

De impact van GenAI op de werkgelegenheid in de culturele en creatieve sector

Onderzoeksrapport



Panteia

De impact van GenAI op de werkgelegenheid in de culturele en creatieve sector

Auteur(s)

Florine de Villeneuve, Aram Klijn, Tom Kruis, Paul Vroonhof

Opdrachtgever(s)

Kunstenbond

Gepubliceerd

Zoetermeer, 17-4-2026

Projectnummer

11403

Versie

1.0

Status

Definitief

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij Panteia. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van Panteia. Panteia aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.



Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
1.1	Achtergrond van het onderzoek	4
1.2	Doelstelling van het onderzoek	4
1.3	Onderzoeksvragen	5
1.4	Methodologie en onderzoeksverantwoording	5
1.4.1	Enquête	5
1.4.2	Focusgroepen	9
1.5	Leeswijzer	9
2	Resultaten	10
2.1	Kenmerken van de respondenten	10
2.2	Gebruik en toepassing van AI	13
2.3	Opvattingen over effectiviteit van AI	18
2.4	Markteffecten van AI	23
2.5	Effecten van AI op werkgelegenheid	27
2.6	Veranderend werk	37
2.7	Sectorale normen	51
3	Conclusie	55
	Tabellen	58
	Figuren	59



1 Inleiding

1.1 Achtergrond van het onderzoek

Generatieve artificiële intelligentie (GenAI) speelt een steeds grotere rol binnen de culturele en creatieve sector. Mensen gebruiken het om teksten razendsnel te vertalen en samen te vatten, maar ook om postproductieprocessen in de filmwereld te automatiseren en het ontwerpen van marketingmateriaal binnen de reclamewereld te vereenvoudigen. De gevolgen van deze ontwikkeling strekken zich steeds wijder uit. Zo kreeg de Nederlandse consument vorig jaar al een verzameling AI-gegenereerde kerstcommercials voorgeschoteld – van merken als KPN, Krasloten en McDonald's. Ruud de Langen van reclamebureau Dentsu, een wereldwijd actief bureau dat meewerkte aan de KPN-kerstcommercial, ziet AI grootschalig zijn intrede doen in de reclamewereld: "In elke fase van een reclamecampagne speelt AI een rol, durf ik wel te zeggen."¹ Dit kan zijn in de voorbereiding, in de (post)productie of juist na de uitrol, om te peilen of een campagne succesvol is.

De snelle technologische ontwikkelingen rondom AI brengen ingrijpende veranderingen met zich mee voor de werkgelegenheid in de culturele en creatieve sector – veranderingen die per deelsector sterk kunnen verschillen. Ook vinden er binnen de sector veranderingen in de aard van het werk plaats – veranderingen die voor bepaalde deelsectoren, zoals de reclame-industrie, heel ingrijpend kunnen zijn.

De Kunstenbond heeft Panteia opdracht gegeven een onderzoek uit te voeren naar de arbeidsmarkteffecten van GenAI op de culturele en creatieve sector. Het onderzoek wordt mede mogelijk gemaakt door Instituut Gak. Met dit onderzoek hoopt de Kunstenbond inzicht te krijgen in de effecten die de sector (en haar deelsectoren) tot nu toe ondervindt van GenAI. Het voorliggende onderzoek is daar het resultaat van.

1.2 Doelstelling van het onderzoek

Dit onderzoek heeft als doel om de impact van GenAI op de arbeidsmarkt in de culturele en creatieve sector inzichtelijk te maken. De Kunstenbond heeft daarbij als centrale vraag geformuleerd:

“Wat is de impact van GenAI op de werkgelegenheid in de culturele en creatieve sector?”

Om de onderzoeksvraag zorgvuldig te beantwoorden, heeft Panteia een onderzoeksaanpak ontwikkeld die oog heeft voor de diversiteit binnen de sector en zeer verschillende manieren waarop GenAI van invloed is op het werk van makers, organisaties en instellingen. Deze onderzoeksaanpak wordt beschreven onder sectie 1.4 'Methodologie en onderzoeksverantwoording'.

¹ Bron: <https://www.rtl.nl/nieuws/economie/artikel/5542672/ai-regelmatig-bij-kerstcommercials-wat-zijn-de-voor-en-nadelen>

1.3 Onderzoeksvragen

- 1 Wat is het effect van GenAI op de werkgelegenheid in de culturele en creatieve sector?
- 2 Wat is het effect van GenAI op de invulling van banen in de culturele en creatieve sector?
- 3 Wat zijn de verschillen in de effecten van GenAI op de werkgelegenheid in de verschillende deelsectoren van de creatieve industrie?
 - a. Wat zijn de verklaringen voor deze verschillen?
- 4 Welke effecten van GenAI ervaren werkgevers en werkenden (werknemers en zzp'ers) met betrekking tot de werkgelegenheid in de creatieve industrie?
 - a. Wat zijn de verklaringen voor deze verschillen?

1.4 Methodologie en onderzoeksverantwoording

Het onderzoek bestond uit het uitzetten van een enquête (kwantitatief deel), het verdiepen van de bevindingen in meerdere focusgroepen (kwalitatief deel) en het analyseren en duiden van beide onderzoeksmethoden. Ook is er na het afronden van de analyse een vergelijking uitgevoerd met het recentelijk verschenen rapport van de Boekmanstichting over de impact van GenAI op werk en inkomen in de culturele en creatieve sector.²

Binnen het onderzoek (oftewel, binnen de enquête en de focusgroepen) hebben we een tijdshorizon van twee jaar aangegeven. We hebben onze respondenten en deelnemers aan de focusgroepen gevraagd om de situatie nu en de verwachte situatie over twee jaar in te schatten. Een tijdshorizon van twee jaar is beperkt; dit is zo gekozen omdat de ontwikkelingen rondom GenAI elkaar erg snel opvolgen en het zo goed als giswerk wordt als er inschattingen voor de verdere toekomst worden gedaan.

1.4.1 Enquête

Voor het kwantitatieve deel van het onderzoek is een online enquête ontwikkeld en uitgezet via Panteia's eigen AVG-conforme enquêteplatform. Bij het opstellen van de vragen gaven we nadrukkelijk de voorkeur aan gesloten, kwantitatieve vragen, zodat de uitkomsten goed vergelijkbaar waren tussen verschillende typen organisaties en makers. De vragenlijst is te vinden in bijlage 1.

In de analyse van de enquête (Hoofdstuk 2) worden de antwoorden op enquêtevragen in figuren weergegeven. De enquêtevraag waar het Figuur betrekking op heeft wordt benoemd in de titel van het Figuur.

We stemden de vraagformulering af op het type respondent: makers bevroegen we over de invloed van GenAI op hun creatieve proces en arbeidsmarktpositie, belangenorganisaties over effecten op hun achterban en bedrijven over de gevolgen voor medewerkers en werkprocessen.

² <https://www.boekman.nl/verdieping/de-impact-van-generatieve-ai-op-werk-en-inkomen-in-de-culturele-en-creatieve-sector/>

Omdat de culturele en creatieve sector breed en divers zijn, is de enquête zo breed mogelijk verspreid via (1) herhaaldelijke uitnodigingsmails (één initiële uitnodiging, daarna twee rappelmails) naar bedrijven, instellingen en organisaties uit het eigen netwerk van Panteia en uit het netwerk van de Kunstenbond (met verzoek tot doorplaatsing van de uitnodiging in nieuwsbrieven/kanalen) en (2) posts in de Panteia Nieuwsbrief en de sociale mediakanalen van Panteia (LinkedIn, Facebook). Ook door de Kunstenbond is de enquête bij het eigen netwerk onder de aandacht gebracht. De Kunstenbond heeft de enquête ook uitgezet onder de leden van de Creatieve Coalitie.

In totaal vulden 130 respondenten de vragenlijst in tot minimaal vraag 16. Vraag 16 hebben wij als referentiepunt genomen omdat deze vraag de helft van de vragenlijst markeerde, en respondenten een substantieel deel van de vragen moesten hebben beantwoord om tot dit punt te komen. De 130 respondenten die minimaal tot dit punt zijn gekomen, zijn meegenomen in de analyse en resultaten. 91 van de 130 respondenten ronden de vragenlijst volledig af.

De respons wordt hieronder in Tabel 1 uitgesplitst naar type bedrijf en deelsector.



Tabel 1 Responsverantwoordingstabel

	Aantal respondenten	Percentage
Type arbeidsrelatie		
Zzp'er	71	55%
Werknemer in loondienst	25	19%
Werkgever/directeur van bedrijf (met personeel)	28	22%
Anders	6	5%
Type bedrijf		
Commercieel bedrijf ³	39	30%
ZZP met commercieel oogpunt	36	28%
Niet-commerciële organisatie ⁴	25	19%
ZZP zonder commercieel oogpunt	10	8%
Anders	20	15%
Sector		
Muziek en podiumkunsten	26	20%
Audiovisuele (post)productie	17	13%
Media en journalistiek	15	12%
Visuele kunsten (illustratie, strips, cartoons)	13	10%
Marketing en design	11	8%
Kunstenaars- en makersorganisaties	8	6%
Culturele koepels en beleidsorganisaties	8	6%
Musea en erfgoed	7	5%
Cultuureducatie en amateurkunst	4	3%
Anders	21	16%

Bron: Enquête Panteia

Zoals te zien in Tabel 1 is de respons op de enquête helaas niet voldoende om definitieve kwantitatief gestoelde uitspraken te doen die representatief zijn voor de culturele en creatieve sector. Mede daarom is gekozen om de focus wat meer op kwalitatieve resultaten van het onderzoek te leggen. Ook hebben wij op initiatief van de Kunstenbond ons onderzoek naast het onderzoek van de Boekmanstichting gelegd om te kijken of de resultaten (voor zover vergelijkbaar) overeen kwamen. Hiermee versterken wij de validiteit van de uitkomsten.

Als men kijkt naar de omvang van de verschillende culturele- en creatieve sector-deelgroepen in onze totale respons, komt de verdeling tussen de deelgroepen goed overeen met de verdeling die CBS rapporteert in haar statistiek *aantallen banen voor*

³ Hieronder valt ook één respondent die aangaf te werken bij een museale organisatie met winstoogmerk.

⁴ Hieronder vallen organisaties binnen de publieke sector, belangenorganisaties en museale organisaties zonder winstoogmerk.



*werknemers in deze sectoren*⁵. Hieruit bleek dat voor elke sector waarvan ons responsaantal minimaal 10 respondenten was, de grootte van deze groep ten opzichte van het totaal consequent minder dan 10% afweek van de groeps grootte t.o.v. het totaal in de data van het CBS. Alleen voor de sector Marketing en Design week de groeps grootte in de data van het CBS meer dan 10% af van het onze: de groeps grootte bedroeg 26% van het totaal in de CBS-data tegenover 8% van het totaal in onze data. Dit is te verklaren doordat de doelgroep van de Kunstenbond en het netwerk van Panteia zich voornamelijk uitstrekt over de kunstenaars, audiovisuele postproductie, illustratoren, musea en culturele koepels en beleidsorganisaties. Ook is er benoemd door de marketingbedrijven die wij gesproken hebben dat veel marketingbedrijven liever niet hun ervaringen met AI delen met de buitenwereld vanwege bedrijfsbelangen. Vergeleken met de data van het CBS is de verdeling over de sectoren van onze respondentenpopulatie dus, afgezien van Marketing en Design, vergelijkbaar met dat van de CBS.

In Hoofdstuk 2 worden de resultaten van de enquête vermeld. Bij sommige enquêtevragen rapporteren we niet alleen de uitkomsten als geheel, maar splitsen we de uitkomsten ook uit naar bepaalde respondentengroepen (dit kunnen zijn: deelsectoren, typen bedrijf of typen arbeidsrelatie). Wij vermelden dit soort uitsplitsingen alleen als de betreffende groep een afwijkend antwoord gaf ten opzichte van de totale respondentenpopulatie én minimaal 10 respondenten telt.

Om de representativiteit van ons onderzoek verder te duiden hebben wij de uitkomsten van de enquête, waar mogelijk, getoetst door middel van focusgroepen (zie volgende sectie). Daarnaast hebben wij onze resultaten waar relevant ook getoetst aan die van het onderzoek “De Impact van Generatieve AI op Werk en Inkomen in de Culturele en Creatieve Sector”, een onderzoek van de Boekmanstichting op initiatief van de Creatieve Coalitie⁶. De respondentenpopulatie van het onderzoek van de Boekmanstichting bestond uit 713 respondenten, waarvan 86% zzp’er en 14% werknemer in loondienst was. In ons onderzoek zijn zzp’ers ook oververtegenwoordigd ten opzichte van werknemers, maar wij nemen daarnaast ook werkgevers mee (22% van de totale respons). Als je de werkgevers niet meerekent lijken onze percentages op die van de Boekmanstichting: met uitzondering van de werkgevers bevat onze respondentenpopulatie 74% zzp’ers en 26% werknemers. De resultaten van het voorliggende onderzoek en het onderzoek van de Boekmanstichting zouden daarom goed met elkaar te vergelijken moeten zijn.

Tot slot is, met het oog op onderzoeksvraag 4, bij de resultaten van de enquêtevragen per vraag uiteengezet wat de (meest gekozen) antwoorden waren voor werkgevers, werknemers in loondienst en zzp’ers. Op deze manier hopen we een beeld te schetsen van de (verschillen in) visie van deze 3 partijen op de voorgelegde kwesties.

⁵ Er is voor de vergelijking gekeken naar het aantal banen van werknemers in de culturele en creatieve sector in Q3 2025 zoals gerapporteerd door het CBS. Deze data is afkomstig uit de volgende dataset: <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2025/51/arbeidsmarkt-culturele-en-creatieve-sector-2010-2025q3> Zie bijlage 2 voor de onderverdeling van Sectoren tussen het onderzoek van Panteia en de data van het CBS.

⁶ Rapport Boekmanstichting, te vinden op: https://www.boekman.nl/wp-content/uploads/2025/12/Pulicatie_Impact-AI-op-werk-en-inkomen_def.pdf.



1.4.2

Focusgroepen

Aanvullend op de enquête voerden we een aantal focusgroepen uit met respondenten van de enquête die aangaven hiervoor open te staan. In deze gesprekken gingen we dieper in op de algehele trends die uit de enquête naar voren kwamen, inventariseerden we aanvullende aandachtspunten en brachten we vooral de context van de sector in kaart die volgens deelnemers aan de focusgroepen belangrijk was voor het correct interpreteren van de resultaten.

De focusgroepen zijn zo samengesteld dat verschillende posities in de sector waren vertegenwoordigd. In totaal organiseerden we drie focusgroepen met (i) zelfstandige makers (zzp en/of in loondienst) die langer dan een jaar werkzaam waren in de creatieve of culturele sector, (ii) werkgevers, opdrachtgevers, belangenvertegenwoordigers en experts uit de culturele en creatieve sector en (iii) makers/vertegenwoordigers afkomstig uit twee specifieke deelsectoren die sterk worden geraakt door de opkomst van GenAI. Ook hielden we een interview met een vertegenwoordiger uit een specifiek werkveld binnen de culturele en creatieve sector waar GenAI tot nu toe weinig verandering brengt.

Focusgroep 1 (4 deelnemers) bracht werkgevers, belangen-/sectororganisaties en expertise vanuit kennis en onderwijs samen. De focusgroep bestond uit een vertegenwoordiger uit de werkgeverskant van de postproductie/VFX-keten, aangevuld met twee deelnemers vanuit sectorbrede ondersteunings- en kennisorganisaties en een universitair docent die zich richt op de media- en creatieve industrie.

Focusgroep 2 (3 deelnemers): in deze groep waren een specialist en leidinggevende in 3D-visualisatie/postproductie, een directeur van een netwerk-/kennisorganisatie voor illustratoren en een zelfstandig maker met expertise in motion graphics en 3D-animatie vertegenwoordigd.

Interview 1 betrof een vertegenwoordiger uit de muziekindustrie (label/managementomgeving), met verantwoordelijkheid voor marketingactiviteiten.

Focusgroep 3 (3 deelnemers) bestond uit makers die langer dan een jaar actief waren in de creatieve of culturele sector, zowel als zzp'er als vanuit een organisatie. In deze groep waren een zzp'er uit de sector graphic design, een zzp'er uit de fotografie en een deelnemer uit audiovisuele (post)productie die ook vanuit een werkgevers-/organisatierol kon reflecteren op werkprocessen.

1.5

Leeswijzer

Hoofdstuk 2 bevat resultaten van de enquête aangevuld met grafieken en uitkomsten uit de focusgroepen. Hoofdstuk 3 gaat in op conclusies en aanbevelingen.



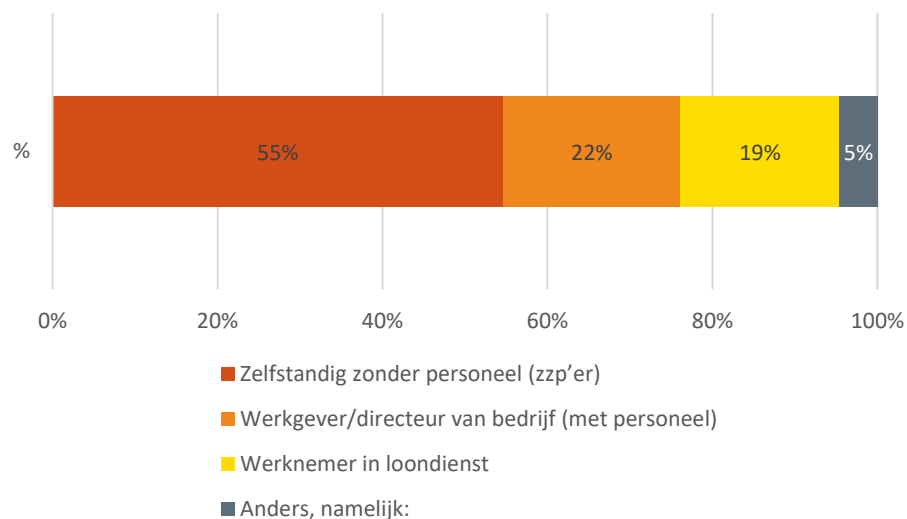
2 Resultaten

2.1 Kenmerken van de respondenten

In totaal zijn er 130 unieke respondenten meegenomen. Hiervan heeft een deel (39 respondenten) de enquête tot minimaal vraag 16 ingevuld; het overige deel (91 respondenten) vulde de enquête volledig in.

De groep bestaat uit een brede samenstelling van respondenten, afkomstig uit verschillende deelsectoren van de culturele en creatieve sector. In Figuur 1 is te zien dat het grootste deel van de respondenten (55%, 71 respondenten) werkt als zzp'er. De één-na-grootste groep bestaat uit werkgevers/directeuren van een bedrijf (22%, 28 respondenten). Werknemers in loondienst vormen een minderheid (19%, 25 respondenten), en een aantal respondenten geeft aan buiten deze 3 categorieën te vallen: hier gaat het bijvoorbeeld om gepensioneerden (3 respondenten), een bestuurslid, een student en een respondent die half in loondienst, half als zzp'er werkt.

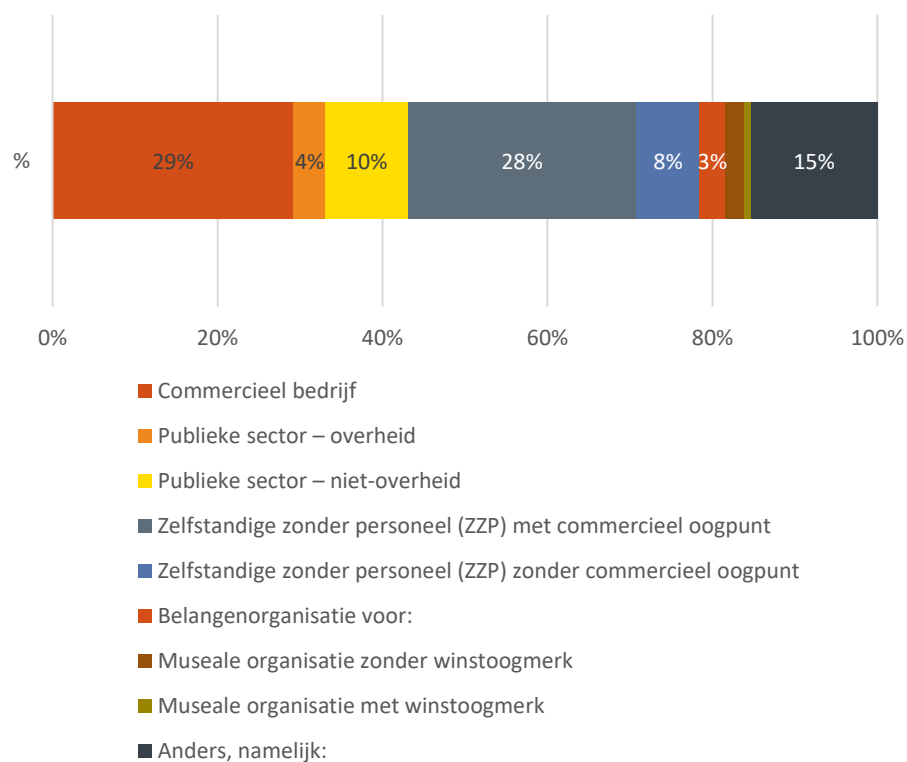
Figuur 1 Welk type werk doet u? (N = 130)



Bron: Enquête Panteia

In Figuur 2 is te zien dat 29% van de respondenten werkt voor een commercieel bedrijf; 28% werkt als zzp'er met commercieel oogpunt. De groep die 'Anders, namelijk' invulde is divers: zo geven enkele respondenten aan 'verschillende opdrachtgevers' te hebben, zijn enkele onderdeel van een 'sectorondersteunende' instelling, en geven enkele respondenten bij 'anders, namelijk' aan in welke deelsector van de creatieve/culturele sector zij werken. Dit wordt echter in een latere vraag verder behandeld (zie Figuur 4).

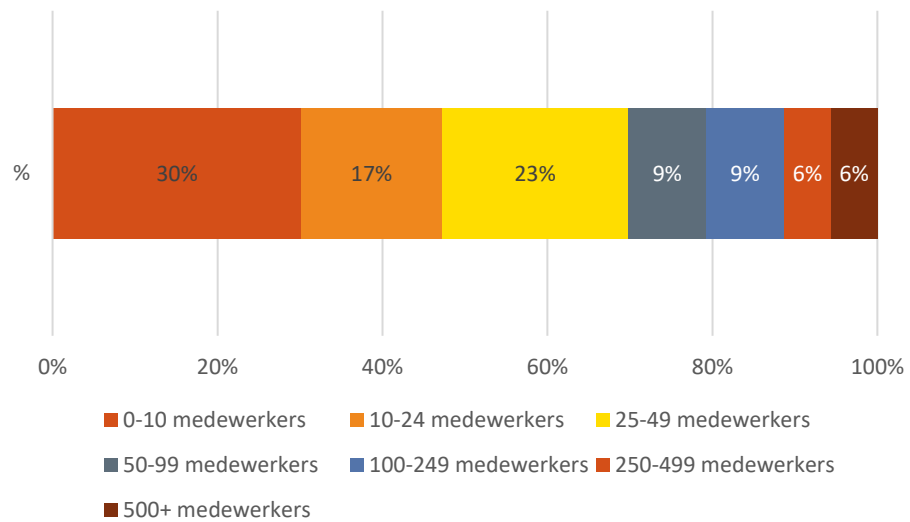
Figuur 2 Wat is het type organisatie waar u voor werkt? (N = 130)



Bron: Enquête Panteia

Op de vraag 'Hoe groot is uw bedrijf' antwoordt 30% van de respondenten '0-10 medewerkers' (zie Figuur 3). 23% werkt voor een bedrijf met 25-49 medewerkers. 17% werkt voor een bedrijf met 10-24 medewerkers. De resultaten van het onderzoek worden dus voornamelijk gedreven door de resultaten van zelfstandigen, kleine (0-24 medewerkers) en middelgrote organisaties (25-49 medewerkers).

Figuur 3 Hoe groot is uw bedrijf? (N = 53)

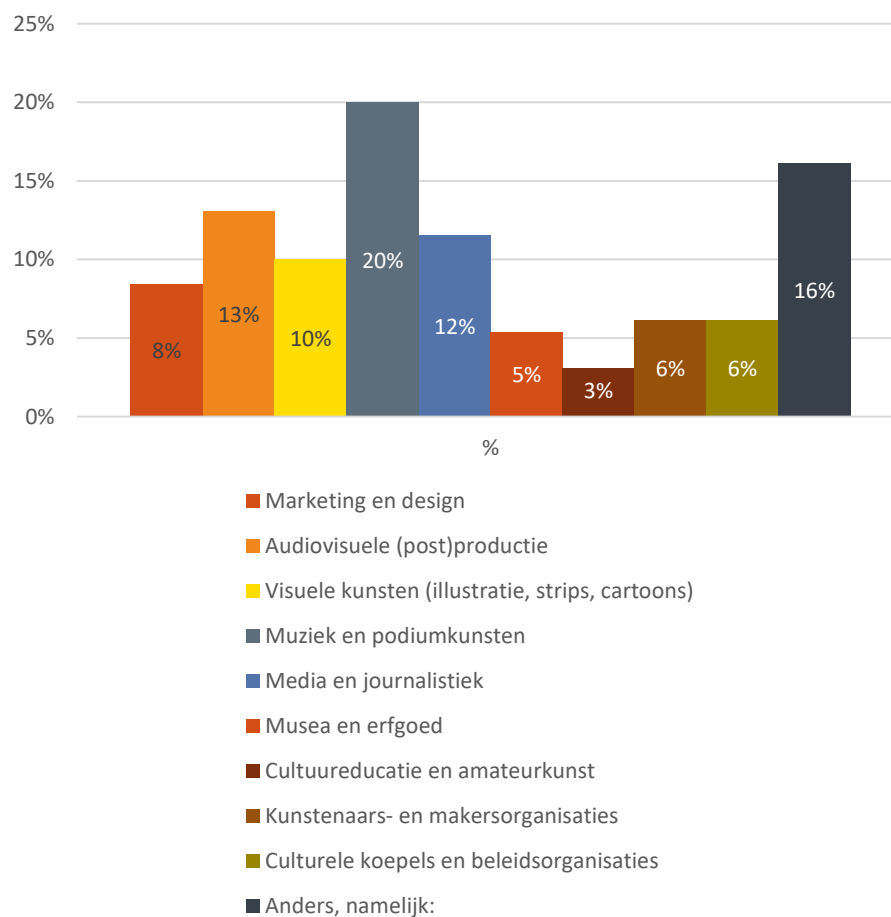


Bron: Enquête Panteia

Qua deelsectoren zien we een gevarieerd beeld onder de respondenten (zie Figuur 4). 20% van de respondenten rekent zijn/haar werkzaamheden tot de deelsector muziek en podiumkunsten (zie Figuur 4). Onder de groep 'Anders, namelijk' (16%) valt een diverse groep antwoorden, van architectonisch ontwerp tot speechschrijver en van veiligheidssignalering tot bedrijfsevenementen. 13% van de respondenten werkt in audiovisuele (post)productie. Hierna volgen media en journalistiek (12%) en visuele kunsten (10%).



Figuur 4 In welke sector bent u voornamelijk actief? (N = 130)



Bron: Enquête Panteia

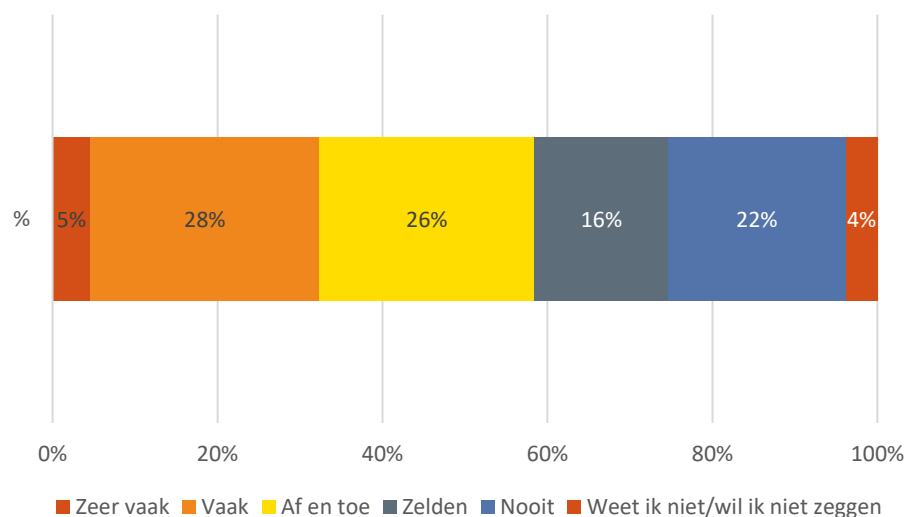
2.2 Gebruik en toepassing van AI

Uit Figuur 5 blijkt dat 28% van de respondenten GenAI vaak gebruikt op het werk. Werkgevers zijn hier uitgesprokener in dan werknemers: 11% van de werkgevers geeft aan 'zeer vaak' gebruik te maken van AI, tegenover 0% van de werknemers in loondienst.

De meest gekozen antwoordoptie is bij werkgevers 'vaak' (46%), bij werknemers in loondienst 'vaak' (48%), bij zzp'ers 'af en toe' (32%).

Maar liefst 22% van de respondenten geeft aan **nooit** gebruik te maken van GenAI. Als we dit percentage verder uitsplitsen zien we dat deze respondenten voor het grootste deel uit de groep 'zzp'ers' komen (31% van deze groep geeft aan GenAI nooit te gebruiken). De sector met het grootste aandeel respondenten dat aangeeft GenAI 'nooit' te gebruiken is de sector Visuele kunsten (illustratie, strips, cartoons): 38,5% van de respondenten uit deze sector gebruikt nooit GenAI.

Figuur 5 Hoe vaak maakt u in uw werk gebruik van GenAI? (N = 130)



Bron: Enquête Panteia

Vergelijking rapport Boekmanstichting

In het rapport van de Boekmanstichting is de vraag 'Maak je voor je werk gebruik van GenAI?' vergelijkbaar met de vraag uit Figuur 5 van dit rapport. De Boekmanstichting hanteerde de antwoordopties 'Ja, dagelijks', 'Ja, wekelijks', 'Zelden' en 'Nooit'. In vergelijking geven de respondenten in het onderzoek van de Boekmanstichting vaker aan 'Zelden' (28%) of 'Nooit' (29%) gebruik te maken van GenAI op het werk. Dit zou mede verklaard kunnen worden doordat de respondentenpopulatie van het onderzoek van de Boekmanstichting relatief meer zzp'ers bevat: ook in ons onderzoek geven zzp'ers vaker aan GenAI 'Nooit' te gebruiken (zie vorige alinea).

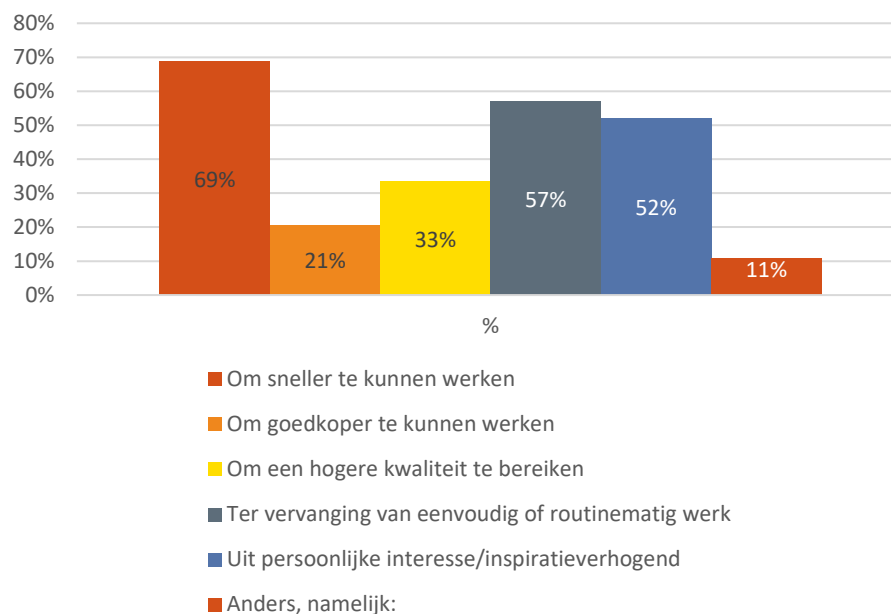
Uit Figuur 6 blijkt dat 69% van de respondenten aangeeft GenAI te gebruiken op de werkvloer 'om sneller te kunnen werken'.⁷ Ook de redenen 'ter vervanging van eenvoudig of routinematig werk' (57%) en 'uit persoonlijke interesse/inspiratieverhogend' (52%) worden vaak genoemd.

De meest gekozen antwoordoptie is bij werkgevers 'om sneller te kunnen werken' (89%), bij werknemers in loondienst 'ter vervanging van eenvoudig of routinematig werk' (72%), bij zzp'ers 'om sneller te kunnen werken' (57%).

Redenen die door respondenten bij 'Anders, namelijk:' worden genoemd, zijn bijvoorbeeld 'voor de ontwikkeling van een chatbot', 'voor visualisatiedoelinden', 'nog aan het ontdekken wat het zou kunnen betekenen voor de organisatie'. Een respondent formuleert de volgende opzienbarende reden: 'AI = macht van Big Tech. Tegenmacht organiseren vereist kennis.'

⁷ De respondenten konden bij deze vraag maximaal 3 antwoorden selecteren.

Figuur 6 Welke redenen heeft u om GenAI te gebruiken? (Meerkeuzevraag; n = 102)



Bron: Enquête Panteia

54% van de respondenten geeft aan GenAI alleen 'ter ondersteuning van werkzaamheden' in te zetten (zie Figuur 7). 32% geeft aan GenAI 'vooral ter ondersteuning, deels ter vervanging' in te zetten.

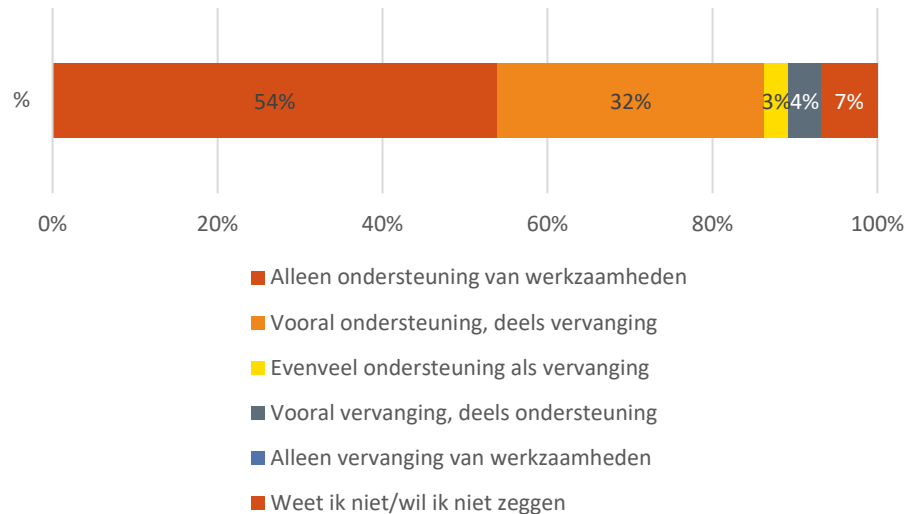
Bij werkgevers is dit beeld echter net andersom: 59% geeft aan GenAI 'vooral ter ondersteuning, deels ter vervanging' te gebruiken, en 33% geeft aan haar 'alleen ter ondersteuning' te gebruiken. De vaakst gekozen antwoordoptie is bij werknemers in loondienst en bij zzp'ers 'alleen ter ondersteuning van werkzaamheden' (resp. 40% en 71%).

Ook in de sector audiovisuele postproductie wordt GenAI vaker 'deels ter vervanging' dan 'alleen ter ondersteuning' ingezet (42% tegenover 29%).

Geen van de respondenten geeft aan GenAI 'alleen als vervanging van werkzaamheden' toe te passen.



Figuur 7 Wordt GenAI binnen uw werk voornamelijk gebruikt om werkzaamheden te vervangen of om werkzaamheden te ondersteunen (door deze simpeler, sneller of automatischer te maken)? (N = 102)



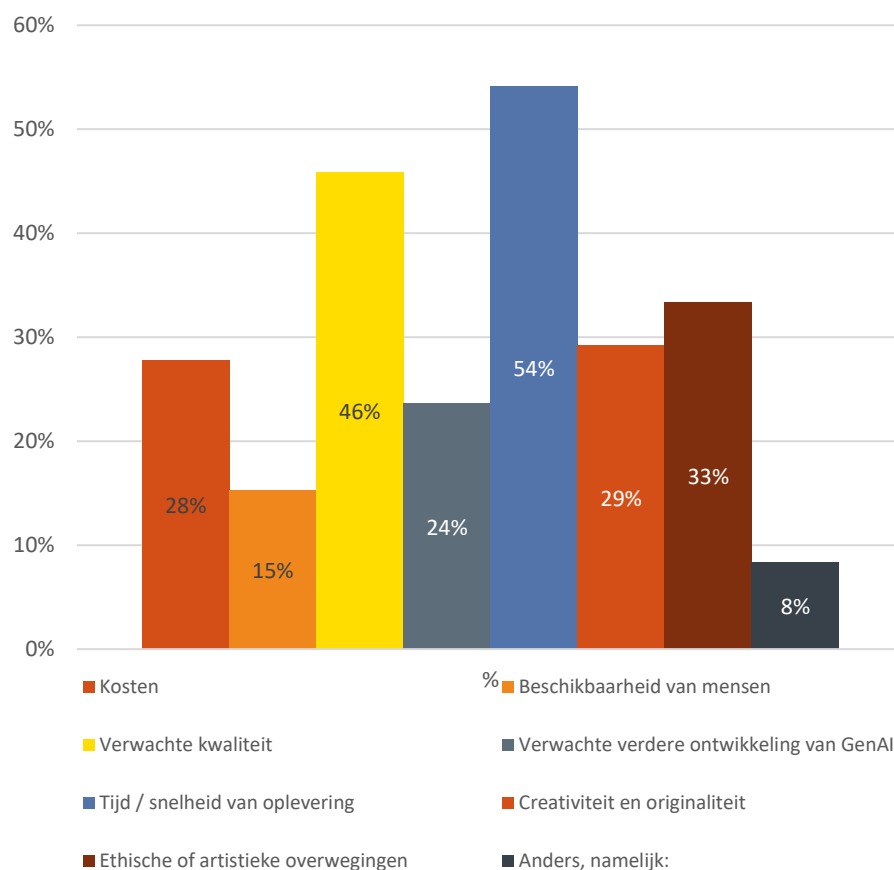
Bron: Enquête Panteia

Uit Figuur 8 wordt duidelijk dat de factoren die bij de respondenten de belangrijkste rol spelen bij de keuze tussen inzet van GenAI en inzet van mensen, 'tijd/snelheid van oplevering' (54%), 'verwachte kwaliteit' (46%) en 'ethische of artistieke overwegingen' (33%) zijn.

Zzp'ers, werknemers in loondienst en werkgevers geven allen het vaakst de reden 'Tijd / snelheid van oplevering' het vaakst genoemd (resp. 56%, 60% en 47%). Binnen Marketing en Design is 'kosten' de vaakst genoemde reden (50%), binnen audiovisuele postproductie 'verwachte kwaliteit' (55%).

Voor de werkgevers verschilt de respons op deze vraag alleen van de totale responsgroep bij de op twee na grootste factor: voor hen vormt niet 'ethische of artistieke overwegingen' maar 'verwachte verdere ontwikkeling van GenAI' (37%) de op twee na belangrijkste factor binnen de keuze tussen inzet van GenAI dan wel inzet van mensen.

Figuur 8 Welke factoren spelen voor u de belangrijkste rol bij de keuze tussen inzet van GenAI en inzet van mensen? (Meerkeuze; kies maximaal 3) (n = 72)



Bron: Enquête Panteia

In de focusgroepen kwam ditzelfde beeld naar voren. Waar vertegenwoordigers van belangenorganisaties en sommige zzp'ers vonden dat *ethische of artistieke overwegingen* nadruk moesten krijgen bij de keuze tussen inzet van GenAI of mensen (vaak leidend tot een negatief oordeel over GenAI), noemden werkgevers – net als sommige zzp'ers – juist de *verwachte verdere ontwikkeling van GenAI* als de belangrijkste factor bij deze keuze. Hierbij gaven werkgevers afkomstig uit audiovisuele (post)productie aan dat ze wel mee móeten in de ontwikkelingen in AI, om het hoofd boven water te houden. Bij zzp'ers heeft 'het eigen hoofd boven water houden' momenteel de hoogste prioriteit. Zo gaven twee afzonderlijke deelnemers uit de 3D-animatie aan er rekening mee te houden dat hun sector gezien de ontwikkelingen er over een paar jaar mogelijk onherkenbaar anders uitziet. Eén van hen merkte op dat het verdwijnen van deelsectoren binnen de culturele en creatieve sector in zekere zin 'van alle tijden' is en achtte het reëel dat de sector binnen enkele jaren grotendeels zou kunnen verdwijnen.

Wat voor de belangenorganisaties – en sommige zzp'ers – juist als belangrijkste punt naar boven kwam in deze kwestie, was het feit dat GenAI op ethisch vlak onverdedigbaar zou zijn. Doordat de AI-modellen zonder toestemming zijn getraind

op het materiaal van talloze werkenden in de culturele en creatieve sector, zou deze werkenden schade zijn aangedaan die op zijn minst vergoed zou moeten worden. Dit 'rectificeren'/'repareren' van het verleden verdiende volgens hen prioriteit boven het 'anticiperen' op ontwikkelingen in de toekomst.

2.3 Opvattingen over effectiviteit van AI

In Tabel 2 zien we de respons op de vraag 'Bij welke activiteiten doet GenAI het werk volgens u slechter, even goed of beter dan uzelf?'. Het hoogste percentage per taak is oranje gemarkeerd, het laagste percentage grijs. Er is per taak een zeker percentage respondenten dat de vraag open heeft gelaten.

Bij 'repetitief correctiewerk (spelling, ondertiteling, metadata)' doet GenAI het volgens 46% van de respondenten beter dan de mens. Nagenoeg geen enkele respondent vindt dat GenAI het beter doet dan de mens bij 'werk waarbij de inhoudelijke kwaliteit van het eindproduct belangrijk is' en 'werk waarbij creativiteit belangrijk is'.

In de verdere uitsplitsing van de resultaten onder de verschillende doelgroepen van de enquête vinden we enkele resultaten die niet corresponderen met de *gemiddelde* resultaten bij de genoemde activiteit:

- **Subsidieaanvragen opstellen:**
 - Van de **zzp'ers** beoordeelt 33% GenAI als 'even goed' in deze activiteit als mensen.
 - Bijna alle sectoren beschouwen GenAI als 'even goed' of zelfs 'beter' dan mensen in deze activiteit; in de deelsector Visuele kunsten beschouwt 75% GenAI als 'slechter' dan mensen in deze activiteit.
- **E-mails of nieuwsbrieven schrijven:**
 - 39% van de respondenten werkzaam bij een **commercieel bedrijf** beschouwt GenAI als 'beter' dan mensen in deze activiteit.
 - In de meeste sectoren beschouwt de meerderheid GenAI als 'even goed' of zelfs 'beter' dan mensen in deze activiteit. Er zijn 3 uitzonderingen: in de deelsectoren Visuele kunsten en Musea en erfgoed beschouwt 75% GenAI als 'slechter' dan mensen in deze activiteit; in de sector Media en Journalistiek 54%.
- **Marketingmateriaal maken (bijv. campagnes, visuals, banners):**
 - 29% van de respondenten werkzaam bij een **commercieel bedrijf** beschouwt GenAI als 'even goed' als mensen in deze activiteit; 29% van deze groep beschouwt GenAI als 'beter'.
- **Video's bewerken of eenvoudige postproductie uitvoeren:**
 - 29% van de respondenten werkzaam bij een **commercieel bedrijf** beschouwt GenAI als 'slechter' dan mensen in deze activiteit; 29% van deze groep beschouwt GenAI als 'even goed'.
 - 31% van de respondenten werkzaam binnen de deelsector **audiovisuele postproductie** beschouwt GenAI als 'slechter' dan mensen in deze activiteit; 31% van deze groep beschouwt GenAI als 'even goed'.

- 50% van de respondenten binnen de deelsector **muziek en podiumkunsten** beschouwt GenAI als 'beter' dan mensen in deze activiteit.
- **Illustraties of stock-achtige beelden maken:**
 - 48% van de **werkgevers** beschouwt GenAI als 'beter' dan mensen in deze activiteit.
 - 32% van de respondenten werkzaam bij een **commercieel bedrijf** beschouwt GenAI als 'beter' dan mensen in deze activiteit.
 - 39% van de respondenten binnen de deelsector **audiovisuele postproductie** beschouwt GenAI als 'beter' dan mensen in deze activiteit.
- **Muziek of sounddesign leveren voor standaarddoeleinden (bijv. jingles, achtergrondmuziek):**
 - 38% van de **werkgevers** beschouwt GenAI als 'beter' dan mensen in deze activiteit.
 - 36% van de respondenten werkzaam bij een **commercieel bedrijf** en 67% van de respondenten werkzaam bij een **NGO binnen de publieke sector** beschouwt GenAI als 'beter' dan mensen in deze activiteit.
 - 31% van de respondenten binnen de deelsector **audiovisuele postproductie** beschouwt GenAI als 'even goed'; 31% als 'beter' dan mensen in deze activiteit.
- **Repetitief correctiewerk doen (spelling, ondertiteling, metadata):**
 - 50% van de **zzp'ers zonder commercieel oogpunt** beschouwt GenAI als 'slechter' dan mensen in deze activiteit.
 - 46% van de respondenten binnen de deelsector **media en journalistiek** beschouwt GenAI als 'slechter' dan mensen in deze activiteit.
- **Conceptschetsen of brainstormideeën genereren:**
 - 48% van de **werkgevers** beschouwt GenAI als 'beter' dan mensen in deze activiteit, net als 46% van de respondenten werkzaam bij een **commercieel bedrijf**.
 - 31% van de respondenten binnen de deelsector **audiovisuele postproductie** beschouwt GenAI als 'beter'; 31% als 'slechter' dan mensen in deze activiteit.
 - 42% van de respondenten binnen de deelsector **muziek en podiumkunsten** beschouwt GenAI als 'beter'; 42% als 'slechter' dan mensen in deze activiteit.

Tabel 2 Bij welke activiteiten doet GenAI het werk volgens u slechter, even goed of beter dan uzelf? (N = 82)

	GenAI slechter	GenAI even goed	GenAI beter	Open antwoord
Subsidieaanvragen opstellen	34%	29%	22%	15%
E-mails of nieuwsbrieven schrijven	34%	29%	26%	11%
Marketingmateriaal maken (bijv. campagnes, visuals, banners)	40%	26%	20%	14%
Video's bewerken of eenvoudige postproductie uitvoeren	37%	23%	22%	18%

Volledige video(clips)/animaties maken	54%	16%	11%	19%
Illustraties of stock-achtige beelden maken	40%	20%	26%	14%
Muziek of sounddesign leveren voor standaarddoeleinden (bijv. jingles, achtergrondmuziek)	33%	30%	17%	20%
Repetitief correctiewerk doen (spelling, ondertiteling, metadata)	20%	23%	46%	11%
Conceptschetsen of brainstormideeën genereren	35%	22%	30%	13%
Werk waarbij de inhoudelijke kwaliteit van het eindproduct belangrijk is	76%	12%	0%	12%
Werk waarbij creativiteit belangrijk is	67%	18%	1%	14%

Bron: Enquête Panteia

In Tabel 3 zien we dat gemiddeld 75% van de respondenten bij de genoemde taken geen overstap naar GenAI overweegt. Als binnen een bepaalde respondentengroep **minder dan 50%** overwoog géén overstap naar GenAI te maken voor de genoemde activiteiten, is deze groep meegenomen bij de lijst van uitschieters hieronder. Binnen deze respondentengroep overwoog dan namelijk de meerderheid wel degelijk een overstap naar GenAI (los van de vraag of ze dit zouden doen wanneer GenAI goedkoper, even duur of duurder zou zijn dan mensen voor de genoemde activiteit).

Binnen de volgende groepen gaf **minder dan 50%** van de respondenten aan géén overstap naar GenAI te overwegen voor de genoemde activiteiten:

- **E-mails of nieuwsbrieven schrijven:**
 - 48% van de **werkgevers** overweegt **géén overstap naar GenAI** voor deze activiteit.
 - 43% van de respondenten werkzaam bij een **commercieel bedrijf** overweegt **géén overstap naar GenAI** voor deze activiteit.
- **Marketingmateriaal maken (bijv. campagnes, visuals, banners):**
 - 48% van de **werkgevers** overweegt **géén overstap naar GenAI** voor deze activiteit.
- **Video's bewerken of eenvoudige postproductie uitvoeren:**
 - 48% van de **werkgevers** overweegt **géén overstap naar GenAI** voor deze activiteit.
- **Repetitief correctiewerk doen (spelling, ondertiteling, metadata):**
 - 48% van de **werkgevers** overweegt **géén overstap naar GenAI** voor deze activiteit.
 - 46% van de respondenten werkzaam bij een **commercieel bedrijf** overweegt **géén overstap naar GenAI** voor deze activiteit.
 - 47% van de respondenten werkzaam in de **muziek en podiumkunsten** overweegt **géén overstap naar GenAI** voor deze activiteit.

Tabel 3 Op welk punt u verwacht dat u overstapt naar het gebruik van GenAI voor de gegeven activiteiten? (N = 101)

	Overstap naar GenAI als activiteit hiermee 10% goedkoper wordt	Overstap naar GenAI als activiteit hiermee even duur blijft	Overstap naar GenAI als activiteit hiermee 10% duurder wordt	Geen overstap naar GenAI
Subsidieaanvragen opstellen	8%	13%	6%	73%
E-mails of nieuwsbrieven schrijven	8%	16%	6%	70%
Marketingmateriaal maken (bijv. campagnes, visuals, banners)	12%	13%	7%	68%
Video's bewerken of eenvoudige postproductie uitvoeren	12%	7%	9%	72%
Illustraties of stock-achtige beelden maken	11%	10%	7%	72%
Muziek of sounddesign leveren voor standaarddoeleinden (bijv. jingles, achtergrondmuziek)	9%	7%	6%	78%
Repetitief correctiewerk doen (spelling, ondertiteling, metadata)	12%	15%	9%	64%
Conceptschetsen of brainstormideeën genereren	5%	20%	3%	72%
Werk waarbij de inhoudelijke kwaliteit van het eindproduct belangrijk is	2%	7%	3%	88%
Werk waarbij creativiteit belangrijk is	2%	6%	4%	88%

Bron: Enquête Panteia

Ook werd de respondenten gevraagd aan te geven waar GenAI specifiek bij tekort schiet wat betreft **werk waarbij de inhoudelijke kwaliteit belangrijk is**. Enkele illustratieve antwoorden:

<p><i>'De analyse van AI is afhankelijk van de input. Tot nu toe heb ik altijd zelf mijn analyse moeten voeren aan AI om er een inhoudelijk kwalitatief resultaat uit te krijgen of het nou gaat om een ontwerp, een projectplan of een concept.'</i></p>	<p><i>'[...] [H]et betreft hier werk waar de ervaring van een artist met een goed oog belangrijk is qua sturing. De uitkomst van bepaalde AI-processen is niet verenigbaar met het bereiken van een visie van een regisseur of het intensief werkbaar maken van AI-trajecten binnen bepaalde VFX processen. Denk aan specifieke timing van een animatie, hele lokale</i></p>	<p><i>'Het samenbrengen in een ruimtelijk ontwerp van de veelheid van complexe eisen die aan een architectonisch ontwerp voor bijvoorbeeld een nieuw gestapeld sportcomplex worden gesteld. Hiervoor is (nog) geen werkmethodek voorhanden die AI zou kunnen uitvoeren.'</i></p>
---	--	--

aanpassingen binnen shots of elementen, etc. Dit zal echter een kwestie van tijd zijn voordat er UI's bovenop de nu bekende workflows komen [...].'

'Er is altijd (eind)redactie nodig i.v.m. finesses in (vak)taalgebruik.'

'Werk waarbij de eigen werkwijze de nadruk moet krijgen.'

'Een analyse van bijvoorbeeld fondsen om aan te schrijven was heel beperkt.'

'In ons geval het in elkaar zetten van reizen. Hierbij zal AI in clichés en vooroordelen blijven hangen. Klanten beginnen dat al door te krijgen en vragen om individuele begeleiding.'

'Bijvoorbeeld bij vertalingen; er blijft een controle door een mens noodzakelijk omdat de interpretatie door AI verkeerd kan zijn. Dit kan veel geld kosten.'

'Verantwoording naar besturen en derde-partijen; AI bepaalt minder goed het 'gewicht' van de samenstellende elementen dan ik persoonlijk doe.'

Daarnaast werd de respondenten gevraagd aan te geven waar GenAI specifiek bij tekort schiet wat betreft **werk waarbij creativiteit belangrijk is**. Enkele illustratieve antwoorden:

'Werk waarvoor een mens als regisseur nodig is. AI kan niet regisseren, inhoudelijk denken en creatieve keuzes maken. Het is een algoritme dat complex stuurt op heel veel gemiddelden. Complexiteit is geen intelligentie.'

'Vanaf scratch iets met GenAI maken levert doorgaans vrij random resultaten op. Alsof je met hagel schiet en dan maar verder gaat met wat je wordt aangereikt. Dus in die zin werkt dat minder goed. Een basis die door een artist is gecreëerd en waar AI mee verder gaat is een ander verhaal en de workflow die we momenteel toepassen.'

'Lokalisatie/vertalen van publieksinformatie over gevoelige onderwerpen, waarbij de berichtgeving aangepast moet worden voor verschillende doelgroepen op verschillende leesniveaus.'

'Creativiteit is ook inventiviteit én kwaliteit. Ik herken direct als iemand zijn bijdragen via voornamelijk AI heeft geschreven; ik heb daar dan een mening (lees: vooroordeel) bij.'

'Wanneer je veel variatie wil hebben dan vind ik AI vaak te eentonige resultaten geven. Wel vind ik het heen en weer pingen tussen AI en zelf onderdelen maken heel interessant werken.'

'Illustratie werk, maar ook muziek, animatie e.d. het heeft geen originaliteit. Je herkent AI aan een bepaalde stijl en de uitwerking is niet creatief.'

'Ik denk dan aan alle disciplines.'

'Alles, GenAI is niet creatief en origineel.'

'AI heeft toch een bepaalde denkwijze en je mist daarom verdieping en nieuwe ideeën.'

Uit de focusgroepen komt naar voren dat er behoefte is aan meer tools voor makers; er zijn steeds meer tools beschikbaar, maar die zijn vaak niet op maat gemaakt voor elke specifieke doelgroep, maar zijn gemaakt door hele technische mensen die zelf wellicht geen ervaring hebben in de creatieve deelsector waarin de AI-tool toegepast kan worden. Als deze tools met meer oog voor de doelgroep worden gemaakt, ligt hier een groot potentieel voor werkenden in de creatieve sector.

Wel wordt er genoemd dat de toekomst nog zal moeten uitwijzen wat de abonnementsprijzen voor tools als ChatGPT gaan worden op het moment dat de grote Amerikaanse AI-bedrijven de stap maken om rendabel te worden i.p.v. verlies te draaien. Als de abonnementsprijzen voor ChatGPT ineens torenhoog worden (geen ondenkbaar scenario, gezien de torenhoge investeringen die zijn gedaan in het moederbedrijf), zal de marktwerking er mogelijk voor zorgen dat mensenwerk opnieuw de overhand krijgt in de creatieve sector.

2.4 Markteffecten van AI

Uit Figuur 9 wordt duidelijk dat 47% van de respondenten (nog) helemaal geen negatieve prijsdruk op hun werk zegt te ervaren als gevolg van de opkomst van GenAI. Opgeteld zo'n 38% ervaart in meerdere of mindere mate wél negatieve prijsdruk (19% in geringe mate, 12% in zekere mate, 5% in sterke mate, 1% in zeer sterke mate). Zo'n 7% ervaart deze prijsdruk in sterke of zeer sterke mate (respectievelijk 5% en 2%). Binnen **audiovisuele (post)productie** ervaart 24% 'in zekere mate' negatieve prijsdruk; binnen **visuele kunsten (illustratie, strips, cartoons)** is dit 31%.

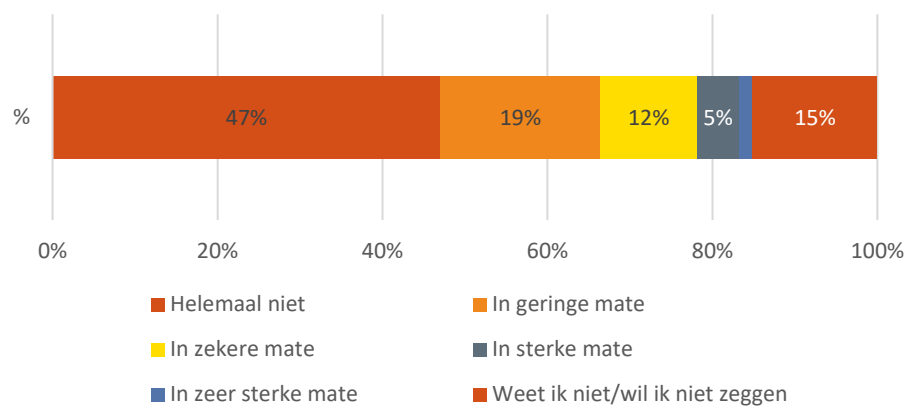
De vaakst gekozen antwoordoptie is bij werkgevers en zzp'ers 'helemaal niet' (resp. 42% en 50%), bij werknemers in loondienst 'helemaal niet' en 'weet ik niet' (allebei 41%).

Van de werkgevers zegt 27% 'in zekere mate' negatieve prijsdruk te ervaren.

Van de respondenten werkzaam bij een commercieel bedrijf ervaart 23% 'in zekere mate' negatieve prijsdruk.



Figuur 9 In welke mate ervaart u negatieve prijsdruk op uw werk door het gebruik van GenAI? (N = 119)



Bron: Enquête Panteia

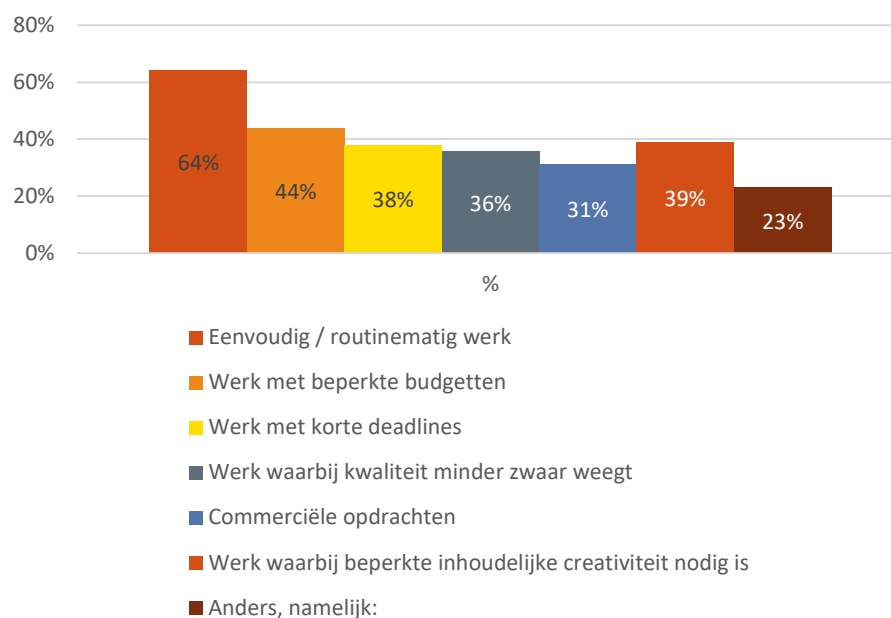
Figuur 10 toont bij welk type werkzaamheden volgens de respondenten sneller gekozen wordt voor GenAI in plaats van mensen. 64% ervaart dat bij 'eenvoudig / routinematig werk' sneller wordt gekozen voor inzet van GenAI in plaats van mensen. 44% vindt dit het geval bij 'werk met beperkte budgetten'. Bij 'werk waarbij beperkte inhoudelijke creativiteit nodig is' ervaart 39% dat GenAI hier eerder voor wordt ingezet dan mensen.

De vaakst gekozen antwoordoptie is bij werkgevers, werknemers in loondienst en zzp'ers 'eenvoudig en routinematig werk' (resp. 83%, 82% en 51%).

Binnen de verschillende deelgroepen van het onderzoek werd bij deze vraag geen noemenswaardige variatie in gevonden.



Figuur 10 Bij welk type werkzaamheden wordt in uw ervaring sneller gekozen voor inzet van GenAI in plaats van mensen? (Meerkeuzevraag; n = 87)



Bron: Enquête Panteia

Bij de verschillende mogelijke antwoorden op de vraag in Figuur 10 vroegen we de respondenten voorbeelden van dit soort werkzaamheden te noemen. Enkele illustratieve antwoorden:

Eenvoudig / routinematig werk:

- 'Eerste conceptversies van socialmediaposts of captionvarianten maken. Samenvattingen schrijven van webinars, verslagen of interviews.'
- 'Inkleuren, achtergronden invullen met Photoshop.'
- 'Korte artikelen op social media schrijven.'
- 'Controleren of documenten volledig ingevuld zijn/ alle informatie compleet is.'
- 'Mail beantwoorden.'

Werk met beperkte budgetten:

- 'Blogposts of artikelen herschrijven op basis van bestaande content. Campagneslogans of copyvarianten genereren voor A/B-tests.'
- 'Low- en mid-end videoproducties/reclamecampagnes.'
- 'Geboortekaartjes voor particulieren, club krantjes, logo's voor kleine bedrijfjes.'
- 'Bij subsidies die ervan uitgaan dat je met vrijwilligers werkt die gerichte productie kunnen leveren.'
- 'Pre-productie, wanneer budget nog niet of nauwelijks aanwezig is.'

Werk met korte deadlines:

- 'Ad-hoc nieuwsbrieven of social updates bij last-minute aankondigingen. Snelle ondertiteling of voice-over via AI-tools.'
- 'Snelle posts rond actuele thema's.'
- 'Subsidieaanvragen / fondsenwerving.'
- 'Data invoeren in systemen wat wekelijks moet gebeuren.'
- 'Als er wordt verwacht dat je een logo in twee weken ontworpen hebt.'

Werk waarbij kwaliteit minder zwaar weegt:

- 'Automatische samenvattingen van rapporten voor intern gebruik. FAQ-teksten of chatbots voor standaardvragen.'
- 'Het werk dat we eerder door lage-loon-freelancers uit lieten voeren.'
- 'Always-on online wegwerpmedia.'
- 'Controleren van e-mails op spelfouten.'
- 'Data invoeren aan de achterkant van de site.'

Commerciële opdrachten:

- 'Persona's of customer journeys genereren als startpunt voor brainstormen. Copyvarianten testen (headline-optimalisatie, CTA's).'
- 'Magazines die vooral trendgevoelige en/of decoratieve illustraties willen. Grote bedrijven die illustraties willen voor hun jaarverslag.'
- 'Voice-over.'
- 'Mij werd gevraagd om een logo, huisstijl en website te maken voor een AI-prijs in een AI-tijd (2 weken voor kerst).'

Werk waarbij beperkte inhoudelijke creativiteit nodig is:

- 'Standaardformats vullen (bijv. eventaankondigingen, samenvattingen van publicaties). Korte Q&A's of tips afleiden uit bestaande kennisbronnen.'
- 'Muziek voor reclames, jingles.'
- 'Eenvoudig VFX werk.'

Anders, namelijk:

- 'Vervangen van onderdelen in foto's. Schrijven van website teksten voor eigen gebruik. Vibe coding, het schrijven van scripts om werk en de webshop te automatiseren.'
- 'We zijn nog bezig met opzetten pilots.'
- 'Het is niet in plaats van, het is ondersteunend aan de mensen. Samenvattingen maken, een brainstorm mee vormgeven, een presentatietemplate toepassen, etc.'

Voor de deelnemers aan de focusgroepen is één ervaring zeer sprekend: vaak hebben opdrachtgevers de verwachting dat AI een bepaalde taak *zou kunnen* doen. Hierdoor houden ze de hand op de portemonnee wat betreft budget. Of de taak ook echt kan met AI, is echter in veel gevallen nog maar de vraag. Voor simpele, redelijk ongecompliceerde opdrachten zoals een social media post voor een bedrijf kan AI inderdaad uitkomst bieden. Maar voor complexe creatieve taken is (in dit stadium van AI-ontwikkeling) vaak nog veel meer nodig dan alleen een goed geformuleerd prompt. Toch zien veel makers de budgetten van hun opdrachtgevers afnemen, onder andere door deze vaak ongegronde verwachting 'dat AI de opdracht wel zal kunnen uitvoeren'.



In één van de focusgroepen spraken wij een vertegenwoordiger van een bedrijf uit de audiovisuele postproductie / VFX en 3D-animatie met tussen de 15 en 20 mensen in dienst, die vertelde dat de verhouding tussen zogenaamde ‘flagship content’ en ‘wegwerpcontent’ aanzienlijk aan het veranderen is. Het bedrijf merkt dat de vraag naar hoogwaardige, diepgaande content die goed past binnen een bredere contentmarketingstrategie van een merk (‘flagship content’) aan het afnemen is, en dat daar een steeds grotere voorkeur van opdrachtgevers voor ‘wegwerpcontent’ tegenover staat: content waarvoor het in principe niet uitmaakt wie of wat het maakt, waarvoor kwantiteit zwaarder weegt dan kwaliteit, en dat geen diepgaande binding heeft met een bepaalde contentmarketingstrategie van een merk.

Reclamebureaus leunen volgens meerdere deelnemers aan de focusgroepen steeds sterker op wegwerpcontent – content die mede door de opkomst van AI minder vaak aan creatieve bureaus wordt uitbesteed en vaker aan freelancers. Dit betekent in de praktijk dat het aantal opdrachten voor zulke creatieve bedrijven zeer sterk afneemt de laatste maanden, net als de hoogte van het budget dat beschikbaar wordt gesteld per opdracht. Dat maakt dat sommige bedrijven in zwaar water verkeren.

Niet alleen voor VFX en 3D-animatie, maar ook voor commerciële jingles zien deelnemers dat opdrachten minder vaak worden uitbesteed aan externe bureaus. De markt voor stockfotografie wordt in meerdere focusgroepen zelfs genoemd als een markt die aan het uitsterven is, door de opkomst van bruikbare AI-gegenereerde alternatieven voor stock-foto’s.

Over het algemeen wordt geconstateerd dat hoe meer een commercieel bedrijf zich richt op een zeer specifieke ‘niche’ binnen de creatieve sector, hoe meer gevaar dit bedrijf loopt op negatieve prijsdruk als gevolg van AI. Zulke kwetsbare niches zijn bijvoorbeeld 3D-karakteranimatie en productfotografie. Vanuit de focusgroepen rijst het beeld dat AI-toepassingen en AI-gegenereerde alternatieven in deze niches menselijke arbeidskrachten de markt uit prijzen.

Buiten de commerciële sector zien deelnemers aan de focusgroepen ook een probleem ontstaan: het aantal subsidieaanvragen dat wordt ingediend voor kunst- en cultuurfondsen is enorm toegenomen door de komst van AI. Het is steeds makkelijker geworden om een overtuigende subsidieaanvraag te schrijven. Hierdoor worden fondsen overvraagd en drogen de inkomstenbronnen van bestaande initiatieven sneller op – omdat deze initiatieven voor hun financiering moeten concurreren met een enorm aantal nieuwe subsidieaanvragen. Hetzelfde geldt voor aanvragen voor academisch PhD- en postdoctoraal onderzoek: het aantal aanvragen, en daarmee de concurrentie, neemt sinds de komst van AI enorm toe.

2.5 Effecten van AI op werkgelegenheid

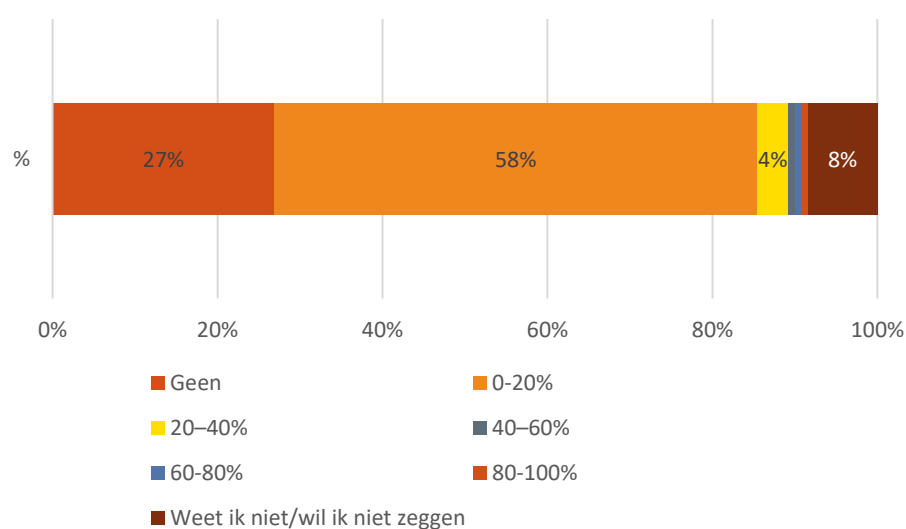
Uit Figuur 11 wordt duidelijk dat 27% van de respondenten ziet dat **geen** van de taken op het werk momenteel door GenAI wordt uitgevoerd. 58% van de respondenten schat dat GenAI voor 0-20% van de taken overneemt.



De vaakst gekozen antwoordoptie is bij werkgevers, werknemers in loondienst en zzp'ers '0-20%' (resp. 75%, 60% en 55%).

Tussen de verschillende deelgroepen respondenten van het onderzoek zijn hier geen noemenswaardige afwijkende resultaten te zien.

Figuur 11 Welk deel (gemeten in gewerkte uren ten opzichte van totale uren) van uw werkzaamheden wordt momenteel door GenAI uitgevoerd? (N = 130)



Bron: Enquête Panteia

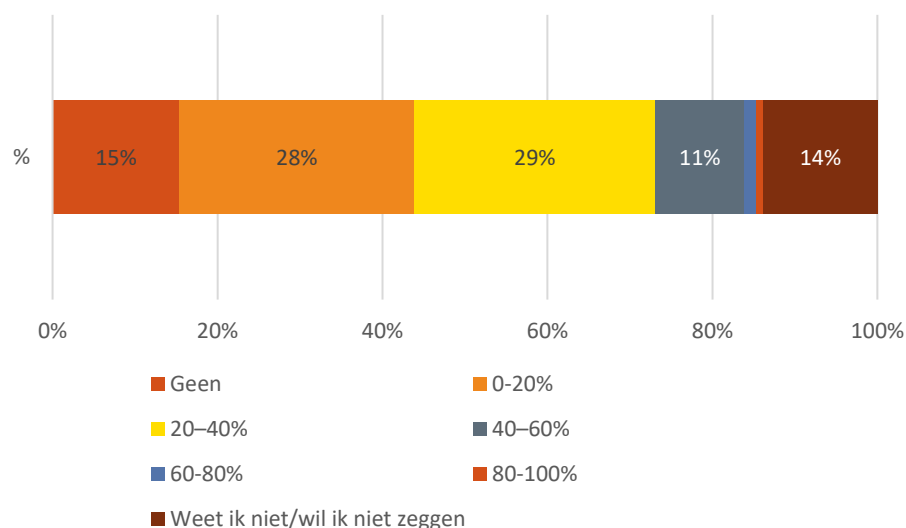
Kijkend naar de vraag hoe dit plaatje er **over 2 jaar** uit zal zien, geven de respondenten echter veel diversere antwoorden (zie Figuur 12). 29% geeft aan te denken dat dan maar liefst 20% tot 40% van de taken op het werk uitgevoerd zullen worden door GenAI.

De vaakst gekozen antwoordoptie is bij werkgevers '0-20%' en '20%-40%' (allebei 29%), bij werknemers in loondienst '20-40%' (44%), bij zzp'ers '0-20%' (30%).

In de subgroep respondenten die werken bij een **commercieel bedrijf** heerst dit beeld al sterker (40% kiest voor de antwoordoptie 20-40%), net als bij de sectoren **marketing en design**, **visuele kunsten** en **muziek en podiumkunsten** (respectievelijk 36%, 39% en 39% van de respondenten koos voor 20-40%).



Figuur 12 Welk deel (gemeten in gewerkte uren ten opzichte van totale uren) van uw werkzaamheden wordt naar verwachting over 2 jaar door GenAI uitgevoerd? (N = 130)



Bron: Enquête Panteia

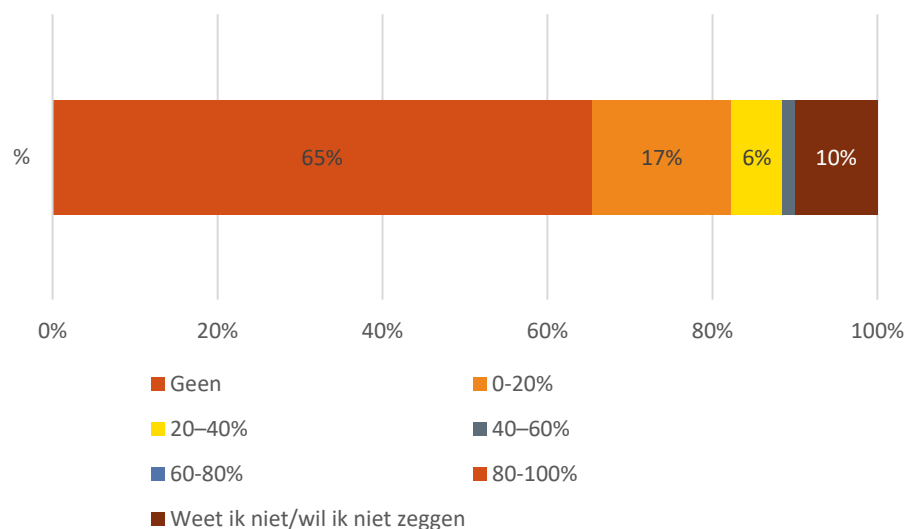
In Figuur 13 is te zien dat voor 65% van de respondenten momenteel nog geen omzet wordt gegenereerd door GenAI. Dit beeld is vergelijkbaar onder de deelgroepen van het onderzoek.

De vaakst gekozen antwoordoptie is bij werkgevers, werknemers in loondienst en zzp'ers 'geen' (resp. 46%, 68% en 69%).

Vergelijking met Boekmanstichting

Tabel 1 uit het rapport van de Boekmanstichting stelt dat 29,3% van hun respondenten nooit gebruik maakt van GenAI. Dit komt ongeveer overeen met onze percentages. Van de zzp'ers in hun onderzoek stelt ongeveer 65% dat GenAI de werkgelegenheid in hun beroep of sector zal verminderen, dit is bij werknemers in loondienst ongeveer 35%. Onze resultaten komen op dit vlak dus meer overeen met de resultaten van de werknemers in loondienst. Hierbij is het belangrijk om in het achterhoofd te houden dat ons onderzoek zich focust op een kortere tijdshorizon van twee jaar.

Figuur 13 Welk percentage van uw omzet wordt momenteel gegenereerd door GenAI? (N = 130)



Bron: Enquête Panteia

40% van de respondenten denkt dat ook over 2 jaar GenAI nog geen omzet zal genereren binnen de eigen werksituatie (zie Figuur 14).

Opvallend is echter dat **werkgevers** bij deze vraag even vaak voor de optie 'geen omzet' als '0-20% van de omzet' kiest (beide 25%). Daarmee zijn zij iets 'optimistischer' gestemd dan de gemiddelde respondent.

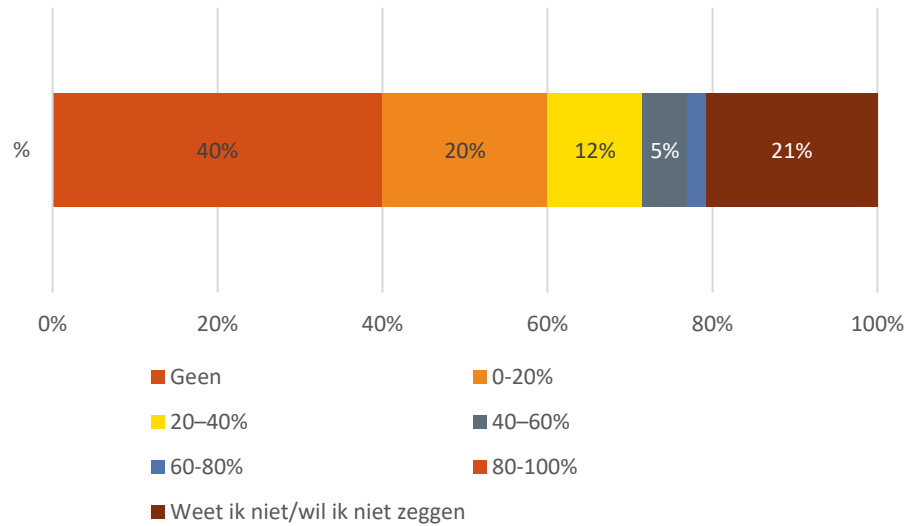
De vaakst gekozen antwoordoptie is bij werknemers in loondienst en zzp'ers 'geen omzet' (resp. 44% en 41%).

Bij de respondenten werkzaam bij **commerciële bedrijven** ligt het percentage dat voor '0-20% van de omzet' kiest op 26%. Dit tegenover 23% die 'geen omzet' verwacht.

In **marketing en design** verwacht 36% dat GenAI over 2 jaar 0-20% van de omzet genereert. In **media en journalistiek** is dit 33%.



Figuur 14 Welk percentage van uw omzet / de omzet in uw organisatie / de omzet bij uw werkgever / de omzet van uw achterban wordt naar verwachting over 2 jaar gegeneerd door GenAI? (N = 130)

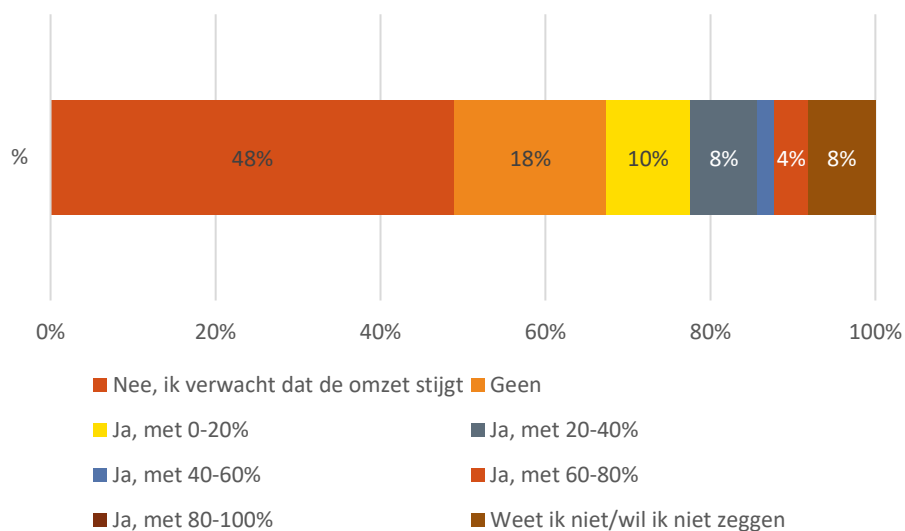


Bron: Enquête Panteia

Aan de respondenten die aangaven te verwachten dat GenAI in de komende twee jaar een zeker percentage van de omzet gaat genereren, werd de vervolgvraag gesteld of zij verwachten dat de omzet op het werk in de komende twee jaar als geheel lager wordt – of juist hoger (zie Figuur 15). 48% verwacht dat de omzet zal stijgen.

De vaakst gekozen antwoordoptie is bij werkgevers, werknemers in loondienst en zzp'ers 'nee, ik verwacht dat de omzet stijgt' (resp. 56%, 80% en 39%).

Figuur 15 Verwacht u dat uw omzet / de omzet van het bedrijf waar u voor werkt in de komende twee jaar lager wordt? (N = 50)

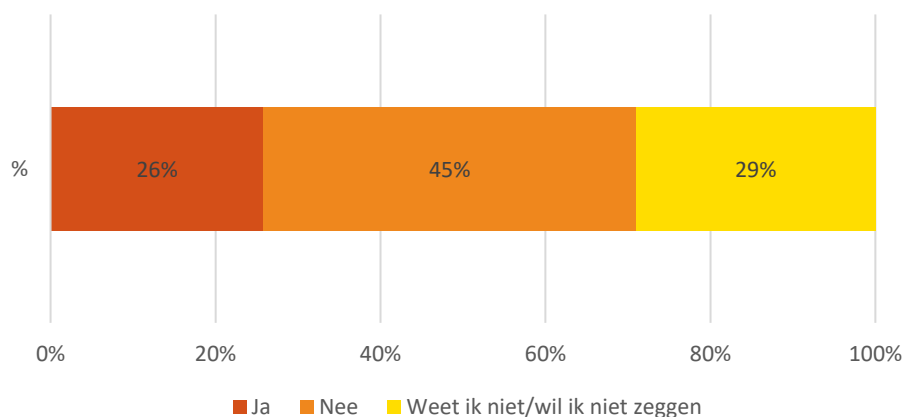


Bron: Enquête Panteia

De groep respondenten die op de bovenstaande 4 vragen (Figuur 12 t/m Figuur 15) 'Geen' of 'Weet ik niet' antwoordde, kreeg de vervolgvraag 'Verwacht u binnen 2 jaar wel gebruik te gaan maken van GenAI?'. Zoals te zien in Figuur 16 antwoordde 45% van deze groep 'Nee' op deze vraag.

12 van de 21 zzp'ers die deze vraag kregen antwoordde 'nee'; alle 3 werkgevers antwoordden 'ja', 3 van de 4 werknemers antwoordde 'ja'.

Figuur 16 Verwacht u binnen 2 jaar wel gebruik te gaan maken van GenAI? (N = 31)



Bron: Enquête Panteia

Enkele respondenten gaven een toelichting bij dit antwoord, waarin zij uitweidden over de veelal ethische overwegingen die aan hun keuze ten grondslag lagen. Enkele van de antwoorden:

- 'AI haalt voor mij het werkplezier weg. Daarnaast verlaagt het de waarden van het werk dat ik doe. Via het creatieve proces ontdek ik, overdenk ik en reflecteer ik. Dit proces is onderdeel van wat ik lever aan mijn klanten, het is niet alleen het resultaat, maar ook de weg ernaartoe die waarden levert. AI is een middel die de weg ernaartoe overslaat of verkort, waardoor mijn werk minder waarden zou toevoegen voor de klant, voor mezelf en de maatschappij. Misschien dat het een plek krijgt in administratieve taken, maar ik zie niet hoe het een grotere toepassing dan dat binnen mijn onderneming zou kunnen krijgen zonder de waarden van mijn onderneming te verminderen of te veranderen.'⁸
- AI (specifiek LLM-modellen) zijn allemaal getraind op gestolen werk, waaronder het mijne. Gebruik van deze modellen gaat tegen mijn principes in. Daarnaast merk ik in contact met particuliere klanten dat er grote waardering is voor handgemaakt werk en AI gegenereerd werk als negatief wordt gezien. Er is geen plek voor goedkope gestolen troep in mijn werk.'
- 'AI is in mijn ogen digitaal spieken. Ik zal AI incidenteel gebruiken voor informatieverzameling, maar zeker niet voor mijn creatieve werk, dat plezier houd ik mooi voor mezelf. AI zal verder gewoon ontwikkelen als al deze fenomenen: de winst die ermee commercieel te verhalen valt zal gehaald worden, de ongelijkheidskloof gaapt alsmaar wijder en natuurlijk zijn er kunstenaars die mooi en interessant met AI zullen omgaan.'

Mensen die binnen 2 jaar wél verwachten gebruik te gaan maken van GenAI gaven onder andere de volgende redenen:

- 'Ontwikkelingen gaan snel. Op een of andere manier zullen we er wel mee gaan werken verwacht ik.'
- 'Door externe factoren: het zal van ons verlangd worden. Door interne factoren: om op het juiste niveau te blijven en de juiste kwaliteit van werk te blijven leveren in een veranderende wereld.'

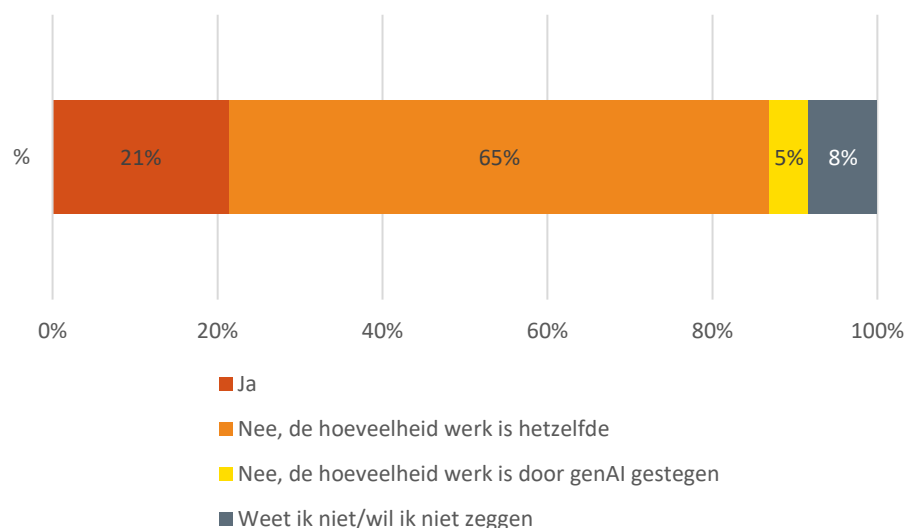
Bij 21% van de respondenten is door GenAI al werk of opdrachten te komen vervallen, zo is te zien in Figuur 17. Dit beeld is consistent voor de verschillende deelgroepen voor het onderzoek.

Bij **zzp'ers** liggen de percentages iets dichter bij elkaar: 30% geeft aan dat er opdrachten zijn komen te vervallen, tegenover 56% die aangeeft dat de hoeveelheid werk hetzelfde is.

De vaakst gekozen antwoordoptie is bij werkgevers, werknemers in loondienst en zzp'ers 'nee, de hoeveelheid werk is hetzelfde' (resp. 67%, 88% en 56%).

⁸ Dergelijke ervaringen komt overeen met het algehele beeld wat ontstaat uit onderzoeken van de Boekmanstichting over de vertalerssector: <https://www.boekman.nl/verdieping/publicaties/de-positie-van-literair-vertalers/>

Figuur 17 Is er door GenAI bij u werk of opdrachten komen te vervallen? (N = 84)



Bron: Enquête Panteia

Vergelijking rapport Boekmanstichting

In het rapport van de Boekmanstichting is aan ZZP'ers de vraag voorgelegd 'In de afgelopen 12 maanden is mijn aantal opdrachten door GenAI...', met de antwoordopties 'Heel erg gedaald', 'Een beetje gedaald', 'Geen effect', 'Een beetje gestegen', 'Heel erg gestegen' en 'Ik weet niet of GenAI effect heeft op mijn opdrachten'. Een stelling die enigszins vergelijkbaar is met de vraag uit Figuur 17 van dit rapport. In onderstaande tabel staan voor beide vragen de resultaten weergegeven. Daarin is te zien dat de respons op de twee vragen redelijk overeenkomt. Het komt ook overeen met de resultaten die wij vonden voor alleen zzp'ers bij deze vraag (zie vorige alinea): daar liggen de percentages die aangeven dat er opdrachten zijn komen te vervallen en dat de hoeveelheid werk hetzelfde is gebleven dichterbij elkaar dan in de volledige responspopulatie.

Onderzoek Boekmanstichting

Onderzoek Panteia

In de afgelopen 12 maanden is mijn aantal opdrachten door GenAI...⁹

Is er door GenAI bij u werk of opdrachten komen te vervallen?

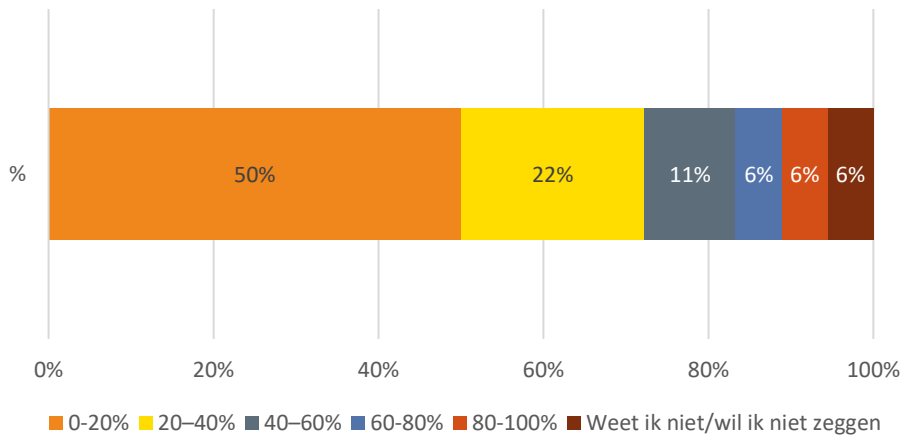
Heel erg gedaald	6%	Ja	21%
Een beetje gedaald	12%		
Geen effect	44%	Nee, de hoeveelheid werk is hetzelfde	65%
Een beetje gestegen	1%	Nee, de hoeveelheid werk is door GenAI gestegen	5%
Heel erg gestegen	1%		

⁹ Bij deze vraag staan alleen de resultaten voor zzp'ers volledig vermeld in het rapport van de Boekmanstichting.

Ik weet niet of GenAI effect heeft op mijn opdrachten	35%	Weet ik niet / wil ik niet zeggen	8%
---	-----	-----------------------------------	----

Aan de respondenten die in de vorige vraag (Figuur 17) aangeven dat er door GenAI werk is komen te vervallen werd gevraagd voor hoeveel procent werk of opdrachten zijn komen te vervallen (zie Figuur 18). 50% geeft aan dat het gaat om 0-20% van het werk/de opdrachten. In enkele incidentele gevallen rapporteren respondenten hogere percentages.

Figuur 18 Hoeveel procent van uw werk of opdrachten is komen te vervallen? (N = 18)

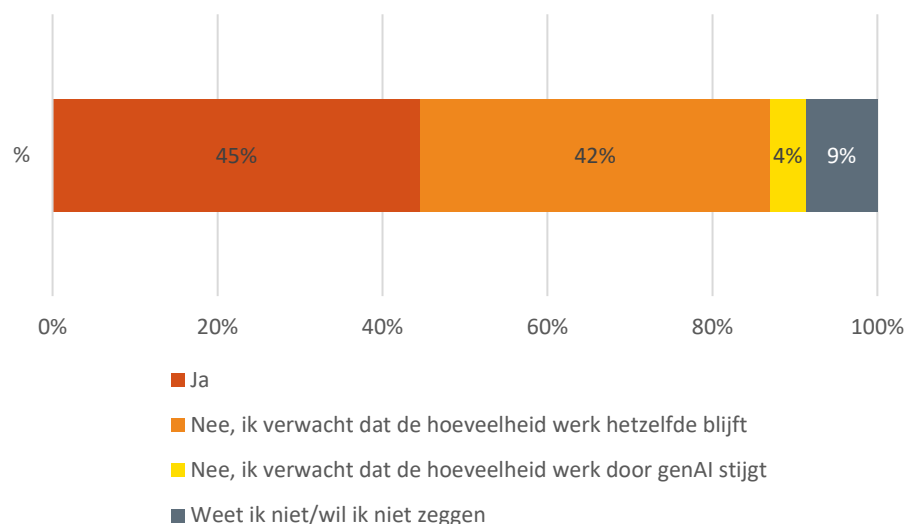


Bron: Enquête Panteia

Gevraagd of zij verwachten dat in de komende twee jaar werk of opdrachten komen te vervallen, geeft 45% aan dit **wél** te verwachten (zie Figuur 19). **Zzp'ers** verwachten vaker dat er opdrachten zullen komen te vervallen (51%) dan dat de hoeveelheid werk hetzelfde blijft (36%). Voor **werkgevers** is dit beeld opmerkelijk genoeg juist omgedraaid: 44% verwacht dat de hoeveelheid werk hetzelfde blijft, tegenover 34% die verwacht dat werk, opdrachten of banen zullen komen te vervallen binnen hun bedrijf. Werknemers zijn niet erg uitgesproken: 53% verwacht dat de hoeveelheid werk hetzelfde blijft, 42% verwacht dat banen/opdrachten komen te vervallen. Binnen **audiovisuele (post)productie** en **visuele kunsten** verwacht respectievelijk 58% en 63% van de respondenten opdrachten te verliezen in de komende twee jaar. Binnen **media en journalistiek** is dit 50%.



Figuur 19 Verwacht u dat er bij u in de komende twee jaar werk of opdrachten komen te vervallen als gevolg van GenAI? (N = 92)



Bron: Enquête Panteia

Vergelijking rapport Boekmanstichting

In het rapport van de Boekmanstichting is aan ZZP'ers en werknemers in loondienst de stelling voorgelegd 'Binnen 5 jaar zal GenAI de werkgelegenheid in mijn beroep of sector verminderen.' Een stelling die enigszins vergelijkbaar is met de vraag uit Figuur 19 van dit rapport. In onderstaande tabel staan voor beide vragen de resultaten weergegeven. De corresponderende antwoordopties zijn in dezelfde rij gezet. In de tabel is te zien dat de respons door werknemers in loondienst op de vraag van de Boekmanstichting beter overeenkomt met de cijfers die wij vonden op onze vraag dan de respons van de zzp'ers op de vraag van de Boekmanstichting. Maar de zzp'ers van de Boekmanstichting antwoorden wel vergelijkbaar op deze vraag als de zzp'ers uit ons onderzoek (zie vorige alinea): van de zzp'ers verwacht een significant groter aandeel dat er in de komende twee jaar opdrachten komen te vervallen dan dat de hoeveelheid hetzelfde blijft.

Onderzoek Boekmanstichting

Binnen 5 jaar zal GenAI de werkgelegenheid in mijn beroep of sector verminderen.

ZZP Loondienst

Helemaal mee eens	25%	12%
Mee eens	41%	23%
Neutraal	11%	9%
Mee oneens	11%	33%

Onderzoek Panteia

Verwacht u dat er bij u in de komende twee jaar werk of opdrachten komen te vervallen als gevolg van GenAI?

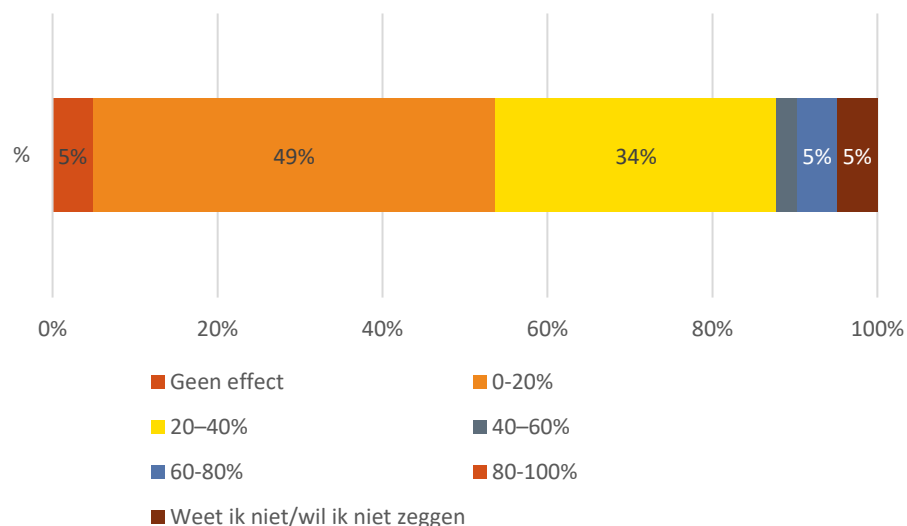
Ja	45%
Nee, ik verwacht dat de hoeveelheid werk hetzelfde blijft	42%
Nee, ik verwacht dat de hoeveelheid werk door genAI stijgt	4%
Weet ik niet/wil ik niet zeggen	9%

Helemaal mee oneens	4%	13%	Nee, de hoeveelheid werk is hetzelfde	
Weet ik niet	9%	10%	Weet ik niet / wil ik niet zeggen	9%
			Nee, de hoeveelheid werk is door GenAI gestegen	4%

Aan de respondenten die op de vorige vraag (Figuur 19) 'ja' antwoordden, werd gevraagd voor hoeveel procent werk of opdrachten zijn komen te vervallen (zie Figuur 20). 49% geeft aan dat het gaat om 0-20% van het werk/de opdrachten. 34% denkt echter eerder aan 20-40% van het werk/de opdrachten.

De vaakst gekozen antwoordoptie is bij werknemers in loondienst en zzp'ers '0-20%' (resp. 63% en 54%) en bij werkgevers '20-40%' (50%).

Figuur 20 Van hoeveel procent van uw werk of opdrachten verwacht u dat zij zullen komen te vervallen als gevolg van GenAI in de komende twee jaar? (N = 41)



Bron: Enquête Panteia

2.6 Veranderend werk

Om te onderzoeken hoe respondenten verwachten dat het werk zal veranderen als gevolg van GenAI, werd de vraag gesteld of zij verwachten dat hun werk in de



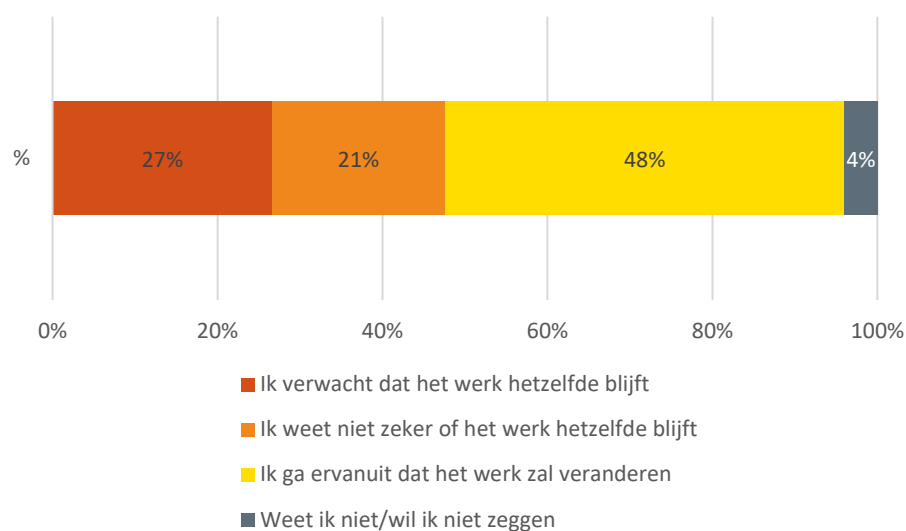
toekomst in dezelfde vorm zal blijven bestaan (Figuur 21). 48% zegt ervanuit te gaan dat het werk zal gaan veranderen.

Van de **zzp'ers** geeft opvallend genoeg 34% aan te verwachten dat het werk hetzelfde blijft – dit is de vaakst gekozen antwoordoptie. Van de 16 respondenten die behoren tot de groep **zzp'ers zonder commercieel oogpunt** geeft zelfs geen enkele respondent aan ervanuit te gaan dat het werk zal gaan veranderen.

De vaakst gekozen antwoordoptie is bij werkgevers en werknemers in loondienst 'ik ga ervanuit dat het werk zal veranderen' (resp. 74% en 86%).

Een sector waarbij 50% aangeeft te verwachten dat het werk hetzelfde blijft, is die van **muziek en podiumkunsten**.

Figuur 21 Verwacht u dat uw werk in de toekomst in dezelfde vorm blijft bestaan, gezien de ontwikkelingen in GenAI? (N = 124)



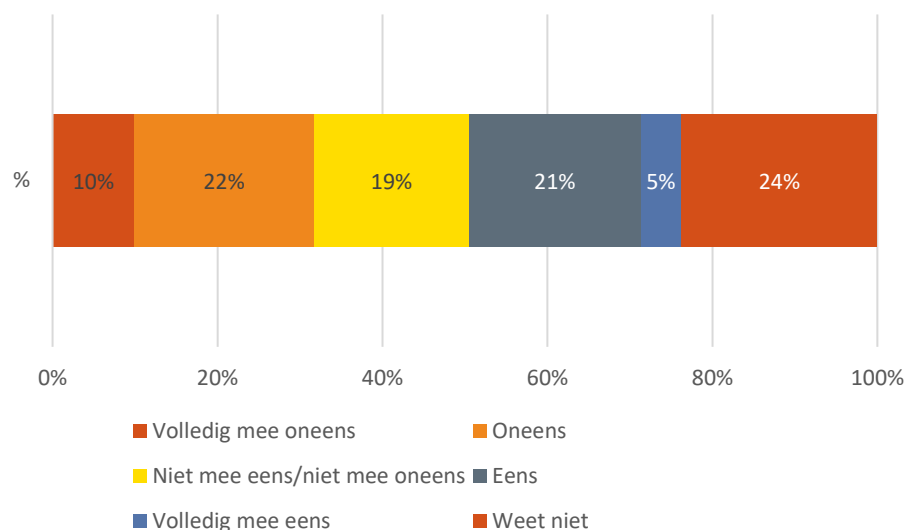
Bron: Enquête Panteia

In **Figuur 22 t/m 33** worden de antwoorden op een reeks stellingen over veranderende werksituaties als gevolg van GenAI weergegeven in grafiekvorm. De categorie 'weet ik niet' is in vrijwel alle stellingen sterk vertegenwoordigd (het percentage respondenten dat dit antwoord geeft ligt stevast tussen de 20% en 30%). Dit laat zien dat op het gebied van veranderend werk ten gevolge van GenAI veel zaken op dit moment (nog) ongewis zijn. Toch geeft elke stelling ook een beeld van de ervaringen en verwachtingen die de respondenten tot nu toe hebben op het gebied van veranderingen op het werk ten gevolge van GenAI.

Figuur 22 toont de respons op de stelling 'Door GenAI zijn de taken van medewerkers merkbaar veranderd'. Afgezien van 'weet niet' is 'oneens' het meest gekozen antwoord (22%). Echter liggen de antwoorden beduidend in het midden: 19% is neutraal, 21% is het eens met de stelling. Binnen de specifieke deelgroepen van het onderzoek werden geen noemenswaardige afwijkende resultaten gevonden.

De vaakst gekozen antwoordoptie (afgezien van 'weet ik niet') is bij werkgevers 'eens' (24%), bij werknemers in loondienst 'oneens' (35%), bij zzp'ers 'eens' en 'oneens' (beide 22%).

Figuur 22 Door GenAI zijn de taken van medewerkers merkbaar veranderd (n = 101)



Bron: Enquête Panteia

Op de vraag op welke manier de werkzaamheden van medewerkers veranderd zijn, komen antwoorden als:

- 'Vertaalbureaus vragen geen vertalingen meer maar postediting, alleen beëdigd vertaalwerk blijft over.'¹⁰
- 'Een beperkt aantal diensten leveren we nu ook in een AI-variant, bijvoorbeeld een AI-stem in plaats van opname van een stemacteur. Voor onze sound engineers betekent dit, dat ze beide varianten moeten kunnen leveren'
- 'Doordat mensen via AI bij door mij ontwikkeld materiaal en kennis kunnen komen, zonder dat zichtbaar is dat het van mij komt, worden buiten mij om plannen gemaakt, waarin mijn materiaal wel verwerkt is, maar waar ik verder niet bij betrokken ben. En ook niet voor betaald wordt. Die 'lastige' scherpe vragensteller kan zo omzeild worden ... terwijl we wel van haar kennis en ideeën kunnen profiteren en het kost ons niets!'
- 'Ik doe meer in de Engelse taal door AI.'
- 'Mijn werk is afgenomen. Ik krijg geen opdrachten meer.'

In de focusgroepen komt terug dat gebruik van AI vaak ertoe leidt dat je controle over de output verliest – of dit nou een 3D-animatie, foto of muzikaal nummer is. Je kan minder makkelijk details aanpassen: als je probeert één specifiek detail aan te passen met behulp van AI verandert er meestal een willekeurig aantal andere details óók, ondanks dat je dit niet in je prompt aangaf.

¹⁰ Zie voor vergelijkbare ervaringen ook: <https://www.boekman.nl/verdieping/publicaties/de-positie-van-literair-vertalers/>

Dat maakt dat klanten minder specifieke aanpassingen kunnen voorstellen op een conceptversie. Vaak worden nu dan ook een handvol AI-gegenereerde conceptversies voorgesteld aan de klant (bijvoorbeeld in 3D-animatie), waar één van wordt gekozen en waar daarna nog maar minimale aanpassingen aan worden gedaan.

Ook komt terug dat binnen bepaalde sectoren, zoals de vertaalindustrie, het werk nu steeds vaker bestaat uit het checken van AI-output; een ontwikkeling die voor veel werkenden het werkplezier sterk negatief beïnvloedt. Niet alleen kunnen ze niet langer hun creatieve ei kwijt in hun werk: ook de vergoeding is vaak lager dan voorheen, omdat de opdrachtgever hier ten onrechte denkt dat de inzet van AI tijd bespaart.

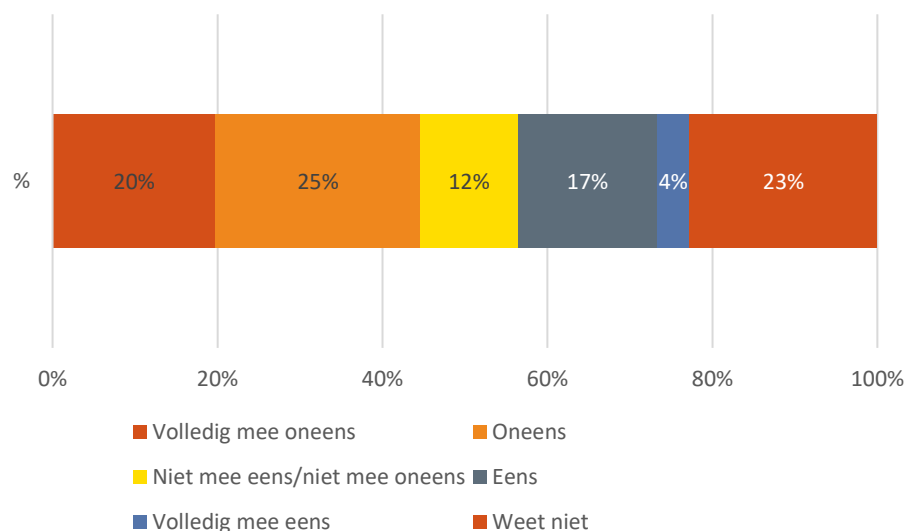
Ook verandert de werkpraktijk voor meerdere graphic designers die met minder tijd en budget iets moeten maken: ze moeten soms genoeg nemen met beelden waar ze zelf nog niet tevreden mee zijn, en ze worden bovendien soms niet langer betrokken bij 'inspiratiesessies' met de opdrachtgever. De opdrachtgever gaat voor het concept nu zelf te rade bij AI, om daarna de conceptversie kant-en-klaar aan de graphic designer te geven. De taak van de graphic designer is dan verworden tot een vergelijkbare taak als die van de vertaler: het checken en waar nodig verbeteren van de output van AI. De graphic designer heeft hierdoor, net als de vertaler, minder inspraak in het creatieve proces gekregen.

Figuur 23 toont de respons op de stelling 'Door GenAI zijn sommige functies of rollen minder belangrijk geworden'. 25% van de respondenten is het **oneens** met deze stelling. Echter geeft 43% van de **werkgevers** en 30% van de respondenten werkzaam bij een **commercieel bedrijf** juist aan het eens te zijn met de stelling. Binnen **media en journalistiek** is 50% het eens met de stelling.

De vaakst gekozen antwoordoptie (afgezien van 'weet ik niet') is bij werknemers in loondienst 'oneens' (35%), bij zzp'ers 'volledig mee oneens' (29%).



Figuur 23 Door GenAI zijn sommige functies of rollen minder belangrijk geworden (n = 101)

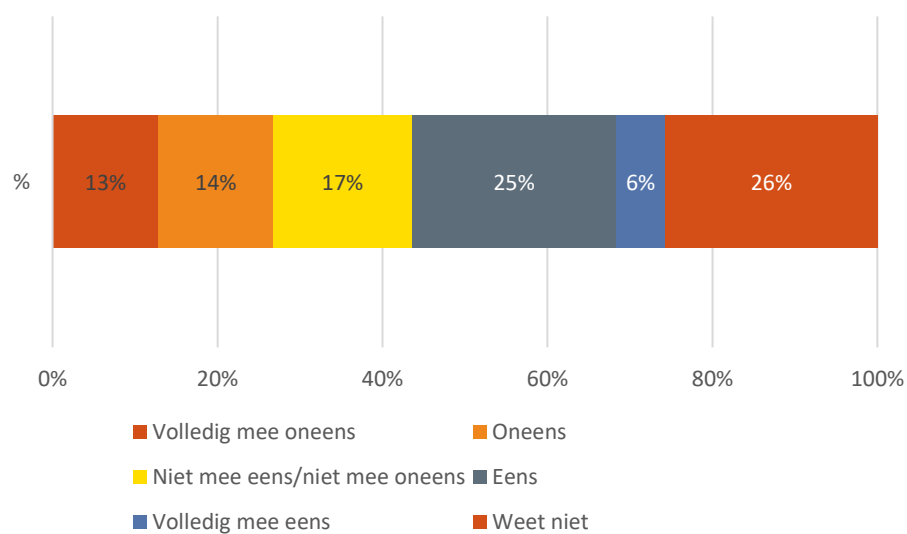


Bron: Enquête Panteia

Figuur 24 toont de respons op de stelling 'Door GenAI zijn er nieuwe taken of functies bijgekomen'. Afgezien van 'weet niet' is 'eens' het meest gekozen antwoord (25%).

De vaakst gekozen antwoordoptie (afgezien van 'weet ik niet') is bij werkgevers 'eens' (43%), bij werknemers in loondienst 'eens' (25%), bij zzp'ers 'niet mee eens/niet mee oneens' (20%).

Figuur 24 Door GenAI zijn er nieuwe taken of functies bijgekomen (n = 101)



Bron: Enquête Panteia



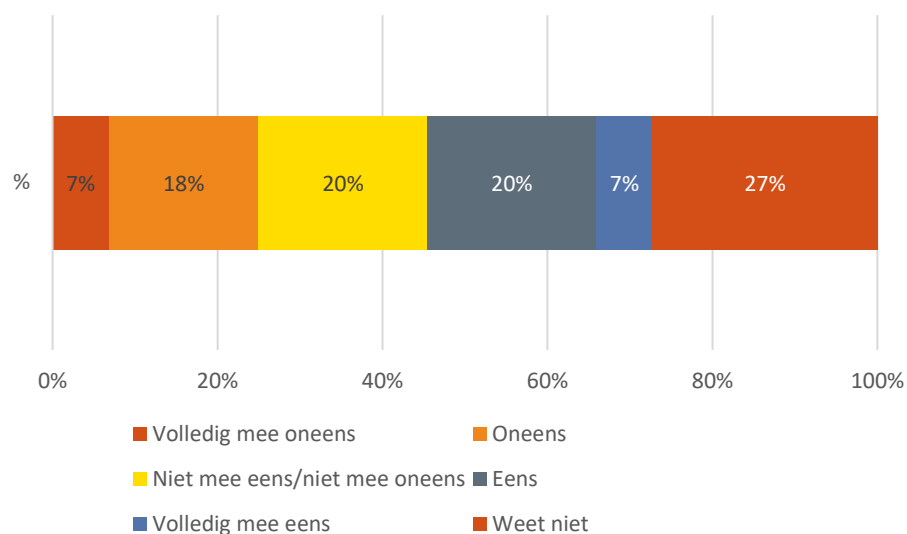
Op de vraag welke taken of functies er zijn bijgekomen, komen antwoorden als:

- 'Er is nu behoefte aan een digital manager in de organisatie die zich bezighoudt met implementatie, scholing personeel, interne afspraken etc.'
- 'Omdat ik weet dat alles nu veel sneller gaat, kan ik voor opdrachten maximaal leveren. Normaal zou ik geen tijd hebben voor een illustratie die niet per se nodig is, nu doe ik dit wel. Ook neem ik taken aan die ik nog nooit eerder heb gedaan, en dus voor mij nog erg vaag zijn. Ik weet namelijk dat AI mij alles haarfijn kan uitleggen. Normaal had ik dit afgewezen omdat ik niet wist hoe dit zou moeten.'
- 'Dankzij de mogelijkheid om op deze manier hulp te krijgen voor het schrijven van subsidieaanvragen durf ik eindelijk een stichting op te zetten. Ik hikte heel erg tegen het schrijven van een opzet aan.'
- 'Het controleren en aanpassen van teksten die anderen hebben laten genereren door GenAI. (Tot mijn grote frustratie, want ik ben het zelden eens met het resultaat en daardoor heb ik er meer (vervelend) werk aan dan als ik het zelf zou doen).'
- 'De taak is erbij gekomen om te motiveren en te onderbouwen wat mijn werk toevoegt dat AI niet kan toevoegen.'

Figuur 25 toont de respons op de stelling 'Door GenAI is de verdeling van werk tussen medewerkers veranderd'. Afgezien van 'weet niet' zijn 'eens' en 'neutraal' de meest gekozen antwoorden (beide 20%). Echter is ook een ongeveer even groot deel (18%) het **oneens** met deze stelling. Binnen de specifieke deelgroepen van het onderzoek werden geen noemenswaardige afwijkende resultaten gevonden.

De vaakst gekozen antwoordoptie (afgezien van 'weet ik niet') is bij werkgevers 'niet mee eens/niet mee oneens' (29%), bij werknemers in loondienst 'oneens' (30%).

Figuur 25 Door GenAI is de verdeling van werk tussen medewerkers veranderd (n = 44)



Bron: Enquête Panteia

Op de vraag hoe de verdeling tussen medewerkers veranderd is, komen antwoorden als:

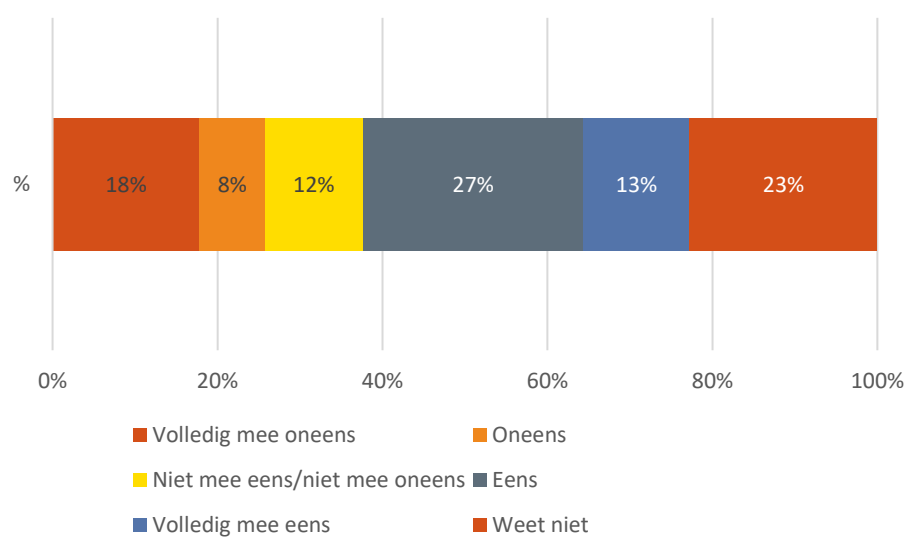
- 'De pipeline/workflow wordt gestreamlined en bepaalde traditionele, resource-heavy stappen zullen worden vervangen. Hierdoor worden bepaalde rollen anders ingevuld; minder personen kunnen bijvoorbeeld betrokken zijn en doen vooral supervisie-werk over de uitkomsten die AI genereert. Nog steeds een menselijk oog voor nodig uiteraard.'
- 'Doordat we bezuinigen op de conceptfase kan er meer tijd worden gespendeerd in de ontwikkelingsfase.'
- 'Meer 1-pitters, minder spreiding in disciplines.'
- 'Meer focus op creativiteit en verschuiving van expertise naar prompting.'
- 'Projectmedewerkers kunnen kleine grafische/programmatische zaken zelf programmeren met hulp van AI en dat geeft de designers/programmeurs meer ruimte voor hun belangrijkste taken.'

Figuur 26 toont de respons op de stelling 'Binnen onze organisatie werken medewerkers regelmatig samen met AI-oplossingen'. 27% van de respondenten is het **eens** met deze stelling.

Echter geeft 27% van de **zzp'ers** (27%) juist aan het **volledig oneens** te zijn met deze stelling. Ook 31% van de respondenten uit de sector **visuele kunsten** gaf dit aan (31%).

De vaakst gekozen antwoordoptie is bij werkgevers en werknemers in loondienst 'eens' (resp. 48% en 40%).

Figuur 26 Binnen onze organisatie werken medewerkers regelmatig samen met AI-oplossingen (n = 101)



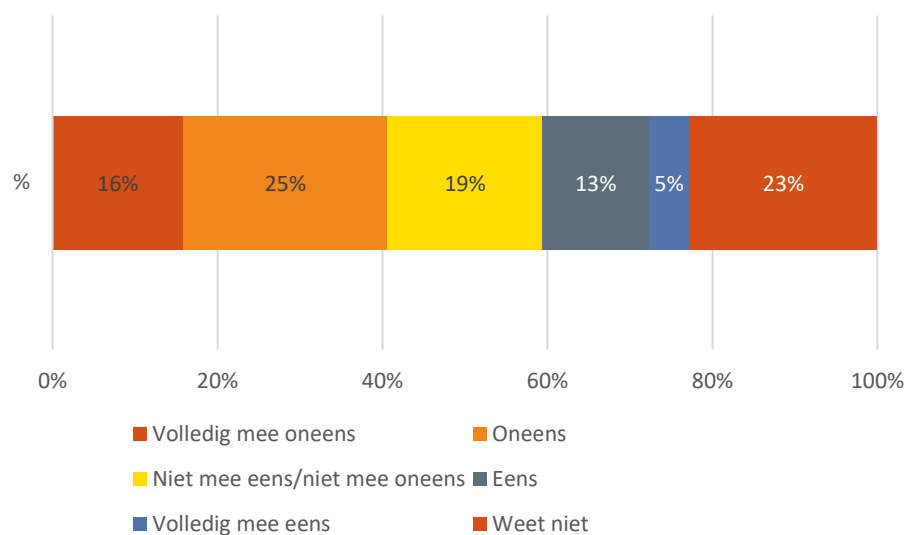
Bron: Enquête Panteia



Figuur 27 toont de respons op de stelling 'AI-oplossingen nemen routinematige taken volledig over'. 25% van de respondenten is het **oneens** met deze stelling. **Werkgevers** zijn daarentegen het maar voor 10% oneens met de stelling; geen enkele werkgever geeft aan het volledig oneens te zijn met de stelling.

De vaakst gekozen antwoordoptie (afgezien van 'weet ik niet') is bij werkgevers 'eens' en 'niet mee eens/niet mee oneens' (beide 24%), bij werknemers in loondienst 'oneens' en 'niet mee eens/niet mee oneens' (beide 35%), bij zzp'ers 'oneens' en 'volledig mee oneens' (beide 27%).

Figuur 27 AI-oplossingen nemen routinematige taken volledig over (n = 101)



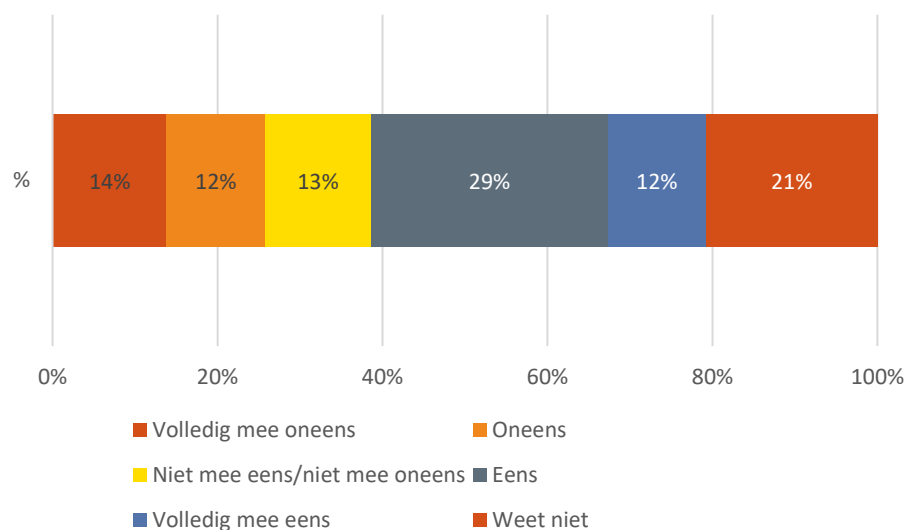
Bron: Enquête Panteia

Figuur 28 toont de respons op de stelling 'AI-oplossingen ondersteunen medewerkers bij complexe taken'. 29% van de respondenten is het **eens** met deze stelling. **Zzp'ers** zijn het nagenoeg even vaak 'volledig oneens' als 'eens' met deze stelling (25% tegenover 27%). 38% van de respondenten uit de sector **media en journalistiek** gaf aan het volledig oneens te zijn met de stelling.

De vaakst gekozen antwoordoptie (afgezien van 'weet ik niet') is bij werkgevers en bij werknemers in loondienst 'eens' (resp. 29% en 40%).



Figuur 28 AI-oplossingen ondersteunen medewerkers bij complexe taken (n = 101)



Bron: Enquête Panteia

Op de vraag bij welke complexe taken AI medewerkers ondersteunt, komen antwoorden als:

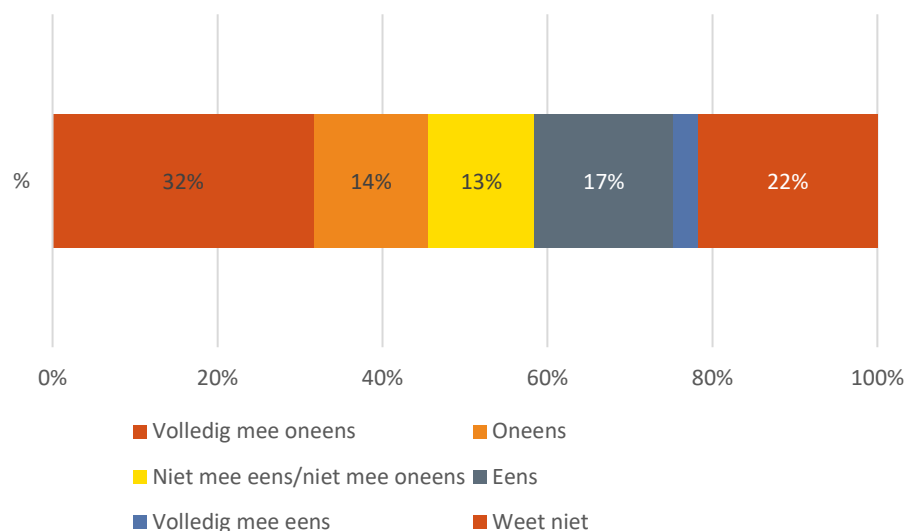
- 'Analyseren van content en campagne-resultaten, Vertalen van tone-of-voice naar verschillende kanalen, Onderzoeken en verdiepen van doelgroepen en persona's, Structureren van contentstrategie en planning, Genereren van concepten en campagne-ideeën.'
- 'Ik ben illustrator en soms weet ik niet hoe bepaalde houdingen van mens of dier of situatie er uit zien. Dan biedt AI de oplossing.'
- 'Financieel of historisch onderzoek starten. Google is te commercieel geworden. AI geeft betere aanknopingspunten dan Google.'
- 'Resource-heavy taken zoals het helemaal vanaf scratch opzetten van water simulaties, crowds, CFX.'
- 'Bij het creëren van ritme- en melodie-instrumenten met de synthesizer, het mix- en masteringproces.'

Figuur 29 toont de respons op de stelling 'In onze organisatie vervangt AI al taken die eerder door mensen werden uitgevoerd'. 32% van de respondenten is het **volledig oneens** met deze stelling.

Echter geeft 23% van de respondenten werkzaam bij een **commercieel bedrijf** juist aan het eens te zijn met de stelling.

De vaakst gekozen antwoordoptie (afgezien van 'weet ik niet') is bij werkgevers 'oneens' (24%), bij werknemers in loondienst en zzp'ers 'volledig mee oneens' (resp. 35% en 38%).

Figuur 29 In onze organisatie vervangt AI al taken die eerder door mensen werden uitgevoerd (n = 101)



Bron: Enquête Panteia

Op de vraag welke taken die eerder door mensen werden uitgevoerd al vervangen worden door AI, komen antwoorden als:

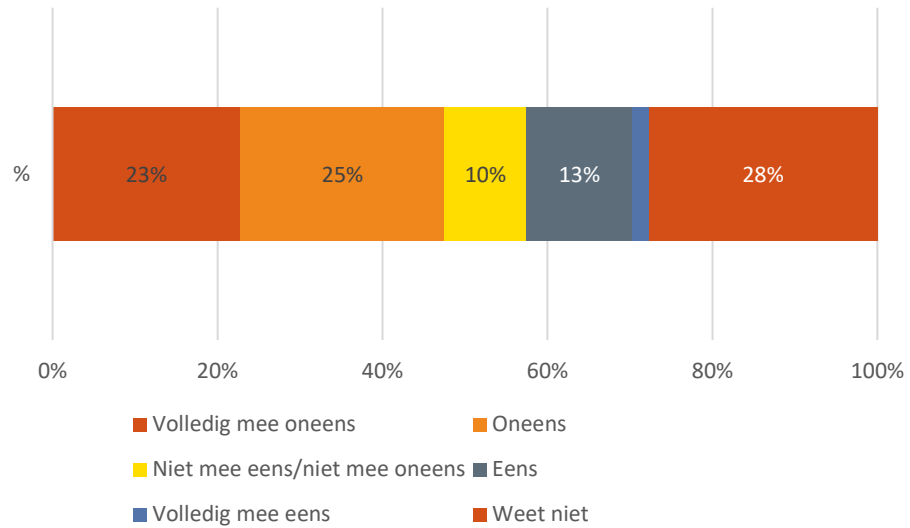
- 'Transcriptie van video's en podcasts (waarbij wel nog altijd een check van een mens nodig is).'
- 'Inventariseren en analyseren van briefings; inspreken van voice-overs; productie van muziek; productie van eenvoudige animatie; productie van visual effects.'
- '3D modeling, 3D rendering en animatie, mattepainting en compositing.'
- 'Verwerken van bonnen en facturen, beschikbaar maken van data voor doorrekeningen.'
- 'Metadatabeschrijvingen maken, bepaalde bewerkingshandelingen van beeldmateriaal.'

Figuur 30 toont de respons op de stelling 'Door GenAI ervaren medewerkers minder werkdruk'. Afgezien van 'weet niet' is **'oneens'** het meest gekozen antwoord (25%).

Binnen de specifieke deelgroepen van het onderzoek werden geen noemenswaardige afwijkende resultaten gevonden.

De vaakst gekozen antwoordoptie (afgezien van 'weet ik niet') is bij werkgevers 'oneens' (29%), bij werknemers in loondienst 'oneens' (40%), bij zzp'ers 'volledig mee oneens' (32%).

Figuur 30 Door GenAI ervaren medewerkers minder werkdruk (n = 101)



Bron: Enquête Panteia

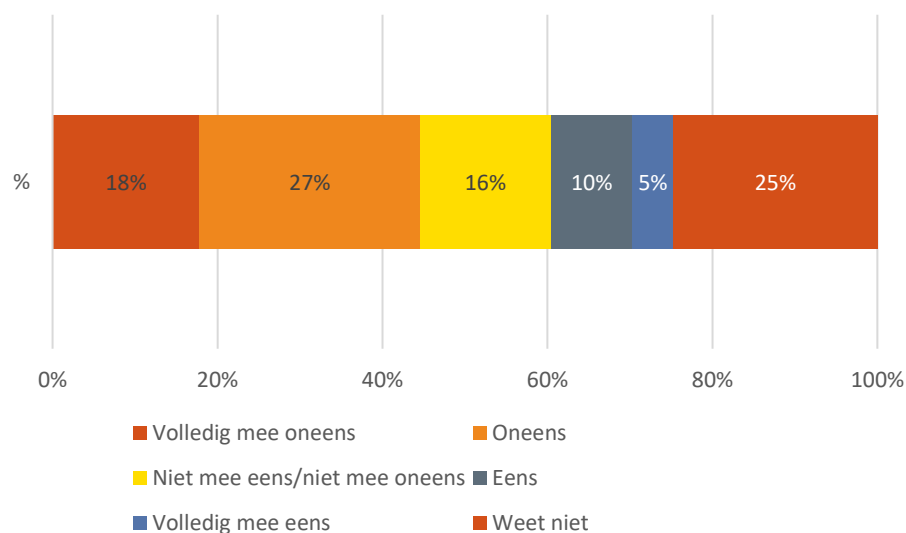
Figuur 31 toont de respons op de stelling 'Door GenAI ervaren medewerkers minder werkplezier'. 27% van de respondenten is het **oneens** met deze stelling 27%.

Binnen de specifieke deelgroepen van het onderzoek werden geen noemenswaardige afwijkende resultaten gevonden.

De vaakst gekozen antwoordoptie (afgezien van 'weet ik niet') is bij werkgevers 'oneens' en 'niet mee eens/niet mee oneens' (beide 29%), bij werknemers in loondienst 'oneens' (30%), bij zzp'ers 'oneens' (27%).



Figuur 31 Door GenAI ervaren medewerkers minder werkplezier (n = 101)



Bron: Enquête Panteia

Gevraagd om hun antwoord toe te lichten, noemen respondenten het volgende:

- 'Omdat mijn werk is komen te vervallen. Opdrachtgevers vragen geen teksten meer.'
- 'Alle mentale stress rond AI en de toekomst van werk in de media.'
- 'Ik zie een toenemende acceptatie van lagere kwaliteit als "goed genoeg", en dat vind ik erg jammer. Dat maakt mijn toegevoegde waarde als vertaler en tekstschrijver niet minder belangrijk, maar wel minder erkend.'
- 'AI levert 'domme' oplossingen die soms 'goed genoeg' zijn maar vrijwel nooit inspirerend. Het 'bijsturen van AI-resultaten' is veel minder leuk dan samen met andere mensen iets goeds maken.'
- 'Het gevoel dat de verkeerde delen van het werk geautomatiseerd worden is een veelgehoorde klacht. De uitspraak 'I want AI to do my dishes so I can make art' sluit aan bij dit sentiment. We zijn tenminste 1 werknemer kwijtgeraakt die op basis van waar het naartoe gaat naar ander werk is geswitcht. Een andere drukkende factor bij mensen is de aanname dat ze, in hun huidige capaciteit en met hun huidige skillset, geen nieuw werk meer kunnen vinden. Er zal veel omscholing moeten plaatsvinden, iig zullen veel 'artists' bekend moeten gaan worden met wat AI kan bieden en dat omarmen, anders dreigt een langzame uitfasering. Ik zeg niet dat ik dit een goede ontwikkeling vindt (er zal ook veel kennis en ervaring uithollen), maar objectief gezien zal het er naartoe gaan.'

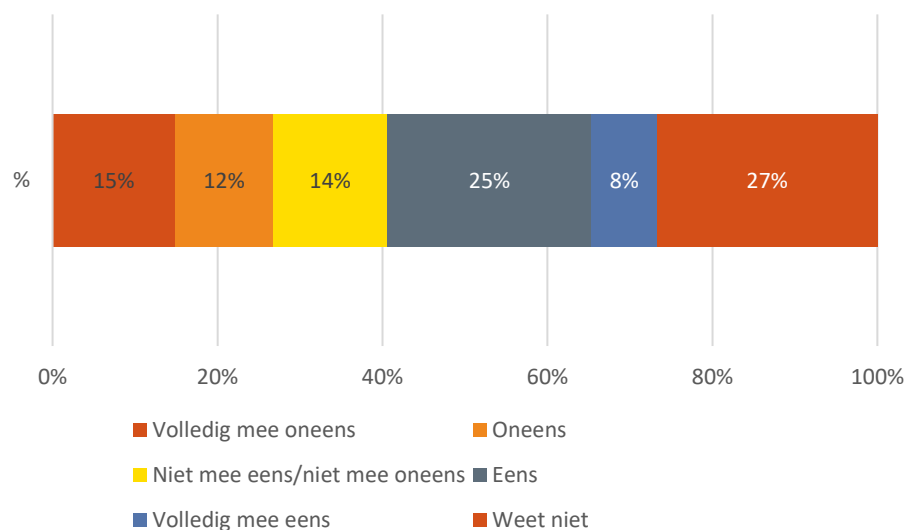
In de focusgroep herkennen werkgevers de zorg dat het werk steeds minder leuk gaat worden voor hun werknemers. Artistieke mensen hechten vaak veel belang aan werkplezier en zullen straks in bepaalde sectoren zoals 3D-modelling, misschien grote delen van hun werkzaamheden moeten 'uitbesteden' aan AI.

Figuur 32 toont de respons op de stelling 'Door GenAI ervaren medewerkers juist méér ruimte voor creatief werk'. Deze stelling schetst dus het tegenovergestelde scenario ten opzichte van de vorige stelling. Afgezien van 'weet niet' is 'eens' het meest gekozen antwoord op deze stelling (25%).

Echter geeft 23% van de **zzp'ers** juist aan het **volledig oneens** te zijn met deze stelling. In de sector **visuele kunsten en media en journalistiek** gaven respectievelijk 31% en 25% dit aan.

De vaakst gekozen antwoordoptie (afgezien van 'weet ik niet') is bij werkgevers en bij werknemers in loondienst 'eens' (resp. 29% en 40%).

Figuur 32 Door GenAI ervaren medewerkers juist meer ruimte voor creatief werk (n = 101)



Bron: Enquête Panteia

Gevraagd om hun antwoord toe te lichten, noemen respondenten het volgende:

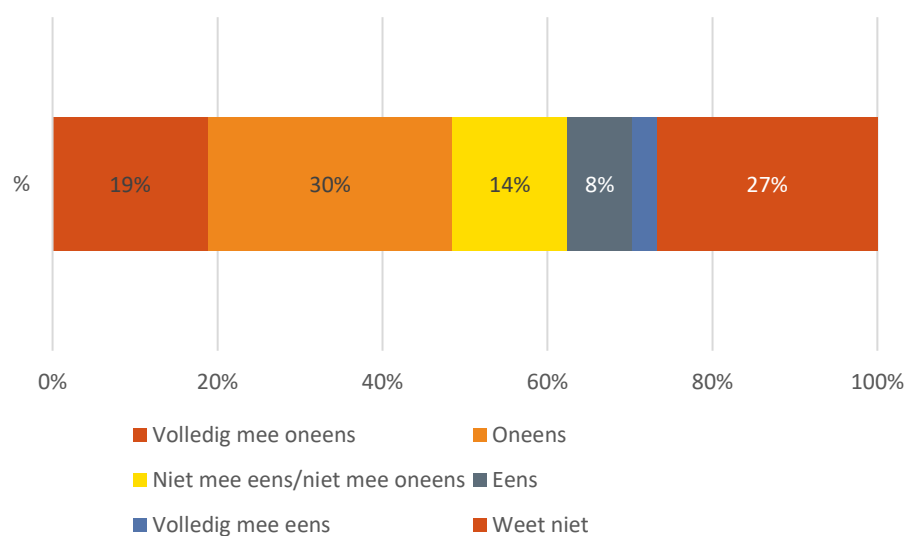
- 'Ik ben minder tijd kwijt aan minder creatieve taken die eerst meer tijd in beslag namen.'
- 'AI helpt met het creatieve proces. Alsof je spart met een collega.'
- 'Er is aan de andere kant ineens veel meer mogelijk met veel minder middelen. Dat opent ook deuren. We kunnen bepaalde tests doen met zeer verrassende resultaten die eerder onmogelijk waren, tenzij je een team van 5 personen tot je beschikking had met ieder een eigen set aan expertise. Dit is tegelijkertijd ook het gevaar in 'verkeerde handen'.'
- 'Door het [met hulp van AI] oprichten van een stichting heb ik meer kans op leuke optredens en samenwerkingen.'
- 'We kunnen veel meer variaties uitproberen. Waar het hiervoor veel tijd/budget kostte om veel variaties uit te tekenen, hebben we nu heel snel vele variaties op een thema ontwikkeld.'

Figuur 33 toont de respons op de stelling 'Door GenAI is het creatieve deel van het werk kleiner geworden'. 30% van de respondenten is het **oneens** met deze stelling.

Binnen de specifieke deelgroepen van het onderzoek werden geen noemenswaardige afwijkende resultaten gevonden.

De vaakst gekozen antwoordoptie (afgezien van 'weet ik niet') is bij werkgevers 'oneens' (33%), bij werknemers in loondienst 'oneens' (40%), bij zzp'ers 'volledig mee oneens' en 'oneens' (beide 25%).

Figuur 33 Door GenAI is het creatieve deel van het werk kleiner geworden (n = 101)



Bron: Enquête Panteia

Op de vraag welke creatieve onderdelen van het werk zijn weggefallen, komen antwoorden als:

- 'Sommig vertaalwerk waar creativiteit voor nodig was (bijv. blogs) is weggefallen en wordt nu door AI gedaan.'
- 'Deel van het visual effects werk, dubbing, vertaling, kleurcorrectie...'
- 'Minder illustratiewerk, dus op zoek naar alternatieve bronnen van inkomen.'
- 'Ik zet AI sneller aan het werk, terwijl het beter zou zijn om mijn eigen creativiteit te gebruiken.'

In de focusgroepen komt terug dat *bijbscholing* een steeds belangrijkere factor is om geld te kunnen blijven verdienen in de creatieve sector. Werknemers die adaptief zijn, en zowel creatief als technisch onderlegd, hebben een grotere kans om de ontwikkelingen binnen de wereld van AI voor hun vakgebied bij te houden en zich zo aan te passen aan de veranderende opdrachten. Ook wordt genoemd dat het steeds belangrijker wordt om veel contact te houden met collega's en contacten binnen de branche, om op de hoogte te blijven van de nieuwste ontwikkelingen.

In dit opzicht lijken bedrijven een groter voordeel te hebben dan eenpitters/zzp'ers: bedrijven hebben immers zowel een intern als extern netwerk om op te leunen, en brengen zo makkelijker werkenden in de creatieve sector samen.

Sommige deelnemers aan de focusgroepen houden daarnaast bepaalde influencers op social media bij die nieuwe AI-toepassingen delen om op de hoogte te blijven, en proberen nieuwe toepassingen zo veel mogelijk te testen.

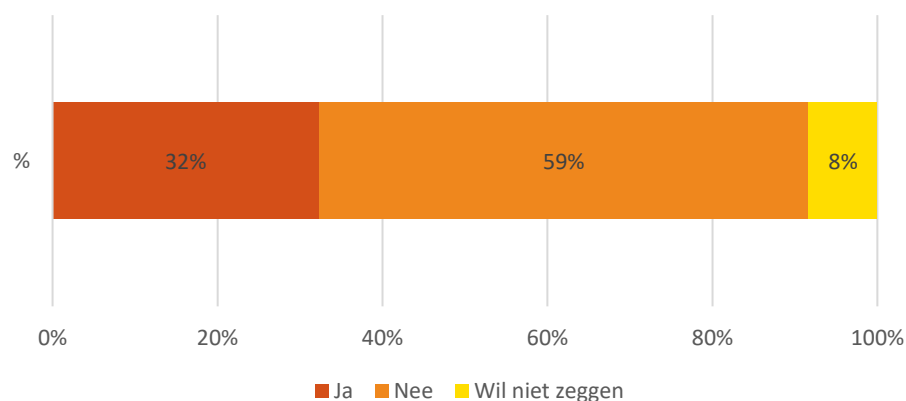
2.7 Sectorale normen

59% van de respondenten geeft aan dat er (nog) geen sectorale normen of richtlijnen zijn die binnen hun organisatie of sector de keuze om GenAI te gebruiken beïnvloeden (zie Figuur 34). 32% zegt echter dat er wel degelijk bepaalde sectorale normen of richtlijnen zijn.

Van de sector **visuele kunsten** antwoordt een even groot deel bevestigend als ontkennend op deze vraag (allebei 46%).

De vaakst gekozen antwoordoptie is bij werkgevers en zzp'ers 'nee' (resp. 60% en 62%), bij werknemers in loondienst is dit 'ja' en 'nee' (beide 50%).

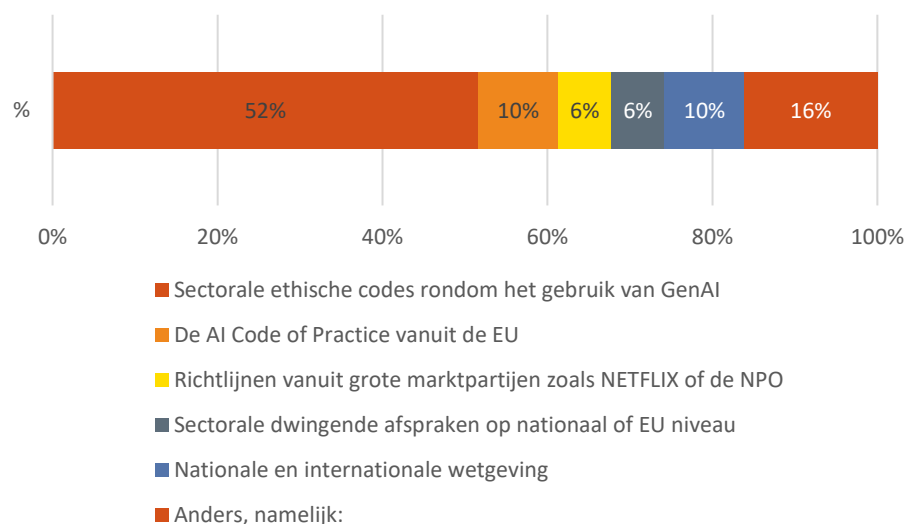
Figuur 34 Zijn er bepaalde sectorale normen of richtlijnen die uw keuze om GenAI te gebruiken beïnvloeden? (N = 96)



Bron: Enquête Panteia

Vervolgens werd aan de respondenten die 'ja' hadden geantwoord een vervolgvraag gesteld (zie Figuur 35). Op de vraag welke sectorale normen of richtlijnen dit zijn, koos 52% de optie 'sectorale ethische codes rondom het gebruik van GenAI'. Bij 'Anders, namelijk:' werden onder andere 'normen van de klant zelf' en 'ethische bezwaren' genoemd. Ook werd de denktank Open Future genoemd.

Figuur 35 Welke sectorale normen of richtlijnen zijn dit? (N = 31)



Bron: Enquête Panteia

Opmerkingen, zorgen en suggesties omtrent het onderwerp sectorale normen en beleidsaanbevelingen uit de focusgroepen

In de focusgroepen komen wat betreft het onderwerp 'sectorale normen' een aantal opmerkingen, zorgen en suggesties naar voren. Er worden ook een aantal suggesties omtrent toekomstig beleid gedaan. Die opmerkingen, zorgen, suggesties en aanbevelingen worden in dit tekstvak beschreven.

Meerdere deelnemers aan de focusgroepen noemen de behoefte aan een code voor bijv. journalistiek om 'waarheidsvinding' te beschermen. Ook wat betreft film leeft dit sentiment: mensen zijn bang dat de waarheidsvinding in videorapportages en documentaires niet meer te garanderen is. Ook spelen consentvragen op het gebied van film: is er een mogelijkheid om consent van (stem)acteurs verplicht te stellen, of contractueel vast te leggen met behulp van een vaste, sectorbreed erkende clause, voordat hun materiaal met AI bewerkt wordt?

Er leven daarnaast onder de deelnemers aan de focusgroepen zorgen wat betreft de reeds gepleegde auteursrechtenschending door AI – een terrein waarop eveneens veel ontwikkelingen hebben plaatsgevonden in de afgelopen tijd. Enkele deelnemers aan de focusgroepen noemen dat ze graag zouden zien dat op het gebied van gepleegde auteursrechtenschending rectificatie plaatsvindt¹¹. Een deelnemer uit de sector illustratie noemt daarnaast: 'Je kan

¹¹ Het is de vraag of de reeds gepleegde auteursrechtenschending door AI te rectificeren is, maar enkele lopende rechtszaken kunnen daarin wel een kantelpunt zijn; zie de volgende voorbeelden:

(1) <https://nos.nl/artikel/2590079-chatgpt-schendt-auteursrecht-van-atemlos-en-andere-duitse-songteksten>

(2) <https://nos.nl/artikel/2581357-ai-bedrijf-schikt-voor-1-5-miljard-dollar-voor-schenden-auteursrecht>

Ook kiezen grote bekende bedrijven uit de creatieve/culturele sector er soms voor om auteursrechtendeals te sluiten met AI-bedrijven, waardoor zij op die manier kunnen verdienen aan het gebruik van hun werk in AI-modellen. Zie de volgende voorbeelden:

op dit moment wel *verhinderen* dat je werk wordt gebruikt voor trainingsdoeleinden (opt-out), maar dit zou eigenlijk een *opt-in* moeten zijn.

Wat betreft muziek hopen deelnemers aan de focusgroepen dat de lijn van muziekplatform Deezer algemeen geldend wordt in de sector: op Deezer wordt 'geflagd' welke content door AI is gegenereerd.

Ook leeft de vraag 'of AI überhaupt wel gereguleerd kan worden' bij veel deelnemers meer dan de vraag 'welke wetgeving opgesteld zou moeten worden'. Deze deelnemers benadrukken dat los van 'rectificatie van auteursrechtenschending' belangenorganisaties hun inspanningen meer zouden moeten richten op het ondersteunen van ondernemingen in hun adaptatie van AI.

Er zijn meerdere bevindingen over onderwijs, om- en bijscholing in de focusgroepen:

- Deelnemers opperen dat een fonds voor om- en bijscholing zou helpen om werkenden te ondersteunen in de sector.¹² Dit fonds zou bijvoorbeeld verbonden kunnen worden aan een sociaal convenant.
- Over de huidige verbinding van de sector met creatieve/culturele opleidingen zegt een deelnemer het volgende: 'het is lastig dat mensen die 4 jaar een vak hebben geleerd op de hogeschool/universiteit nu de markt op komen in een veld waar (misschien) helemaal geen werk in is. Studenten moeten klaargestoomd worden voor een extreem veranderende arbeidsmarkt. Studenten worden momenteel bij de creatieve opleidingen echt onvoldoende voorbereid op de enorm kleine arbeidsmarkt binnen de culturele en creatieve sector; en met de komst van AI is het al helemaal moeilijk geworden om als starter een weg te gaan vinden in de sector.' Oftewel: op dit moment is er een overschot aan de vraagkant van de arbeidsmarkt in veel creatieve deelsectoren. Dat betekent dat allerlei mensen die een creatieve opleiding zijn gaan doen, nu niet aan werk kunnen komen.
- De ervaring heerst dat het huidige onderwijs op hogescholen/universiteiten niet zo innovatief is als ze zelf misschien zou willen zijn. Kennis die je opdoet bij een opleiding is, volgens deelnemers aan de focusgroepen, vaak verouderd. Een deelnemer verwoordt het als volgt: "je wordt dan na 4 jaar in een vak neergezet, en dan blijkt ineens dat je al achterloopt op het moment dat je je handtekening onder je diploma hebt gezet. Misschien moet daar een betere lobby voor worden opgezet."

Deelnemers aan de focusgroepen noemen daarnaast behoefte te hebben aan regelmatige updates over de ontwikkelingen op het gebied van AI en de gevolgen op hun werkpraktijk – een taak die door belangenorganisaties opgepakt zou kunnen worden.

(1) <https://www.volkskrant.nl/tech/keerpunt-in-strijd-om-copyright-openai-mag-disney-personages-gebruiken-in-ai-video-s~b0e61279/>

(2) <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/universal-sluit-deal-met-ai-tool-udio-zodat-fans-muziek-kunnen-maken-in-de-stijl-van-hun-idool~bd915608/>

¹² Dit voorstel is verder onderzocht in het onderzoek van de Boekmanstichting, zie https://www.boekman.nl/wp-content/uploads/2025/12/Pulicatie_Impact-AI-op-werk-en-inkomen_def.pdf

Deelnemers aan de focusgroepen opperen ook dat de politiek zou kunnen denken aan het beschikbaar stellen van alternatieve inkomstenbronnen voor kunstenaars – in lijn met het basisinkomen voor kunstenaars dat recent in Ierland is ingevoerd.¹³

In algemene zin hopen de deelnemers aan de focusgroepen dat er ruimte blijft voor artistiek werk waarin kwaliteit, originaliteit en culturele waarde centraal blijven staan. In een puur commerciële omgeving, zoals reclame, ligt het voor de hand dat men kiest voor de goedkoopste en meest efficiënte oplossing. Maar, zo vragen meerdere deelnemers aan de focusgroepen zich af, in hoeverre willen we commerciële belangen de output van de culturele en creatieve sector laten dicteren? Twee casussen die terugkwamen in de gesprekken:

- Een prentenboek, een boek waarmee je kinderen voor het eerst in aanraking laat komen met kunst, waarmee je ze naar beelden laat kijken waar een verhaal bij wordt verteld dat empathie opwekt, kán tegenwoordig automatisch gegenereerd worden met GenAI. Puur commercieel gezien is dit zelfs de ‘beste’ optie. Maar willen we het auteurschap van zo’n prentenboek wel uitbesteden aan een entiteit zonder afzender, zonder moreel besef?
- Eenzelfde soort vraag speelt momenteel in de muziekindustrie (in het bijzonder bij muziekstreamingservices). AI-gegenereerde nummers leveren makers maximale financiële compensatie op voor minimale inspanning. Als gevolg hiervan doen AI-gegenereerde nummers massaal hun intrede op platforms als Spotify. Maar, kun je je afvragen, komt dit de muziekindustrie ten goede?

¹³ <https://www.npoklassiek.nl/klasiiek/podium/f1ba571a-77cb-4c01-8d88-a9f68bd47a96/ierland-voert-een-permanent-basisinkomen-voor-kunstenaars-in>

3 Conclusie

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste bevindingen uit hoofdstuk 2 samengevat, worden deze in context geplaatst en worden aanbevelingen gedaan. We bespreken de rode draden wat het betreft gebruik van GenAI, de ervaren effecten van de intrede van GenAI in de culturele en creatieve sector en de verwachtingen voor de toekomst. Waar relevant worden de bevindingen vergeleken met het onderzoek van de Boekmanstichting om de resultaten in breder perspectief te plaatsen.

Gebruik van GenAI

Een meerderheid van de respondenten gebruikt GenAI (zeer) vaak, vaak of af en toe op het werk, maar er is ook een substantiële groep die het nooit gebruikt. Gebruik is doorgaans ondersteunend: respondenten noemen vooral tijdwinst, het vervangen van eenvoudig/routinematig werk en inspiratie als redenen om GenAI in te zetten. Daarnaast geven werkgevers vaker aan GenAI deels ter vervanging van werk in te zetten, waar werkenden het gebruik vaker als puur ondersteunend zien. Volledige vervanging van werk komt op dit moment nog nauwelijks voor. In het onderzoek van de Boekmanstichting komt eveneens naar voren dat een aanzienlijk deel van de respondenten GenAI nog beperkt of incidenteel gebruikt, wat in lijn is met het beeld dat adoptie ongelijk verdeeld is binnen de sector.

Opvattingen over effectiviteit van AI

Voor het overgrote deel van de taken vinden de respondenten dat GenAI minder goed presteert dan mensen. Alleen bij repetitief correctiewerk (bijvoorbeeld spelling, ondertiteling, metadata) wordt GenAI vaker als beter beoordeeld. Ook overwegen respondenten voor de genoemde activiteiten geen 'overstap' naar GenAI; al helemaal niet voor taken waar kwaliteit of creativiteit zwaar weegt. In de praktijk bepalen tijd/snelheid, verwachte kwaliteit en ethische of artistieke overwegingen het vaakst de keuze tussen inzet van GenAI of mensen. Werkgevers leggen in deze afweging relatief meer nadruk op efficiëntie en toekomstige ontwikkelingsmogelijkheden van GenAI, terwijl werkenden – en met name zzp'ers – vaker het belang van kwaliteit en creativiteit benadrukken. Dit sluit aan bij het beeld uit het onderzoek van de Boekmanstichting, waarin eveneens wordt benadrukt dat GenAI vooral wordt gezien als geschikt voor ondersteunende en minder creatieve taken, en minder voor werk waar originaliteit centraal staat.

Markteffecten van AI

Ruim een derde van de respondenten ervaart in meer of mindere mate negatieve prijsdruk door GenAI, terwijl bijna de helft (nog) geen prijsdruk ervaart. In focusgroepen komt een mechanisme naar voren dat deze druk versterkt: opdrachtgevers verwachten geregeld dat GenAI een taak *zou moeten kunnen uitvoeren* en korten daarom op budgetten, ondanks dat bij veel complexe creatieve opdrachten het gebruik van AI nauwelijks tijd bespaart.

Makers moeten soms zelfs verantwoorden aan opdrachtgevers waarom hun creatieve arbeidsproces meerwaarde heeft ten opzichte van een AI-gegenereerd eindproduct. In specifieke deelsectoren – met name audiovisuele (post)productie en visuele

kunsten – is negatieve prijsdruk duidelijker aanwezig. Ook wordt in de reclamebranche een verschuiving gesignaleerd van ‘flagship content’ naar meer ‘wegwerpcontent’, waarbij kwantiteit en snelheid zwaarder wegen dan kwaliteit en waarin AI-toepassingen en goedkope productie sneller aantrekkelijk worden.

Ook wordt in de focusgroepen het probleem gesignaleerd dat sinds de komst van AI het aantal subsidieaanvragen dat wordt ingediend voor kunst- en cultuurfondsen is enorm toegenomen: het is steeds makkelijker geworden om een overtuigende subsidieaanvraag te schrijven. Hetzelfde geldt voor aanvragen voor academisch PhD- en postdoctoraal onderzoek: het aantal aanvragen, en daarmee de concurrentie, is sinds de komst van AI sterk toegenomen.

Werkgevers geven in dit kader vaker aan dat zij zich genoodzaakt voelen mee te bewegen met deze ontwikkelingen om concurrerend te blijven, ook wanneer zij zelf twijfels hebben over de daadwerkelijke efficiëntiewinst van GenAI bij complexe opdrachten. In het onderzoek van de Boekmanstichting wordt eveneens gewezen op toenemende concurrentie en druk op tarieven, met name onder zzp'ers.

Effecten van AI op werkgelegenheid

De meeste respondenten zien dat GenAI momenteel ondersteunt bij een beperkt deel van hun werkzaamheden. Op dit moment voert GenAI bij de meeste respondenten slechts een klein deel van de taken uit, maar men verwacht dat dit aandeel binnen twee jaar toeneemt, waarbij vaak wordt gedacht aan een aandeel van circa 20–40%.

Een minderheid van de respondenten geeft aan nu al werk of opdrachten te zijn verloren door GenAI, maar bijna de helft verwacht dat **in de komende twee jaar wél** werk, opdrachten of banen kunnen komen te vervallen. Vooral binnen audiovisuele (post)productie, visuele kunsten en media/journalistiek zijn de verwachtingen over mogelijk werkverlies relatief hoog.

Hierbij valt op dat werkgevers en werknemers ten opzichte van zzp'ers vaker verwachten dat de hoeveelheid werk binnen hun organisatie gelijk blijft. Dit benadrukt dat de ervaren en verwachte werkgelegenheidseffecten verschillen per positie op de arbeidsmarkt. Dit beeld komt overeen met het onderzoek van de Boekmanstichting, waarin zzp'ers duidelijk vaker verwachten dat GenAI de werkgelegenheid zal verminderen dan werknemers in loondienst bij bedrijven.

Veranderend werk

Waar veranderingen optreden, gaan die vaak samen met een verschuiving in rol en autonomie. In sommige werkvelden, zoals vertaling, verschuift werk richting het ‘controleren’ van AI-output – tot onvrede van de mensen werkzaam in deze branche. Daarnaast noemen respondenten het ontstaan van nieuwe taken en functies binnen hun werk (zoals het implementeren van AI-modellen, het maken van interne afspraken over AI-gebruik en scholing)

Ook ervaren veel respondenten minder inspraak in creatieve processen doordat opdrachtgevers zelf met GenAI concepten maken en verwachten dat de maker het concept ‘vertaald’ naar een werkend concept. Veranderingen zitten daarbij niet alleen in ‘minder werk’, maar vooral in de aard van het werk: meer controle- en



correctiewerk (post-editing), een grotere rol voor prompting en het ontstaan van nieuwe rollen rond implementatie van AI.

In de focusgroepen wordt het belang van *bijsholing* benadrukt, en wordt gesignaleerd dat dit door bedrijven vaak significant makkelijker te organiseren is dan door zelfstandigen, omdat zij meer beschikbare (financiële) middelen hebben en toegang tot een breder netwerk.

Werkgevers herkennen daarnaast sterker dat nieuwe rollen en functies ontstaan rondom AI (zoals implementatie en coördinatie), terwijl werkenden vaker de verschraving van het creatieve proces benadrukken. Ook in het onderzoek van de Boekmanstichting wordt gewezen op veranderingen in de aard van werk, waarbij taken verschuiven en nieuwe vaardigheden nodig zijn.

Sectorale normen en legitimiteit

De meerderheid van de respondenten geeft aan dat in hun bedrijf of deelsector (nog) geen sectorale normen of richtlijnen bestaan die hun keuze om GenAI te gebruiken beïnvloeden. Waar die er wel zijn, gaat het vooral om ethische codes.

In focusgroepen keren daarnaast bredere legitimiteitsvragen terug. Veel makers hopen op een sectorale norm die gebiedt dat wordt gemeld wanneer AI is gebruikt: bijvoorbeeld op muziekplatforms en sociale mediaplatforms. Ook willen mensen dat er controle plaatsvindt of er toestemming is gegeven om beeldmateriaal van levende personen te bewerken met AI. Ook zijn er zorgen over de auteursrechtenschendingen die al hebben plaatsgevonden toen AI-modellen zich begonnen te trainen op bestaand artistiek werk.

Ontwikkelingen in het gebruik van GenAI gaan zeer snel en beleid verouderd daardoor ook snel. De reacties uit de sector zijn daarbij grofweg in te delen in twee perspectieven: een commercieel perspectief (gericht op aanpassing en concurrentievermogen) en een maatschappelijk perspectief (gericht op legitimiteit, auteursrecht en de positie van kunst).

Werkgevers benadrukken hierbij vaker de behoefte aan duidelijke en werkbare richtlijnen die aansluiten op de praktijk, zodat zij enerzijds kunnen blijven innoveren en anderzijds duidelijkheid hebben over wat wel en niet is toegestaan. In het onderzoek van de Boekmanstichting wordt door zzp'ers ook benoemd dat er behoefte is aan heldere kaders en regelgeving rondom het gebruik van GenAI in de sector.



Tabellen

Tabel 1	Responsverantwoordingstabel	7
Tabel 2	Bij welke activiteiten doet GenAI het werk volgens u slechter, even goed of beter dan uzelf? (n = 82)	19
Tabel 3	Op welk punt u verwacht dat u overstapt naar het gebruik van GenAI voor de gegeven activiteiten? (n = 101)	21



Figuren

Figuur 1	Welk type werk doet u? (n = 130)	10
Figuur 2	Wat is het type organisatie waar u voor werkt? (n = 130)	11
Figuur 3	Hoe groot is uw bedrijf? (n = 53)	12
Figuur 4	In welke sector bent u voornamelijk actief? (n = 130)	13
Figuur 5	Hoe vaak maakt u in uw werk gebruik van GenAI? (n = 130)	14
Figuur 6	Welke redenen heeft u om GenAI te gebruiken? (Meerkeuzevraag; n = 102)	15
Figuur 7	Wordt GenAI binnen uw werk voornamelijk gebruikt om werkzaamheden te vervangen of om werkzaamheden te ondersteunen (door deze simpeler, sneller of automatisch te maken)? (n = 102)	16
Figuur 8	Welke factoren spelen voor u de belangrijkste rol bij de keuze tussen inzet van GenAI en inzet van mensen? (Meerkeuze; kies maximaal 3) (n = 72)	17
Figuur 9	In welke mate ervaart u negatieve prijsdruk op uw werk door het gebruik van GenAI? (n = 119)	24
Figuur 10	Bij welk type werkzaamheden wordt in uw ervaring sneller gekozen voor inzet van GenAI in plaats van mensen? (Meerkeuzevraag; n = 87)	25
Figuur 11	Welk deel (gemeten in gewerkte uren ten opzichte van totale uren) van uw werkzaamheden wordt momenteel door GenAI uitgevoerd? (n = 130)	28
Figuur 12	Welk deel (gemeten in gewerkte uren ten opzichte van totale uren) van uw werkzaamheden wordt naar verwachting over 2 jaar door GenAI uitgevoerd? (n = 130)	29
Figuur 13	Welk percentage van uw omzet wordt momenteel gegeneerd door GenAI? (n = 130)	30
Figuur 14	Welk percentage van uw omzet / de omzet in uw organisatie / de omzet bij uw werkgever / de omzet van uw achterban wordt naar verwachting over 2 jaar gegeneerd door GenAI? (n = 130)	31
Figuur 15	Verwacht u dat uw omzet / de omzet van het bedrijf waar u voor werkt in de komende twee jaar lager wordt? (n = 50)	32
Figuur 16	Verwacht u binnen 2 jaar wel gebruik te gaan maken van GenAI? (n = 31)	32
Figuur 17	Is er door GenAI bij u werk of opdrachten komen te vervallen? (n = 84)	34
Figuur 18	Hoeveel procent van uw werk of opdrachten is komen te vervallen? (n = 18)	35
Figuur 19	Verwacht u dat er bij u in de komende twee jaar werk of opdrachten komen te vervallen als gevolg van GenAI? (n = 92)	36
Figuur 20	Van hoeveel procent van uw werk of opdrachten verwacht u dat zij zullen komen te vervallen als gevolg van GenAI in de komende twee jaar? (n = 41)	37
Figuur 21	Verwacht u dat uw werk in de toekomst in dezelfde vorm blijft bestaan, gezien de ontwikkelingen in GenAI? (n = 124)	38
Figuur 22	Door GenAI zijn de taken van medewerkers merkbaar veranderd (n = 101)	39
Figuur 23	Door GenAI zijn sommige functies of rollen minder belangrijk geworden (n = 101)	41
Figuur 24	Door GenAI zijn er nieuwe taken of functies bijgekomen (n = 101)	41
Figuur 25	Door GenAI is de verdeling van werk tussen medewerkers veranderd (n = 44)	42
Figuur 26	Binnen onze organisatie werken medewerkers regelmatig samen met AI-oplossingen (n = 101)	43
Figuur 27	AI-oplossingen nemen routinematige taken volledig over (n = 101)	44
Figuur 28	AI-oplossingen ondersteunen medewerkers bij complexe taken (n = 101)	45



Figuur 29	In onze organisatie vervangt AI al taken die eerder door mensen werden uitgevoerd (n = 101)	46
Figuur 30	Door GenAI ervaren medewerkers minder werkdruk (n = 101)	47
Figuur 31	Door GenAI ervaren medewerkers minder werkplezier (n = 101)	48
Figuur 32	Door GenAI ervaren medewerkers juist meer ruimte voor creatief werk (n = 101)	49
Figuur 33	Door GenAI is het creatieve deel van het werk kleiner geworden (n = 101)	50
Figuur 34	Zijn er bepaalde sectorale normen of richtlijnen die uw keuze om GenAI te gebruiken beïnvloeden? (n = 96)	51
Figuur 35	Welke sectorale normen of richtlijnen zijn dit? (n = 31)	52



Bijlage 1 Vragenlijst enquête

1. **Welk type werk doet u?**
 - a. Zelfstandig zonder personeel (zzp'er)
 - b. Werkgever/directeur van bedrijf (met personeel)
 - c. Werknemer in loondienst
 - d. Anders, namelijk: [open vraag]

2. **Wat is het type organisatie waar u voor werkt?**
 - a. Commercieel bedrijf
 - b. Publieke sector – overheid
 - c. Publieke sector – niet-overheid
 - d. Zelfstandige zonder personeel (ZZP) met commercieel oogpunt
 - e. Zelfstandige zonder personeel (ZZP) zonder commercieel oogpunt
 - f. Belangenorganisatie voor [open vraag]
 - g. Brancheorganisatie voor [open vraag]
 - h. Museale organisatie zonder winstoogmerk
 - i. Museale organisatie met winstoogmerk
 - j. Anders, namelijk: [open vraag]

3. **Hoe groot is uw bedrijf? (alleen als 1 = 2 of 3)**
 - a. 0-10 medewerkers
 - b. 10-24 medewerkers
 - c. 25-49 medewerkers
 - d. 50-99 medewerkers
 - e. 100-249 medewerkers
 - f. 250-499 medewerkers
 - g. 500+ medewerkers
 - h. Weet ik niet/wil ik niet zeggen

4. **Wat is uw (hoofd)beroep?**
 - a. [Open vraag]

5. **In welke sector bent u voornamelijk (als 1 = 1) / is uw organisatie (als 1 is 2) / is uw werkgever (als 1 = 3) / is uw achterban (als 2 = 6 of 7) actief?**
 - a. Marketing en design
 - b. Audiovisuele (post)productie
 - c. Visuele kunsten (illustratie, strips, cartoons)
 - d. Muziek en podiumkunsten
 - e. Media en journalistiek
 - f. Musea en erfgoed
 - g. Cultuureducatie en amateurkunst
 - h. Kunstenaars- en makersorganisaties
 - i. Culturele koepels en beleidsorganisaties
 - j. Anders, namelijk: [open vraag]

Gebruik van GenAI



6. **Hoe vaak maakt u in uw eigen werk / maakt uw organisatie / maakt uw werkgever / maakt uw achterban gebruik van GenAI?**
- Zeer vaak
 - Vaak
 - Af en toe
 - Zelden
 - Nooit
 - Weet ik niet/wil ik niet zeggen
7. **Welke redenen heeft u / uw organisatie / uw werkgever / uw achterban om GenAI te gebruiken? (Meerkeuze mogelijk)**
- Om sneller te kunnen werken
 - Om goedkoper te kunnen werken
 - Om een hogere kwaliteit te bereiken
 - Ter vervanging van eenvoudig of routinematig werk
 - Uit persoonlijke interesse/inspiratieverhogend
 - Anders, namelijk: [open vraag]
8. **Wordt GenAI binnen uw werk / uw organisatie / uw werkgever / uw achterban voornamelijk gebruikt om werkzaamheden te vervangen of om werkzaamheden te ondersteunen (door deze simpeler, sneller of automatischer te maken)?**
- Alleen ondersteuning van werkzaamheden
 - Vooral ondersteuning, deels vervanging
 - Evenveel ondersteuning als vervanging
 - Vooral vervanging, deels ondersteuning
 - Alleen vervanging van werkzaamheden
 - Weet ik niet/wil ik niet zeggen

Effecten op werk en opdrachten

9. **Welk deel (gemeten in gewerkte uren ten opzichte van totale uren) van uw werkzaamheden / het werk in uw organisatie / het werk bij uw werkgever / het werk in uw achterban wordt momenteel door GenAI uitgevoerd? Geef een schatting.**
- Geen
 - 0-20%
 - 20-40%
 - 40-60%
 - 60-80%
 - 80-100%
 - Weet ik niet/wil ik niet zeggen
10. **Welk deel (gemeten in gewerkte uren ten opzichte van totale uren) van uw werkzaamheden / het werk in uw organisatie / het werk bij uw werkgever / het werk in uw achterban wordt naar verwachting over 2 jaar door GenAI uitgevoerd? Geef een schatting.**
- Geen
 - 0-20%
 - 20-40%
 - 40-60%
 - 60-80%



- f. 80-100%
 - g. Weet ik niet/wil ik niet zeggen
11. **Welk percentage van uw omzet / de omzet in uw organisatie / de omzet bij uw werkgever / de omzet van uw achterban wordt momenteel gegeneerd door GenAI? Geef een schatting.**
- a. Geen
 - b. 0-20%
 - c. 20-40%
 - d. 40-60%
 - e. 60-80%
 - f. 80-100%
 - g. Weet ik niet/wil ik niet zeggen
12. **Welk percentage van uw omzet / de omzet in uw organisatie / de omzet bij uw werkgever / de omzet van uw achterban wordt naar verwachting over 2 jaar gegeneerd door GenAI? Geef een schatting.**
- a. Geen
 - b. 0-20%
 - c. 20-40%
 - d. 40-60%
 - e. 60-80%
 - f. 80-100%
 - g. Weet ik niet/wil ik niet zeggen
13. **[Als 9 & 10 & 11 & 12 = 1 of 7] Verwacht u binnen 2 jaar wel gebruik te gaan maken van GenAI en waarom wel/niet?**
- a. Ja, want: [open vraag]
 - b. Nee, want: [open vraag]
 - c. Weet ik niet/wil ik niet zeggen
14. **[Als 9 = 2-6] [als 1 = 1: Is er door GenAI werk of opdrachten komen te vervallen?] Zijn er door het gebruik van GenAI banen komen te vervallen binnen uw organisatie / bij uw werkgever / binnen uw achterban?**
- a. Ja
 - b. Nee, de hoeveelheid werk is hetzelfde
 - c. Nee, de hoeveelheid werk is door GenAI gestegen
 - d. Weet ik niet/wil ik niet zeggen
15. **Als 14 = 1: [als 1 = 1: Hoeveel procent van uw werk of opdrachten is komen te vervallen?] Hoeveel procent van de banen bij uw bedrijf/bij uw werkgever/bij uw achterban is komen te vervallen?**
- a. 0-20%
 - b. 20-40%
 - c. 40-60%
 - d. 60-80%
 - e. 80-100%
 - f. Weet ik niet/wil ik niet zeggen



16. **[Als 10 = 2-6] [als 1 = 1: Verwacht u dat er in de komende twee jaar werk of opdrachten komen te vervallen door GenAI?] Verwacht u dat er in de komende twee jaar banen komen te vervallen in uw bedrijf/bij uw werkgever/in uw achterban als gevolg van GenAI?**
- Ja
 - Nee, ik verwacht dat de hoeveelheid werk hetzelfde blijft
 - Nee, ik verwacht dat de hoeveelheid werk door GenAI stijgt
 - Weet ik niet/wil ik niet zeggen
17. **Als 16 = 1: [als 1 = 1: Hoeveel procent van uw werk of opdrachten verwacht u dat komt te vervallen als gevolg van AI in de komende twee jaar?] Van hoeveel procent van de banen bij uw bedrijf/bij uw werkgever/bij uw achterban verwacht u dat zij zullen komen te vervallen als gevolg van GenAI in de komende twee jaar?**
- Geen effect
 - 0-20%
 - 20-40%
 - 40-60%
 - 60-80%
 - 80-100%
 - Weet ik niet/wil ik niet zeggen
18. **Als 11 = 2-6: [als 1 = 1: Is uw omzet lager geworden door GenAI?] Is de omzet bij uw bedrijf/het bedrijf waar u voor werkt/uw achterban gedaald als resultaat van GenAI?**
- Mijn omzet / de omzet bij mijn bedrijf / de omzet bij mijn werkgever / de omzet bij mijn achterban is gestegen, met ... procent*
 - Geen effect
 - 0-20%
 - 20-40%
 - 40-60%
 - 60-80%
 - 80-100%
 - Weet ik niet/wil ik niet zeggen
19. **Als 12 = 2-6]: [als 1 = 1: Verwacht u dat uw omzet in de komende twee jaar lager wordt? Zo ja, hoeveel procent?] Verwacht u dat de omzet van het bedrijf waar u voor werkt in de komende twee jaar lager wordt? Zo ja, hoeveel procent?**
- Ik verwacht dat mijn omzet stijgt, met ... procent
 - Geen
 - 0-20%
 - 20-40%
 - 40-60%
 - 60-80%
 - 80-100%
 - Weet ik niet/wil ik niet zeggen



20. **Verwacht u dat uw eigen werk / het werk in uw organisatie / uw werk bij uw werkgever / het werk binnen uw achterban in de toekomst in dezelfde vorm blijft bestaan, gezien de ontwikkelingen in GenAI?**
- Ik verwacht dat het werk hetzelfde blijft
 - Ik weet niet zeker of het werk hetzelfde blijft
 - Ik ga ervanuit dat het werk zal veranderen
 - Weet ik niet/wil ik niet zeggen

20a. [Als 20 = 1] **Waarom verwacht u dat het werk hetzelfde blijft?**

- [open antwoord]

20. [Als 20 = 2] **Waarom weet u niet zeker of het werk hetzelfde blijft? Wat gaat er misschien veranderen aan het werk?**

- [open antwoord]

20c. [Als 20 = 3] **Wat verwacht u dat er gaat veranderen aan het werk?**

- [open antwoord]

21. **In welke mate ervaart u / ervaart uw organisatie / ervaart uw werkgever / ervaart uw achterban negatieve prijsdruk op uw werk door het gebruik van GenAI (oftewel, verwachten opdrachtgevers of subsidiënten dat u uw werk / uw organisatie haar werk / uw achterban haar werk goedkoper uitvoert als gevolg van GenAI)?**

- Helemaal niet
- In geringe mate
- In zekere mate
- In sterke mate
- In zeer sterke mate
- Weet ik niet/wil ik niet zeggen

22. **Bij welk type werkzaamheden wordt in uw ervaring / in uw bedrijf / bij uw werkgever / in uw branche sneller gekozen voor inzet van GenAI in plaats van mensen? Meerdere antwoorden zijn hierbij mogelijk [Meerkeuze]**

- Eenvoudig / routinematig werk, zoals: [open antwoord]
- Werk met beperkte budgetten, zoals: [open antwoord]
- Werk met korte deadlines, zoals: [open antwoord]
- Werk waarbij kwaliteit minder zwaar weegt, zoals: [open antwoord]
- Commerciële opdrachten, zoals: [open antwoord]
- Werk waarbij beperkte inhoudelijke creativiteit nodig is: [open antwoord]
- Wij gebruiken geen GenAI
- Anders, namelijk: [open vraag]

23. **Nu volgen meerdere stellingen, waarbij wij u vragen aan te geven bij welke activiteiten GenAI het werk volgens u slechter, even goed of beter doet dan uzelf / uw werknemers / uzelf / uw achterban:**

Type werk	GenAI slechter	GenAI even goed	GenAI beter	Weet ik niet / wil ik niet zeggen
Subsidieaanvragen opstellen				

E-mails of nieuwsbrieven schrijven				
Marketingmateriaal maken (bijv. campagnes, visuals, banners)				
Video's bewerken of eenvoudige postproductie uitvoeren				
Volledige video(clips)/animaties maken				
Illustraties of stock-achtige beelden maken				
Muziek of sounddesign leveren voor standaarddoeleinden (bijv. jingles, achtergrondmuziek)				
Repetitief correctiewerk doen (spelling, ondertiteling, metadata)				
Conceptschetsen of brainstormideeën genereren				
Werk waarbij de inhoudelijke kwaliteit van het eindproduct belangrijk is				
Werk waarbij creativiteit belangrijk is				
Anders, namelijk:				
Anders, namelijk:				
Anders, namelijk:				

18b. [Als 'Werk waarbij de inhoudelijke kwaliteit van het eindproduct belangrijk is' OF 'Werk waarbij creativiteit belangrijk is' beter of slechter geïdentificeerd wordt in vraag 18, vraag dan de volgende doorvraagvraag] U heeft aangegeven dat 'Werk waarbij de inhoudelijke kwaliteit van het eindproduct belangrijk is' OF 'Werk waarbij creativiteit belangrijk is' beter/slechter wordt uitgevoerd door AI, wat voor werk is dit?

1. [open antwoord]



24. Nu volgt een lijst van activiteiten/werkzaamheden, waarbij wij u vragen aan te geven of u verwacht dat u / uw organisatie / uw werkgever / uw achterban overstapt naar het gebruik van GenAI voor de genoemde activiteit.

Item	Overstap als activiteit 10% goedkoper wordt	Overstap als activiteit even duur blijft	Overstap als activiteit 10% duurder wordt	Geen overstap naar GenAI
Subsidieaanvragen opstellen				
E-mails of nieuwsbrieven schrijven				
Marketingmateriaal maken (bijv. campagnes, visuals, banners)				
Video's bewerken of eenvoudige postproductie uitvoeren				
Illustraties of stockachtige beelden maken				
Muziek of sounddesign leveren voor standaarddoeleinden (bijv. jingles, achtergrondmuziek)				
Repetitief correctiewerk doen (spelling, ondertiteling, metadata)				
Conceptschetsen of brainstormideeën genereren				
Werk waarbij de inhoudelijke kwaliteit van het eindproduct belangrijk is				
Werk waarbij creativiteit belangrijk is				



[hier moeten de anders, namelijk opties van vraag 18 terugkomen, als die gekozen zijn]					
--	--	--	--	--	--

25. **Hierna volgen meerdere stellingen over de impact van GenAI op uw werk / het werk in uw organisatie / bij uw werkgever / binnen uw achterban?**

Item	Volledig mee oneens	Oneens	Niet mee eens/niet mee oneens	Eens	Volledig mee eens	Weet ik niet
Door GenAI zijn mijn taken / de taken van medewerkers merkbaar veranderd.						
Door GenAI is mijn functie / zijn sommige functies of rollen minder belangrijk geworden.						
Door GenAI zijn er nieuwe taken of functies bij gekomen.						
[niet bij 1 = 1] Door GenAI is de verdeling van werk tussen medewerkers veranderd.						
[voor 1=1: Ik werk regelmatig samen met AI-oplossingen binnen mijn werk] Binnen onze organisatie werken medewerkers regelmatig samen met AI-oplossingen.						
AI-oplossingen nemen routinematige taken volledig over.						
AI-oplossingen ondersteunen mij / medewerkers bij complexe taken.						
In onze organisatie / binnen mijn werk / binnen mijn achterban vervangt AI al taken die eerder door						



mensen werden uitgevoerd.						
Door GenAI <i>ervaar ik / ervaren medewerkers</i> minder werkdruk.						
Door GenAI <i>ervaar ik / ervaren medewerkers</i> minder werkplezier.						
Door GenAI <i>ervaar ik / ervaren medewerkers</i> juist meer ruimte voor creatief werk.						
Door GenAI is het creatieve deel van het werk kleiner geworden.						

25b. Vervolgfragen op basis van stellingen (worden gesteld aan einde vragenlijst)

Vraag in 25	Vervolgfrage
Door GenAI zijn de taken van medewerkers merkbaar veranderd.	Op welke manier zijn <i>uw werkzaamheden/ de werkzaamheden van medewerkers</i> veranderd? [open vraag]
Door GenAI zijn sommige functies of rollen minder belangrijk geworden.	[bij 1=1: Op welke manier is uw rol of functie minder belangrijk geworden?] Welke rollen of functies zijn minder belangrijk geworden? [open vraag]
Door GenAI zijn er nieuwe taken of functies bij gekomen.	[bij 1=1: voor ZZP: Welke taken zijn er bijgekomen?] Welke taken of functies zijn er bij gekomen? [open vraag]
Door GenAI is de verdeling van werk tussen medewerkers veranderd.	[bij 1=1: niet stellen] Hoe is deze verdeling veranderd? [open vraag]
AI-oplossingen ondersteunen medewerkers bij complexe taken.	Bij welke complexe taken ondersteunt AI <i>u / medewerkers</i> ? [open vraag]
In onze organisatie vervangt AI al taken die eerder door mensen werden uitgevoerd.	Welke taken worden vervangen door AI? [open vraag]
Door GenAI ervaren medewerkers minder werkplezier.	Waarom <i>ervaart u / ervaren medewerkers</i> minder werkplezier? [open vraag]
Door GenAI ervaren medewerkers juist meer ruimte voor creatief werk.	Waarom <i>ervaart u / ervaren medewerkers</i> meer ruimte voor creatief werk? [open vraag]
Door GenAI is het creatieve deel van het werk kleiner geworden.	Welke creatieve onderdelen van het werk zijn weggevallen? [open vraag]



Kantelpunt & Toekomstverwachting

26. **Zijn er bepaalde sectorale normen of richtlijnen die binnen uw organisatie / werkgever / achterban de keuze om GenAI te gebruiken beïnvloeden?**
- Ja
 - Nee
 - Wil ik niet zeggen
27. **[als 21 = a.]: Welke sectorale normen of richtlijnen zijn dit?**
- sectorale ethische codes rondom het gebruik van GenAI
 - De AI Code of Practice vanuit de EU
 - Richtlijnen vanuit grote marktpartijen zoals NETFLIX of de NPO
 - Sectorale dwingende afspraken op nationaal of EU niveau
 - Nationale en internationale wetgeving
 - Anders, namelijk [open antwoord]
28. **Welke factoren spelen voor u / uw organisatie / uw werkgever / uw achterban de belangrijkste rol bij de keuze tussen inzet van GenAI en inzet van mensen? (Kies maximaal 3)**
- Kosten
 - Beschikbaarheid van mensen
 - Verwachte kwaliteit
 - Verwachte verdere ontwikkeling van GenAI
 - Tijd / snelheid van oplevering
 - Creativiteit en originaliteit
 - Ethische of artistieke overwegingen
 - Een juridische blokkade
 - Zekerheid van een 'Level playing field': sectorafspraken waarbij alle partijen afspreken om GenAI niet te gebruiken voor bepaalde activiteiten
 - Anders, namelijk: [open vraag]
29. **Zijn er nog verdere opmerkingen die u graag mee wil geven aan de onderzoekers?**
- [open vraag]

Slot

30. **Zou u bereid zijn om deel te nemen aan een vervolgesprek (bijvoorbeeld een focusgroep of interview) om de resultaten van de enquête te helpen duiden en onderbouwen? Dit gesprek vindt plaats via Teams. De gespreksinhoud wordt volledig geanonimiseerd alvorens deze wordt meegenomen in het onderzoek.**
- Ja
 - Nee
31. **Als 19 = ja: Wat is uw emailadres?**
Als 19 = ja: Wat is uw naam?
Als 19 = ja: Wat is de naam van uw organisatie?

Bijlage 2 Onderverdeling sector enquête Panteia en CBS

Sector onderzoek Panteia	Sector(en) onderzoek CBS
Muziek en podiumkunsten	Beoefening van podiumkunst Producenten van podiumkunst Dienstverlening voor uitvoerende kunst
Audiovisuele (post)productie	Productie van films (geen televisiefilms) Productie van televisieprogramma's Facilitaire activiteiten voor film- en televisieproductie Maken en uitgeven van geluidsopnamen
Media en journalistiek	Radio-omroepen Televisie-omroepen Persagentschappen
Visuele kunsten (illustratie, strips, cartoons)	Scheppende kunst
Marketing en design	Reclamebureaus
Kunstenaars- en makersorganisaties	Geen corresponderende sector in onderzoek CBS
Culturele koepels en beleidsorganisaties	Geen corresponderende sector in onderzoek CBS
Musea en erfgoed	Musea Kunstgalerieën en –expositieruimten Monumentenzorg
Cultuureducatie en amateurkunst	Cultureel onderwijs

