Reclame
7310000	Reclame	73.12.14	Verkoop van reclame in verband met evenementen	7310000	Reclamediensten	Reclame	Reclame

I.1 Goederen en diensten die tot cultuur en media worden gerekend (slot)

Goederengroep Nationale rekeningen		Classification of Products by Activity (CPA 2008)		Satellietrekening cultuur en media			
Code	Omschrijving	Code	Omschrijving	Code	Goederengroep in publicatie	Domein	Subdomein
7310000	Reclame	73.12.19	Andere handelsbemiddeling in advertentieruimte of reclametijd	7310000	Reclamediensten	Reclame	Reclame
7310000	Reclame	73.12.20	Wederkoop van advertentieruimte of reclametijd voor een vast bedrag of op contractbasis	7310000	Reclamediensten	Reclame	Reclame
7310000	Reclame	73.11.12	Diensten in verband met direct marketing en direct mailing	7310000	Reclamediensten	Reclame	Reclame

Niet-cultuur- en mediaproducten

Ten slotte is naast de cultuur- en mediaproducten nog een aantal andere producten opgenomen in de satellietrekening cultuur en media omdat deze producten onlosmakelijk verbonden zijn met de bijbehorende cultuur- en mediaproducten. Zo worden de investeringen in onder andere gebouwen van de bedrijfstak kunst en cultuur (SBI 90 en 91) en de overheid (SBI 84) – voor zover vallend onder cultuur – opgenomen. Deze investeringen worden geacht dermate in dienst te staan van cultuur- en media dat ze hier onlosmakelijk mee verbonden zijn (denk bijvoorbeeld aan de (ver)bouw van musea). Ditzelfde geldt voor de opbrengsten van de nevenactiviteiten van de bedrijven en instellingen in de bedrijfstak kunst en cultuur. Dit zijn in beginsel geen cultuur- en mediaproducten, maar het gaat hier om nevenopbrengsten die zonder de bijbehorende cultuur- en mediaproducten niet zouden bestaan (museumwinkel, horeca, cursussen e.d.).

Bijlage II Hoe komt een satellietrekening tot stand?

Als eenmaal is vastgesteld welke goederen en diensten tot cultuur en media worden gerekend is de volgende stap om voor deze goederen en diensten de belangrijkste economische transacties uit de nationale rekeningen te destilleren. Wat is dan de productiewaarde van cultuur- en mediaproducten? En hoeveel geven huishoudens uit aan cultuur- en mediaproducten (consumptie)? Aangrijpingspunt voor het maken van deze schattingen zijn de zogenaamde aanbod- en gebruikstabellen zoals die in het kader van de nationale rekeningen worden samengesteld. In schema II.1 is geïllustreerd hoe een aanbod- en gebruiktabel er uit ziet. Dit schema leent zich ook goed om uit te leggen hoe het samenstellen van een satellietrekening cultuur- en media daadwerkelijk in zijn werk gaat en hoe de uitkomsten geïnterpreteerd moeten worden.

Aanbod cultuur- en mediaproducten

Voor alle cultuur- en mediaproducten (regels 1-n) wordt vastgesteld wat de binnenlandse productie is en door welke bedrijfstakken (kolommen 1-n) deze productie wordt gerealiseerd. In cel (1,1) staat dus de productie van cultuur- en mediaproduct 1 door bedrijfstak 1. Als de productie van de verschillende cultuur- en mediaproducten wordt opgeteld over de bedrijfstakken ontstaat de totale binnenlandse productie van cultuur-

II.1 Aanbod- en gebruiktabel satellietrekening cultuur- en media

	1	2	3	4	5	6	7	n
Aanbod cultuur- en mediaproducten								
	Bedrijfstak 1	Bedrijfstak 2	Bedrijfstak 3	Bedrijfstak n
1	Cultuur- en mediaproduct 1							
2	Cultuur- en mediaproduct 2							
3	Cultuur- en mediaproduct 3							
4							
5							
6							
7							
n	Cultuur- en mediaproduct n							
n+1	Totaal cultuur- en mediaproducten							
n+2	Investerings							
n+3	Nevenopbrengsten cultuurinstellingen							
n+4	Handels- en vervoersmarges							
n+5	Niet-afrekbare btw							
n+6	Consumptie ingezetenen in het buitenland							
n+7	Consumptie niet-ingezetenen in Nederland							
n+8	Totaal cultuur en media							
n+9	Intermediair verbruik							
n+10	Bruto toegevoegde waarde							

N.B. 'x' = op logische gronden geen waarde.

en mediaproducten (kolom n+1). Naast de binnenlandse productie kunnen er cultuur- en mediaproducten worden ingevoerd (kolom n+2). De binnenlandse productie en de invoer van cultuur- en mediaproducten vormen het totale aanbod van cultuur- en mediaproducten tegen basisprijzen. De basisprijs is de prijs die de producent daadwerkelijk ontvangt voor het geleverde product. Deze prijs is niet gelijk aan de prijs die de koper van dit product moet betalen (aankoopprijs). Het verschil wordt bepaald door de handels- en vervoersmarges die moeten worden betaald om het product van de producent tot bij de koper te krijgen. Daarnaast kan er sprake zijn van productgebonden belastingen en subsidies die de aankoopprijs respectievelijk verhogen dan wel verlagen. Door het aanbod tegen basisprijzen te verhogen met het saldo van de productgebonden belastingen en subsidies (kolom n+3) en de handels- en vervoersmarges (kolom n+4) ontstaat per cultuur- en mediaproduct het aanbod tegen aankooprijzen (kolom n+5). Op dit moment is dus bekend wat het totale aanbod van cultuur- en mediaproducten is, welke bedrijfstakken deze producten hebben voortgebracht en in welke mate deze cultuur- en mediaproducten (ook) zijn ingevoerd.

Toegevoegde waarde

Bij de binnenlandse productie van cultuur- en mediaproducten ontstaat toegevoegde waarde. Deze toegevoegde waarde (regel n+10) wordt berekend door de productiewaarde (regel n+8) van de verschillende bedrijfstakken te verminderen met de daarvoor benodigde goederen en diensten (intermediair verbruik (regel n+9)). De som van de toegevoegde waarde van alle bedrijfstakken telt uiteindelijk op tot de bijdrage van de cultuur- en mediasector aan het bruto binnenlands product (bbp).

	n+1	n+2	n+3	n+4	n+5	n+6	n+7	n+8	n+10	n+11	n+12
Gebruik cultuur- en mediaproducten											
Binnenlandse productie	Invoer	Productgebonden belastingen en subsidies	Handels- en vervoersmarges	Aanbod aankooprijzen	Intermediair verbruik	Consumptie huishoudens incl. izw's	Consumptie overheid Investeringen (incl. voorraadveranderingen)	Uitvoer uit binnenlandse productie	Wederuitvoer	Gebruik aankooprijzen	
		x	x	x	x	x	x	x	x	x	
		x	x	x	x	x	x	x	x	x	

Gebruik cultuur- en mediaproducten

Tegenover het aanbod van cultuur- en mediaproducten staat het gebruik. Cultuur- en mediaproducten kunnen gebruikt worden als input voor het produceren van andere producten (intermediair verbruik (kolom n+6)), ze kunnen direct geconsumeerd worden door huishoudens (kolom n+7) of door de overheid (kolom n+8), het kunnen investeringsgoederen zijn of leiden tot een verandering in de voorraad cultuur- en mediaproducten (kolom n+9) óf ze worden uitgevoerd (kolom n+10 en n+11). Uiteindelijk is het totale gebruik van cultuur- en mediaproducten (kolom n+12) gelijk aan het totale aanbod (kolom n+5).

De hiervoor geschetste werkwijze is op het niveau van de werktabellen volbracht voor 70 goederengroepen uit de nationale rekeningen die (deels) tot cultuur- en mediaproducten zijn gerekend. Uiteindelijk resulteerde dit in 108 aparte cultuur- en mediaproducten omdat een goederengroep uit de nationale rekeningen soms moest worden opgedeeld in meerdere cultuur- en mediaproducten om ze ook in het juiste (sub) domein in te kunnen delen. Op werktabelniveau bedroeg het aantal bedrijfstakken 128, waarbij overigens lang niet alle bedrijfstakken cultuur- en mediaproducten voortbrachten. Ten behoeve van de robuustheid van de uitkomsten is het aantal cultuur- en mediaproducten in de publicatie teruggebracht tot 24 en het aantal bedrijfstakken tot 23 (zie tabel 1 achter in deze publicatie).

Niet-cultuur- en mediaproducten

Naast de cultuur- en mediaproducten is nog een aantal andere activiteiten opgenomen in de satellietrekening cultuur en media omdat deze activiteiten onlosmakelijk verbonden zijn met de bijbehorende cultuur- en mediaproducten. Zo worden de investeringen in onder andere gebouwen van de bedrijfstak kunst en cultuur (SBI 90 en 91) en de overheid (SBI 84) – voor zover vallend onder cultuur – opgenomen (regel n+2). Deze investeringen worden geacht dermate in dienst te staan van cultuur- en media dat ze hier onlosmakelijk mee verbonden zijn (denk bijvoorbeeld aan de (ver)bouw van musea). Ditzelfde geldt voor de opbrengsten van de nevenactiviteiten (regel n+3) van de bedrijven en instellingen in de bedrijfstak kunst en cultuur. Dit zijn in beginsel geen cultuur- en mediaproducten anders waren ze opgenomen in de regels 1 tot en met n, maar het gaat hier om nevenopbrengsten die zonder de bijbehorende cultuur- en mediaproducten niet zouden bestaan (museumwinkel, horeca, cursussen e.d.). Regel n+4 bevat de handels- en vervoersmarges die op het eerste gezicht ook geen cultuur- en mediaproducten zijn maar wel een onmisbare schakel in het productie- en distributieproces van cultuur- en mediaproducten. Cultuur- en mediaproducten krijgen in de systematiek van de nationale rekeningen immers pas economische betekenis als ze ook daadwerkelijk worden verkocht.

Aansluiting bij macro-economische totalen

Ten slotte is een drietal posten opgenomen om aansluiting te houden met de macro-economische totalen. Dit zijn posten die niet per goederengroep en dus ook niet per cultuur- en mediaproduct, zijn samengesteld in de nationale rekeningen.

De binnenlandse particuliere consumptieve bestedingen bevatten in eerste instantie ook de consumptie door niet-ingezetenen in Nederland (regel n+7), zoals uitgaven tijdens vakantie. Daar de nationale rekeningen in beginsel alleen de consumptie van ingezetenen in beeld brengt worden de consumptieve bestedingen verminderd met de consumptie van niet-ingezetenen. Deze consumptie wordt 'omgeboekt' naar de uitvoer. Tegenover de consumptie door niet-ingezetenen in Nederland staan de consumptieve bestedingen door

Nederlandse ingezetenen in het buitenland (regel n+6). De consumptieve bestedingen door ingezetenen worden hiermee vermeerderd. Dit bedrag wordt 'tegengeboekt' bij de invoer. De niet-aftrekbare btw (regel n+5) ten slotte is de belasting die drukt op de prijs van de eindgebruiker van de betreffende goederen en diensten en is hiermee onderdeel van de aankoopprijs. De verkopende partij fungeert hier als belastinginner van de belasting en moet die vervolgens afdragen aan de overheid. Zoals gezegd worden deze correcties op geaggregeerd niveau gedaan en niet per goederengroep.

Gehanteerde bedrijfstakindeling in de satellietrekening cultuur en media

In onderstaande tabel II.2 zijn de bedrijfstakken weergegeven zoals die in deze publicatie zijn gehanteerd. De invalshoek was om de voor cultuur en media relevante bedrijfstakken zoveel mogelijk apart zichtbaar te maken. Daartegenover staat de wens om enigszins robuust – in niet al te kleine bedragen – te publiceren. Ten slotte laat ook het basismateriaal niet altijd toe om op het gewenste detailniveau te publiceren. Op basis van de goederengroepen is overigens wel goed zichtbaar welke cultuur- en mediaproducten een op het eerste gezicht misschien wat grote en heterogene bedrijfstak, voortbrengt.

II.2 Gehanteerde bedrijfstakindeling in de satellietrekening Cultuur en media 2015

Omschrijving in publicatie	Code SBI 2008	Officiële omschrijving
Landbouw, bosbouw en visserij	A 01-03	Landbouw, bosbouw en visserij
Delfstoffenwinning	B 06-09	Winning van delfstoffen
Drukkerijen, reproductie van opgenomen media	C 18	Drukkerijen, reproductie van opgenomen media
Overige industrie	C 10-33 (excl. 18)	-
Energie, water en afvalbeheer	D 35	Productie en distributie van en handel in elektriciteit, aardgas, stoom en gekoelde lucht
	E 36-39	Winning en distributie van water; afval- en afvalwaterbeheer en sanering
Bouwnijverheid	F 41-43	Bouwnijverheid
Handel en vervoer	G 45-47	Groot- en detailhandel; reparatie van auto's
	H 49-53	Vervoer en opslag
Horeca	I 55-56	Logies-, maaltijd- en drankverstrekking
Uitgeverijen	J 58	Uitgeverijen
Radio, tv, film, geluid	J 59-60	59 Productie en distributie van films en televisieprogramma's; maken en uitgeven van geluidsopnamen
	J 61-63	60 Verzorgen en uitzenden van radio- en televisieprogramma's
Overige informatie en communicatie	J 61-63	61 Telecommunicatie
		62 Dienstverlenende activiteiten op het gebied van informatietechnologie
		63 Dienstverlenende activiteiten op het gebied van informatie
Financiële instellingen	K 64-66	Financiële instellingen
Verhuur van en handel in onroerend goed	L 68	Verhuur van en handel in onroerend goed
Ingenieurs- en architectenbureaus	M 71	Architecten, ingenieurs en technisch ontwerp en advies
Reclame en marktonderzoek	M 73	Reclame en marktonderzoek
Overige specialistische zakelijke dienstverlening	M 69, 70, 72, 74, 75	69 Rechtskundige dienstverlening, accountancy, belastingadvisering en administratie
		70 Holdings (geen financiële), concerndiensten binnen eigen concern en management-advisering
		72 Speur- en ontwikkelingswerk
		74 Industrieel ontwerp en vormgeving, fotografie, vertaling en overige consultancy
		75 Veterinaire dienstverlening
Verhuur en overige zakelijke dienstverlening	N 77-82	Verhuur van roerende goederen en overige zakelijke dienstverlening
Openbaar bestuur	O 84	Openbaar bestuur, overheidsdiensten en verplichte sociale verzekeringen
Onderwijs	P 85	Onderwijs
Gezondheids- en welzijnszorg	Q 86-88	Gezondheids- en welzijnszorg
Kunst en cultuur	R 90-91	90 Kunst
		91 Culturele uitleencentra, openbare archieven, musea, dieren- en plantentuinen, natuurbehoud
Sport en recreatie	R 92-93	92 Loterijen en kansspelen
		93 Sport en recreatie
Overige dienstverlening	S 94-96	Overige dienstverlening
	T 97	Huishoudens als werkgever van huishoudelijk personeel

Bijlage III Andere gehanteerde definities van cultuur en media

Naast de in de satellietrekening gehanteerde definitie van cultuur en media zijn er andere publicaties over cultuur en bijvoorbeeld de creatieve industrie, waarbij sprake is van een iets andere invalshoek dan wel afbakening. In deze bijlage wordt de relatie met twee van deze publicaties kort toegelicht.

Satellietrekening en “Het culturele leven” van het SCP

In de publicatie *Het culturele leven* van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP, 2018) wordt ook gerapporteerd over de bijdrage van cultuur aan de Nederlandse economie en werkgelegenheid en over de consumptieve bestedingen aan cultuur. Deze cijfers zijn ontleend aan de voorliggende satellietrekening cultuur en media, waarbij het SCP een engere definitie van cultuur heeft gehanteerd. In onderstaand schema is aangegeven welke (sub)domeinen zoals onderscheiden in de satellietrekening cultuur en media, wel en niet meegenomen zijn in de berekeningen ten behoeve van de publicatie van het SCP. De vetgedrukte (sub)domeinen zijn zowel door het SCP als het CBS tot cultuur gerekend. De domeinen letteren en audiovisueel worden in de publicatie van het SCP maar ten dele tot cultuur gerekend, namelijk alleen de subdomeinen boeken respectievelijk film en video.

III.1 Schema (sub)domeinen cultuur en media CBS en SCP

Domein	Subdomein
Erfgoed	Erfgoed
Podiumkunsten	Podiumkunsten
Beeldende kunst	Fotografie
	Overig beeldende kunst
Letteren	Boeken
	Kranten en tijdschriften
	Overig letteren
Audiovisueel	Film en video¹⁾
	Radio en tv
	Overig audiovisueel
Reclame	Reclame
Architectuur en ontwerp	Architectuur
	Ontwerp
Onderwijs	Onderwijs
Interdisciplinair en overig	Interdisciplinair en overig

¹⁾ Incl. (origineel) werk van componisten. Dit zit bij het CBS in het subdomein Overig audiovisueel.

Satellietrekening en de creatieve industrie

Het verschil tussen wat in de *Monitor creatieve industrie* (iMMovator, 2017) en de voorliggende satellietrekening tot cultuur en media wordt gerekend zit hem niet zo zeer in de afbakening, maar vooral in het gehanteerde uitgangspunt. In de *Monitor creatieve industrie* is de creatieve industrie namelijk gedefinieerd in de vorm van een verzameling

bedrijfstakken; bedrijfstakken zijn aangewezen als zijnde behorend tot de creatieve industrie dan wel niet-behorend tot de creatieve industrie. In de satellietrekening is cultuur en media gedefinieerd in de vorm van goederen en diensten die al dan niet tot cultuur en media worden gerekend. Op een enkele uitzondering na brengen overigens alle bedrijfstakken die tezamen de creatieve industrie vormen, ook goederen en diensten voort die in de satellietrekening tot cultuur en media zijn gerekend. De relatie tussen goederen en diensten die tot cultuur en media worden gerekend (satellietrekening) en de bedrijfstakken die geacht worden deze goederen en diensten voort te brengen (monitor creatieve industrie) is dus redelijk consistent. Het belangrijkste verschil is – zoals gezegd – dat in de satellietrekening cultuur en media alleen die goederen en diensten worden meegerekend die tot cultuur en media behoren terwijl in de monitor creatieve industrie de productiewaarde van alle goederen en diensten van de betreffende bedrijfstak tot, in dit geval, de creatieve industrie wordt gerekend. Voor de bedrijfstak 90–91 Kunst en cultuur maakt dit verschil in uitgangspunt niet zo veel uit: ook in de satellietrekening wordt bijna alle productie (99 procent) van deze bedrijfstak tot cultuur en media gerekend (zie ook figuur 2.2.2). Voor de bedrijfstak 18 Drukkerijen, reproductie van opgenomen media is dit verschil al groter: in de satellietrekening cultuur en media is ‘maar’ 77 procent van de productie van deze bedrijfstak aangemerkt als cultuur en media. Voor andere bedrijfstakken kan dit verschil nog groter zijn.

Hiertegenover staat dat er in de satellietrekening cultuur en media bedrijfstakken zijn die niet behoren tot de creatieve industrie, maar wel degelijk cultuur- en mediaproducten voortbrengen. Een voorbeeld hiervan is de bedrijfstak 55–56 Horeca die voor 360 miljoen euro aan cultuur- en mediaproducten produceert (met name podiumkunsten) (zie tabel 1 achter in de publicatie).

De mate van detail van de bedrijfstakindeling zoals gehanteerd in de satellietrekening cultuur en media laat niet toe om per bedrijfstak én de gehele creatieve industrie het effect van het verschil in uitgangspunt te kwantificeren. Op grond van het gebruikte basismateriaal en enkele aanvullende schattingen zou dit echter wel gekwantificeerd kunnen worden.

Bijlage IV Gehanteerde begrippen

In deze bijlage worden de gehanteerde begrippen beschreven voor zover van belang voor de onderhavige satellietrekening cultuur en media. Achtereenvolgens worden de relevante transacties in de nationale rekeningen toegelicht, de aanbod- en gebruiktabel, begrippen op het terrein van arbeid en de onderscheiden sectoren (CBS, 2016).

A. Transacties in de nationale rekeningen

Productie (basisprijzen)

Het totaal aan goederen en diensten dat is geproduceerd, wordt ook wel output genoemd. Hiervan bestaan drie soorten:

- marktoutput: goederen en diensten die op de markt zijn afgezet of waarvoor dit in de toekomst de bedoeling is;
- output voor eigen finaal gebruik: goederen en diensten voor eigen consumptie of voor investeringen door dezelfde eenheid als die welke die goederen en diensten heeft geproduceerd;
- niet-marktoutput: goederen en diensten die gratis of tegen economisch niet-significante prijzen aan andere eenheden zijn geleverd.

De output wordt gewaardeerd tegen basisprijzen. Dit zijn de prijzen die door producenten zelf worden ervaren: per bedrijfstak zijn de productgebonden belastingen er vanaf getrokken en de productgebonden subsidies erbij opgeteld. Door de producent afzonderlijk in rekening gebrachte vervoerskosten zijn niet inbegrepen. Ook de waardeveranderingen van financiële en niet-financiële activa (productiemiddelen) tijdens de verslagperiode zijn niet inbegrepen.

Inbegrepen is de productie van alle in Nederland opererende eenheden, dus ook degenen die in buitenlandse handen zijn. Ook overheidsinstanties en andere niet-commerciële instanties behoren hiertoe.

Intermediair verbruik (aankooprijzen)

Goederen en diensten die als input in een productieproces worden gebruikt, met uitzondering van de vaste activa (investeringsgoederen). Het gaat hierbij om goederen die tijdens het productieproces worden verwerkt in andere producten of volledig worden verbruikt (dit gebeurt per definitie met de ingehuurde diensten). Volgens internationale afspraken wordt een aangeschaft goed of een ingehuurde dienst niet als intermediair verbruik maar als vast activum (investering) gezien wanneer het meer dan één jaar ingezet kan worden in een productieproces. De intermediair verbruikte goederen en diensten worden gewaardeerd tegen de aankooprijzen die op het moment van gebruik voor soortgelijke goederen of diensten gelden.

Toegevoegde waarde (basisprijzen)

De waarde van alle geproduceerde goederen en diensten (de productiewaarde of output) minus de waarde van goederen en diensten die tijdens deze productie zijn opgebruikt (het intermediair verbruik).

Het bruto binnenlands product (bbp)

Het bruto binnenlands product (bbp) is een maat voor de omvang van de economie. Het bruto binnenlands product tegen marktprijzen is het eindresultaat van de productieve activiteiten van ingezeten productie-eenheden.

Het kan op drie manieren worden gedefinieerd:

- vanuit het oogpunt van de productie: het bbp is de som van de bruto toegevoegde waarde van alle institutionele sectoren of bedrijfstakken en het saldo van productgebonden belastingen en subsidies (die niet aan sectoren en bedrijfstakken worden toegerekend). Het is eveneens de sluitpost van de productierekening van de totale economie;
- vanuit het oogpunt van de bestedingen: het bbp is de som van de finale bestedingen aan goederen en diensten door ingezeten institutionele eenheden (consumptie en bruto-investeringen) en het saldo van uitvoer en invoer van goederen en diensten;
- vanuit het oogpunt van het inkomen: het bbp is de som van de bestedingen in de inkomensvormingsrekening van de totale economie (beloning van werknemers, belastingen op productie en invoer exclusief subsidies, bruto-exploitatieoverschot en gemengd inkomen van de totale economie).

Productgebonden belastingen

Belastingen die moeten worden betaald per eenheid van een bepaald goed dat of bepaalde dienst die is geproduceerd of ingevoerd. De belasting kan een bepaald bedrag per kwantitatieve eenheid van een goed of een dienst zijn, of worden berekend als een bepaald percentage van de prijs per eenheid of van de waarde van de geproduceerde of verhandelde goederen en diensten.

Productgebonden subsidies

Subsidies die zijn uitgekeerd per geproduceerde of ingevoerde eenheid van een goed of een dienst. De subsidies zijn gerelateerd aan de waarde of aan de hoeveelheid van het product.

Invoer van goederen en diensten

De goederen- en dienstenstromen (verkoop, ruil en giften) van niet-ingezetenen naar ingezetenen (in Nederland). Invoer van goederen vindt plaats wanneer het economische eigendom van goederen door een niet-ingezetene wordt overgedragen aan een ingezetene, ongeacht of er sprake is van een fysieke grensoverschrijdende goederenbeweging. Een bedrijf of instantie wordt hier als ingezetene beschouwd wanneer het minimaal een jaar in Nederland actief is. Of dit bedrijf of deze instantie in buitenlandse handen is, doet niet ter zake.

Uitvoer van goederen en diensten

De goederen- en dienstenstromen (verkoop, ruil en giften) van ingezetenen (in Nederland) naar niet-ingezetenen. Uitvoer van goederen vindt plaats wanneer het economisch eigendom van goederen door een ingezetene wordt overgedragen aan een niet-ingezetene, ongeacht of er sprake is van een fysieke grensoverschrijdende goederenbeweging. Een bedrijf of instantie wordt hier als ingezetene beschouwd wanneer het minimaal een jaar in Nederland actief is. Of dit bedrijf of deze instantie in buitenlandse handen is, doet niet ter zake.

Wederuitvoer

Ingevoerde goederen die, na hoogstens een kleine bewerking te hebben ondergaan, weer zijn uitgevoerd.

Consumptieve bestedingen door huishoudens

Tot de consumptieve bestedingen door huishoudens behoren de volgende grensgevallen:

- inkomen in natura zoals huisvesting, voeding en kleding en de auto van de zaak;
- diensten van woningen die door de eigenaar zelf worden bewoond (het 'woongenot') en waarbij dus geen sprake is van werkelijk betaalde huur. Deze diensten zijn gewaardeerd met behulp van de huurprijzen voor vergelijkbare woningen;
- producten die voor eigen gebruik zijn geproduceerd, bijvoorbeeld in de landbouw. De waarde ervan is gelijk aan de marktprijs voor deze of vergelijkbare producten;
- duurzame consumptiegoederen, zoals personenauto's, huishoudelijke apparaten, meubilair en kleding. De aankoop door particulieren van woningen wordt echter gerekend tot de investeringen in vaste activa van huishoudens.

Consumptieve bestedingen door izw's t.b.v. huishoudens

De consumptieve bestedingen door instellingen zonder winstoogmerk (izw's) ten behoeve van huishoudens omvatten per conventie de niet-marktproductie van deze sector met uitzondering van de investeringen in eigen beheer.

Consumptieve bestedingen door de overheid

Bij de consumptieve bestedingen door de overheid doet zich een probleem voor dat verband houdt met het karakter van de overheidsproductie. Slechts een deel van de diensten van de overheid wordt daadwerkelijk verkocht (marktproductie). Het grootste deel van de overheidsproductie wordt betaald uit de algemene middelen en gratis algemeen beschikbaar gesteld (niet-marktproductie). Daarom stuit het toerekenen ervan aan gebruikers op grote problemen. Een dergelijke toerekening wordt dan ook niet gemaakt. De overheid wordt per conventie beschouwd als consument van de door haarzelf geproduceerde diensten. Door het ontbreken van marktprijzen wordt de waarde van de consumptieve bestedingen door de overheid berekend vanuit de kosten:

$$\begin{aligned} & \text{intermediair verbruik} \\ \text{plus:} & \text{ beloning van werknemers} \\ \text{plus:} & \text{ afschrijvingen} \\ \text{plus:} & \text{ niet-productgebonden belastingen op productie (betaald door de overheid zelf)} \\ \text{minus:} & \text{ niet-productgebonden subsidies (ontvangen door de overheid)} \\ = & \text{ productie (basisprijzen)} \\ & \text{productie (basisprijzen)} \\ \text{minus:} & \text{ verkopen (=marktproductie)} \\ \text{minus:} & \text{ investeringen in eigen beheer} \\ \text{plus:} & \text{ sociale uitkeringen in natura} \\ = & \text{ consumptieve bestedingen door de overheid} \end{aligned}$$

Investeringen in vaste activa

Uitgaven aan productiemiddelen die langer dan één jaar worden ingezet tijdens een productieproces. Het gaat hierbij bijvoorbeeld om een bedrijfsgebouw, woning, bedrijfswagen of een machine. Dit in tegenstelling tot goederen of diensten die tijdens het productieproces worden opgebruikt, zoals ijzererts, het intermediair verbruik. De aanschaf van auto's, meubelen e.d. door huishoudens behoort niet tot de investeringen. Vaste activa kunnen in de loop der jaren in waarde verminderen door slijtage of omdat bijvoorbeeld de techniek verouderd (economische veroudering). Dit wordt verbruik van vaste activa genoemd (ook wel afschrijvingen). Bij bruto-investeringen zijn deze niet afgehaald van de waarde van de investeringen, bij netto-investeringen is dit wel het geval.

Veranderingen in voorraden

Veranderingen in de grondstoffen, halffabricaten, onderhanden werk (onvoltooide producten zoals schepen of machines) en eindproducten die bij de producenten aanwezig zijn en veranderingen in handelsvoorraden. Onderhanden werk in de bouw wordt niet tot de voorraadvorming gerekend. Positieve veranderingen in de voorraden ontstaan wanneer in het verslagjaar goederen zijn geproduceerd die nog niet zijn verkocht. Ook ontstaan toevoegingen aan voorraden wanneer goederen in het verslagjaar zijn gekocht, maar nog niet in het productieproces verbruikt of, in het geval van de handel, verkocht. Negatieve veranderingen in voorraden ontstaan wanneer goederen aan bestaande voorraden worden onttrokken om verkocht of in het productieproces verbruikt te worden.

De waardering van de veranderingen in voorraden gebeurt zodanig, dat er geen winsten of verliezen op voorraden door prijsveranderingen ontstaan. Beginvoorraad en eindvoorraad van elk goed worden voor dit doel tegen dezelfde prijs gewaardeerd, namelijk grondstoffen tegen de in de periode geldende gemiddelde inkoopprijs, eindproducten tegen de gemiddelde verkoopprijs en het onderhanden werk tegen de gemiddelde kostprijs.

Saldo aan- en verkopen van kostbaarheden

Dit betreft het saldo van aan- en verkopen van kostbaarheden, zoals edelstenen, goud, antiques, kunstobjecten en sieraden, die primair als beleggingsobject worden aangeschaft. In de nationale rekeningen wordt deze transactie in het algemeen gecombineerd met de veranderingen in voorraden.

Netto investeringen

Investeringen in vaste activa (bruto) plus de veranderingen in voorraden inclusief het saldo van aan- en verkopen van kostbaarheden minus de verkopen van gebruikte vaste activa verminderd met de afschrijvingen.

Saldo aan- en verkopen van niet-geproduceerde niet-financiële activa.

Voornamelijk transacties in grond. Het belangrijkste deel wordt gevormd door de verkopen van bouwrijp gemaakte grond door gemeentelijke grondbedrijven aan investeerders in gebouwen en woningen. De waardering van de aan- en verkopen van grond is exclusief btw en overdrachtskosten; deze vormen een onderdeel van de investeringen in vaste activa.

Inkomen uit vermogen

Het inkomen dat de eigenaar van een vordering of van materiële niet-geproduceerde activa ontvangt in ruil voor het verstrekken van financiële middelen of het ter beschikking stellen van de materiële niet-geproduceerde activa aan een andere institutionele eenheid. Inkomen uit vermogen bestaat uit: rente, winstuitkeringen (dividenden en inkomen onttrokken aan quasi-vennootschappen), ingehouden winsten op directe buitenlandse investeringen, inkomen uit vermogen toegerekend aan polishouders en inkomen uit grond en minerale reserves.

Uitkeringen

Uitkeringen in geld of in natura, toegekend aan huishoudens om de financiële lasten te verlichten die voor die huishoudens voortvloeien uit een aantal risico's en behoeften (zoals ziekte, invaliditeit, arbeidsongeschiktheid, ouderdom, nabestaanden en werkloosheid). Uitkeringen worden verdeeld in sociale uitkeringen in geld en sociale uitkeringen in natura.

Subsidies

Betalingen van de overheid en de Europese Unie (EU) aan producenten met het doel de prijzen van producten te verlagen, de werkgelegenheid in stand te houden of de productiefactoren redelijk te belonen.

Inkomensoverdrachten

Alle betalingen waar geen directe tegenprestatie tegenover staat en die niet drukken op het vermogen van de betaler en niet dienen om langetermijnguitgaven van de ontvanger te financieren.

Kapitaaloverdrachten

Betaling waarvoor geen tegenprestatie verwacht wordt en die drukt op het vermogen van de betaler of dient om investeringen in vaste activa of andere langetermijnguitgaven van de ontvanger te financieren. Er worden twee deeltransacties onderscheiden: investeringsbijdragen en overige kapitaaloverdrachten.

Overige uitgaven

Tot de overige uitgaven worden gerekend:

- Betaalde belastingen op productie en invoer;
- Belastingen op inkomen en vermogen;
- Uitkeringen sociale verzekering rechtstreeks door werkgevers.

B. Aanbod- en gebruiktabel

De aanbodtabel

De aanbodtabel beschrijft het aanbod van goederen en diensten verbijzonderd naar productgroepen. Het aanbod is wat er in Nederland is geproduceerd plus wat er is ingevoerd. De tabel geeft de binnenlandse productie door bedrijfsklassen en de invoer van de diverse productgroepen.

Een regel van de aanbodtabel geeft een beschrijving van het aanbod van een bepaalde productgroep. Een kolom van de aanbodtabel beschrijft de totale productie van een bedrijfsklasse.

De gebruiktabel

De gebruiktabel beschrijft het gebruik van goederen en diensten verbijzonderd naar productgroepen. Daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen intermediair verbruik door bedrijfsklassen en finale bestedingen. De finale bestedingen worden uitgesplitst naar uitvoer van goederen en van diensten, consumptieve bestedingen door huishoudens respectievelijk de overheid, bruto investeringen in vaste activa en veranderingen in voorraden.

Een regel van de gebruiktabel geeft een beschrijving van de bestemmingen van een bepaalde productgroep. Het totaal van iedere regel van de gebruiktabel is per definitie gelijk aan het totaal van de corresponderende regel van de aanbodtabel. Hiertoe dienen nog wel enkele aanvullende kolommen te worden opgenomen in verband met de verschillende waarderingen van de aanbod- en gebruiktabellen.

Een kolom van het intermediaire gedeelte van de gebruiktabel beschrijft welke producten door een bedrijfsklasse zijn gebruikt in het productieproces en tevens de in het

productieproces gegenereerde toegevoegde waarde. De totale bruto toegevoegde waarde (tegen basisprijzen) van deze bedrijfsklasse en het intermediaire verbruik is per definitie gelijk de productiewaarde tegen basisprijzen van deze bedrijfsklasse.

B.I Aansluiting gebruiktabel en macrototalen

In de gebruiktabel is een aantal extra regels en kolommen opgenomen om aansluiting met de macrototalen te verkrijgen. Deze worden hieronder toegelicht.

Consumptie door niet-ingezetenen in Nederland

De binnenlandse particuliere consumptieve bestedingen bevatten ook de consumptie door niet-ingezetenen in Nederland, zoals uitgaven tijdens vakantie. De consumptieve bestedingen worden in één keer hiervoor gecorrigeerd. De tegenpost is de uitvoer.

Consumptie door ingezetenen in het buitenland

Tegenover de consumptie door niet-ingezetenen in Nederland staan de consumptieve bestedingen door Nederlandse ingezetenen in het buitenland. De consumptieve bestedingen zijn hiervoor gecorrigeerd. In een aparte kolom 'consumptie door ingezetenen in het buitenland' wordt dit bedrag tegengeboekt bij de invoer.

Niet-afrekbare btw

De niet-afrekbare btw wordt geraamd op basis van de onderliggende goederen- en dienstentransacties en de daarop rustende tarieven. Dit btw-bedrag, de toegerekende btw genoemd, dient door bedrijven aan de overheid afgedragen te worden. De feitelijke ontvangsten van de overheid verschillen hiervan echter door bijvoorbeeld boetes, kwijtscheldingen of fraude. Ook kunnen er verschillen zijn tussen het jaar dat de overheid de btw ontvangt en het jaar waarover btw moet worden betaald. De niet-afgedragen btw wordt in meerdering gebracht op het exploitatieoverschot, in een aparte kolom 'afgedragen minus toegerekende btw'. Het totaal van de regel btw is daarmee gelijk aan het door de overheid ontvangen bedrag.

C. Arbeid

Werkzame personen

Werkzame personen zijn alle personen die één of meerdere banen hebben als werknemer en/of zelfstandige bij een in Nederland gevestigde economische eenheid (bedrijf, instelling of particulier huishouden).

Tot de werkzame personen behoren alle personen die betaalde arbeid verrichten, ook al is het maar voor één of enkele uren per week, ook als zij:

- arbeid verrichten die op zichzelf genomen legaal is, maar waarvan de beloning aan de registratie door fiscus of sociale zekerheidsautoriteiten wordt onttrokken ('zwarte arbeid');
- tijdelijk geen arbeid verrichten, maar wel doorbetaald krijgen (bijvoorbeeld bij ziekte of vorstverlet);
- tijdelijk onbetaald verlof hebben opgenomen.

Werkzame personen kunnen worden onderscheiden in werknemers en zelfstandigen. Zij kunnen woonachtig zijn in Nederland, maar ook in het buitenland.

Werknemers / zelfstandigen

Werknemers zijn personen die op grond van een arbeidsovereenkomst betaald werk verrichten voor een economische eenheid en waarvan de betaling (in geld en/of in natura) als beloning van werknemers wordt geregistreerd. Zelfstandigen zijn personen die arbeid verrichten voor eigen rekening of risico in een eigen bedrijf of praktijk, of in het bedrijf of de praktijk van een gezinslid, of in een zelfstandig uitgeoefend beroep. Hiertoe behoren onder meer huishoudelijke hulpen, gastouders, babysitters, krantenbezorgers en folderaars. Meewerkende gezinsleden worden tot zelfstandigen gerekend, tenzij zij een arbeidsovereenkomst zijn aangegaan.

Banen

Een baan is een expliciete of impliciete overeenkomst tussen een persoon en een in Nederland gevestigde economische eenheid om gedurende een bepaalde periode of tot nader order tegen beloning werk te verrichten. Naast banen van werknemers zijn er ook banen van zelfstandigen. Het aantal banen in een jaar is het gemiddeld aantal banen in dat jaar. Omdat één persoon meerdere banen kan hebben is het aantal banen gelijk aan of groter dan het aantal werkzame personen.

Arbeidsjaar

Het arbeidsvolume in arbeidsjaren is een maatstaf voor het arbeidsvolume, die wordt berekend door alle banen (voltijd en deeltijd) om te rekenen naar voltijdbanen, ook wel voltijdequivalenten (vte) genoemd. Het voltijdequivalent van een baan wordt bepaald door de overeengekomen jaarlijkse arbeidsduur, die bij die baan behoort, te delen door de overeengekomen jaarlijkse arbeidsduur die bij een voltijdbaan (in het betreffende bedrijf) behoort. Zo leveren twee halve banen samen een arbeidsvolume van één arbeidsjaar op. Het voltijdequivalent van een baan van een zelfstandige wordt bepaald door de gebruikelijke wekelijkse arbeidsduur behorende bij die baan te delen door de gemiddelde arbeidsduur van de banen van zelfstandigen met een wekelijkse arbeidsduur van 37 uur of meer (in dezelfde bedrijfstak).

Gewerkte uren

Gewerkte uren is het totale aantal uren dat werknemers en/of zelfstandigen gedurende de verslagperiode werkelijk hebben gewerkt. De gewerkte uren van werknemers worden berekend door de betaalde uren te vermeerderen met de onbetaalde overuren en te verminderen met betaalde maar niet gewerkte uren zoals ziekteverzuim, zwangerschaps- en bevallingsverlof, stakingen, weerverlet, ouderschapsverlof, kort verzuim en extra vrije tijd voor ouderen. De gewerkte uren van zelfstandigen worden rechtstreeks bepaald.

D. Sectoren

Het rekeningenstelsel geeft in de vorm van opeenvolgende rekeningen een overzicht van alle economische deelprocessen, zoals productie, inkomensverdeling en financiering. Deze rekeningen worden niet alleen opgesteld voor de totale economie, maar ook voor vijf verschillende binnenlandse sectoren. Op deze wijze beschrijft het rekeningenstelsel:

- per economisch deelproces de rol die elke sector speelt, zoals de overheid bij inkomensherverdeling en financiële instellingen bij financiering;
- per sector de omvang en samenhang van de verschillende economische activiteiten en hun relatie met de rest van de economie en het buitenland.

De sectoren zijn volgens internationaal vastgestelde criteria onderscheiden in niet-financiële vennootschappen, financiële instellingen, overheid, huishoudens en instellingen zonder winstoogmerk ten behoeve van huishoudens.

In de aanbod- en gebruikstabellen zijn de producenten niet ingedeeld naar sectoren, maar naar bedrijfsklassen.

Overheid

De sector overheid omvat ten eerste alle (publiekrechtelijke) eenheden die zich bezighouden met de herverdeling van inkomen en vermogen. Het gaat in Nederland om ministeries, gemeenten, provincies, waterschappen e.d. Ten tweede worden die instellingen tot de overheid gerekend die gecontroleerd en voornamelijk gefinancierd worden door de eerdergenoemde eenheden, én daarbij niet voor de markt produceren. Van niet-marktproductie is sprake als de verkoopopbrengsten structureel minder zijn dan 50 procent van de productiekosten. Op deze wijze worden onder meer Prorail en de Open Universiteit tot de overheid gerekend.

De overheidsinstellingen die werkzaam zijn in het buitenland, zoals ambassades, behoren ook tot de sector overheid. Omgekeerd worden buitenlandse ambassades en internationale instellingen, zoals Europol en het Internationaal gerechtshof, daar niet toe gerekend. Overheidsbedrijven (zoals de Nederlandse Spoorwegen, Schiphol, Bank Nederlandse Gemeenten) en quasi-vennootschappen maken in principe geen deel uit van de sector overheid. Ook De Nederlandsche Bank maakt geen deel uit van de sector overheid. De sector overheid bestaat uit drie subsectoren: centrale overheid, lokale overheid en wettelijke sociale verzekeringsinstellingen.

Tot de centrale overheid (CO) behoren:

- het Rijk (ministeries en begrotingsfondsen zoals Gemeentefonds, Provinciefonds en Infrastructuurfonds);
- universiteiten;
- product- en bedrijfsschappen;
- een groep van landelijke stichtingen en organisaties.

Voorbeelden van de landelijke stichtingen en organisaties zijn:

- onderzoeksinstituten (onder andere NWO, KNAW en aan de universiteiten gelieerde instituten);
- ideële organisaties (onder andere Oxfam Novib);
- verzelfstandigde overheidsdiensten als ProRail en het Centraal Bureau voor de Statistiek.

Tot de lokale overheid (LO) behoren:

- provincies en waterschappen;
- gemeenten, exclusief hun quasi-vennootschappen die bij de niet-financiële of de financiële vennootschappen zijn ingedeeld (onder andere gemeentelijke vervoersbedrijven);
- gemeenschappelijke regelingen (samenwerkingsverbanden van gemeenten op het gebied van afvalverwerking, waterzuivering, brandweer, sociale werkvoorziening e.d.);
- verzelfstandigde lokale overheidsdiensten, zoals bureaus voor arbeidsbemiddeling en regionale politiekorpsen;
- privaatrechtelijke lokale instellingen op het gebied van arbeid, maatschappelijke werk, cultuur en onderwijs zoals Banenpools, het Jeugd Werk Garantieplan, centra voor asielzoekers, musea, bibliotheken, verzelfstandigde onderwijsinstellingen en studiebegeleidingsdiensten.

Huishoudens

Tot de sector huishoudens behoren alle natuurlijke personen die langer dan een jaar in Nederland verblijven, ongeacht hun nationaliteit. Omgekeerd worden Nederlanders die langer

dan een jaar in het buitenland verblijven niet tot de Nederlandse huishoudens gerekend. Huishoudens omvatten niet alleen op zichzelf of in gezinsverband wonende personen, maar ook personen in verpleeginrichtingen, bejaardentehuizen, gevangenissen en internaten. Indien de tot de huishoudens gerekende personen een eigen bedrijf hebben, wordt dit bedrijf ook tot de huishoudens gerekend. Dit is het geval bij de zelfstandigen (eenmanszaken). Grote, zelfstandig opererende ondernemingen zonder rechtspersoonlijkheid (quasi-vennootschappen) behoren echter tot de (niet-financiële of financiële) vennootschappen.

Instellingen zonder winstoogmerk ten behoeve van huishoudens

Tot de sector instellingen zonder winstoogmerk ten behoeve van huishoudens (izw's t.b.v. huishoudens) behoren stichtingen en verenigingen waarvan de middelen voor het merendeel afkomstig zijn uit vrijwillige bijdragen van huishoudens en uit inkomen uit vermogen. Voorbeelden zijn religieuze instellingen, liefdadigheidsinstellingen, politieke partijen, vakbonden en verenigingen op het gebied van cultuur, sport en recreatie.

D.I De relatie tussen sectoren en bedrijfsklassen

Bij de aanbod- en gebruiktabellen worden de bedrijfseenheden ingedeeld naar bedrijfsklassen, oftewel economische activiteit. Omdat de hoofdsystemen op elkaar aansluiten is er een precieze relatie tussen de sectoren en de bedrijfsklassen. Hieronder wordt aangegeven met welke bedrijfsklassen de verschillende sectoren corresponderen.

Overheid

De sector overheid bestaat voor het grootste deel uit de bedrijfsklassen openbaar bestuur en overheidsdiensten en gesubsidieerd onderwijs. Daarnaast zijn er eenheden in een aantal andere bedrijfsklassen die eveneens tot de sector overheid behoren. Voorbeelden hiervan zijn:

- specifieke activiteiten van gemeenten, zoals reinigingsdiensten (bedrijfsklasse afvalbeheer), sociale werkplaatsen (bedrijfsklasse overige industrie), Gemeentelijke Geneeskundige Diensten (bedrijfsklasse gezondheidszorg) en afzonderlijke gemeenschappelijke regelingen voor deze activiteiten;
- bureaus voor arbeidsbemiddeling, banenpools en het Jeugd Werk Garantieplan (bedrijfsklasse uitzendbureaus en arbeidsbemiddeling);
- aan universiteiten gelieerde instituten (bedrijfsklasse research);
- ProRail (bedrijfsklasse opslag, dienstverlening voor vervoer);
- opvangthuizen en asielzoekerscentra (bedrijfsklasse verzorging en welzijn);
- ideële organisaties, zoals Oxfam Novib en SNV Netherlands Development Organisation.

Huishoudens

De sector huishoudens bevat alle natuurlijke personen met inbegrip van hun bedrijf. Hieronder vallen de zelfstandigen en de eigenwoningbezitters. Het eigenwoningbezit maakt deel uit van de bedrijfsklasse verhuur en handel van onroerend goed. Zelfstandigen kunnen in principe in elke bedrijfsklasse voorkomen, met uitzondering van de bedrijfsklassen waarin de specifieke activiteiten van de overheid zijn opgenomen.

Instellingen zonder winstoogmerk ten behoeve van huishoudens

De stichtingen en verenigingen die tot de sector izw's t.b.v. huishoudens behoren, komen met name voor in de bedrijfsklassen gezondheidszorg, verzorging en welzijn, cultuur, sport en recreatie en overige dienstverlening.

Tabellenset

1. Aanbod- en gebruiktabel cultuur en media naar bedrijfstak en goederengroep, 2015¹⁾

Aanbod goederen en diensten

	Land- bouw, bos- bouw en visserij	Delf- stoffen- winning	Drukke- rijen en repro- ductie van opge- nomen media	Overige indu- strie	Energie, water en afval- beheer	Bouw- nijver- heid	Handel en vervoer	Horeca	Uitgeve- rijen	Radio, tv, film, commu- geluid	Overige infor- matie en commu- nicatie	Finan- ciële dienst- ver- lening	Exploi- tatie van en handel in on- roerend goed	Inge- nieurs- en archi- tecten- bureau's	Re- clame- bureau's	Overige specia- listische zake- lijke dienst- ver- lening
	mln euro															
Landbouwproducten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Druk-, zet- en bindwerk	0	0	970	50	0	0	0	0	110	0	0	0	0	0	0	0
Chemische producten	0	0	0	900	0	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Audiovisuele apparatuur	0	0	0	870	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Machines	0	0	0	160	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sieraden	0	0	0	140	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Muziekinstrumenten	0	0	0	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Uitgeverijdiensten	0	0	1 930	10	0	0	0	0	5 110	60	130	0	0	0	750	100
Productie films, tv-programma's e.d.	0	0	120	0	0	0	30	0	10	1 190	40	0	0	0	0	0
Radio- en tv-uitzendingen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2 130	0	0	0	0	0	0
Telecommunicatiediensten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 410	0	0	0	0	0
Computerservicediensten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	130	0	0	0	0	0
Webportals, persagentschappen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	280	0	0	0	0	70
Architectendiensten	0	0	0	0	0	90	0	0	0	0	0	0	0	1 520	0	50
Reclamediensten	0	0	0	0	0	0	90	0	0	810	30	0	20	0	6 700	810
Ontwerp en fotografie	0	0	0	10	0	0	100	0	10	20	0	0	20	110	0	2 060
Licenties en royalty's	0	0	10	0	0	0	0	0	60	1 190	50	0	0	0	0	730
Overheidsdiensten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Onderwijs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kunst	0	0	0	0	0	0	0	360	0	10	0	0	0	0	0	0
Musea, bibliotheekdiensten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Overige dienstverlening	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reparatie en onderhoud	0	0	0	20	0	0	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Investeringsgoederen	0	0	0	10	0	150	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0
Nevenopbrengsten cultuurinstellingen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Handels- en vervoersmarges	0	0	0	0	0	0	3 860	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Niet-aftrekbare btw	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Consumptie ingezetenen in het buitenland	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Consumptie niet- ingezetenen in Nederland	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totaal cultuur en media	0	0	3 030	2 250	0	240	4 200	360	5 290	5 590	2 070	0	40	1 650	7 450	3 860
Intermediair verbruik	0	0	2 010	1 750	0	160	1 750	190	2 700	3 530	1 070	0	20	670	4 520	2 110
Bruto toegevoegde waarde (basisprijzen)	0	0	1 020	500	0	80	2 450	170	2 590	2 050	1 000	0	20	980	2 930	1 750

¹⁾ Alle bedragen in deze tabel zijn afgerond op tientallen miljoenen euros.

²⁾ Inclusief saldo aan- en verkopen van kostbaarheden.

Gebruik goederen en diensten

Verhuur en overige zakelijke dienstverlening	Openbaar bestuur	Onderwijs	Gezondheids- en welzijnszorg	Kunst en cultuur	Sport en recreatie	Overige dienstverlening	Totaal binnenlandse productie (basisprijzen)	Invoer	Productgebonden belastingen en subsidies	Handels- en vervoersmarges	Totaal aanbod aankoop-prijzen	Intermediair verbruik	Consumptie gezin-nen incl. IZW's	Consumptie overheid	Investeren	Voorraadverandering ²⁾	Uitvoer		Totaal gebruik aankoop-prijzen
																	binnenlandse productie	Weder- uitvoer	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	1 130	30	0	0	1 170	1 130	20	0	0	0	10	10	1 170
0	0	0	0	0	0	0	960	910	10	540	2 410	580	180	0	0	820	830	2 410	
0	0	0	0	0	0	0	880	5 510	70	1 320	7 780	170	1 800	0	300	30	710	4 770	7 780
0	0	0	0	0	0	0	170	540	0	140	860	0	230	0	90	10	150	380	860
0	0	0	0	0	0	0	150	270	0	370	790	10	530	0	10	50	100	90	790
0	0	0	0	0	0	0	60	180	0	130	360	0	120	0	0	0	50	180	360
0	0	80	0	0	10	10	8 200	920	0	1 010	10 130	6 580	2 480	0	150	30	660	240	10 130
0	0	0	0	0	0	0	1 380	520	0	260	2 160	1 070	680	0	0	10	240	150	2 160
0	210	0	0	0	0	0	2 340	0	0	0	2 340	1 370	970	0	0	0	0	0	2 340
0	0	0	0	0	0	0	1 410	0	0	0	1 410	0	1 410	0	0	0	0	0	1 410
0	0	0	0	0	0	0	130	0	0	0	130	0	0	0	130	0	0	0	130
0	0	0	0	0	0	0	350	20	0	0	370	300	20	0	0	0	50	0	370
70	40	0	0	0	0	0	1 760	240	-10	0	1 990	650	20	0	870	0	460	0	1 990
20	0	100	0	30	550	60	9 210	3 710	0	0	12 920	12 510	0	0	0	0	410	0	12 920
50	0	0	0	0	0	0	2 370	380	0	0	2 750	2 340	220	0	0	0	190	0	2 750
0	0	0	0	400	0	0	2 430	1 010	0	0	3 440	1 690	0	0	0	0	1 750	0	3 440
0	720	0	0	0	0	0	720	0	0	0	720	0	140	570	10	0	0	0	720
0	20	2 070	0	80	0	0	2 160	0	0	0	2 160	10	340	1 810	0	0	0	0	2 160
10	0	280	0	3 210	30	0	3 910	260	-130	80	4 120	1 950	1 820	0	0	170	160	10	4 120
0	100	30	0	2 380	0	0	2 510	190	-10	0	2 700	110	1 450	960	0	140	10	30	2 700
110	0	0	0	30	20	120	280	0	0	0	280	70	220	0	0	0	0	0	280
0	0	0	0	0	0	60	130	0	0	0	140	30	110	0	0	0	0	0	140
0	0	130	0	380	0	0	720	0	0	0	720	0	0	0	720	0	0	0	720
260	1 090	2 690	0	6 500	610	250	43 360	14 700	-70	3 850	61 840	30 580	12 750	3 340	2 270	450	5 750	6 690	61 840
0	10	0	0	0	0	0	190	10	0	10	220	0	0	0	220	0	0	0	220
0	0	0	0	850	0	0	850	0	0	0	850	40	810	0	0	0	0	0	850
0	0	0	0	0	0	0	3 860	0	0	-3 860	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	810	1 400	0	180	0	0	0	2 380
0	0	0	0	0	0	0	0	490	0	0	490	0	490	0	0	0	0	0	490
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1 320	0	0	0	1 320	0	0
260	1 100	2 690	0	7 350	610	250	48 260	15 200	-70	0	63 400	31 420	14 140	3 340	2 670	450	7 070	6 690	65 780
100	440	580	0	3 020	330	110	25 060												
160	660	2 110	0	4 330	280	140	23 200												

2. Aanbod- en gebruiktabel cultuur en media naar bedrijfstak en domein, 2015¹⁾

Aanbod goederen en diensten

	Land- bouw, bos- bouw en visserij	Delf- stoffen- winning	Drukke- rijen en repro- ductie van opge- nomen media	Overige indu- strie	Energie, water en afval- beheer	Bouw- nijver- heid	Handel en vervoer	Horeca	Uitge- verijen	Radio, tv, film, commu- geluid	Overige infor- matie en commu- nicatie	Finan- ciële dienst- ver- lening	Exploi- tatie van en handel in on- roerend goed	Inge- nieurs- en archi- tecten- bureaus	Re- clame- bureaus	Overige specia- listische zake- lijke dienst- ver- lening
	mln euro															
Beeldende kunst	0	0	0	660	0	0	90	0	0	0	0	0	0	0	0	1 040
Letteren	0	0	1 860	560	0	0	10	0	3 440	60	20	0	0	0	0	220
Audiovisueel	0	0	110	680	0	0	30	0	60	4 280	2 000	0	0	0	0	40
Architectuur en ontwerp	0	0	0	10	0	90	80	0	0	0	0	0	20	1 630	0	1 670
Onderwijs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Erfgoed	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Interdisciplinair en overig	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	70
Podiumkunsten	0	0	10	310	0	0	10	360	0	10	0	0	0	0	0	0
Reclame	0	0	1 050	10	0	0	120	0	1 780	1 240	50	0	20	0	7 450	810
Totaal cultuur- en mediaproducten	0	0	3 030	2 230	0	90	340	360	5 290	5 590	2 070	0	40	1 630	7 450	3 860
Investerings	0	0	0	10	0	150	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0
Nevenopbrengsten cultuurinstellingen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Handels- en vervoersmarges	0	0	0	0	0	0	3 860	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Niet-aftrekbare btw	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Consumptie ingezetenen in het buitenland	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Consumptie niet-ingezetenen in Nederland	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totaal cultuur en media	0	0	3 030	2 250	0	240	4 200	360	5 290	5 590	2 070	0	40	1 650	7 450	3 860
Intermediair verbruik	0	0	2 010	1 750	0	160	1 750	190	2 700	3 530	1 070	0	20	670	4 520	2 110
Bruto toegevoegde waarde (basisprijzen)	0	0	1 020	500	0	80	2 450	170	2 590	2 050	1 000	0	20	980	2 930	1 750

¹⁾ Alle bedragen in deze tabel zijn afgerond op tientallen miljoenen euros.

²⁾ Inclusief saldo aan- en verkopen van kostbaarheden.

Gebruik goederen en diensten

Verhuur en overige zakelijke dienstverlening	Openbaar Onderwijs		Gezondheids- en welzijnszorg	Kunst en cultuur	Sport en recreatie	Overige dienstverlening	Totaal binnenlandse productie (basisprijzen)	Invoer	Productgebonden belastingen en subsidies	Handels- en voersmarges	Totaal aanbod aankoop-prijzen	Intermediair verbruik	Consumptie gezinnen incl. IZW's	Consumptie overheid	Investeren	Voorraadverandering ²⁾	Uitvoer		Totaal gebruik aankoop-prijzen
	bestuur	wijs															binnenlandse productie	Wederuitvoer	
30	0	0	0	100	0	10	1 940	1 290	0	730	3 960	1 290	750	0	40	50	1 050	770	3 960
0	20	260	0	1 020	0	0	7 480	1 340	0	1 150	9 960	4 490	2 540	480	590	30	1 160	660	9 960
10	210	0	0	310	0	40	7 770	6 390	70	1 550	15 770	3 500	5 110	0	740	50	1 640	4 730	15 770
80	40	0	0	0	0	0	3 610	580	-10	0	4 190	2 340	50	0	870	0	930	0	4 190
0	20	2 070	0	80	0	0	2 160	0	0	0	2 160	10	340	1 810	0	0	0	0	2 160
0	130	0	0	2 100	0	0	2 240	260	-10	90	2 570	90	1 550	530	0	320	50	40	2 570
80	670	0	0	30	0	120	970	10	0	0	990	90	360	520	10	0	10	0	990
30	0	260	0	2 850	50	10	3 900	740	-120	260	4 780	1 870	2 030	0	20	10	390	470	4 780
20	0	100	0	30	560	70	13 290	4 090	0	80	17 460	16 900	30	0	0	0	530	10	17 460
260	1 090	2 690	0	6 500	610	250	43 360	14 700	-70	3 850	61 840	30 580	12 750	3 340	2 270	450	5 750	6 690	61 840
0	10	0	0	0	0	0	190	10	0	10	220	0	0	0	220	0	0	0	220
0	0	0	0	850	0	0	850	0	0	0	850	40	810	0	0	0	0	0	850
0	0	0	0	0	0	0	3 860	0	0	-3 860	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	810	1 400	0	180	0	0	0	2 380
0	0	0	0	0	0	0	0	490	0	0	490	0	490	0	0	0	0	0	490
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1 320	0	0	0	1 320	0	0
260	1 100	2 690	0	7 350	610	250	48 260	15 200	-70	0	63 400	31 420	14 140	3 340	2 670	450	7 070	6 690	65 780
100	440	580	0	3 020	330	110	25 060												
160	660	2 110	0	4 330	280	140	23 200												

3. Aanbod- en gebruiktabel cultuur en media naar bedrijfstak en subdomein, 2015¹⁾

Aanbod goederen en diensten

	Land- bouw, bos- bouw en visserij	Delf- stoffen- winning	Drukke- rijen en repro- ductie van opge- nomen media	Overige indu- strie	Energie, water en afval- beheer	Bouw- nijver- heid	Handel en vervoer	Horeca	Uitge- verijen	Radio, tv, film, commu- geluid	Overige infor- matie en commu- nicatie	Finan- ciële dienst- ver- lening	Exploi- tatie van en handel in on- roerend goed	Inge- nieurs- en archi- tecten- bureaus	Re- clame- bureaus	Overige specia- listische zake- lijke dienst- ver- lening
	mln euro															
Beeldende kunst	0	0	0	660	0	0	90	0	0	0	0	0	0	0	0	1 040
Fotografie	0	0	0	490	0	0	80	0	0	0	0	0	0	0	0	1 040
Overig beeldende kunst	0	0	0	180	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Letteren	0	0	1 860	560	0	0	10	0	3 440	60	20	0	0	0	0	220
Boeken	0	0	260	0	0	0	0	0	1 080	0	0	0	0	0	0	40
Kranten en tijdschriften	0	0	510	0	0	0	0	0	2 000	40	20	0	0	0	0	30
Overig letteren	0	0	1 090	560	0	0	10	0	360	20	0	0	0	0	0	150
Erfgoed	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Podiumkunsten	0	0	10	310	0	0	10	360	0	10	0	0	0	0	0	0
Audiovisueel	0	0	110	680	0	0	30	0	60	4 280	2 000	0	0	0	0	40
Film en video	0	0	40	0	0	0	0	0	0	1 140	40	0	0	0	0	0
Radio, tv	0	0	0	390	0	0	0	0	0	2 810	1 450	0	0	0	0	40
Overig audiovisueel	0	0	70	290	0	0	30	0	60	330	510	0	0	0	0	0
Reclame	0	0	1 050	10	0	0	120	0	1 780	1 240	50	0	20	0	7 450	810
Architectuur en ontwerp	0	0	0	10	0	90	80	0	0	0	0	0	20	1 630	0	1 670
Architectuur	0	0	0	0	0	90	0	0	0	0	0	0	0	1 520	0	50
Ontwerp	0	0	0	10	0	0	80	0	0	0	0	0	20	110	0	1 620
Onderwijs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Interdisciplinair en overig	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	70
Totaal cultuur- en mediaproducten	0	0	3 030	2 230	0	90	340	360	5 290	5 590	2 070	0	40	1 630	7 450	3 860
Investerings	0	0	0	10	0	150	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0
Nevenopbrengsten cultuurinstellingen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Handels- en vervoersmarges	0	0	0	0	0	0	3 860	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Niet-aftrekbare btw	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Consumptie ingezetenen in het buitenland	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Consumptie niet-ingezetenen in Nederland	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totaal cultuur en media	0	0	3 030	2 250	0	240	4 200	360	5 290	5 590	2 070	0	40	1 650	7 450	3 860
Intermediair verbruik	0	0	2 010	1 750	0	160	1 750	190	2 700	3 530	1 070	0	20	670	4 520	2 110
Bruto toegevoegde waarde (basisprijzen)	0	0	1 020	500	0	80	2 450	170	2 590	2 050	1 000	0	20	980	2 930	1 750

¹⁾ Alle bedragen in deze tabel zijn afgerond op tientallen miljoenen euros.

2 Inclusief saldo aan- en verkopen van kostbaarheden.

Gebruik goederen en diensten

Verhuur en overige zakelijke dienstverlening	Openbaar bestuur	Onderwijs	Gezondheids- en welzijnszorg	Kunst en cultuur	Sport en recreatie	Overige dienstverlening	Totaal binnenlandse productie (basisprijzen)	Invoer	Productgebonden belastingen en subsidies	Handels- en voersmarges	Totaal aanbod aankoop-prijzen	Intermediair verbruik	Consumptie gezin-nen incl. IZW's	Consumptie overheid	Investeren	Voorraad- verandering ²⁾	Uitvoer		Totaal gebruik aankoop-prijzen
																	binnenlandse productie	Weder- uitvoer	
30	0	0	0	100	0	10	1 940	1 290	0	730	3 960	1 290	750	0	40	50	1 050	770	3 960
30	0	0	0	0	0	0	1 640	970	0	350	2 960	1 230	190	0	0	0	860	670	2 960
0	0	0	0	100	0	10	300	320	0	380	1 000	60	560	0	40	50	190	100	1 000
0	20	260	0	1 020	0	0	7 480	1 340	0	1 150	9 960	4 490	2 540	480	590	30	1 160	660	9 960
0	20	170	0	1 020	0	0	2 610	430	-10	550	3 580	930	1 110	480	500	10	360	190	3 580
0	0	0	0	0	0	0	2 600	170	0	40	2 810	1 660	1 040	0	0	0	110	10	2 810
0	0	80	0	0	0	0	2 270	740	0	550	3 570	1 900	390	0	100	10	700	460	3 570
0	130	0	0	2 100	0	0	2 240	260	-10	90	2 570	90	1 550	530	0	320	50	40	2 570
30	0	260	0	2 850	50	10	3 900	740	-120	260	4 780	1 870	2 030	0	20	10	390	470	4 780
10	210	0	0	310	0	40	7 770	6 390	70	1 550	15 770	3 500	5 110	0	740	50	1 640	4 730	15 770
0	0	0	0	0	0	0	1 220	440	0	80	1 740	770	410	0	90	0	330	140	1 740
0	210	0	0	0	0	0	4 900	2 380	20	570	7 870	1 970	3 300	0	210	20	680	1 700	7 870
10	0	0	0	310	0	40	1 650	3 570	50	890	6 160	760	1 400	0	440	30	630	2 900	6 160
20	0	100	0	30	560	70	13 290	4 090	0	80	17 460	16 900	30	0	0	0	530	10	17 460
80	40	0	0	0	0	0	3 610	580	-10	0	4 190	2 340	50	0	870	0	930	0	4 190
70	40	0	0	0	0	0	1 760	240	-10	0	1 990	650	20	0	870	0	460	0	1 990
20	0	0	0	0	0	0	1 850	340	0	0	2 200	1 690	30	0	0	0	470	0	2 200
0	20	2 070	0	80	0	0	2 160	0	0	0	2 160	10	340	1 810	0	0	0	0	2 160
80	670	0	0	30	0	120	970	10	0	0	990	90	360	520	10	0	10	0	990
260	1 090	2 690	0	6 500	610	250	43 360	14 700	-70	3 850	61 840	30 580	12 750	3 340	2 270	450	5 750	6 690	61 840
0	10	0	0	0	0	0	190	10	0	10	220	0	0	0	220	0	0	0	220
0	0	0	0	850	0	0	850	0	0	0	850	40	810	0	0	0	0	0	850
0	0	0	0	0	0	0	3 860	0	0	-3 860	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	810	1 400	0	180	0	0	0	2 380
0	0	0	0	0	0	0	0	490	0	0	490	0	490	0	0	0	0	0	490
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1 320	0	0	0	1 320	0	0
260	1 100	2 690	0	7 350	610	250	48 260	15 200	-70	0	63 400	31 420	14 140	3 340	2 670	450	7 070	6 690	65 780
100	440	580	0	3 020	330	110	25 060												
160	660	2 110	0	4 330	280	140	23 200												

4. Werkgelegenheid cultuur en media naar bedrijfstak, 2015¹⁾

	Land- bouw, bosbouw en visserij	Delf- stoffen- winning	Drukke- rijen en repro- ductie van opge- nomen media	Overige industrie	Energie, water en afval- beheer	Bouw- nijverheid	Handel en vervoer	Horeca	Uitgeve- rijen	Radio, tv, film, geluid	Overige informatie en commu- nicatie
	x 1 000										
Werkzame personen	0	0	20	0	0	0	50	10	30	30	10
Arbeidsjaren	0	0	20	0	0	0	30	0	20	20	10

¹⁾ Alle aantallen in deze tabel zijn afgerond op tien duizendtallen.

5. Werkgelegenheid cultuur en media versus de totale economie, 2015¹⁾

		Cultuur en media	Totale economie	Aandeel cultuur en media
		aantal		%
Totaal werkzame personen				
Werkzame personen	x 1 000	410	8 806	4,7
Banen	x 1 000	490	9 901	4,9
Arbeidsjaren	x 1 000	320	7 037	4,5
Gewerkte uren	mln uren	590	12 539	4,7
Werknemers				
Werkzame personen	x 1 000	270	7 315	3,6
Banen	x 1 000	290	7 809	3,7
Arbeidsjaren	x 1 000	210	5 827	3,6
Gewerkte uren	mln uren	360	9 869	3,7
Overige werkzame personen				
Werkzame personen	x 1 000	140	1 491	9,6
Banen	x 1 000	200	2 092	9,6
Arbeidsjaren	x 1 000	110	1 210	8,7
Gewerkte uren	mln uren	230	2 670	8,5

¹⁾ Voor cultuur en media zijn de aantallen in deze tabel afgerond op tien duizendtallen.

Financiële dienstverlening	Exploitatie van handel in onroerend goed	Ingenieurs- en architectenbureaus	Reclamebureaus	Overige specialistische zakelijke dienstverlening	Verhuur en overige zakelijke dienstverlening	Openbaar bestuur	Onderwijs	Gezondheids- en welzijnszorg	Kunst en cultuur	Sport en recreatie	Overige dienstverlening	Totaal
0	0	10	80	50	0	10	30	0	80	10	0	410
0	0	10	50	30	0	10	30	0	70	0	0	320