



**UHASSELT**

KNOWLEDGE IN ACTION

## Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de handelswetenschappen

### **Masterthesis**

#### ***Carrièrekansen van personen van vreemde origine in de creatieve industrie***

#### **Mirthe Grosemans**

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de handelswetenschappen, afstudeerrichting ondernemerschap en management

#### **PROMOTOR :**

Prof. dr. Steven LENAERS



**UHASSELT**

KNOWLEDGE IN ACTION

[www.uhasselt.be](http://www.uhasselt.be)

Universiteit Hasselt  
Campus Hasselt:  
Martelarenlaan 42 | 3500 Hasselt  
Campus Diepenbeek:  
Agoralaan Gebouw D | 3590 Diepenbeek

**2020**  
**2021**



# Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de handelswetenschappen

## ***Masterthesis***

### ***Carrièrekansen van personen van vreemde origine in de creatieve industrie***

#### **Mirthe Grosemans**

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de handelswetenschappen, afstudeerrichting ondernemerschap en management

#### **PROMOTOR :**

Prof. dr. Steven LENAERS



Deze masterproef werd geschreven tijdens de COVID-19 crisis in 2020 – 2021. Deze wereldwijde gezondheids crisis heeft mogelijk een impact gehad op het schrijf- en verwerkingsproces, de onderzoekshandelingen en de onderzoeksresultaten die aan de basis liggen van dit werkstuk.



## **Woord vooraf**

Voor u ligt de masterproef 'Carrièrekanen van personen van vreemde origine in de creatieve industrie'. Ik, masterstudente handelswetenschappen aan de Universiteit Hasselt, heb onderzoek verricht naar het vinden van een job voor personen van Maghrebijnse origine in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. In het academiejaar 2020 – 2021 werd het onderzoek in het kader van het opleidingsonderdeel 'masterproef' uitgevoerd.

Dit onderzoek werd geschreven door mij, Mirthe Grosemans, maar was niet mogelijk zonder de medewerking van mijn promotor, prof. dr. Steven Lenaers. Het onderzoek dat ik heb verricht was complex, maar na een literatuurstudie en een kwalitatief onderzoek werd de masterproef tot een goed einde gebracht.

Ten slotte wil ik prof. dr. Steven Lenaers bedanken. Hij heeft mij fijn begeleid, maakte steeds interessante suggesties en verrijkte mijn inzichten. Daarnaast bedank ik ook graag mijn respondenten. Zonder hun medewerking was het onderzoek niet geslaagd. Ook van mijn familie en vrienden heb ik wijze raad en morele ondersteuning ontvangen.

Ik wens u veel leesplezier.

Mirthe Grosemans

Voorjaar 2021



## Samenvatting

Deze masterproef heeft als doel onderzoek te verrichten naar de carrièrekansen van personen van vreemde origine in de creatieve industrie. Na de analyse van het praktijkprobleem, werden er keuzes gemaakt voor de afbakening van de onderzoeksvraag. Allereerst focust deze masterproef zich op de creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Dit zijn namelijk creatieve sectoren die met hoge onzekerheid en slechte werkomstandigheden geconfronteerd worden. Daarnaast concentreert het onderzoek zich op carrièrekansen in termen van 'het vinden van een job', vermits etnische discriminatie het duidelijkst naar voren komt in het aanwervingsproces. Een laatste afbakening is deze van de Maghrebijnse<sup>1</sup> originegroep, wat de grootste niet-EU originegroep in België is. De centrale onderzoeksvraag luidde:

### **“Hoe vinden personen van Maghrebijnse origine een job in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten?”**

Om een antwoord te formuleren op deze centrale onderzoeksvraag, werd er aan het begin van het onderzoek een literatuurstudie verricht. Al snel werd duidelijk dat er weinig tot geen literatuur voorhanden is die alle drie de onderzoeksvelden omvat. Hierdoor zijn de drie relevante onderzoeksvelden individueel bestudeerd in drie aparte literatuurstudie. Er werd een literatuur gevoerd over

1. carrièrekansen in de creatieve industrie;
2. carrièrekansen van personen van vreemde origine;
3. personen van vreemde origine in de creatieve industrie.

Nadien werden de gevonden theorieën van de drie literatuurstudies getoetst aan de werkelijkheid via een kwalitatief onderzoek. Er werden vijftien half-gestructureerde interviews afgelegd waarin elk relevant literair inzicht besproken werd. De verzamelde interviewgegevens werden geanalyseerd om een totaalbeeld van de bevindingen te schetsen.

Samenvattend identificeert deze masterproef elementen die relevant zijn in het vinden van een job voor personen van Maghrebijnse origine in de creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Allereerst toont dit onderzoek aan dat een kunstendiploma geen rechtstreekse meerwaarde oplevert in het vinden van een job, maar het zorgt wel voor twee onrechtstreekse voordelen. Zo kan er tijdens de kunstopleiding reeds gestart worden met een netwerk en kunnen bepaalde technische skills sneller aangeleerd worden (bijvoorbeeld een dansstijl). Deze twee onrechtstreekse voordelen, netwerk en portfolio, blijken wel de belangrijkste elementen te zijn in het vinden van een job in de creatieve industrie. Een kunstendiploma is dus geen vereiste, maar het kan wel voor een bepaalde voorsprong zorgen in het vinden van een job. Een netwerk en de kwaliteit van het portfolio kan ook zeker opgebouwd worden zonder een kunstendiploma. Een kunstenaar met een sterk netwerk, zowel een formeel als informeel, kan zijn/haar werk aan veel meer personen tonen. Dit vergroot de kans om opgepikt te worden voor een volgende job of project. Levert deze kunstenaar daarenboven kwalitatief werk door zijn/haar creatief talent, is de kans op het vinden van een job nog groter. Een belangrijke kanttekening is dat de waardering van kunst subjectief is,

---

<sup>1</sup> Personen met een origine uit Algerije, Libië, Marokko, Tunesië of Mauritanië



waardoor een portfolio ook op subjectieve criteria geëvalueerd wordt. Dit ligt in lijn met het volgende resultaat van deze studie, namelijk dat het brede interpretatiegebied van kunst zorgt voor meer ruimte voor discriminatie in het aanwervingsproces. Personen van Maghrebijnse krijgen wel degelijk te maken met een discriminerend gevoel. Zo ervaren ze mindere kansen te krijgen ten opzichte van 'witte' kunstenaars op het vlak van exposities of acteerrollen. In het bijzonder podiumkunstenaars worden vaak gecast voor stereotype rolletjes, waardoor ze het idee hebben van ondergewaardeerd te zijn. Hun talenten reiken echter veel verder dan dat. Naast het nadeel van discriminatie in het aanwervingsproces, geven de resultaten in deze studie aan dat de Maghrebijnse origine een grote inspiratiebron voor kunst kan zijn. Kunst wordt namelijk geïnspireerd door individuele ervaringen en emoties en de Maghrebijnse origine heeft hier, op zowel positieve als negatieve manieren, een invloed op.

Deze masterproef is in eerste instantie wetenschappelijk relevant, omdat er nog geen eerdere onderzoeken bestaan die de drie onderzoeksvelden tezamen omvat. Er wordt nieuwe wetenschappelijke kennis gegenereerd door een eerste beeld te vormen over hoe personen van Maghrebijnse origine een job vinden in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Dit onderzoek vult dus een gat in de literatuur door de drie onderzoeksvelden te combineren. Daarenboven is deze masterproef ook maatschappelijk relevant. Het toont namelijk wat personen van Maghrebijnse origine in acht kunnen nemen in een zoeken van een job in de creatieve industrie, zoals de irrelevantie van een kunstdiploma en het belang van een netwerk en een kwalitatief portfolio. Daarnaast draagt het onderzoek bij aan de kennis over discriminatie o.b.v. etniciteit in het aanwervingsproces in de creatieve industrie. Dit kan van essentieel belang zijn voor vervolgonderzoeken of eventuele beleidsmaatregelen.

Er kunnen vervolgens ook enkele kritische beschouwingen over deze masterproef geformuleerd worden. Een eerste beperking is dat deze masterproef niet startte vanuit een bestaande theorie of studie, waardoor er drie aparte literatuurstudies zijn verricht. Gezien de tijdspanne van dit onderzoek, kon er niet heel grondig ingegaan worden op elk onderzoeksveld. Deze masterproef vormt eerder een eerste, globaal beeld. Een andere beperking in het onderzoek was deze van de beoogde doelgroep. Respondenten moeten zowel een Maghrebijnse origine hebben, als werken in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Het klein aantal personen dat aan deze criteria voldoet, moet vervolgens ook mee willen doen met het onderzoek. Zo weigerden enkele geschikte kandidaten, voornamelijk door het gevoelige onderwerp van discriminatie. Een andere kritische beschouwing is de implicatie van deze masterproef. Personen van Maghrebijnse origine weten op basis van dit onderzoek welke elementen er een rol spelen in de zoektocht naar een job in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Aanwervingen gebeuren er voornamelijk op basis van netwerk en portfolio, en niet op basis van een kunstdiploma. Daarenboven leidt de Maghrebijnse origine enerzijds tot een voordeel, omdat het ingezet wordt als inspiratiebron voor kunst. Anderzijds is er nog steeds sprake van discriminatie in het aanwervingsproces, wat een nadeel oplevert in de zoektocht naar een job.

# Inhoudsopgave

1. Probleemstelling.....	9
1.1 Praktijkprobleem.....	9
1.2 Onderzoeksvraag .....	10
2. Methodologie literatuurstudie .....	11
3. Literatuurstudie: Hoe vinden personen een job in de Vlaamse creatieve industrie?.....	13
3.1 De creatieve industrie.....	13
3.1.1 Definities van de creatieve industrie .....	13
3.1.2 Effecten van de creatieve industrie.....	17
3.2 De creatieve industrie in Vlaanderen.....	18
3.2.1 Werkzaamheid in de Vlaamse creatieve industrie .....	18
3.2.2 Bruto toegevoegde waarde van de Vlaamse creatieve industrie .....	20
3.2.3 Omzet van de Vlaamse creatieve industrie .....	21
3.3 Carrièrekanen in de creatieve industrie .....	21
3.3.1 Loopbanen in de creatieve industrie .....	21
3.3.2 Het vinden van een job in de creatieve industrie .....	22
3.4 Besluit: Hoe vinden personen een job in de Vlaamse creatieve industrie?.....	22
4. Literatuurstudie: Hoe vinden personen van vreemde origine een job in Vlaanderen? .....	23
4.1 Definitie personen van vreemde origine .....	23
4.2 Personen van vreemde origine in Vlaanderen.....	23
4.2.1 Algemene kenmerken.....	23
4.2.2 Arbeidsmarktpositie (Socio-Economische Monitoring 2019) .....	26
4.3 Carrièrekanen van personen van vreemde origine.....	30
4.3.1 Het vinden van een job voor personen van vreemde origine .....	31
4.4 Besluit: Hoe vinden personen van vreemde origine een job in Vlaanderen? .....	32
5. Literatuurstudie: Gebruiken personen van vreemde origine hun origine als bron van creativiteit?..	33
5.1 Personen van Maghrebijnse origine in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten .....	33
5.2 Vreemde origine en creativiteit .....	35
5.3 Besluit: Gebruiken personen van vreemde origine hun origine als bron van creativiteit?..	35
6. Conclusie literatuurstudies .....	37
6.1 Begrippen .....	37
6.2 Theoretische inzichten .....	37

7. Empirisch onderzoek – kwalitatief onderzoek .....	39
7.1 Methodologie .....	39
7.1.1 Dataverzameling .....	39
7.1.2 Beschrijving respondenten .....	41
7.1.3 Data-analyse .....	41
7.2 Resultaten .....	42
7.2.1 Het vinden van een job in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten .....	42
7.2.2 Het vinden van een job voor personen van Maghrebijnse origine in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten .....	45
7.2.4 Het gebruiken van de Maghrebijnse origine als bron voor creativiteit in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten .....	48
8. Conclusie .....	51
9. Discussie .....	53
9.1 Relevantie van het onderzoek .....	53
9.2 Beperkingen van het onderzoek .....	53
9.3 Implicaties van het onderzoek .....	54
9.4 Suggesties voor vervolgonderzoek .....	54
11. Referenties .....	57
12. Bijlagen .....	59
Bijlage 1: literatuurstudie .....	59
Bijlage 1.1: NACE-codes, verdeelsleutel, creatieve sector, kern/satelliet-code .....	59
Bijlage 1.2: ISCED-classificatie voor studiedomeinen .....	63
Bijlage 2: Empirisch onderzoek – kwalitatief onderzoek .....	64
Bijlage 2.1: Toestemmingsformulier .....	64
Bijlage 2.2: Demografische gegevens respondenten .....	66
Bijlage 3.3: Voorbeeld data-analyse: coderen .....	67

## Lijst met tabellen

Tabel 1: Aantal werkzame VTE's, werknemers, werkgevers en zelfstandigen per Vlaamse creatieve sector in 2016 (Flanders DC, 2017) .....	19
Tabel 2: Aantal werkzame VTE's in de kern- en satellietactiviteiten per Vlaamse creatieve sector in 2016 (Flanders DC, 2017) .....	19
Tabel 3: Aantal werkzame VTE's per Vlaamse provincie in 2016 (Flanders DC, 2017).....	20
Tabel 4: Toegevoegde waarde in de kern- en satellietactiviteiten per Vlaamse creatieve sector in 2016 (Flanders DC, 2017) .....	20
Tabel 5: Omzet in de kern- en satellietactiviteiten per Vlaamse creatieve sector in 2016 (Flanders DC, 2017) .....	21
Tabel 6: Aandeel personen van Maghrebijnse origine naar studiedomein in België in 2016 (20-64 jaar, %) .....	29
Tabel 7: Interviewleidraad kwalitatief onderzoek .....	40

## Lijst met figuren

Figuur 1: Schema van gebruikte literatuur om de carrièrekansen van personen van vreemde origine in de creatieve industrie in kaart te brengen .....	11
Figuur 2: UNCTAD classificatie van de creatieve industrie (UNCTAD, 2008).....	15
Figuur 3: Het concentrische cirkelmodel van de creatieve industrieën (Throsby, 2008).....	16
Figuur 4: Bevolking van vreemde origine per leeftijdsgroep in het Vlaams Gewest in 2018 (%) (Statistiek Vlaanderen, 2019) .....	24
Figuur 5: Top tien herkomstlanden in het Vlaams Gewest in 2018 (Statistiek Vlaanderen, 2019)..	24
Figuur 6: Origines naar geboorteland in het Vlaams Gewest in 2018 (%) (Statistiek Vlaanderen, 2019) .....	25
Figuur 7: Bevolking van vreemde origine in de Belgische gewesten en België in 2018 (%) (Statistiek Vlaanderen, 2019) .....	25
Figuur 8: Arbeidsparticipatie per geslacht van de Maghrebijnse originegroep in 2016 in België (%) .....	27
Figuur 9: Werkzaamheidsgraad per huishoudtype en per geslacht van de Maghrebijnse originegroep in 2016 in België (%) .....	27
Figuur 10: Werkzaamheidsgraad in 2009 en 2016 per leeftijdsklasse van de Maghrebijnse originegroep in 2016 in België (%) .....	27
Figuur 11: Werkloosheidsgraad in 2009 en 2016 per leeftijdsklasse van de Maghrebijnse originegroep in 2016 in België (%) .....	27
Figuur 12: Werknemers van Maghrebijnse origine en zelfstandigen naar industrie (NACE, 20-64 jaar, %) (Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019) .....	28
Figuur 13: Personen van Maghrebijnse origine volgens opleidingsniveau in 2009 en 2016 in België (20-64 jaar, %) (Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019) .....	28
Figuur 14: Aantal personen van Maghrebijnse origine naar studiedomein en opleidingsniveau in 2016 in België (20-64 jaar, %) .....	30

Figuur 15: Werknemers van Maghrebijnse origine in de creatieve NACE-codes in 2011 en 2016 in België (20-64 jaar, %) .....	33
Figuur 16: Maghrebijnse werknemers in de creatieve NACE-codes naar opleidingsniveau in 2016 in België (20-64 jaar, %) .....	34
Figuur 17: Maghrebijnse en gemiddelde werknemers in de NACE-code 90 naar studiedomein in 2016 in België (20-64 jaar, %) .....	34
Figuur 18: Schema van gebruikte literatuur om de carrièrekansen van personen van vreemde origine in de creatieve industrie in kaart te brengen .....	39

# 1. Probleemstelling

## 1.1 Praktijkprobleem

In een halve eeuw tijd is onze maatschappij veranderd in een migratiesamenleving. Van de gehele Belgische beroepsbevolking (18 – 64 jaar) heeft 31,1 procent of 2,1 miljoen personen een vreemde origine. Een persoon wonend in België is van vreemde origine als de persoon een andere nationaliteit heeft of had bij geboorte, of als een van de ouders een andere nationaliteit had bij geboorte (Commissie Integratiebeleid, 2014). De meeste personen van vreemde origine in België hebben een origine in EU- of kandidaat EU-landen (16,2 procent). De grootste groep personen met een niet-EU vreemde origine zijn personen met een Maghrebijnse<sup>2</sup> afkomst. Zij vertegenwoordigen 5 procent van de gehele Belgische beroepsbevolking. (Datawarehouse arbeidsmarkt en sociale bescherming KSZ. Berekeningen en verwerking: FOD WASO / UNIA; Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019). Deze masterproef focust zich dan ook op deze Maghrebijnse originegroep.

Maar hoe gaat de Belgische maatschappij om met deze verschillende origine? Vandaag de dag wordt ongelijkheid in een maatschappij opnieuw erg onder de aandacht gebracht, voornamelijk door de dood van de zwarte Amerikaan George Floyd door politiegeweld in mei 2020. De *Blacklivesmatter*-beweging is overgewaaid uit de VS naar België en laat ook hier zijn sporen na. Zo kopte Bervoet (2020) in De Tijd: "George Floyd legt ook Belgische wonden bloot". Uit cijfers van het artikel blijkt namelijk dat België slecht scoort op Europees vlak als het gaat over de prestaties in onderwijs en op de arbeidsmarkt van personen van vreemde origine. Onderwijswetenschapper Orhan Agirdag van de KU Leuven concludeert zelfs dat België inzake ongelijkheid in het onderwijs het slechter doet dan de VS (Bervoet, 2020). Dat mensen van vreemde origine daarnaast nog steeds vaker uit de boot vallen op de Belgische arbeidsmarkt, wordt bevestigd in de Socio-economische Monitoring 2019. De laatste decennia is er maar een kleine verbetering op de arbeidsmarkt, en aan dit tempo zal het nog tientallen jaren duren voor er een evenredig aantal mensen met een vreemde origine in ons land aan het werk is (Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019). Arbeidsmarktnadelen voor personen van vreemde origine komen het duidelijkst naar voor bij het aanwervingsproces van personeel, enerzijds in termen van het verkrijgen van een job en anderzijds in het vestigen van een veilige, gecontracteerde positie (Witteveen & Alba, 2018). Deze masterproef focust zich dan ook op de carrièrekansen in termen van 'het vinden van een job'.

Personen worden tewerkgesteld in verschillende industrieën van een arbeidsmarkt, waaronder ook de sterk gegroeide creatieve industrie. De creatieve industrie is niet meer weg te denken uit onze hedendaagse maatschappij, denk maar aan leesboeken, films, muziek, schilderijen maar ook relatieve nieuwkomers zoals software en multimedia. In 2019 werkte 6,1 procent van de gehele Vlaamse beroepsbevolking in de creatieve industrie. De Vlaamse creatieve industrie wordt opgedeeld in 12 sectoren die elk sterk verschillen in termen van inkomen, werkgelegenheid, vaardigheidsvereisten... Het zijn sectoren zoals podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten die het meest geconfronteerd worden met onzekerheid en slechte werkomstandigheden (Comunian,

---

<sup>2</sup> Maghreblanden: Algerije, Libië, Marokko, Tunesië en Mauritanië.

Faggian, & Jewell, 2011; Flanders DC, 2017). Deze masterproef focust zich dan ook op de drie sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Uit voorgaand onderzoek blijkt daarenboven dat personen van vreemde origine hun origine gebruiken als bron voor creativiteit. Dit zou een voordeel kunnen opleveren in de creatieve sectoren, waar creatief talent een centrale rol speelt (Thoelen, 2015).

## **1.2 Onderzoeksvraag**

Deze verkennende masterproef tracht een eerste beeld te schetsen over de carrièrekansen van personen van vreemde origine in de Vlaamse creatieve industrie, waar momenteel geen of weinig onderzoeken over bestaan. De centrale onderzoeksvraag wordt als volgt geformuleerd:

**“Hoe vinden personen van Maghrebijnse origine een job in de creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten?”**

Deze centrale onderzoeksvraag is de rode draad doorheen deze masterproef. Na het beantwoorden van onderstaande deelvragen wordt er automatisch een antwoord gevormd op de centrale onderzoeksvraag. De drie deelvragen worden allereerst afzonderlijk behandeld in een literatuurstudie en nadien worden de gevonden theorieën getoetst aan de werkelijkheid via een kwalitatief onderzoek.

Onderzoeksvraag 1: **“Hoe vinden personen een job in de Vlaamse creatieve industrie?”**

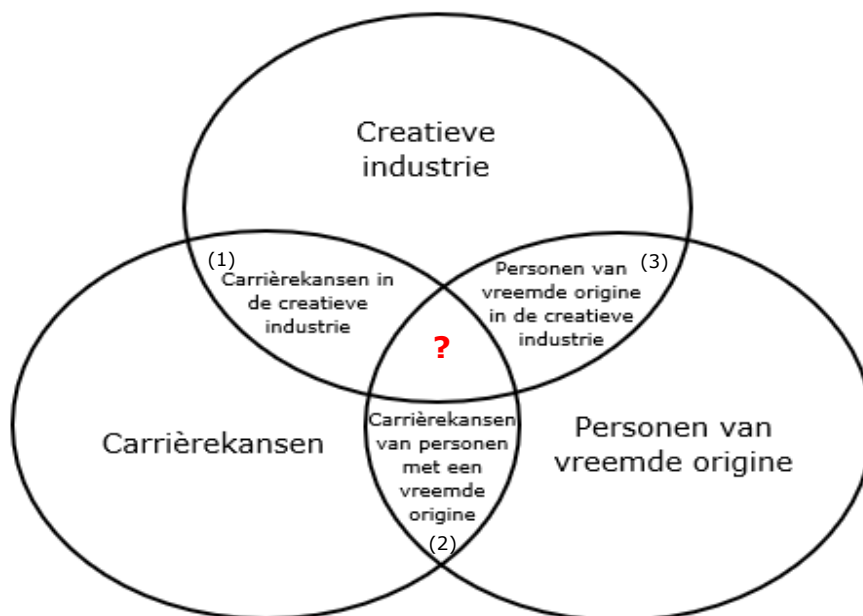
Onderzoeksvraag 2: **“Hoe vinden personen van vreemde origine een job in Vlaanderen?”**

Onderzoeksvraag 3: **“Gebruiken personen van vreemde origine hun origine als bron van creativiteit?”**

## 2. Methodologie literatuurstudie

Om een antwoord te formuleren op de centrale onderzoeksvraag, werd er aan het begin van het onderzoek een literatuurstudie verricht. De literatuurstudie werd aangevat met het zoeken naar literatuur over carrièrekansen van personen van vreemde origine in de creatieve industrie. Er werd gezocht op verschillende zoekmachines zoals Google Scholar en EBSCOHost, op de volgende (combinaties van) trefwoorden: *etnische minderheden/ethnic minorities*, *immigranten/immigrants*, *carrièrekansen/carreer opportunities*, *carrièrepaden/carreer paths*, *job opportuniteiten/job opportunities*, *creatieve industrieën/creative industries*, *culturele industrieën/cultural industries...* Echter was er weinig tot geen literatuur voorhanden die alle drie de onderzoeksvelden omvatte.

Op basis van het doctoraat van Thoelen (2015) werden de drie relevante onderzoeksvelden individueel bestudeerd in de literatuurstudie. Zo werd er literatuur gezocht over (1) carrièrekansen in de creatieve industrie, literatuur over (2) carrièrekansen van personen van vreemde origine en literatuur over (3) personen van vreemde origine in de creatieve industrie (zie Figuur 1).



*Figuur 1: Schema van gebruikte literatuur om de carrièrekansen van personen van vreemde origine in de creatieve industrie in kaart te brengen*

Nadien werden de gevonden theorieën getoetst aan de werkelijkheid via een kwalitatief onderzoek. Door een combinatie te maken van de drie onderzoeksvelden, wordt er nieuwe kennis gegenereerd. Er wordt een eerste beeld te vormen over hoe personen van Maghrebijnse origine een job vinden in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten.





## **3. Literatuurstudie: Hoe vinden personen een job in de Vlaamse creatieve industrie?**

### **3.1 De creatieve industrie**

#### **3.1.1 Definities van de creatieve industrie**

Creativiteit wordt geassocieerd met originaliteit, verbeeldingskracht, inspiratie en inventiviteit. Het is een innerlijk kenmerk van individuen om fantasierijk te zijn en ideeën uit te drukken (UNCTAD, 2008). Slechts vanaf de 21<sup>e</sup> eeuw worden de raakvlakken tussen creativiteit, cultuur en economie duidelijk, waardoor 'creatieve economie', 'culturele industrie' en 'creatieve industrie' vandaag de dag veelgebruikte termen zijn. De drie termen hangen vanwege hun voorgeschiedenis samen en worden hieronder verder toegelicht (Vandenzavel, 2011).

#### Creatieve economie

De term 'creatieve economie' wordt gebruikt als overkoepeling van alle creatieve industrieën (Maenhout, De Voldere, Onkelinx, & Sleuwaegen, 2006). Echter is er geen consensus over wat precies deze creatieve industrieën zijn (Throsby, 2008). Soms wordt er een onderscheid gemaakt tussen culturele en creatieve industrieën, maar soms worden beide termen te pas en te onpas door elkaar gebruikt. Er ontbreekt een eenduidige definitie en er bestaan talloze gelijkaardige benamingen voor industrieën die symbolische waarde creëren (Potts, 2008; UNCTAD, 2008).

#### Culturele industrie

De term 'culturele industrie' verscheen in de naoorlogse periode als kritiek op de opkomst van het massa entertainment. Cultuur en industrie werden in deze tijd als twee tegenpolen beschouwd en de term werd voornamelijk gebruikt om de minachting uit te drukken ten opzichte van populaire kranten, films, tijdschriften en muziek. Vandaag de dag is de meest geaccepteerde definitie van de culturele industrie dat ze "een industrie is die culturele goederen en diensten produceert". Culturele goederen en diensten, zoals kunstwerken, muziekkuitvoeringen, literatuur, film- en televisieprogramma's, worden verwacht volgende kenmerken te bevatten (UNCTAD, 2008):

1. Hun productie vereist enige input van menselijke creativiteit;
2. Ze zijn transportmiddelen voor symbolische boodschappen aan degenen die ze consumeren, d.w.z. ze zijn meer dan gewoon utilitair, omdat ze een communicatief doel verwezenlijken;
3. Ze bevatten enig intellectueel eigendom dat kan worden toegeschreven aan het individu of groep die het goed of dienst produceert.

Culturele goederen en diensten hebben naast hun commerciële waarde ook een culturele waarde, die niet meetbaar is in geld. Deze culturele waarde onderscheidt culturele goederen en diensten van anderen en wordt geïnspireerd door individuele ervaringen en emoties (UNCTAD, 2008).

#### Creatieve industrie

Sinds het begin van de 21<sup>e</sup> eeuw is de term 'creatieve industrie' sterk ontwikkeld en heeft het de reikwijdte van de culturele industrie verbreed tot buiten louter 'kunsten'. Tot de creatieve industrie behoren dus ook de toegepaste kunsten, zoals design of reclame. Creatieve goederen en diensten bevatten niet enkel culturele goederen zoals hierboven gedefinieerd, maar ook commerciële goederen en diensten die een zekere mate van creativiteit vereisen in hun productie. De

klantwaardering van creatieve goederen is ook zeer moeilijk te voorspellen omdat deze niet op objectieve criteria is gebaseerd; smaak is onderhevig aan een aantal factoren, waaronder cultuur, mode, zelfbeeld en levensstijl (UNCTAD, 2008).

Er zijn de afgelopen jaren verschillende theorieën en modellen geformuleerd om inzicht te krijgen in de creatieve industrie. Hieronder volgen drie belangrijke definities of classificaties over de creatieve industrie.

#### *DCMS*

De eerste ruime omschrijving van de creatieve industrie verscheen in de *Creative Industries Mapping Documents* van 1998 en 2001 van het Departement van Cultuur, Media en Sport (DCMS) in het Verenigd Koninkrijk. Het was de eerste analyse van de economische bijdrage van creatieve activiteiten aan de economische welvaart. Volgens het DCMS was het doel van deze documenten bewustzijn creëren over de creatieve industrieën, de bijdrage die zij leveren aan de economie en de problemen waarmee zij geconfronteerd worden (DCMS, 1998, 2001).

De creatieve industrie werd in deze documenten gedefinieerd als "die activiteiten die hun oorsprong vinden in individuele creativiteit, vaardigheid en talent en die het potentieel hebben voor rijkdom en het creëren van banen door het genereren en exploiteren van intellectueel eigendom." De documenten maken een opsomming van 13 sectoren die deel uitmaken van de creatieve industrie: reclame, architectuur, kunst- en antiekmarkten, computer- en videogames, ambachten, design, designermode, film en video, muziek, podiumkunsten, uitgeverijen, software en televisie en radio (DCMS, 1998, 2001).

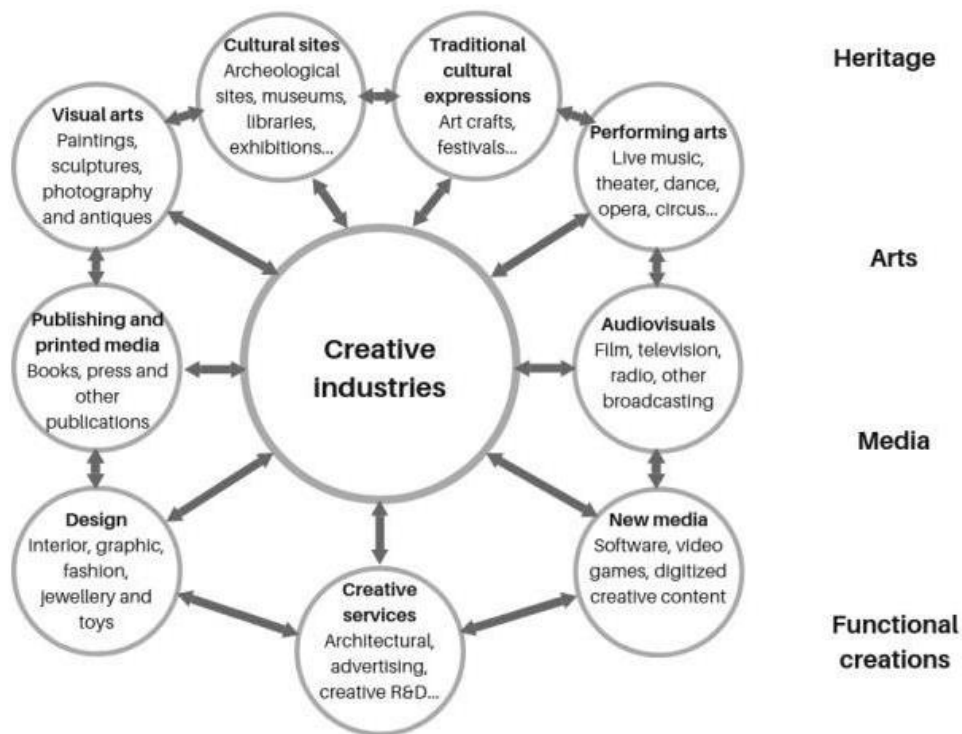
#### *UNCTAD*

Een ander model over de creatieve industrie werd geformuleerd door de United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), een intergouvernamenteel orgaan van de Verenigde Naties. Op de Ministeriële Conferentie in 2004 werd de term 'creatieve industrie' geïntroduceerd en op de internationale agenda geplaatst. De UNCTAD-benadering breidt het concept 'creativiteit' uit van activiteiten met een sterke artistieke component naar "elke economische activiteit die symbolische producten produceert met een sterke afhankelijkheid van intellectueel eigendom en voor en zo breed mogelijke markt." UNCTAD maakt verder een onderscheid tussen upstream- en downstream-activiteiten. Upstream-activiteiten zijn traditionele culturele activiteiten zoals podiumkunsten of beeldende kunsten. Downstream-activiteiten liggen daarentegen veel dichterbij de markt, zoals reclame, uitgeverijen of media-gerelateerde activiteiten (UNCTAD, 2008).

UNCTAD definieert creatieve industrieën aan de hand van een vijftal pijlers. De creatieve industrieën:

1. Vormen de cycli van creatie, productie en distributie van goederen en diensten die creativiteit en intellectueel eigendom als primaire input gebruiken;
2. Bestaan uit een reeks op kennis gebaseerde activiteiten, gericht op maar niet gelimiteerd op kunst, die opbrengsten genereren uit handel en intellectuele eigendomsrechten;
3. Bevatten materiële producten en immateriële intellectuele of artistieke diensten met creatieve inhoud, economische waarde en markt doelstellingen;
4. Liggen op het kruispunt van ambachtelijke sectoren, diensten en industriële sectoren; en
5. Vormen een nieuw dynamische sector in de wereldhandel.

Industrieën die aan de vijf pijlers voldoen, worden vervolgens in vier brede groepen geclassificeerd: erfgoed, kunst, media en functionele creaties. Deze vier groepen worden op hun beurt opgedeeld in 9 verschillende sectoren, voorgesteld in Figuur 2 (UNCTAD, 2008).



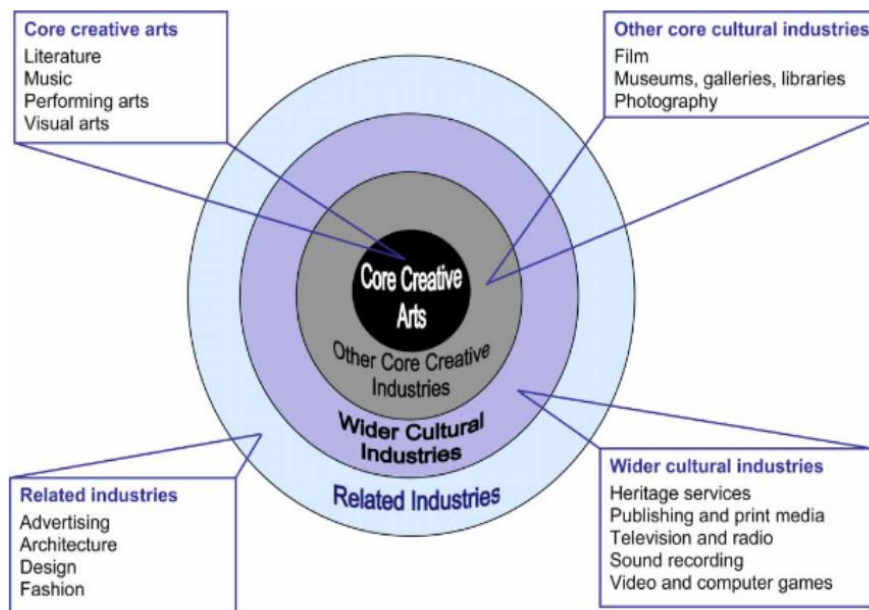
Figuur 2: UNCTAD classificatie van de creatieve industrie (UNCTAD, 2008)

De groep cultureel erfgoed wordt geïdentificeerd als de oorsprong van alle vormen van kunst en is het startpunt van de UNCTAD classificatie voor creatieve industrieën. Het is verdeeld in twee subsectoren: culturele sites zoals museums en bibliotheken, en traditionele culturele expressies zoals festivals en kunstambachten. Daarnaast omvat de groep kunst alle creatieve sectoren die gebaseerd zijn op kunst en cultuur. De subsectoren hier zijn visuele kunsten zoals schilderen en fotografie, en uitvoerende kunsten zoals theater en dans. Verder omvat media zowel uitgeverijen en gedrukte media (boeken, kranten...) als audiovisuals (films, radio...). De laatste groep bestaat uit industrieën die goederen en diensten creëren voor functionele doeleinden. Het is onderverdeeld in drie subsectoren waaronder design (grafisch design, mode...), nieuwe media (software, videogames...) en creatieve diensten (architectuur, reclame...).

#### Throsby: Concentrische cirkelmodel

Een laatste classificatie van de creatieve industrie is het concentrische cirkelmodel van Throsby (2008), waarin de creatieve sectoren geclassificeerd worden op basis van hun hoeveelheid gecreëerde culturele waarde. Culturele waarde ontstaat door het gebruiken van creatieve ideeën, en creatieve ideeën vinden hun oorsprong in creatieve kunsten in de vorm van geluid, tekst en beeld. Hoe meer creatieve ideeën er gebruikt worden, hoe meer culturele waarde er gecreëerd wordt en hoe meer de sector naar de kern van het model verschuift (Throsby, 2008).

Het model beschouwt de sectoren literatuur, muziek, beeldende en visuele kunst als de kernsectoren (*Core Creative Arts*) van de creatieve industrie, omdat zij het meest culturele waarde creëren. De reclame-, architectuur-, design- en modesector (*Related Industries*) daarentegen creëren het minst culturele waarde (zie Figuur 3). Echter wordt er een belangrijke kanttekening bij dit model gemaakt. Gecreëerde culturele waarde is een subjectief outputgegeven en kan niet gemeten worden. Het onderzoek van Throsby (2008) stelt daarom dat dit outputgegeven gelijkgesteld kan worden met de hoeveelheid creatieve input die er ingezet wordt in het productieproces. Deze creatieve input wordt vertaald als creatieve arbeid. Toegepast op het concentrische cirkelmodel, wordt er in de *Core Creative Arts* het meest creatieve arbeid ingezet, waardoor deze sectoren dus het meeste culturele waarde creëren (Throsby, 2008).



Figuur 3: Het concentrische cirkelmodel van de creatieve industrieën (Throsby, 2008)

### *Creative Trident Benadering*

De drie voorgaande modellen houden echter geen rekening met de creatieve werkgelegenheid buiten de creatieve industrie. De omvang van creatieve arbeid wordt hierdoor vaak onderschat (Cunningham, 2011; Hartley et al., 2012; Higgs, Cunningham, & Bakhshi, 2008). De *Creative Trident* benadering, ontwikkeld door het *Australian Research Council Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation*, maakt een onderscheid tussen drie vormen van werkgelegenheid die samen het creatieve personeelsbestand vormen:

1. Specialists: kunstenaars, professionals of creatieve individuen die werkzaam zijn in de creatieve industrie.
2. Embedded: artiesten, professionals of creatieve individuen die werkzaam zijn in industrieën die niet als creatief gedefinieerd zijn.
3. Support: personeel in de creatieve industrie dat ondersteuning biedt op het vlak van management, secretariaat, administratie en boekhouding.

### **3.1.2 Effecten van de creatieve industrie**

De aanwezigheid van creatieve industrieën genereert verschillende positieve effecten in de stad, regio of land waarin ze gevestigd zijn. Deze effecten vinden voornamelijk plaats op economisch, sociaal en ruimtelijk vlak (Florida, 2002; Oakley, 2006; Vorley, Mould, & Smith, 2008) en worden hieronder verder toegelicht.

#### Economische effecten

De creatieve industrie draagt in de eerste plaats bij aan economische groei. Het verband tussen de aanwezigheid van een creatieve industrie en economische groei wordt gestaafd door factoren zoals het toenemend aantal (kapitaal)investeringen in de creatieve arbeid, de verbeterde kwaliteit van menselijk kapitaal en technologie, en de toenemende vraag naar creatieve producten en diensten (Potts, 2008). Deze factoren worden hieronder kort toegelicht.

Het toenemend aantal (kapitaal)investeringen in de creatieve arbeid, de voornaamste inputfactor van de creatieve industrie, zorgt in de eerste plaats voor economische groei. Deze investeringen zorgen namelijk voor een bovengemiddelde werkgelegenheidsgroei in de creatieve sectoren. Daarnaast zal de economische groei ook toenemen door de verbeterde kwaliteit in de productiefactoren menselijk kapitaal en technologie. Deze verbeteringen zijn gerealiseerd door enerzijds meer en betere opleidingen en trainingen van het menselijk kapitaal, en anderzijds kwaliteitsvollere technologie. Een derde veelgehoorde factor voor economische groei is de toenemende vraag naar producten en diensten voortgebracht uit de creatieve industrie. Deze stijgende vraag is mogelijk door de groei van het gemiddelde inkomen in Vlaanderen. Deze groei kan voordelen opleveren voor meerdere sectoren, maar toch profiteren de creatieve sectoren er meer van. Goederen en diensten voortgebracht uit de creatieve sectoren hebben namelijk een inkomenselasticiteit groter dan één. De gevraagde hoeveelheid naar deze goederen en diensten zal dus proportioneel meer stijgen dan de bijhorende inkomensstijging (Potts, 2008; UNCTAD, 2008).

#### Sociale effecten

Creatieve industrieën hebben naast hun economische functie ook een sterke sociale functie: het terugdringen van sociale exclusie of het tegengaan van sociale ongelijkheid. Er wordt getracht om 'uitgestoten' minderheden terug te integreren in de maatschappij, door bijvoorbeeld een culturele activiteit die een verbindende rol moet spelen, of cultuur- of creatieve programma's voor werkloze jongeren die het zelfvertrouwen en het sociale bewustzijn doen stijgen (DCMS, 1998, 2001; UNCTAD, 2008).

Sociale inclusie kan echter enkel bereikt worden door gerichte beleidsacties, en niet door het louter te beschouwen als een handig meegenomen neveneffect van de economische groei door creatieve industrieën. De initiatieven zouden dus ofwel moeten focussen op het genereren van economische groei, ofwel op het stimuleren van sociale inclusie (Oakley, 2006).

#### Ruimtelijke effecten

Bij het bestuderen van de invloed van creatieve industrieën op ruimtelijke aspecten komt er een paradox naar voren: hoewel de creatieve industrieën een opgang kennen dankzij de toenemende globalisering en toegankelijkheid van informatie en technologie, komen ze toch vooral tot uiting op lokaal niveau, met name in steden en regio's. Creativiteit vestigt zijn wortels nog steeds lokaal of

regionaal, om daarna pas door te groeien naar nationaal of wereldlijk niveau. De fysieke geografische positie van een onderneming blijft dus nog steeds belangrijk, ondanks de snelle, kwaliteitsvolle en grote hoeveelheid informatie en technologie (Europese Commissie, 2010; Sörlin, 2002).

Deze gevestigde creativiteit op lokaal of regionaal niveau vindt voornamelijk plaats in creatieve clusters; een geografische groepering van creatieve bedrijven. Bedrijven in de creatieve industrie clusteren voornamelijk in regio's met een sterke lokale identiteit, diversiteit en open cultuur. Een duidelijk voorbeeld is de mode-industrie rond Milaan, New York en Parijs (Vandenzavel, 2011). Een verschil tussen clusters in creatieve industrieën en clusters in andere industrieën is de economische brandstof. Creatieve industrieën gaan opzoek naar menselijke kennis, creativiteit en innovatie in plaats van geografische voordelen. Om creatieve werknemers aan te trekken en te behouden, moeten ondernemingen in de creatieve sector zich vestigen daar waar cultuur, openheid en diversiteit aanwezig is (UNCTAD, 2008).

## **3.2 De creatieve industrie in Vlaanderen**

*Flanders District of Creativity* (Flanders DC), de vzw opgericht en ondersteund door de Vlaamse overheid, classificeert de Vlaamse creatieve industrie in twaalf sectoren: architectuur, podiumkunsten, cultureel erfgoed en patrimonium, mode, design, gedrukte en digitale media, audiovisueel, muziek, beeldende kunsten, games, communicatie, PR en reclame en nieuwe media<sup>3</sup>. Werkers in deze sector geven allemaal een uiting aan een vorm van artistieke of culturele creativiteit of gebruiken deze creativiteit als 'grondstof' om functionele producten of diensten te leveren (Flanders DC, 2017). Zoals eerder vermeld bestaat er geen eenduidige, internationale definitie van de creatieve industrie en hanteert Flanders DC weer een andere verdeling dan deze aangehaald in 3.1.1.

In de onderstaande cijfers van Flanders DC wordt een onderscheid gemaakt tussen kern en satelliet activiteiten, die overeenkomen met de *specialists* en *embedded* creatieve arbeid volgens de *Creative Trident* benadering (zie 3.1.1). De kernactiviteiten zijn zo specifiek dat ze volledig toe te schrijven zijn aan de creatieve industrie, zoals de productie van televisieprogramma's of activiteiten van grafische designers. Dit in tegenstelling tot de satellietactiviteiten die minder specifiek zijn, maar wel een belangrijke rol spelen in de waardeketen van de creatieve industrie. Voorbeelden van satellietactiviteiten zijn het vervaardigen van verlichtingsapparaten of de groothandel in kleding (Economie FOD, 2011; Flanders DC, 2017).

### **3.2.1 Werkzaamheid in de Vlaamse creatieve industrie**

In 2016 werkten er 171 266 voltijdsequivalenten (VTE's), zijnde werknemer, werkgever en zelfstandige, in de Vlaamse creatieve industrie. Ze vertegenwoordigen daarmee 6,1 procent van het totaal aantal werkzame VTE's in Vlaanderen. Van alle VTE's werkzaam in de creatieve sector zijn 68,6 procent werknemer, slechts 2,5 procent werkgever en 28,9 procent zelfstandig (zie Tabel 1).

De design-sector heeft met 46 495 of 27,1 procent het grootst aantal werkzame VTE's in de gehele Vlaamse creatieve industrie. De modesector volgt met 21,2 procent en de communicatie, PR en

---

<sup>3</sup> Nieuwe media komen in verschillende sectoren voor, waardoor deze sector niet apart berekend werd in de impactmeting van Flanders DC.

reclamesector staat op de derde plaats met 14,8 procent. Dit betekent dat bijna twee derde van alle werkzame VTE's in de Vlaamse creatieve industrie actief zijn in de mode-, design- of reclamesector. Verder tellen de gaming- en erfgoedsector het minst aantal werkzame VTE's, met respectievelijk 0,6 en 1 procent.

Tabel 1: Aantal werkzame VTE's, werknemers, werkgevers en zelfstandigen per Vlaamse creatieve sector in 2016 (Flanders DC, 2017)

Sector	Werkzame VTE	Aandeel VTE per sector	Werknemer	Werkgever	Zelfstandig
Architectuur	14 273	8,3 %	6 676	274	7 323
Podiumkunsten	7 651	4,5 %	4 623	104	2 924
Erfgoed	1 649	1 %	1 561	33	55
Mode	36 322	21,2 %	29 152	1 216	5 954
Design	46 495	27,1 %	33 583	1 421	11 491
Gedrukte en digitale media	12 734	7,4 %	9 972	310	2 452
Audiovisueel	8 555	5 %	5 421	151	2 983
Muziek	9 044	5,3 %	5 677	129	3 238
Beeldende kunsten	8 143	4,8 %	3 132	69	4 942
Gaming	975	0,6 %	837	26	112
Communicatie, PR en reclame	25 425	14,8 %	16 899	533	7 993
<b>Totaal</b>	<b>171 266</b>	<b>100 %</b>	<b>117 533</b>	<b>4 266</b>	<b>49 467</b>
Aandeel	100 %		68,6 %	2,5 %	28,9 %

Enkel rekening houdend met de kernactiviteiten heeft de sector communicatie, PR en reclame het grootst aantal werkzame VTE's met 25 425 of 16 procent. De designsector valt terug op 7,5 procent, maar blijft hiermee toch de op een na grootste speler. De modesector daarentegen komt ongeveer gelijk met de erfgoedsector met slechts 1,1 procent van de totale werkzame VTE's in de creatieve industrie (zie tabel 2). De reden hiervoor is dat er in de mode- en designsector veel VTE's werken in de satellietactiviteiten, zoals de groot-en detailhandel en vervaardiging van producten. Voorbeelden zijn verkopers in een winkel, productiehuizen van kleding of meubels...

Tabel 2: Aantal werkzame VTE's in de kern- en satellietactiviteiten per Vlaamse creatieve sector in 2016 (Flanders DC, 2017)

Sector	Werkzame kern VTE	Aandeel kern VTE	Werkzame satelliet VTE	Aandeel satelliet VTE
Architectuur	14 273	8,3 %	0	0,0 %
Podiumkunsten	7 651	4,8 %	0	0,0 %
Erfgoed	1 649	1,0 %	0	0,0 %
Mode	1 691	1,1 %	34 631	20,2 %
Design	11 926	7,5 %	34 569	20,2 %
Gedrukte en digitale media	11 704	7,4 %	1 030	0,6 %
Audiovisueel	8 381	5,3 %	174	0,1 %
Muziek	8 604	5,4 %	440	0,3 %
Beeldende kunsten	8 143	5,1 %	0	0,0 %
Gaming	975	0,6 %	0	0,0 %
Communicatie, PR en reclame	25 425	16,0 %	0	0,0 %
<b>Totaal</b>	<b>100 422</b>	<b>63 %</b>	<b>70 844</b>	<b>41,4 %</b>



Het absoluut aantal werkzame VTE's in de creatieve industrie verschilt daarnaast erg per Vlaamse provincie. Zo zijn er in Antwerpen meer dan drie keer zoveel werkzame VTE's in de creatieve industrie dan in Limburg. Echter is het noodzakelijk om het aantal werkzame VTE's af te wegen ten opzichte van de werkende beroepsbevolking in die regio. Antwerpen blijft na deze afweging nog steeds de grootste speler waar 7,2 procent van de beroepsbevolking werkzaam is in de creatieve industrie, in tegenstelling tot 4,6 procent van de Limburgse beroepsbevolking. Het verschil in het aantal werkzame VTE's per regio is in afweging tot de beroepsbevolking dus niet heel groot (zie tabel 3).

Tabel 3: Aantal werkzame VTE's per Vlaamse provincie in 2016 (Flanders DC, 2017)

Regio	Werkzame VTE's	Beroepsbevolking	Aandeel werkzame VTE's in beroepsbevolking
Antwerpen	55 673	771 756	7,2 %
Vlaams-Brabant	31 609	486 202	6,5 %
West-Vlaanderen	30 195	514 511	5,9 %
Oost-Vlaanderen	36 937	658 437	5,6 %
Limburg	16 851	369 236	4,6 %
<b>Totaal</b>	<b>171 265</b>	<b>2 800 142</b>	<b>6,1 %</b>

### 3.2.2 Bruto toegevoegde waarde van de Vlaamse creatieve industrie

De totale bruto toegevoegde waarde (TW) van de creatieve industrie lag in 2016 op 10,5 miljard of 5,6 procent van de totale bruto toegevoegde waarde van Vlaanderen. De bruto toegevoegde waarde is het verschil tussen de marktwaarde van de geproduceerde goederen en diensten en de marktwaarde van de verbruikte goederen en diensten in het productieproces. 69 procent van deze toegevoegde waarde werd door de kernactiviteiten gerealiseerd. Opvallend opnieuw is de grote bijdrage van de satellietactiviteiten uit de designsector (27,3 procent). Enkel rekening houdend met de kernactiviteiten zorgde de communicatie, PR en reclame- en architectuursector voor de meeste toegevoegde waarde, met respectievelijk 1,7 en 1 miljoen euro. De mode- en gamingsector droegen het minst bij aan de toegevoegde waarde van de creatieve industrie, met beiden slechts 0,9 procent (zie Tabel 4).

Tabel 4: Toegevoegde waarde in de kern- en satellietactiviteiten per Vlaamse creatieve sector in 2016 (Flanders DC, 2017)

Sector	TW totaal	TW-kern	Aandeel kern	TW-satelliet	Aandeel Satelliet
Architectuur	1 004 995 591	1 004 995 591	9,6 %	0	0,0 %
Podiumkunsten	524 319 483	524 319 483	5,0 %	0	0,0 %
Erfgoed	110 713 838	110 713 838	1,1 %	0	0,0 %
Mode	354 573 544	90 382 362	0,9 %	264 191 182	2,5 %
Design	3 587 613 736	727 765 735	6,9 %	2 859 848 001	27,3 %
Gedrukte en digitale media	980 088 286	907 203 357	8,7 %	72 884 929	0,7 %
Audiovisueel	907 532 542	890 902 205	8,5 %	16 630 337	0,2 %
Muziek	665 963 770	635 341 789	6,1 %	30 621 981	0,3 %
Beeldende kunsten	454 537 797	454 537 797	4,3 %	0	0,0 %
Gaming	93 258 520	93 258 520	0,9 %	0	0,0 %
Communicatie, PR en reclame	1 789 716 987	1 789 716 987	17,1 %	0	0,0 %
<b>Totaal</b>	<b>10 473 314 094</b>	<b>7 229 137 664</b>	<b>69,0 %</b>	<b>3 244 176 430</b>	<b>31,0 %</b>

### 3.2.3 Omzet van de Vlaamse creatieve industrie

De omzet van de creatieve industrie bedroeg 78,8 miljard euro in 2016, waarvan opnieuw meer dan 75 procent werd verwezenlijkt door satellietactiviteiten in de mode- en designsector. De kernactiviteiten van deze twee sectoren vertegenwoordigen slechts 3,2 procent van de totale omzet in de creatieve industrie. Enkel rekening houdend met de kernactiviteiten heeft de communicatie, PR en reclame sector met 5,9 procent de grootste omzet, gevolgd door de opmerkelijk hoge omzet van de gedrukte en digitale mediasector van 4,3 procent (zie Tabel 5).

Tabel 5: Omzet in de kern- en satellietactiviteiten per Vlaamse creatieve sector in 2016 (Flanders DC, 2017)

Sector	Omzet totaal	Omzet kern	Aandeel kern	Omzet satelliet	Aandeel satelliet
Architectuur	2 449 153 578	2 449 153 578	3,1 %	0	0,0 %
Podiumkunsten	935 037 080	935 037 080	1,2 %	0	0,0 %
Erfgoed	180 806 686	180 806 686	0,2 %	0	0,0 %
Mode	17 801 341 208	227 981 758	0,3 %	17 573 359 450	22,3 %
Design	43 643 202 016	2 288 921 766	2,9 %	41 354 280 250	52,5 %
Gedrukte en digitale media	3 975 153 832	3 368 474 547	4,3 %	606 679 285	0,8 %
Audiovisueel	2 124 992 253	2 039 605 185	2,6 %	85 387 068	0,1 %
Muziek	1 414 398 955	1 238 215 361	1,6 %	176 183 594	0,2 %
Beeldende kunsten	1 371 115 004	1 371 115 004	1,7 %	0	0,0 %
Gaming	235 738 505	235 738 505	0,3 %	0	0,0 %
Communicatie, PR en reclame	4 661 915 194	4 661 915 194	5,9 %	0	0,0 %
<b>Totaal</b>	<b>78 792 854 311</b>	<b>18 996 964 664</b>	<b>24 %</b>	<b>59 795 889 647</b>	<b>76 %</b>

## 3.3 Carrièrekansen in de creatieve industrie

### 3.3.1 Loopbanen in de creatieve industrie

De werkende beroepsbevolking heeft vandaag de dag een breed scala aan carrièremogelijkheden. Sommigen kiezen voor een traditionele loopbaan en werken meer dan twintig jaar voor hetzelfde bedrijf. Anderen kiezen ervoor om ervaring op te doen door om de paar jaar van baan of bedrijf te wisselen (Simmons, 2013). Echter is deze lineaire carrièrebenadering sterk veranderd. Het nieuwe grenzeloze karakter van carrières verwijst naar het overschrijden van bedrijfs-, industrie- of regiogrenzen op basis van eigen keuzes (Arthur & Rousseau, 2001). Het positieve kenmerk van een grenzeloze arbeidsmarkt is autonomie hebben over de eigen loopbaan en het vermogen om de carrière te sturen, maar het negatieve aspect daarentegen is de grote onzekerheid (Colakoglu, 2011).

De vermindering in traditionele loopbanen wordt in alle industrieën waargenomen, maar de trend is extra duidelijk in de creatieve industrie (DeFillippi, Grabher, & Jones, 2007). Het grenzeloze karakter van de creatieve arbeidsmarkt creëert dus veel onzekerheid voor creatieve werkers. Rodgers (1989) definieerde onzekere banen als "die met een korte tijdshorizon, of waarvoor het risico op ontslag groot is. Dit omvat onder meer onregelmatig werk met beperkte controle over de arbeidsomstandigheden, weinig gezondheidsbescherming of sociale zekerheden en een laag inkomen. Onzekerheid omvat instabiliteit, gebrek aan bescherming en sociale of economische kwetsbaarheid". Personen werkend in de creatieve industrie komen dus vaak terecht in een omgeving die een hoge flexibiliteit, mobiliteit en samenwerking vereisen. Echter zijn er grote verschillen waar te nemen binnen de 12 Vlaamse creatieve sectoren, die elk variëren in termen van inkomen, werkgelegenheid,

bedrijfsgrootte, groeipercentages, vraag en aanbod van arbeidskrachten, beroepen, vaardigheidsvereisten, lonen en arbeidsomstandigheden en onderwijs- en opleidingsmogelijkheden. Een persoon zal in de muzieksector dus andere carrièrekansen krijgen dan een persoon in de communicatie-, PR- en reclamesector (Haukka, 2011). Er bestaan enkele 'gouden kansen' voor sommigen, maar de meerderheid heeft slechte carrièrevooruitzichten. De sectoren reclame, architectuur, schrijven en uitgeverijen zijn degenen die meer baanstabiele en hogere economische beloningen bieden. Dit in tegenstelling tot sectoren zoals podiumkunsten, film en televisie en beeldende kunsten, die met onzekerheid en slechtere werkomstandigheden geconfronteerd worden (Comunian et al., 2011).

### **3.3.2 Het vinden van een job in de creatieve industrie**

Het zoekproces van (nieuw) werk is een belangrijk aspect van het werklevens (Aldag, 1987; Barber, Daly, Giannantonio, & Phillips, 1994). Het gedrag in het zoekproces kan beschreven worden als "het specifieke gedrag waarmee moeite en tijd worden besteed om informatie te verkrijgen over alternatieven op de arbeidsmarkt" (Bretz Jr, Boudreau, & Judge, 1994). Het omvat activiteiten zoals het opstellen van een cv, het lezen van advertenties, het informeren van potentiële werkgevers en het bezoeken van sollicitatiegesprekken (Van Hooft, Born, Taxis, & van der Flier, 2004). Personen zoeken een job aan de hand van verschillende methoden, zoals interimkantoren, netwerk van familie en vrienden, krantenadvertenties, benadering van de werkgever... (Battu, Seaman, & Zenou, 2011).

Het vinden van een job in de creatieve industrie verloopt echter anders dan andere industrieën, maar slechts enkele studies tonen dit in enige mate aan. Zo bewijst het onderzoek van Comunian et al. (2011) dat werkgevers in de creatieve industrie meer aangetrokken worden door creatief talent dan door kwalificaties. Het onderzoek van Bridgstock (2011) bevestigt deze stelling en beweert dat beslissingen m.b.t. werkgelegenheid in de creatieve industrie veel minder afhankelijk zijn van formele diploma's, maar sterk afhankelijk van informele contacten en de kwaliteit van eerdere werkresultaten.

### **3.4 Besluit: Hoe vinden personen een job in de Vlaamse creatieve industrie?**

Op basis van de concepten en empirische inzichten van voorgaande onderzoekers, focust deze masterproef zich op drie Vlaamse creatieve sectoren die volgens Comunian et al. (2011) het meest geconfronteerd worden met hoge onzekerheid en slechte werkomstandigheden, namelijk podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Deze drie sectoren behoren volgens de UNCTAD-classificatie van creatieve industrie tot de groep *arts*, en in het concentrische cirkelmodel worden ze beschouwt als de *Core Creative Arts* van de creatieve industrie (zie 3.1.1). Op deze manier worden ook de *embedded* of satelliet activiteiten buiten beschouwing gelaten en wordt er enkel gefocust op personen werkzaam binnen de creatieve industrie.

Naast de hoge onzekerheid in deze creatieve sectoren, tonen enkele onderzoeken aan dat het vinden van een job er op een andere manier verloopt. Zo kan er uit de onderzoeken van Comunian et al. (2011) en Bridgstock (2011) geconcludeerd worden dat formele diploma's geen grote rol spelen, maar dat voornamelijk informele contacten en de mate van creatief talent die de kwaliteit van werkprestaties verbeterd belangrijk zijn in het vinden van een job.

## **4. Literatuurstudie: Hoe vinden personen van vreemde origine een job in Vlaanderen?**

### **4.1 Definitie personen van vreemde origine**

Er bestaan tegenwoordig veel begrippen die 'personen van vreemde origine' omschrijven; allochtonen, Nieuwe Vlaming, personen met een migratieachtergrond, personen met een vreemde herkomst... Maar wanneer behoor je nu tot deze groep personen? Hieronder volgen enkele omschrijvingen die in België gehanteerd worden.

#### VDAB

De Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopvolging (VDAB) hanteert het begrip 'personen van een allochtone origine'. Een persoon is volgens de VDAB een allochtoon indien de persoon (1) een nationaliteit of (2) een herkomst heeft die niet behoort tot één van de landen van de Europese Unie of IJsland, Noorwegen, Liechtenstein en Zwitserland. De herkomst wordt bepaald aan de hand van de historiek van nationaliteiten uit de Kruispuntbank en gaat drie bewegingen terug. Ter verduidelijking: een persoon die nu Belg is, maar voorheen Duitser, en daarvoor Turk (drie bewegingen terug), wordt gelabeld als allochtoon. De VDAB houdt dus rekening met een eventuele eerdere vreemde origine van de persoon zelf, maar niet met de origine van de ouders of grootouders. Daarnaast beperkt deze definitie zich niet tot de Belgische grenzen: iedereen met een nationaliteit of herkomst uit een van de EU-landen en de enkele eerde vermeldde andere landen wordt niet beschouwd als 'persoon van allochtone origine' (De Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopvolging).

#### Integratiebeleid

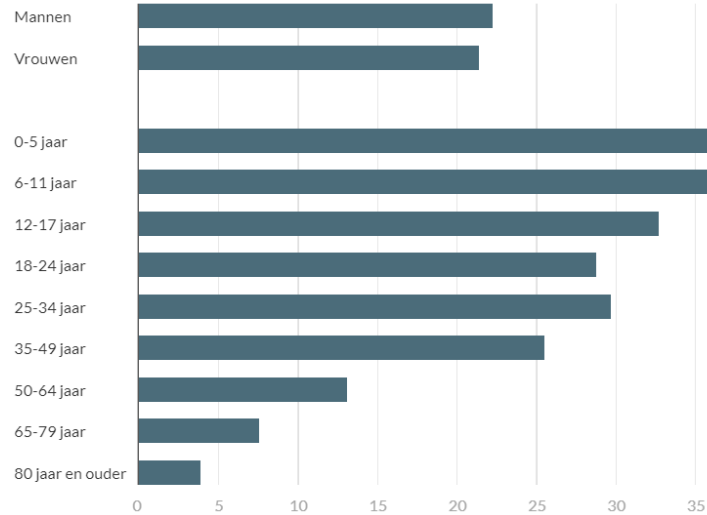
Een tweede, meer uitgebreide omschrijving van personen van vreemde origine is deze volgens het Belgische integratiebeleid. Hier wordt de origine van een persoon bepaald op basis van vier criteria: (1) de huidige nationaliteit van de persoon, (2) de eerst gekende nationaliteit van de persoon, (3) de eerst gekende nationaliteit van de vader en (4) de eerst gekende nationaliteit van de moeder. Wanneer de nationaliteit in één van deze vier gevallen niet Belgisch is, wordt deze persoon beschouwd als een persoon van vreemde origine (Commissie Integratiebeleid, 2014). Ook Statistiek Vlaanderen volgt deze definitie van personen van vreemde origine (Statistiek Vlaanderen, 2019). In tegenstelling tot de definitie van de VDAB, houdt deze ook rekening met de eerst gekende herkomst van de ouders. Verder beschouwt deze definitie alle origines buiten de Belgische landsgrenzen als een vreemde origine, dus ook personen met bijvoorbeeld een Nederlandse of Franse origine.

### **4.2 Personen van vreemde origine in Vlaanderen**

#### **4.2.1 Algemene kenmerken**

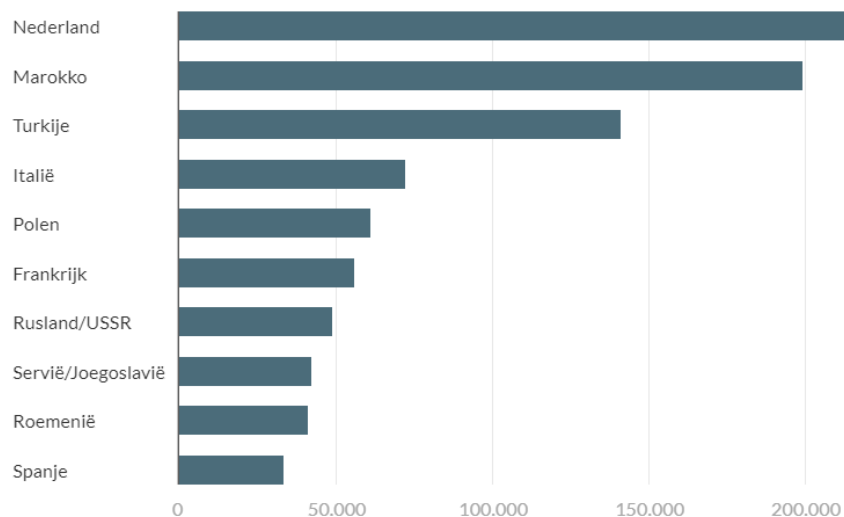
Begin 2018 woonden er in het Vlaamse Gewest 5 120 000 personen van Belgische origine en iets meer dan 1 430 000 personen van vreemde origine. Het aandeel van personen van vreemde origine lag daarmee op 21,9 procent van de totale Vlaamse bevolking. Dit is een stijging van 5,6 procent ten opzichte van 2009 (Statistiek Vlaanderen, 2019). Hieronder worden enkele algemene kenmerken over personen van vreemde origine in Vlaanderen omschreven.

*Leeftijd* – De bevolking van vreemde origine is gemiddeld genomen beduidend jonger dan de bevolking van Belgische origine. In 2018 lag het aandeel personen van vreemde origine bij kinderen tot 6 jaar op 38 procent. Ook bij de 6- tot 11-jarigen en 12- tot 17-jarigen bedraagt het aandeel telkens meer dan 30 procent. Bij de oudste leeftijdsgroepen daarentegen ligt het aandeel veel lager: 8 procent bij de 65- tot 79-jarigen en slechts 4 procent bij personen ouder dan 80 (zie Figuur 4).



*Figuur 4: Bevolking van vreemde origine per leeftijdsgroep in het Vlaams Gewest in 2018 (%) (Statistiek Vlaanderen, 2019)*

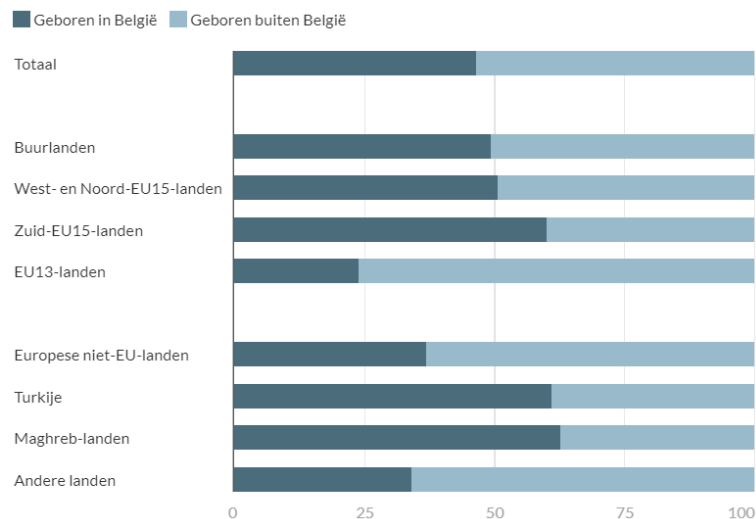
*Herkomstland* – Daarnaast zijn personen van vreemde origine in het Vlaams Gewest voor ongeveer 44 procent afkomstig uit een land binnen de Europese Unie (EU), en 56 procent is afkomstig van een land buiten de EU. Personen met een Nederlandse origine vormden in 2018 de grootste groep, met 16 procent van het totaal aantal personen van vreemde origine. Daarna volgden personen van Marokkaanse, Turkse, Italiaanse en Poolse afkomst. Personen met een Marokkaanse origine waren dus de grootste groep personen van niet-EU origine (zie Figuur 5).



*Figuur 5: Top tien herkomstlanden in het Vlaams Gewest in 2018 (Statistiek Vlaanderen, 2019)*

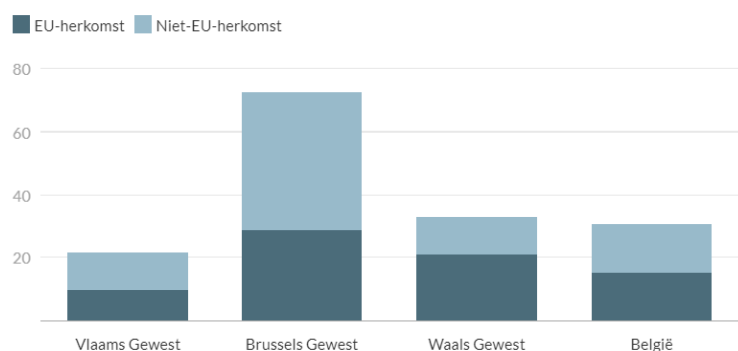
*Generatiemigrant* – Origine kan verder gekoppeld worden met het geboorteland om een onderscheid te maken tussen migranten van eerste en tweede generatie. De eerste generatie migranten hebben letterlijk een migratiebeweging gemaakt, en zijn dus niet in België geboren. De tweede generatie migranten zijn wel in België geboren, maar hebben een vreemde origine omdat de vader of moeder een vreemde origine heeft of had bij de geboorte (Myria, 2015).

*Geboorteland* - In 2018 was iets minder dan de helft van personen van vreemde origine in het Vlaams Gewest, 47 procent, geboren in België. Zij behoren dus niet tot de eerste generatie migranten. Door de verschillende tijdstippen van migratiestromen, verandert dit aandeel tussen de originegroepen. Bij personen met origine in de Zuid-EU15-landen<sup>4</sup>, Turkije of Maghreblanden<sup>5</sup> ligt het aandeel van de tweede generatie migranten het hoogst, telkens minstens 60 procent. Deze origines hebben vaak ouders of grootouders die vroeger naar België gemigreerd zijn. Het lage aandeel personen van origine uit EU13-landen<sup>6</sup> die geboren zijn in België, 24 procent, komt doordat deze migratiestroom pas recentelijk plaatsvond (zie Figuur 6).



*Figuur 6: Origines naar geboorteland in het Vlaams Gewest in 2018 (%) (Statistiek Vlaanderen, 2019)*

*Belgische Gewesten* – Als laatste telt het Vlaams Gewest het minst aantal personen van vreemde origine, slechts 20 procent. In het Brussels Hoofdstedelijk Gewest waren er begin 2018 iets meer dan 70 procent inwoners van vreemde origine en in het Waalse Gewest ruim 30 procent. In Brussel gaat dit voornamelijk over personen van niet-EU-origine, in Wallonië om personen met wel een EU-origine en in Vlaanderen lag dit aandeel redelijk gelijk (zie Figuur 7). Daarnaast ligt het aandeel personen van vreemde origine het hoogst in de Vlaamse grootsteden Antwerpen en Gent, in de grensstreek met Nederland in de provincies Antwerpen en Limburg, in Midden-Limburg en in de rand rond Brussel. Ook de Vlaamse centrumsteden<sup>7</sup> scoren relatief hoog.



*Figuur 7: Bevolking van vreemde origine in de Belgische gewesten en België in 2018 (%) (Statistiek Vlaanderen, 2019)*

<sup>4</sup> Zuid-EU15-landen: Italië, Spanje, Portugal en Griekenland

<sup>5</sup> Maghreblanden: Marokko, Algerije, Tunesië, Libië en Mauritanië

<sup>6</sup> EU13-landen: Estland, Letland, Litouwen, Polen, Tsjechië, Slovakije, Hongarije, Slovenië, Bulgarije, Roemenië, Malta, Cyprus en Kroatië

<sup>7</sup> Centrumsteden: Aalst, Antwerpen, Brugge, Genk, Gent, Hasselt, Kortrijk, Leuven, Mechelen, Oostende, Roeselare, Sint-Niklaas en Turnhout.

#### 4.2.2 Arbeidsmarktpositie (Socio-Economische Monitoring 2019)

De Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid, Arbeid en Sociaal Overleg en Unio publiceerde in 2019 een nieuw monitoringsverslag, die de recente evolutie (2009 – 2016) van de arbeidsmarkt en arbeidsvoorwaarden in functie van origine van personen analyseert. Ook hier wordt origine bepaald volgens de vier eerder vermelde criteria: (1) huidige nationaliteit van de persoon, (2) nationaliteit bij geboorte van de persoon of (3) nationaliteit bij de geboorte van de vader of (4) van de moeder. Ondanks de stappen die er gezet zijn, tonen de cijfers aan dat er slechts een kleine verbetering is op de arbeidsmarkt voor personen van vreemde origine. Ze stellen zelfs dat het aan dit tempo nog tientallen jaren zal duren eerdad een evenredig aantal personen van vreemde origine in België aan het werk is. Het rapport maakt een onderscheid tussen twaalf originegroepen<sup>8</sup>: EU-14, EU-13, Kandidaat EU, Andere Europese landen, Maghreb, Andere Afrikaanse landen, Oceanië/Verre-Oosten, Andere Aziatische landen, Noord-Amerika, Zuid/Centraal-Amerika (Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019).

Personen uit de Maghrebijnse originegroep vertegenwoordigden 5 procent van de gehele Belgische bevolking (18 – 64 jaar) in 2016, wat hun de grootste niet-EU originegroep maakte. Deze masterproef focust zich dan ook op de Maghrebijnse originegroep, dus personen met een origine uit Algerije, Libië, Marokko, Tunesië of Mauritanië. Hieronder volgen enkele relevante concepten beschreven in de Socio-Economische Monitoring 2019 van de Maghrebijnse originegroep zoals arbeidsparticipatie, activiteitensectoren, opleidingsniveau en studiedomein.

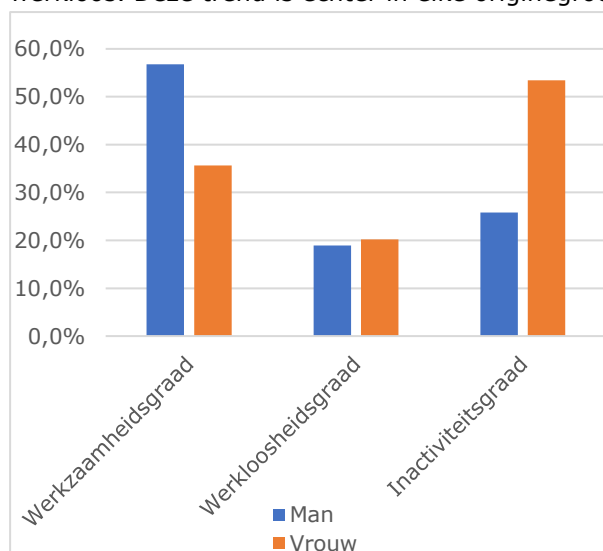
##### 1. Arbeidsparticipatie: Werkzaamheid, werkloosheid en inactiviteit

De werkzaamheidsgraad was in 2016 nog steeds het hoogst bij personen met een Belgische origine, met 73,7 procent werkenden. Over de periode 2009 – 2016 steeg de werkzaamheidsgraad van elke originegroep, met uitzondering origine uit het Nabije- en Midden-Oosten (-5,1 procent). In 2016 was 44,7 procent van de Maghrebijnse originegroep aan het werk, ten opzichte van 41 procent in 2009. Er was dus een lichte stijging in werkzaamheidsgraad. De werkloosheidsgraad daarentegen was bij de Maghrebijnse originegroep in 2016 het hoogst van alle originegroepen, met 19,4 procent. Verder daalde de inactiviteitsgraad in 2016 voor veel originegroepen ten opzichte van 2009 sterk, maar niet voor personen van Maghrebijnse origine. Het aantal inactieve personen binnen de Maghrebijnse originegroep daalde slechts met 0,1 procent.

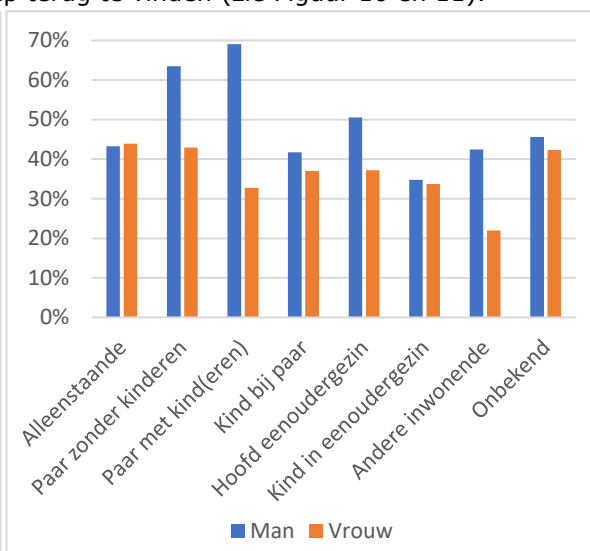
---

<sup>8</sup> **EU-14:** Frankrijk, Duitsland, Italië, Nederland, Luxemburg, Ierland, Verenigd Koninkrijk, Denemarken, Griekenland, Spanje, Portugal, Finland, Zweden en Oostenrijk.  
**EU-13:** Tsjechische Republiek, Estland, Cyprus, Letland, Litouwen, Hongarije, Malta, Polen, Slovenië, Slowakije, Bulgarije, Roemenië en Kroatië.  
**Kandidaat EU:** Turkije, Vroegere Joegoslavische Republiek Macedonië, Albanië, Montenegro en Servië.  
**Andere Europese landen:** IJsland, Andorra, Liechtenstein, Monaco, Noorwegen, San-Marino, Zwitserland, Rusland, Vaticaanstad, Wit-Rusland, Oekraïne, Moldavië, Bosnië-Herzegovina, enz.  
**Maghreb:** Algerije, Libië, Marokko, Tunesië en Mauritanië.  
**Andere Afrikaanse landen:** Burundi, Kameroen, Zuid-Afrika, Congo, Senegal, Rwanda, enz.  
**Nabije/Midden-Oosten:** Iran, Israël, Palestijnse Gebieden, Jordanië, Irak, Syrië, Libanon, Saoedi-Arabië, Jemen, Oman, Verenigde Arabische Emiraten, Qatar, Bahrein, Koeweit, Egypte, Pakistan en Afghanistan.  
**Oceanië/Verre-Oosten:** China, India, Japan, Taiwan, Oceanië (Australië, Nieuw-Zeeland...).  
**Andere Aziatische landen:** Thailand, Maleisië, Vietnam, Filipijnen, Indonesië, Cambodja, Nepal, Sri Lanka, enz.  
**Noord-Amerika:** Canada, Verenigde Staten.  
**Zuid/Centraal-Amerika:** Cuba, Guatemala, Mexico, Nicaragua, Argentinië, Bolivia, Brazilië, Chili, Colombia, Ecuador, Peru, Venezuela, enz.

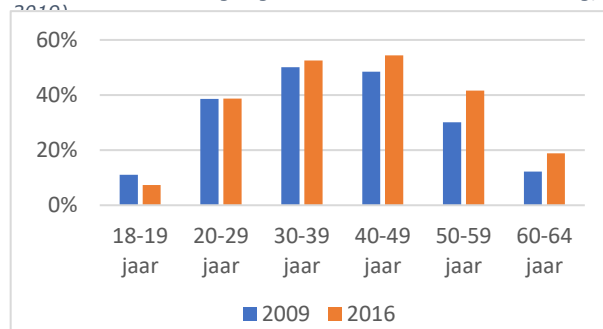
Verschillende factoren hebben een invloed op de arbeidsparticipatie, zoals gender, huishoudtype, leeftijd en gewest. In 2016 was de genderkloof in voor de Maghrebijnse originegroep, ondanks de algemene positieve evolutie in gendergelijkheid voor de meeste originegroepen, nog steeds uitgesproken groot (zie Figuur 8). Daarnaast hangt deze genderkloof ook sterk samen met de gezinssituatie van een persoon, zo hebben koppels met Maghrebijnse origine zonder kinderen de meest gunstige arbeidsmarktparticipatie (zie Figuur 9). Verder speelt de leeftijd ook een aanzienlijke rol: jongere leeftijdsgroepen zijn doorgaans meer aan het werk en oudere leeftijdsgroepen meer werkloos. Deze trend is echter in elke originegroep terug te vinden (zie Figuur 10 en 11).



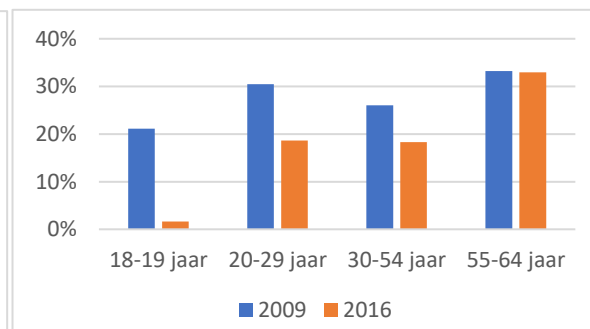
**Figuur 11: Arbeidsparticipatie per geslacht van de Maghrebijnse originegroep in 2016 in België (%)**  
(Interfederaal Gelijkkansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019)



**Figuur 9: Werkzaamheidsgraad per huishoudtype en per geslacht van de Maghrebijnse originegroep in 2016 in België (%)**  
(Interfederaal Gelijkkansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019)



**Figuur 8: Werkzaamheidsgraad in 2009 en 2016 per leeftijdsklasse van de Maghrebijnse originegroep in 2016 in België (%)**  
(Interfederaal Gelijkkansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019)



**Figuur 10: Werkloosheidsgraad in 2009 en 2016 per leeftijdsklasse van de Maghrebijnse originegroep in 2016 in België (%)**  
(Interfederaal Gelijkkansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019)

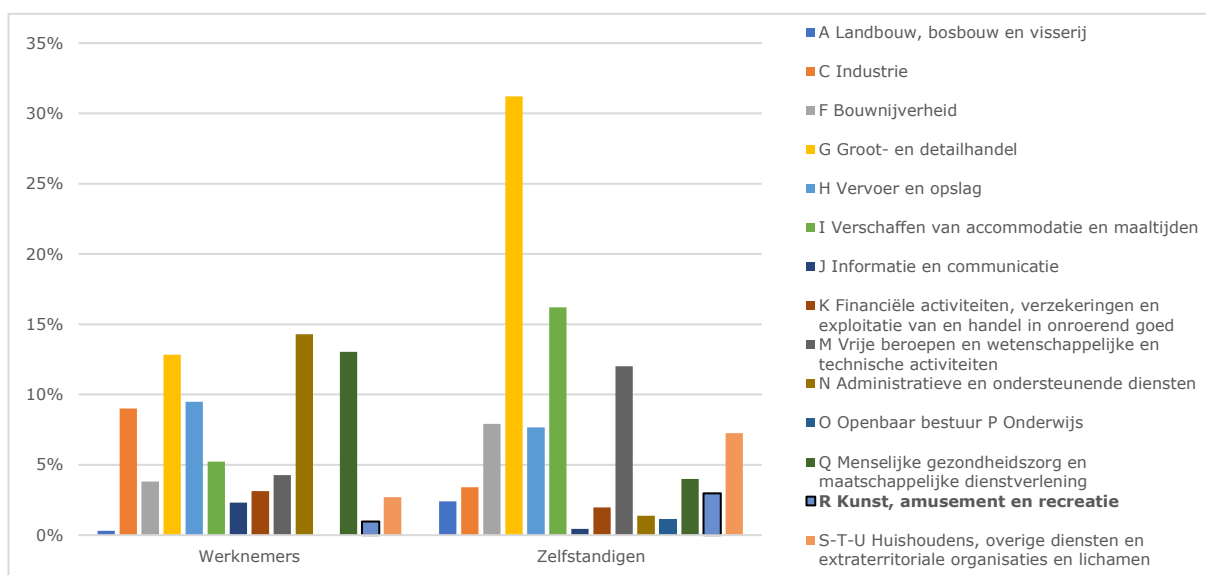
## 2. Activiteitssectoren

Personen kunnen tewerkgesteld worden in verschillende industrieën. De Belgische arbeidsmarkt wordt aan de hand van de NACE-classificatie onderverdeeld in verschillende industrieën zoals weergegeven in Figuur 12<sup>9</sup>. Deze industrieën worden vervolgens verder ingedeeld in sectoren.

<sup>9</sup> Industrieën die niet opgenomen zijn in de berekeningen: Winning van delfstoffen (B), Productie en distributie van elektriciteit, gas, stoom en gekoelde lucht (D), Distributie van water; Afval- en afvalbeheer en sanering (E) en Exploitatie van handel en onroerend goed (L)



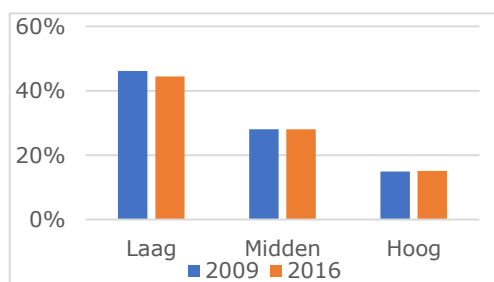
Werknemers van Maghrebijnse origine bevonden zich in 2016 voornamelijk de industrie administratieve en ondersteunende diensten (N), gevolgd door de industrieën vervoer en opslag (H) en de industrie groot en detailhandel (G). Daarentegen hadden de industrieën kunst, amusement en recreatie (R) en landbouw, bosbouw en visserij (A) het minst aantal werknemers van Maghrebijnse origine, met respectievelijk 794 en 259 personen. Ongeveer een derde van de zelfstandigen met Maghrebijnse origine werkten in de groot- en detailhandel (G). De kleinste industrieën waren informatie en communicatie (J) en openbaar bestuur en onderwijs (O en P) (zie Figuur 12). In het kader van deze masterproef worden personen van Maghrebijnse origine tewerkgesteld in kunst, amusement en recreatie (R) verder uitgewerkt in de volgende literatuurstudie.



Figuur 12: Werknemers van Maghrebijnse origine en zelfstandigen naar industrie (NACE, 20-64 jaar, %) (Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019)

### 3. Opleidingsniveau

Socio-Economische Monitoring 2019 maakt een onderscheid tussen drie opleidingsniveaus: laag, midden en hoog. Een laag opleidingsniveau betekent dat de persoon geen of een lager secundair onderwijs diploma behaald heeft, een middenniveau staat voor een diploma hoger secundair onderwijs (middelbaar) en een hoog opleidingsniveau is een diploma hoger onderwijs (bachelor, master of doctoraat). Zoals te zien in figuur 13, waren personen van Maghrebijnse origine in 2016 voornamelijk laaggeschoold (44,4 procent), gevolgd door de midden geschoolden met 28 procent. Slechts 49 835 of 15,1 procent van de personen met Maghrebijnse origine had een diploma hoger onderwijs in 2016. De verhoudingen zijn sinds 2009 redelijk stabiel gebleven.



Figuur 13: Personen van Maghrebijnse origine volgens opleidingsniveau in 2009 en 2016 in België (20-64 jaar, %) (Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019)

Het niveau van opleiding heeft een grote invloed op de arbeidsparticipatie, het type contract en de activiteitensector waar een persoon terecht komt.

Allereerst is er op vlak van arbeidsparticipatie een zeer grote kloof waarneembaar tussen de verschillende behaalde opleidingsniveaus. Zo lag de werkzaamheid voor hooggeschoolden maar liefst

27,7 procentpunten hoger dan voor laaggeschoolden, en de werkloosheid voor hooggeschoolden lag meer dan dubbel zo laag dan voor laaggeschoolden. Korte scholing kan dus beschouwd worden als een handicap op het vlak van arbeidsparticipatie.

Daarnaast heeft het opleidingsniveau ook een invloed op het type contract. Zo werken laagopgeleide personen van Maghrebijnse origine voornamelijk als arbeider (67,3 procent), midden opgeleide personen van Maghrebijnse origine als arbeider (42 procent) en bediende (41,4 procent), en hebben hoogopgeleide personen van Maghrebijnse origine voornamelijk een bediendefunctie (61,3 procent). Dit is echter een trend waar te nemen in elke originegroep.

Als laatste beïnvloedt het niveau van opleiding ook de activiteitensector waarin een persoon tewerkgesteld zal worden. De beschikbare cijfers uit 2016 tonen aan dat zowel laaggeschoolde, midden geschoolde en hooggeschoolde personen van Maghrebijnse origine in 2016 veel werkten in de sectoren Openbaar bestuur en defensie; verplichte sociale verzekeringen (84). Laaggeschoolde personen van Maghrebijnse origine stonden daarnaast ook veel tewerk in Diensten in verband met gebouwen; landschapsverzorging (81), midden geschoolde personen van Maghrebijnse origine in Detailhandel, met uitzondering van de handel in auto's en motorfietsen (47) en hooggeschoolde personen van Maghrebijnse origine in Onderwijs (85) en Menselijke gezondheidszorg (86).

#### 4. Studiedomein

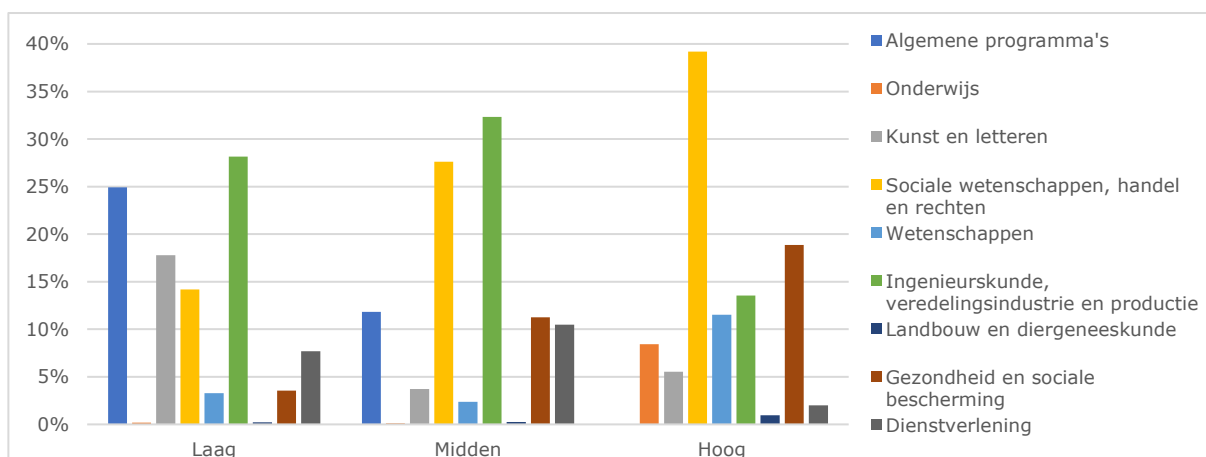
Vermits sommige diploma's meer in trek zijn bij werkgevers dan andere, staat niet elk studiedomein garant voor een vlotte instroom op de arbeidsmarkt. De Socio-Economische Monitoring 2019 hanteert voor de verdeling van de studiedomeinen de ISCED-classificatie van United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). De classificatie heeft negen algemene domeinen (zie Tabel 6) die onderverdeeld zijn in 25 beperkte domeinen en vervolgens in 90 specifieke domeinen (zie Bijlage 1.2). De Maghrebijnse originegroep in België bevond zich in 2016 voornamelijk in de studiedomeinen sociale wetenschappen, handel en rechten (27,2 procent), ingenieurskunde, veredelingsindustrie en productie (26,1 procent) en algemene programma's (12 procent).

*Tabel 6: Aandeel personen van Maghrebijnse origine naar studiedomein in België in 2016 (20-64 jaar, %)*

*(Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019)*

Algemene studiedomeinen	Aandeel
0 Algemene programma's	12,0 %
1 Onderwijs	2,4 %
<b>2 Kunst en letteren</b>	<b>7,9 %</b>
3 Sociale wetenschappen, handel en rechten	27,2 %
4 Wetenschappen	5,1 %
5 Ingenieurskunde, veredelingsindustrie en productie	26,1 %
6 Landbouw en diergeneeskunde	0,4 %
7 Gezondheid en sociale bescherming	11,3 %
8 Dienstverlening	7,4 %

*Opleidingsniveau* – Indien het opleidingsniveau en studiedomein in verband gebracht wordt, is het duidelijk dat er in elk opleidingsniveau verschillende diploma's aanwezig zijn (zie Figuur 14). Zowel laag- als midden opgeleide personen van Maghrebijnse origine hadden in 2016 het vaakst een diploma in de ingenieurskunde, veredelingsindustrie en productie, met respectievelijk 28,2 en 32,3 procent. Het gaat hier over opleidingen in het middelbaar onderwijs zoals bijvoorbeeld mechanica of elektriciteit. Het grootste studiedomein bij hoogopgeleide personen van Maghrebijnse origine daarentegen was in 2016 sociale wetenschappen, handel en rechten met 39,2 procent. Enkele voorbeelden zijn de opleidingen marketing, financiën of journalistiek.



*Figuur 14: Aantal personen van Maghrebijnse origine naar studiedomein en opleidingsniveau in 2016 in België (20-64 jaar, %)*

*(Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019)*

Het is opmerkelijk hoeveel laagopgeleide personen van Maghrebijnse origine zich in het studiedomein kunst en letterkunde bevinden (17,8 procent), ten opzichte van het klein aantal midden- (3,7 procent) en hooggeschoolde (5,5 procent) personen van Maghrebijnse origine in dit domein.

#### 5. Conclusie omtrent Socio-Economische Monitoring 2019

Aan de hand van bovenstaande gegevens uit de Socio-Economische Monitoring 2019 kan er een beeld geschetst worden over de arbeidsmarktpositie van personen van Maghrebijnse origine in België. De situatie op de arbeidsmarkt verbeterde op verschillende vlakken de laatste jaren, maar dat blijkt nog geen garantie op een probleemloze integratie.

Allereerst was de arbeidsparticipatie van de Maghrebijnse originegroep in 2016 is niet goed. De werkzaamheidsgraad lag maar liefst 20 procent lager dan het gemiddelde, en de werkloosheidsgraad was de grootste van alle originegroepen. Daarnaast was er een grote genderkloof op het vlak van arbeidsparticipatie: vrouwen van Maghrebijnse origine scoren veel slechter dan mannen, en deze kloof werd nog groter naargelang de gezinssituatie. Verder verschilt het opleidingsniveau ook erg binnen de Maghrebijnse originegroep: bijna de helft is laaggeschoold en slechts 15 procent is hooggeschoold. Deze korte scholing wordt aanzien als een handicap, vermits uit de cijfers bleek dat hoogopgeleide personen van Maghrebijnse origine een veel hogere werkzaamheid hadden. Het opleidingsniveau kan samen gezien worden met het studiedomein. Zowel laag- als midden opgeleide personen van Maghrebijnse origine hadden het vaakst een diploma in de ingenieurskunde, veredelingsindustrie en productie, en het grootste studiedomein bij hoogopgeleide personen van Maghrebijnse origine daarentegen was sociale wetenschappen, handel en rechten.

### **4.3 Carrièrekansen van personen van vreemde origine**

In veel West-Europese landen hebben personen van vreemde origine een slechtere positie op de arbeidsmarkt dan autochtonen (Heath & Cheung, 2007). Er worden meerdere kloven vastgesteld in indicatoren van de arbeidsmarktpositie, zoals werkloosheid, beroepsniveau en type werk. Zoals af te leiden uit de cijfers uit de Socio-Economische Monitoring 2019 (zie 4.2.2) is België hier geen uitzondering op. Personen van vreemde origine zijn ook op de Belgische arbeidsmarkt vaak het slachtoffer van discriminerende praktijken omwille van hun nationaliteit, zogenaamd ras, huidskleur, afstamming, land van herkomst of etnische origine (Andriessen, Nievers, Dagevos, & Faulk, 2012).

#### **4.3.1 Het vinden van een job voor personen van vreemde origine**

Zoals vermeld in 3.3.2 is het zoekproces naar een job een belangrijk aspect van het werklevens. Personen van vreemde origine die geen efficiënte sociale banden hebben, gebruiken meer onpersoonlijke bronnen zoals uitzendbureaus of krantenartikelen (Liu, 2017). Echter hebben ze een kleinere kans om ook effectief uitgenodigd te worden voor een sollicitatiegesprek dan autochtone kandidaten met dezelfde kwalificaties. Arbeidsmarktnadelen voor tweede generatie Turken en Marokkanen in Nederland komen het duidelijkst naar voren bij het aannemen van personeel. Dit in termen van enerzijds het verkrijgen van een job en anderzijds het vestigen van een veilige, gecontracteerde positie (Witteveen & Alba, 2018). Het onderzoek van Ardies (2014) over etnische discriminatie van Marokkanen op de Belgische arbeidsmarkt sluit hierbij aan. Hoewel alle kandidaten een profiel hebben dat aansluit bij de functie en ze een gelijkaardig cv kunnen voorleggen, kwam ongelijke behandeling nog steeds voor. Het onderzoek concludeert zelfs dat organisaties die met een diversiteitsbeleid naar buiten komen, niet per se minder discrimineren dan organisaties zonder dergelijk statement. Indien organisaties een diversiteitsstatement implementeren louter om sancties te vermijden (omdat het moet), wordt discriminatie niet teruggedrongen. Organisaties zouden een diversiteitsbeleid moeten gebruiken omdat dit past binnen hun sociaal engagement (omdat het hoort) of omdat diversiteit economische voordelen kan opleveren (omdat het loont) (Ardies, 2014).

Discriminatie bij aanwerving kan omschreven worden als een onderscheid, uitsluiting of voorkeur die gemaakt wordt op basis van functie irrelevante kenmerken (zoals etniciteit of geslacht) met als gevolg dat personen uit de minderheidsgroep een minder grote kans hebben om aangeworven te worden (Derous, Ryan, & Serlie, 2015). Discriminatie is echter moeilijk te analyseren door de vele relevante variabelen van de term. Zo levert het simpelweg vragen aan werkgevers of zij etnische afkomst een reden vinden om een sollicitant af te wijzen geen relevante informatie op. Evenzo kan iemand het gevoel hebben dat zijn/haar vreemde origine de reden was tot het niet krijgen van een job, terwijl de werkgever zijn keuze in werkelijkheid baseerde op andere factoren zoals werkervaring (Witteveen & Alba, 2018).

Discriminatie in het aanwervingsproces komt daarnaast meer voor bij laaggeschoolde jobs waarvoor een minimum aan opleiding vereist is, dan bij hooggeschoolde jobs waarvoor een uitgebreide en gespecialiseerde opleiding vereist is. Het onderzoek van Andriessen et al. (2012) heeft hier drie verklaringen voor. Een eerste verklaring hiervoor is dat jobs voor hoogopgeleiden wellicht meer specifieke vaardigheden vereisen, terwijl laaggeschoolden over meer algemene vaardigheden moeten beschikken en daardoor minder nauwkeurig beoordeeld kunnen worden op basis van een cv. Zo is de interpretatie van 'vriendelijk zijn' voor een job als serveerster subjectiever dan de vraag of iemand een boekhoudkundige taak kan uitvoeren. Een breder interpretatiegebied leidt tot meer mogelijkheden voor discriminatie. Een andere verklaring voor minder discriminatie bij hoogopgeleiden is dat werkgevers met een hoog vaardigheidsniveau vaker zelf ook hoogopgeleid te zijn, en hoger opgeleide personen zijn doorgaans minder bevooroordeeld. Een derde verklaring is dat minder personen van vreemde origine werken in jobs met hoge vaardigheidsniveaus. Dit zorgt ervoor dat personen in jobs met een hoog vaardigheidsniveau minder vaak samenwerken met personen van vreemde origine en dus ook minder negatieve ervaringen hebben met deze personen (Andriessen et al., 2012).

#### **4.4 Besluit: Hoe vinden personen van vreemde origine een job in Vlaanderen?**

Op basis van bovenstaande conceptuele en empirische inzichten van voorgaande onderzoekers, focust deze masterproef zich op de grootste niet-EU originegroep in België, namelijk personen van Maghrebijnse origine. Dit zijn personen met een origine uit Algerije, Libië, Marokko, Tunesië of Mauritanië. Zij vertegenwoordigden 5 procent van de gehele Belgische bevolking (18 – 64 jaar) in 2016. Met een lage werkzaamheidsgraad, een hoge werkloosheidsgraad en een groot aandeel laaggeschoolden hebben personen van Maghrebijnse origine de slechtste arbeidsmarktpositie in België. Personen van vreemde origine vinden daarnaast moeilijker een job en worden minder snel uitgenodigd voor een sollicitatiegesprek. Personen van Maghrebijnse origine zijn daarenboven grotendeels laaggeschoold, waardoor ze een hogere mate van discriminatie in het aanwervingsproces ondergaan.

Als aanvulling op de vorige literatuurstudie, richt deze masterproef zich op het vinden van een job voor personen van Maghrebijnse origine in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Enerzijds kan de irrelevantie van een kunstendiploma een positief effect hebben in het vinden van een job voor personen van Maghrebijnse origine, die grotendeels laagopgeleid zijn. Anderzijds kan het breed interpretatiegebied van kunst, de waardering van kunst is namelijk gebaseerd op subjectieve criteria (UNCTAD, 2008), een negatief effect opleveren in het vinden van een job voor personen van Maghrebijnse origine. Een breed interpretatiegebied leidt namelijk tot meer mogelijkheden voor discriminatie in het aanwervingsproces.

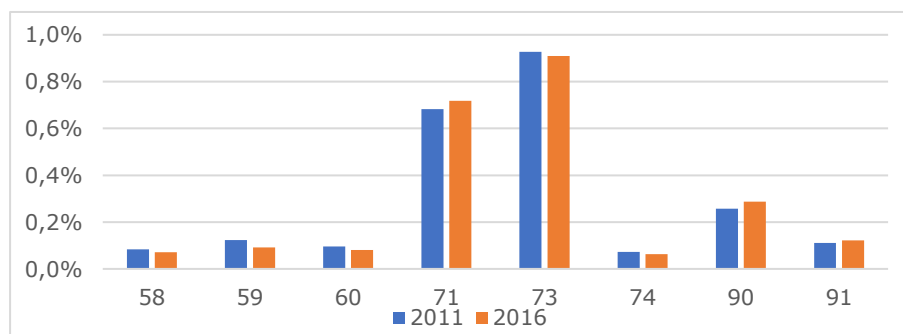
## 5. Literatuurstudie: Gebruiken personen van vreemde origine hun origine als bron van creativiteit?

### 5.1 Personen van Maghrebijnse origine in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten

Op basis van de Socio-Economische Monitoring 2019 wordt hieronder een beeld geschetst over personen van Maghrebijnse origine in de (benadering van de) creatieve industrie. Zoals vermeld in hoofdstuk I, worden de twaalf Vlaamse creatieve sectoren voor berekeningen onderverdeeld in verschillende NACE-codes. Dit bemoeilijkt de analyse over Maghrebijnse personen in de creatieve industrie, waardoor er een selectie gemaakt wordt van de NACE-codes die het meest toegewezen kunnen worden aan de kernactiviteiten van de creatieve industrie. Deze NACE-codes zijn: uitgeverijen van boeken en tijdschriften en overige uitgeverijen en uitgeverijen van software (58), activiteiten in verband met films en video- en televisieprogramma's en maken van geluidsopnamen en uitgeverijen van muziekopnamen (59), uitzenden van radioprogramma's en programmeren en uitzenden van televisieprogramma's (60), architecten, ingenieurs en aanverwante technische adviseurs en technische testen en toetsen (71), reclamewezen en Markt- en opinieonderzoeksbureaus (73), gespecialiseerde designers en Fotografen en Vertalers en tolken (74), creatieve activiteiten, kunst en amusement (90) en bibliotheken, archieven, musea en overige culturele activiteiten (91) (Zie groen in Bijlage 1.1).

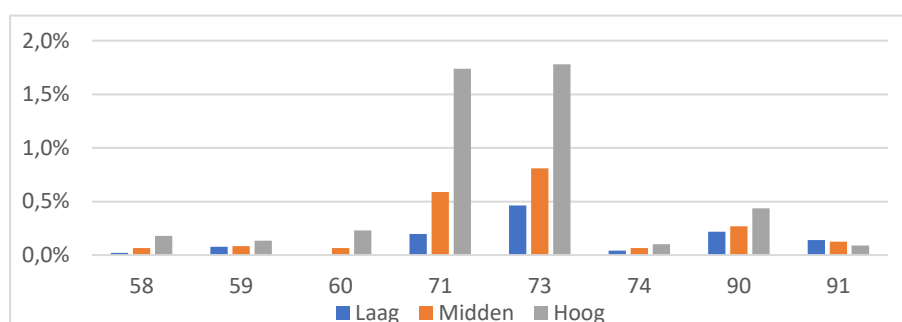
*Werkzaamheid* – In 2016 werkten er slechts 2 057 of 1,35 procent werknemers met een Maghrebijnse origine in de (benadering van de) creatieve industrie. Ten opzichte van 2011, waar ook slechts 1,69 procent van de Maghrebijnse werknemers in de creatieve industrie werkte, is dit aantal lichtjes gedaald. Figuur 15 toont aan dat de meeste werknemers met een Maghrebijnse origine in 2016 werkzaam waren in de creatieve NACE-codes architecten, ingenieurs en aanverwante technische adviseurs en technische testen en toetsen (71) en reclamewezen en markt- en opinieonderzoeksbureaus (73).

De drie sectoren waarop deze masterproef focust, namelijk podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten, zijn voornamelijk terug te vinden in code 90: creatieve activiteiten, kunst en amusement. In 2016 waren slechts 437 of 0,29 procent van de Maghrebijnse werknemers actief in deze code 90, wat een hele lichte stijging is ten opzichte van 0,26 procent in 2011.



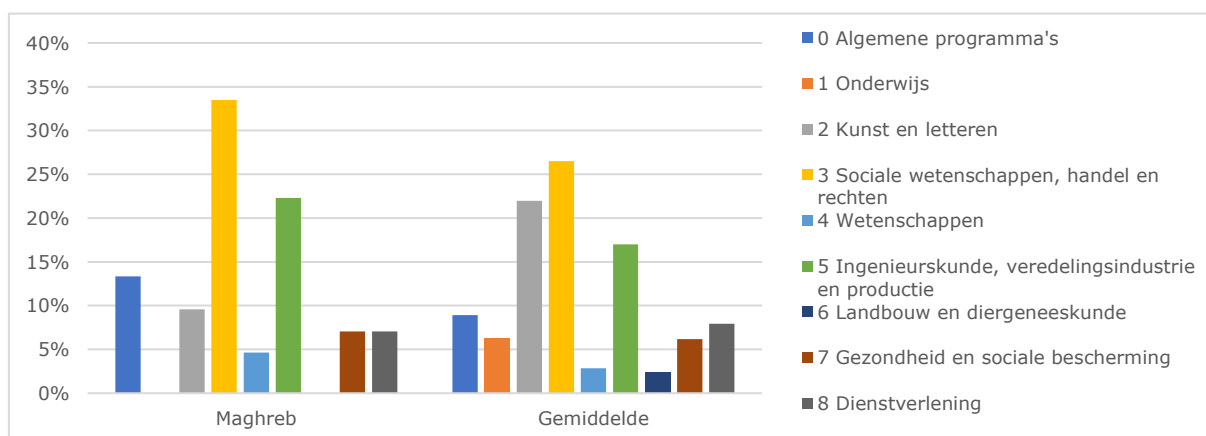
Figuur 15: Werknemers van Maghrebijnse origine in de creatieve NACE-codes in 2011 en 2016 in België (20-64 jaar, %) (Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019)

*Opleidingsniveau* - Zowel midden als laaggeschoolde Maghrebijnse werknemers werkten in 2016 het meest in de creatieve NACE-codes architecten, ingenieurs en aanverwante technische adviseurs en technische testen en toetsen (71) en reclamewezen en markt- en opinieonderzoeksbureaus (73). Op de derde plaats van de midden en hooggeschoolde personen van Maghrebijnse origine stond de NACE-code creatieve activiteiten, kunst en amusement (90). De laaggeschoolde personen van Maghrebijnse origine daarentegen werkte in 2016 het meest in reclamewezen en markt- en opinieonderzoeksbureaus (73), gevolgd door creatieve activiteiten, kunst en amusement (90). Het is deze NACE-code 90 die de drie sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten omvat. In 2016 werkten er dus respectievelijk 0,22, 0,27 en 0,44 procent laag-, midden en hooggeschoolde werknemers van Maghrebijnse origine in de creatieve activiteiten, kunst en amusement (90). Dit komt overeen met 123 laaggeschoolde, 138 midden geschoolde en 144 hooggeschoolde Maghrebijnse werknemers in de sector creatieve activiteiten, kunst en amusement (90).



*Figuur 16: Maghrebijnse werknemers in de creatieve NACE-codes naar opleidingsniveau in 2016 in België (20-64 jaar, %)*  
(Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019)

*Studiedomein* - De meest voorkomende diploma's in de sector creatieve activiteiten, kunst en amusement (90) kwamen in 2016 uit het studiedomein sociale wetenschappen, handel en rechten (33,5 procent) en ingenieurskunde, veredelingsindustrie en productie (22,3 procent). Slechts 9,6 procent van de Maghrebijnse werknemers in de (benadering van de) creatieve sector, had ook werkelijk een diploma in kunst en letteren. In 2016 had 5,9 procent of 4 791 werknemers van Maghrebijnse origine een diploma in kunst en letteren, maar slechts 1,6 procent of 76 personen van Maghrebijnse origine met dit diploma werkte in de aanleunende activiteitensectoren kunst, amusement en recreatie (90).



*Figuur 17: Maghrebijnse en gemiddelde werknemers in de NACE-code 90 naar studiedomein in 2016 in België (20-64 jaar, %)*  
(Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019)

## **5.2 Vreemde origine en creativiteit**

Onderwerpen met betrekking tot vreemde origine en creativiteit zijn voornamelijk bestudeerd met een sterke macro-economische focus, in termen van participatie, vertegenwoordiging en creativiteit. Zo bestaan er onderzoeken die een groot tekort in participatiegraad van personen van vreemde origine in de creatieve industrie beschrijven. Ook de cijfers uit de Socio-Economische Monitoring 2019 tonen dit tekort aan (Bagwell, 2008; Evans, 2009; Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019). Een tweede onderzoekstroom vestigde de aandacht op de manieren waarop vreemde origine wordt afgebeeld in creatieve producten (bijv. Robson 2002). Ten derde is er aandacht besteed aan de relatie tussen vreemde origine en creativiteit, namelijk dat de eerste een positief effect heeft op de laatste. Vreemde origine kan dus nieuwe ideeën stimuleren en ingezet worden als bron voor creativiteit (Florida, 2002; Lee, Florida, & Acs, 2004; Pang, 2007, geciteerd in Thoelen, 2015).

## **5.3 Besluit: Gebruiken personen van vreemde origine hun origine als bron van creativiteit?**

Op basis van bovenstaande conceptuele en empirische inzichten van voorgaande onderzoekers, kan er geconcludeerd worden dat vreemde origine gebruikt kan worden als bron van creativiteit. Als aanvulling op de vorige literatuurstudies, onderzoekt deze masterproef of personen van Maghrebijnse origine hun origine als bron van creativiteit gebruiken. Zoals de eerste literatuurstudie aantoonde, zijn werkgevers in de creatieve industrie eerder aangetrokken door de kwaliteit van eerdere werkprestaties door creatief talent dan door kwalificaties (Bridgstock, 2011). Vreemde origine kan het creatief talent stimuleren en dus een voordeel opleveren in het vinden van een job in de creatieve industrie.





## **6. Conclusie literatuurstudies**

### **6.1 Begrippen**

In voorgaande literatuurstudies zijn de belangrijkste begrippen omtrent deze masterproef uitgewerkt, namelijk de term 'creatieve industrie' en 'vreemde origine'. Beide termen worden hieronder kort herhaald.

#### De Vlaamse creatieve industrie

De Vlaamse creatieve industrie wordt door Flanders DC opgedeeld in twaalf sectoren. Werkers in deze industrie geven allemaal een uiting aan een vorm van artistieke of culturele creativiteit of gebruiken deze creativiteit als grondstof om functionele producten of diensten te leveren (Flanders DC, 2017). De focus van deze masterproef ligt op de drie Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Onderzoek toont aan dat deze sectoren onzekerheid en slechte werkomstandigheden teweegbrengen (Comunian et al., 2011).

#### Personen van vreemde origine

De definitie over personen van vreemde origine gehanteerd in deze masterproef luidt als volgt: wanneer de nationaliteit van een persoon in een van de vier volgende gevallen niet Belgisch is, wordt deze persoon beschouwd als een persoon van vreemde origine: (1) de huidige nationaliteit van de persoon, (2) de eerst gekende nationaliteit van de persoon, (3) de eerst gekende nationaliteit van de vader en (4) de eerst gekende nationaliteit van de moeder (Commissie Integratiebeleid, 2014). De focus van deze masterproef ligt op de Maghrebijnse originegroep, omdat het de grootste niet-EU vreemde originegroep is in België (Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019).

### **6.2 Theoretische inzichten**

De literatuurstudies construeren daarenboven enkele empirische inzichten waarop deze masterproef focust in het empirisch onderzoek. Deze inzichten worden hieronder kort herhaald.

#### Literatuurstudie 1: hoe vinden personen een job in de Vlaamse creatieve industrie?

De eerste literatuurstudie toont aan dat formele diploma's in het vinden van een job in de creatieve industrie weinig betekenisvol zijn. Wat wel belangrijk kan zijn in het vinden van een job, is het hebben van een netwerk en creatief talent die de kwaliteit van werkprestaties verbeterd (Bridgstock, 2011; Comunian et al., 2011)..

#### Literatuurstudie 2: hoe vinden personen van vreemde origine een job in Vlaanderen?

De tweede literatuurstudie wijst op de nadelen die personen van vreemde origine ervaren in het aanwervingsproces, voornamelijk bij laaggeschoolde jobs. Personen van Maghrebijnse origine zijn grotendeels (44 procent) laaggeschoold, waardoor ze een hogere mate van discriminatie in het aanwervingsproces ondergaan (Witteveen & Alba, 2018).

Als aanvulling op de vorige literatuurstudie, richt deze masterproef zich op het vinden van een job voor personen van Maghrebijnse origine in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Enerzijds kan de irrelevantie van een kunstendiploma een positief effect hebben in het vinden van een job voor personen van Maghrebijnse origine, die grotendeels laagopgeleid zijn. Anderzijds kan het breed interpretatiegebied van kunst, de waardering van kunst

is namelijk gebaseerd op subjectieve criteria (UNCTAD, 2008), een negatief effect opleveren in het vinden van een job voor personen van Maghrebijnse origine. Een breed interpretatiegebied leidt namelijk tot meer mogelijkheden voor discriminatie in het aanwervingsproces.

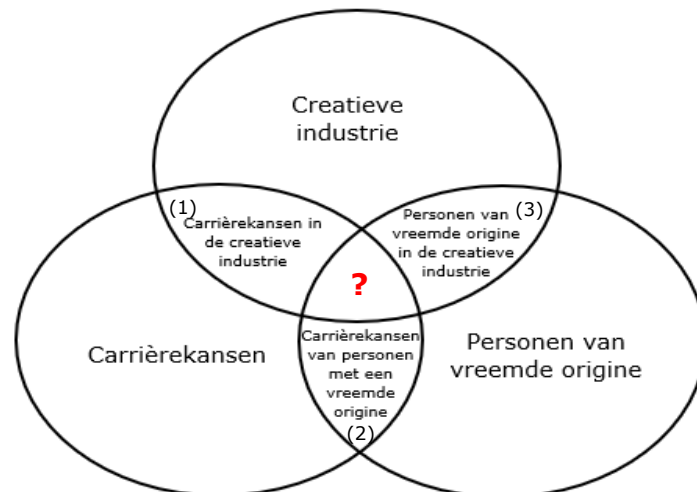
### Literatuurstudie 3: gebruiken personen van vreemde origine hun origine als bron van creativiteit?

De derde literatuurstudie staft dat vreemde origine ingezet kan worden als bron voor creativiteit.

Als aanvulling op de vorige literatuurstudies, kan het inzetten van vreemde origine als bron van creativiteit een voordeel opleveren in de zoektocht naar een job. Zoals de eerste literatuurstudie aantoonde, zijn werkgevers in de creatieve industrie eerder aangetrokken door de kwaliteit van eerdere werkprestaties door creatief talent dan door kwalificaties (Bridgstock, 2011). Vreemde origine kan het creatief talent stimuleren en dus een voordeel opleveren in het vinden van een job in de creatieve industrie.

## 7. Empirisch onderzoek – kwalitatief onderzoek

Na het onderzoeken van relevante inzichten in de drie literatuurstudies, werd voor het empirisch deel van deze masterproef een kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Het kwalitatieve luik zal de gevonden theorieën van de literatuurstudies samenbrengen en toetsen aan de werkelijkheid. Hiervoor worden de drie onderzoeksvelden, die tot heden nooit samen onderzocht zijn, gecombineerd: hoe vinden personen van Maghrebijnse origine een job in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten? De combinatie van deze drie onderzoeksvelden zorgt voor een eerste beschrijving die een gat in bestaande kennis opvult (zie Figuur 18).



*Figuur 18: Schema van gebruikte literatuur om de carrièrekansen van personen van vreemde origine in de creatieve industrie in kaart te brengen*

### 7.1 Methodologie

#### 7.1.1 Dataverzameling

Er was voornamelijk interesse in de persoonlijke ervaringen van de respondenten. Om deze ervaring te achterhalen, werden er 15 individuele interviews afgenomen in de periode begin februari t.e.m. midden mei 2021. De interviews hadden steeds een half-gestructureerd verloop en werden face-to-face via het internet afgenomen, meer specifiek via Google Meet. Er zijn enkele voordelen verbonden aan deze interviewstijl (individueel, mondeling, half-gestructureerd). Zo worden respondenten niet beïnvloed door de antwoorden van anderen en reageren ze meestal ongeremd. Daarnaast is er ook een grote flexibiliteit verbonden aan deze interviewstijl: er kan enerzijds bijgestuurd worden bij onduidelijkheden en anderzijds kan er doorggevraagd worden bij bepaalde antwoorden van de respondenten. Een nadeel is dat deze interviewstijl zeer tijdsintensief is (Baarda et al., 2013).

De oproep voor respondenten werd allereerst gedistribueerd via persoonlijke sociale mediakanalen (Facebook, Instagram en LinkedIn). De oproep werd vervolgens meermaals, 53 keer, gedeeld door connecties. Daarnaast werd er via internetdatabanken van bijvoorbeeld Kunstenpunt, gericht gezocht naar respondenten die aan de vooropgestelde criteria voldeden. Deze geschikte kandidaten werden telefonisch of via e-mail gecontacteerd met de vraag of ze wilden deelnemen aan het onderzoek. Ook werden verschillende Vlaamse kunstorganisaties<sup>10</sup> telefonisch of via e-mail gecontacteerd. Zij

<sup>10</sup> Gecontacteerde kunstorganisaties: Kunstenpunt, Antwerpphoto, ArgosArts, Galerie Emergent, Extracity, Kaap, Kiosk Gent, Stuk, Verbeke Foundation, Wrap-Art, Z33, Zebrastraat, Pakgistel, Stichting Ijsberg, Llaertrprojects, LLS Paleis, NetwerkAalst, Onkruid Studio, Kunstenhuis en Kunsthal Gent.

verwezen namen door van mogelijke geschikte kandidaten. Alvorens deel te nemen aan het interview, dienden de respondenten in te stemmen met het onderzoek aan de hand van het (digitale) toestemmingsformulier (zie Bijlage 2.1). De individuele interviews hadden elk een duurtijd van een dertigtal minuten en werden in overeenstemming met de respondenten opgenomen, om de resultaten achteraf beter te kunnen analyseren.

De interviewleidraad werd opgesteld in lijn met de reeds verzamelde literatuur. Zo werden er vragen gesteld over elk belangrijk inzicht uit de drie literatuurstudies. De vragen werden geordend van 'makkelijke' naar 'moeilijke' topics, omdat de interviewer tijdens het interview steeds beter inspeelt op de respondent en ook de respondent zich meer in het onderwerp zal kunnen inleven. Met het oog hierop werden er dus eerst neutralere vragen gesteld en daarna pas gevoelige onderwerpen (zie Tabel 7) (Baarda et al., 2013). De eerste fase van het interview bestond uit een open gedeelte waarin de respondenten gevraagd werd om uit te leggen wie ze zijn en wat ze doen. Op deze manier kregen ze de kans om na te denken over bijzonder opvallende momenten in hun leven en om relevante ervaringen aan te halen. In een tweede fase werd een half-gestructureerde vragenlijst met open einde gehanteerd om een breed scala aan thema's te onderzoeken, waaronder diploma, netwerk, creatief talent en vreemde origine in de creatieve industrie. Enkel indien een respondent spontaan begon te praten over een bepaald topic, werd er afgeweken van deze basisvolgorde. Op het einde van elk interview werd er aan de respondent gevraagd of hij/zij nog personen kenden die mogelijk mee wilden doen met het onderzoek, ook wel sneeuwbalsteekproef genaamd. Op deze manier breidde de steekproef zich verder uit via het netwerk van eerder geworven respondenten (Baarda et al., 2013).

Tabel 7: Interviewleidraad kwalitatief onderzoek

Inzichten literatuur		Bijhorende vragen
Vrije narratieve		Kan me over uzelf vertellen? Wie u bent en wat u doet, welke momenten hebben ervoor gezorgd dat u bent wie u bent en doet wat u doet? <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat was uw relatie met kunsten toen u opgroeide? Had u er altijd interesse voor, waren er familieleden die ook in de sector zaten?</li> <li>- Specialiseert u zich in een bepaalde niche?</li> </ul>
Literatuurstudie 1	Diploma is irrelevant (Bridgstock, 2011; Comunian et al., 2011)	Wat is uw hoogst voltooide formele opleiding? Heeft u nog andere informele opleidingen gevolgd?
		Hebben deze opleidingen jou helpen 'doorbreken' binnen jouw sector, m.a.w. heeft het voordelen opgeleverd in het vinden van werk? Waren het dan voornamelijk de formele of informele opleidingen die een meerwaarde hebben geboden?
	Netwerk is relevant (Bridgstock, 2011)	Wie zijn de personen geweest die u hebben geholpen om door te breken binnen uw sector?
		Heeft netwerk jou helpen 'doorbreken' binnen jouw sector, m.a.w. heeft het voordelen opgeleverd in het vinden van werk?
	Eerdere werkprestaties door talent is relevant (Bridgstock, 2011; Comunian et al., 2011)	Hoe onderscheidt u zich van anderen binnen uw sector?
		Vindt u dat u 'creatief talent' bezit, heb je bepaalde onderscheidende creatieve kwaliteiten?
Heeft dit talent jou helpen 'doorbreken' binnen jouw sector, m.a.w. heeft het voordelen opgeleverd in het vinden van werk?		

<b>Literatuurstudie 3</b>	Vreemde origine als bron van creativiteit (Thoelen, 2015)	Ervaat u de kennis van uw Maghrebijnse cultuur als een troef/rijkdom of als een probleem?
		In welke mate speelt uw culturele achtergrond een rol in uw werk?
		Heeft u het gevoel dat u zich heeft moeten aanpassen aan de Belgische cultuur?
		Komen er andere reacties op uw werk wanneer u praat met mensen van Belgische afkomst?
<b>Literatuurstudie 2</b>	Nadelen in aanwerving door origine (Witteveen & Alba, 2018)	Hoe ervaaarde jij het zoeken naar een job als persoon met een Maghrebijnse origine?
		Heeft er een verandering plaatsgevonden in de creatieve industrie op het vlak van diversiteit?
Slotvraag		Hoe denk jij dat jouw carrièrepad in de kunsten anders is verlopen voor jou als persoon van Maghrebijnse origine dan voor Belgische kunstenaars?
Sneeuwbal steekproef		Kent u nog andere personen die aan de criteria voldoen en mee zouden willen doen aan mijn onderzoek?

### 7.1.2 Beschrijving respondenten

Gezien de vooropgestelde criteria (Maghrebijnse origine en werkend in de Vlaamse sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten), was de zoektocht naar geschikte respondenten niet makkelijk. Zo werkten er volgens de meest recente cijfers (2016) slechts 437 (0,3 procent) werknemers en 450 (3 procent) zelfstandigen met Maghrebijnse origine in de sector 'creatieve activiteiten, kunst en amusement' (zie 5.1) (Interfederaal Gelijkekansencentrum & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg, 2019). Uiteindelijk zijn er voor het empirisch kwalitatief onderzoek 9 mannelijke en 6 vrouwelijke personen van Maghrebijnse origine geïnterviewd, wat een totaal van 15 interviews oplevert. De leeftijd van de respondenten varieert van 21 tot 54 jaar. Van alle Maghrebijnse respondenten zijn er 14 personen van Marokkaanse origine en 1 persoon van Algerijnse origine. Er zijn geen respondenten van Libische, Tunesische of Mauritaanse origine geïnterviewd. Dit ligt in lijn met de verdeling van het aantal inwoners met een Maghrebijnse origine in België, waar de Marokkaanse origine ook veruit het grootste aandeel heeft (Myria, 2020). Daarnaast werkten er 8 beeldende kunstenaars, 5 podiumkunstenaars en 2 muzikanten mee aan het onderzoek. De opleiding van de respondenten verschilde erg, gaande van een diploma secundair onderwijs tot een laureaat in beeldende kunsten (zie Bijlage 2.2).

### 7.1.3 Data-analyse

De verzamelde interviewgegevens werden vervolgens in drie fases geanalyseerd: de exploratiefase, de specificatiefase en de reductiefase. In de exploratiefase vond een brede verkenning plaats van de verzamelde interviewgegevens. Eerst werden de individuele interviews getranscribeerd. Nadien werd de techniek van open coderen toegepast, waarbij alle elementen die van belang waren voor de beantwoording van de onderzoeksvraag in kaart werden gebracht. Alle relevante uitspraken werden in de getranscribeerde teksten gemarkeerd. In de volgende fase, de specificatiefase, vond het axiaal coderen plaats. De losse codes uit de eerste fase werden gegroepeerd in overkoepelende codes aan

de hand van verschillende kleuren. De overkoepelende codes werden gedefinieerd op basis van de verschillende inzichten uit de literatuur, die ook bevraagd werden in het interview (zie Tabel 8). Door middel van een tabel werden de relevante uitspraken geordend naargelang de bijhorende overkoepelende code. Er verschenen ook enkele nieuwe overkoepelende codes uit de interviewgegevens, die ook in de tabel werden toegevoegd (zie Bijlage 2.3 als voorbeeld). De belangrijkste handeling bij axiaal coderen is het constant vergelijken, om zo overeenkomsten en verschillen tussen codes te ontdekken. In de laatste reductiefase werd er onderzoek gedaan naar samenhang en patronen. Er werd getracht een totaalbeeld te schetsen van de verkregen interviewresultaten (Baarda et al., 2013).

## 7.2 Resultaten

### 7.2.1 Het vinden van een job in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten

De eerste literatuurstudie concludeerde dat het vinden van een job in de creatieve industrie weinig afhankelijk is van formele diploma's, maar dat voornamelijk de kwaliteit van werkresultaten door creatief talent en informele netwerken een belangrijke rol spelen (Bridgstock, 2011; Comunian et al., 2011). Dit ligt in lijn met de resultaten uit de interviews en wordt hieronder verder toegelicht.

#### Diploma is irrelevant

Ten eerste haalde de literatuur aan dat formele diploma's geen grote rol spelen in het vinden van een job in de creatieve industrie. De interviews bevestigen dit. Alle 15 respondenten vertellen dat het hebben van een formeel diploma in de creatieve industrie geen rechtstreekse meerwaarde oplevert bij het vinden van een job. Dit wordt expliciet verteld in het interview met een Marokkaanse acteur en rapper uit Antwerpen:

*Voor elke specialisatie in de kunst of in de cultuur, telt jouw ervaring of portfolio het meest. Ze willen zien waarmee ze te maken hebben. Als er op jouw CV een kunstendiploma staat, maar jouw werk trekt op niets of je bent momenteel niet zo actief, gaat dit diploma zeker niet helpen in het vinden van werk. (respondent 9)*

Ook andere respondenten delen dezelfde mening. De volgende fragmenten uit de interviews met een Marokkaanse fotograaf en een Marokkaanse choreograaf en acteur uit Antwerpen tonen dit aan:

*Doorheen de jaren ontdek ik meer en meer dat 'creatief zijn' en 'een artiest zijn' eigenlijk in u zit. Hier moet je niet per se een opleiding voor hebben genoten [...]. Als het in u zit en als het iets is waar je enorm gepassioneerd door bent, hoeft je geen opleiding te krijgen om door te breken in de sector. (respondent 6)*

*Voor kunst is een diploma nooit belangrijk. Er zijn bepaalde verenigingen die moeilijk kunnen doen en vragen of je een dansdiploma hebt, maar dat zijn ook slechts enkele bedrijven die dit gaan vragen. Puur ervaring en vaardigheden zijn belangrijk. Hoe meer je doet, hoe meer je uitvoert, hoe hoger je waarde zal zijn als danser. (respondent 10)*

Het hebben van een kunstendiploma levert dus geen rechtstreekse meerwaarde op in het vinden van een job. Echter zorgt het volgen van een kunstenopleiding wel voor enkele onrechtstreekse voordelen. Zo kan een kunstenopleiding specifieke technische skills aanleren die vereist worden bij bepaalde creatieve jobs. Deze skills zijn moeilijker aan te leren zonder opleiding. Aangehaalde voorbeelden van technische skills zijn het beheersen van verschillende dansstijlen, zangkunsten of graphic design. Een opleiding in de kunsten kan volgens drie respondenten dus een meerwaarde bieden in het sneller

en beter onder de knie krijgen van technische skills. Dit wordt goed geïllustreerd door volgende fragmenten uit de interviews met een Marokkaanse acteur uit Brussel en een Marokkaanse schilderes uit Antwerpen:

*Mijn opleiding in de theaterschool heeft mij bepaalde technische dingen van het acteren wel bijgeleerd, zoals stemgeluid, woordenschat, uitdrukking van mijn gevoel... maar op zich was dit ook zonder diploma gelukt. (respondent 8)*

*Op plaatsen waar je echt specifieke skills nodig hebt, is een diploma wel belangrijk. Ik heb alles op mezelf geleerd. Ik ben daar ook wel heel trots op en ik vind het heel cool, maar ik merk ik wel dat mijn improvement veel trager gaat dan die van vrienden die wel een kunstopleiding hebben gevolgd. (respondent 13)*

Een ander onrechtstreeks voordeel in het volgen van een kunstopleiding, is het uitrollen van een netwerk. Drie respondenten die van een kunstopleiding hebben genoten, bestempelen hun leerkrachten als 'belangrijke personen in hun carrièrepad'. Deze respondenten hebben dan ook hun eerste job gevonden door hun leerkrachten, die hun werk doorverwezen of personen in de creatieve industrie voorstelde. Dit wordt geïllustreerd door onderstaande fragmenten uit de interviews met een Algerijnse fotograaf uit Genk en een Marokkaanse fotograaf uit Brussel:

*Mijn kunstopleiding aan de universiteit was veel vrijer, veel opener, een hele andere sfeer. Docenten kwamen naar mij en zeiden "Als je vragen hebt, hier heb je mijn telefoonnummer". Zij waren super betrokken en ze waren heel veel aanwezig tijdens het proces, tijdens de opleiding. Zij hebben ook voor een eerste netwerk gezorgd bij mij. Zij stelde mij en mijn werk voor aan externen en zo ging de bal aan het rollen. (respondent 12)*

*Ik toonde hem (cf. leerkracht) een foto en ik vroeg of hij dit eens kon bekijken en zeggen wat hij ervan denkt. De dag daarna wou hij met mij babbelen. Hij was zo verrast van mijn foto's en wou mij graag opvolgen. Ik heb 4 jaar lang wekelijks foto's aan hem geleverd en samengewerkt. We zijn uiteindelijk vrienden geworden en hij was een van de belangrijkste personen voor mijn carrière. (respondent 1)*

Het hebben van een kunstendiploma zorgt dus niet voor een rechtstreeks voordeel in het vinden van een job in de creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Wel kan het volgen van een kunstopleiding technische sneller skills aanleren en zorgen voor een start van een netwerk in de creatieve industrie. Dit zijn wel twee relevante concepten in het vinden van een job.

#### Kwaliteit van de werkprestaties door creatief talent is relevant

Een factor die volgens literatuur wel relevant blijkt in het vinden van een job in de creatieve industrie is het hebben van een creatief talent. Dit creatief talent verbetert de kwaliteit van de werkprestaties (Bridgstock, 2011; Comunian et al., 2011). Een belangrijke opmerking is dat 'creatief talent hebben' of 'de kwaliteit van werkprestaties' subjectief zijn. De waardering van kunst is moeilijk te voorspellen omdat deze op subjectieve criteria is gebaseerd; smaak is onderhevig aan een aantal factoren, waaronder cultuur, mode, zelfbeeld en levensstijl (UNCTAD, 2008).

De respondenten beschrijven hun kunst als 'een passie' en 'iets om jezelf te uiten', maar wanneer wordt dit als talentvol beschouwd en wanneer niet? De respondenten bestempelen zichzelf zelden als 'talentvol', maar wel beschrijven ze elk de onderscheidende factor in hun creatief werk. Dit varieert van het verwerken van persoonlijke trauma's tot het blootleggen van maatschappelijke problemen. Hierin wordt duidelijk dat kunst wel degelijk een uitdrukking van emoties is, dingen die personen voelen. Een goed voorbeeld zijn de verhalen van een Marokkaanse zanger uit Antwerpen en een Marokkaanse fotografe uit West-Vlaanderen:



*Ik ben sowieso heel anders dan andere muzikanten ofzo, iedereen is in deze industrie denk ik een beetje zichzelf. De ene durft wat minder naar buiten te komen als wie die echt is, en de andere durft dat wat meer. [...] Ik denk dat het in de muziekindustrie het belangrijkste is dat je je emoties op tafel legt. Als je daarop focust, onderscheid je jezelf sowieso van anderen. Niemand voelt hoe jij je voelt. (respondent 5)*

*Als ik na 11 jaar nog steeds ideeën heb om projecten uit te werken, kan ik wel zeggen dat ik een soort van creatief talent heb. Ik heb jarenlang moeten strijden in dit gezin om te zeggen dat ik creatief ben, dus het zou maar erg zijn. Mijn fotografie is echt een passie van mij waarin ik mijn creatief ei kwijt kan. (respondent 14)*

Dat de kwaliteit van werkprestaties een belangrijke factor is in het vinden van een job binnen de creatieve industrie, werd al beschreven in eerder vermeldde interviewfragmenten. Hieronder worden enkele fragmenten vanuit de interviews met een Marokkaanse schilderes en een Marokkaanse choreograaf en acteur uit Antwerpen herhaald:

*Voor elke specialisatie in de kunst of in de cultuur, telt jouw ervaring of portfolio het meeste. Ze willen zien waarmee ze te maken hebben. Als er op jouw CV een kunstendiploma staat, maar jouw werk trekt op niets of je bent momenteel niet zo actief, gaat dit diploma zeker niet helpen in het vinden van werk. (respondent 3)*

*Voor kunst is een diploma nooit belangrijk. Er zijn bepaalde verenigingen die moeilijk kunnen doen en vragen of je een dans diploma hebt, maar dat zijn ook slechts enkele bedrijven die dit gaan vragen. Puur ervaring en vaardigheden zijn belangrijk. Hoe meer je doet, hoe meer je uitvoert, hoe hoger je waarde zal zijn als danser. (respondent 10)*

De kwaliteit van eerdere werkprestaties, gebundeld in een portfolio, is dus belangrijk voor het vinden van een job in de creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. De kwaliteit van eerdere werkprestaties wordt bepaald door het creatief talent van een persoon, maar blijft een subjectief gegeven.

#### Informeel netwerk is relevant

Een laatste concept uit de eerste literatuurstudie is de relevantie van een informeel netwerk in het vinden van een job binnen de creatieve industrie. Ook dit concept ligt in lijn met de data uit de interviews, waaruit bleek dat het hebben van een netwerk een van de belangrijkste dingen is om door te breken in de creatieve industrie. Dit wordt expliciet verteld in de interviews met een Marokkaanse rapper en een Marokkaanse choreograaf en acteur uit Antwerpen:

*Netwerk is 100% belangrijk, en dat is zo in alle vormen van kunst, niet enkel in de 'pure kunst', zoals bijvoorbeeld schilderen, maar ook in bijvoorbeeld de muziekindustrie. Er zijn heel veel artiesten die kunnen zingen, maar die niet zo heel wauw zijn, maar zij kennen gewoon zoveel mensen in de industrie die hun verder helpen. (respondent 7)*

*Spijtig genoeg is een netwerk hebben heel belangrijk, heel belangrijk. Ik heb wel wat connecties, maar als je een connectie hebt met een productiehuis dat alleen maar topfilms uitbrengt, wees gegarandeerd dat je constant werk zal hebben. Er zijn anderen die altijd casten en audities doen en niet gekozen worden, omdat ze gewoon geen netwerk hebben binnen de industrie. [...] Er zijn mensen met geen talenten die wel beroemd worden, maar die gewoon een goed netwerk hebben. Vroeger was talent belangrijker dan netwerken, maar dit evenwicht is verschoven. Tegenwoordig is het belangrijker om een goed het netwerk te hebben. (respondent 10)*

Echter bleek uit de interviews dat niet enkel informele netwerken belangrijk zijn, maar ook een formeel netwerk is relevant in het vinden van een job in de creatieve industrie. Vijf respondenten vonden een eerste job enkel en alleen door hun informeel netwerk, zoals vrienden en familie of volgers op sociale mediakanalen. Na het goed uitvoeren van een eerste job, breidt het informele

netwerk snel uit naar een formeel netwerk, zoals productiehuizen, record labels, creatieve collectieven... Deze formele netwerken zijn onmisbaar in het steeds opnieuw vinden van jobs of projecten binnen de creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Dit komt duidelijk naar voren in de interviews met een Marokkaanse fotografe uit Antwerpen en een Marokkaanse fotografe uit West-Vlaanderen:

*Het is begonnen met mijn broer en dan is het verdergegaan met mijn vrienden. Vrienden die ook werken bij organisaties en dan een link kunnen leggen met andere culturele centra enzoverder. Er moet gewoon een persoon werken in een cultuurcentra en dan gaat de bal aan het rollen. (respondent 11)*

*Via mijn mutuals, dus mensen die elkaar volgen op sociale media, heb ik mijn eerste expo kunnen doen. Dit heeft voor heel veel exposure gezorgd en daar bouw je dan die hele tijd op verder. Professionelen in de sector die komen ook naar exposities kijken en die gaan dan jouw werk oppikken enzoverder. (respondent 14)*

In lijn met de literatuur is het hebben van een informeel netwerk is dus zeer belangrijk voor het vinden van een job in de creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Echter is niet enkel het informele netwerk relevant, maar speelt het formele netwerk van kunstenaars ook een grote rol in het blijven vinden van jobs of projecten. Vanuit het eerste, informeel netwerk wordt vaak een formeel netwerk opgebouwd.

### **7.2.2 Het vinden van een job voor personen van Maghrebijnse origine in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten**

Een tweede literatuurstudie toont aan dat personen van Maghrebijnse origine de grootste niet-EU originegroep in België is. Echter hebben zij de slechtste arbeidsmarktpositie in termen van werkzaamheid, werkloosheid en opleidingsniveau. Daarenboven wijzen de onderzoeken van Ardies (2014) en Witteveen and Alba (2018) op de nadelen die personen van vreemde origine ervaren in het aanwervingsproces, voornamelijk bij laaggeschoolde jobs. Laaggeschoolde jobs zorgen voor een breder interpretatiegebied over de juiste kwalificaties, wat leidt tot meer mogelijkheden voor discriminatie in het aanwervingsproces.

Zoals eerder vermeld, is de waardering van kunst gebaseerd op subjectieve criteria (UNCTAD, 2008). Het breed interpretatiegebied van kunst kan dus leiden tot meer mogelijkheden voor discriminatie in het aanwervingsproces. Dit is nadelig voor het vinden van een job voor personen van Maghrebijnse origine in de creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Discriminatie is echter moeilijk te analyseren door de vele relevante variabelen van de term. Dit ligt in lijn met de resultaten uit de interviews en wordt hieronder verder toegelicht.

De aangehaalde ervaringen van respondenten tonen aan dat personen van Maghrebijnse origine in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten wel degelijk een discriminerend gevoel ervaren in het aanwervingsproces. Er heerst duidelijk een gevoel dat ze mindere kansen krijgen ten opzichte van 'witte' kunstenaars. Met 'witte' kunstenaars wordt er voornamelijk verwezen naar personen met een witte huidskleur of een 'Vlaams'-klinkende naam. De respondenten ervaren deze twee kenmerken, huidskleur en naam, als grootste drempel in de aanwerving. Echter kan er geen specifiek voorbeeld aangehaald worden over discriminatie, juist omdat het zo een complex onderwerp is. Werkgevers zullen nooit rechtstreeks toegeven dat ze discrimineren op basis van origine, maar de respondenten zien wel dat witte kunstenaars veel meer

en grotere kansen krijgen. Dit wordt goed geïllustreerd door volgende fragmenten uit de interviews met een Marokkaanse fotograaf uit Oost-Vlaanderen, een Marokkaanse fotograaf uit Brussel en een Marokkaanse poëzieschrijfster uit Antwerpen:

*Mijn origine kan zeker nadelig zijn. Ik ondervind dit ook gewoon met de mensen die ik zelf ken en die ook artiest zijn, witte artiesten. Dan krijg ik wel het gevoel dat ik langer bezig ben met dingen. Dat deze artiesten sneller kansen krijgen en sneller expo's of beurzen mogen doen. Ik ben heel blij voor hun, omdat zij zo een zotte dingen kunnen doen, maar soms is het wel shockerend voor mij om te zien hoe anders ik behandeld word. Ik vraag me dan af, is dit echt door mijn kleur? Is dit omdat je fysiek kan zien dat ik een andere afkomst heb? Ik snap niet dat mensen zo denken. Ik weet het niet. (respondent 15)*

*Ik zal mij altijd 10 keer harder moeten bewijzen. Altijd de mensen 100 keer meer moeten overtuigen dat ik een Belg ben, want ik ben hier geboren. Ik ben opgegroeid in de Nederlandse taal, ik heb onderwijs gekregen in het Nederlands. Maar ik heb een Marokkaanse naam. Ik heb een identiteit bestempeld gekregen door mijn omgeving. Ik ben van hier, maar ik ben hier niet welkom. Als mensen mijn Marokkaanse naam zien, hebben ze al vooroordelen. Je wordt ook gewoon niet opgevangen zoals de gemiddelde witte kunstenaar, bij hen gaat het veel, veel, veel sneller. (respondent 1)*

*Ik ken echt wel heel veel professionele Maghrebijnse artiesten die abnormale goede dingen schrijven, maar die nog altijd niet op de kaart staan. Enerzijds doen ze dit een beetje bewust, als een soort van verzet of een rebellie tegenover het feit dat de culturele sector soms een beetje te wit is en dat ze daar niet mee willen anticiperen. Maar anderzijds moet je als Maghrebijnse persoon echt harder werken. Het klinkt als een cliché, maar als persoon met migratieachtergrond moet je je altijd 7 keer harder bewijzen dan een blanke persoon. Dit is het geval in alle sectoren en ook zeker in de culturele sector. (respondent 4)*

Een ander gevoel, dat voornamelijk naar boven komt in de interviews met podiumkunstenaars, is dat zij enkel gevraagd worden om stereotype rollen te spelen. Er wordt weinig of geen rekening gehouden met de echte podiumtalenten. Bovendien wordt er van hen verwacht te weten welke houding ze moeten aannemen in deze rollen. Dit brengt een gevoel van onderwaardering met zich mee en personen van Maghrebijnse origine hopen op andere kansen. Kansen waarin ze hun talenten kunnen laten zien en waar ze een rol mogen spelen die de huidige maatschappij representeert. We leven in een migratiesamenleving, maar de respondenten vinden dat er te weinig kleur wordt getoond op bijvoorbeeld tv of in theaterstukken. Dit wordt goed geïllustreerd door volgende fragmenten uit de interviews met een Marokkaanse actrice en schilderes uit Antwerpen en een Marokkaanse acteur en rapper uit Antwerpen:

*Als actrice van Marokkaanse afkomst heb ik sowieso een beperking, en daarbij komt ook nog bij kijken dat ik een vrouw ben. Stereotype rolletjes spelen doe ik niet graag. Ik heb wel al enkele rollen gespeeld die dan gaan over racisme of gewoon het tonen van andere culturen. Als ik achter de verhaallijn sta dan doe ik dit ook graag, want ik wil ook dat iedereen zich educate over racisme. Als ik hierin het pad kan openmaken, doe ik dit ook want dat is belangrijk. Maar ik hoop toch nog op andere kansen, bijvoorbeeld een rol spelen waar evengoed een witte artiest zou kunnen staan. Dat zou ook een representatie zijn van de huidige maatschappij. Dat zien we tegenwoordig nog veel te weinig en voor deze rollen worden acteurs van vreemde origine ook bijna nooit gevraagd. (respondent 2)*

*Afkomst zal altijd een grote rol blijven spelen. Je probeert jezelf niet in een slachtofferrol te steken en continu afkomst als excuus te gebruiken voor moeilijkheden, maar tegelijkertijd heb je hier wel echt nadelen van. Ben je een rapper, dan wordt er van je verwacht als Marokkaan dat je met straattaal, harde taal komt. Op vlak van acteren word je vaak gevraagd voor typische rollen, zoals een Marokkaanse tiener die dealt op straat. Maar dit ben ik helemaal niet. Ik voel me gewoon Belg, maar zo word ik niet aanzien... Ik heb vorige week bijvoorbeeld twee draaidagen gehad waarin ik die typische rol moest spelen. Er wordt van je verwacht op voorhand dat je precies weet hoe je je moet gedragen. Ik moest een tiener spelen en ze vertelden mij "doe maar gewoon zoals je altijd doet". Ik dacht dan van "naar verwijs je dan? Hoe bedoel je gewoon doen?" Ze verwachten van mij dat ik van nature een*

*bepaalde houding ga aannemen. Ze verwachten dat ik weet hoe ik op 'een Marokkaanse manier' moet zitten. (respondent 9)*

De tweede literatuurstudie suggereert ook dat organisaties met een diversiteitsbeleid dit vaak ontwikkelen louter om sancties te vermijden (omdat het moet). De respondenten vertellen dat het vaak duidelijk overkomt als organisaties niet oprecht bezig zijn met diversiteit, en dat samenwerkingen met dit soort organisaties dan ook vermeden worden. In de kunstensector heeft er wel een verbetering plaatsgevonden, door organisaties en *communities* die oprecht bezig zijn met diversiteitsprogramma's te ontwikkelen. Niet louter omdat het moet, maar omdat het hoort (sociale motivatie) en omdat het loont (economische motivatie). De volgende fragmenten uit de interviews met een Marokkaanse schilderes en een Marokkaanse poëzieschrijfster uit Antwerpen tonen dit aan:

*Vele organisaties willen zoveel mogelijk 'bruine koppen' in hun programma steken. Die 'bruine koppen' zijn niet dom, wij weten goed genoeg dat ze dit doen om aan hun cijfers te geraken en omdat ze een diversiteitsbeleid moeten uitbouwen. Net omdat we dit weten, zijn wij daarom ook heel erg kieskeurig. We zien heel makkelijk als organisaties te hard met de woorden als diversiteit schreeuwen. Dit is voor ons echt een heel grote afknapper om heel eerlijk te zijn. Wij hebben dan zoiets van "je verliest integriteit en echtheid, als je te hard met diversiteit bezig bent, als je te hard op zoek bent naar mensen met een migratie achtergrond". Wij kunnen heel snel dit onderscheid maken en dit maakt ook dat wij hierin heel kieskeurig zijn en dat we niet zo snel gaan samenwerken met die organisaties en misschien wel met een andere. Ik heb wel heel veel hoop. Er zijn heel veel communities in België die nu aan het opstarten zijn om mensen zoals mij naar boven te helpen. Het helpt om mensen een netwerk te geven en dit vind ik heel leuk om dat te zien ontplooiën. (respondent 3)*

*In de culturele sector vind ik dat de oprechtheid omtrent diversiteit wel oprecht is en als er een programma wordt uitgebracht dat er echt iets is... Mensen die naar cultuurcentra en musea gaan, zijn mensen met diverse achtergronden. De curators zijn ook mensen met een diverse achtergrond. Hierdoor merk je wel dat er een super uitgebreid en gevarieerd programma is met alles en iedereen. Dat inclusiviteit een heel natuurlijk proces is. Maar als je dan gaat kijken naar het corporate deel, organisaties, academische instellingen... dan beseft je wel dat diversiteit daar een beetje misloopt en dat het daar niet altijd zo vlot verloopt als ze zelf zouden willen. Dit gesprek gaat specifiek over de culturele sector dus hier kan ik wel zeggen dat ze het beter doen. Dat er altijd heel mooie diverse programma's verschijnen met hele mooie diverse artiesten en dat ze daar wel echt kansen krijgen. Ik vind dat wel de laatste jaren enorm is verbeterd, maar we zijn er nog niet hoor. De kansen zijn nog steeds kleiner voor personen met een andere afkomst. (respondent 4)*

In lijn met de literatuur, is er door het brede interpretatiegebied van kunst meer ruimte voor discriminatie in het aanwervingsproces. Personen van Maghrebijnse origine ervaren namelijk een gevoel van oneerlijkheid in het aanwervingsproces in de creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Ze hebben de indruk van oneerlijke kansen te krijgen ten opzichte van 'witte' kunstenaars, net omwille van hun Maghrebijnse origine. In het bijzonder podiumkunstenaars worden vaak gecast voor stereotype rolletjes, waardoor ze het idee hebben van ondergewaardeerd te zijn. Daarenboven is het voor personen van Maghrebijnse origine duidelijk indien organisaties een diversiteitsbeleid hebben louter omdat het moet, maar niet omdat ze hier oprecht mee bezig zijn. Met dit soort organisaties wordt liever niet samengewerkt, wat opnieuw een drempel oplevert in de zoektocht naar een job. Wel heeft er een verbetering plaatsgevonden in de creatieve industrie op het vlak van oprechtheid omtrent diversiteit.

#### **7.2.4 Het gebruiken van de Maghrebijnse origine als bron voor creativiteit in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten**

Een laatste literatuurstudie wijst op het gebruik van vreemde origine als bron van creativiteit (Florida, 2002; Lee, Florida, & Acs, 2004; Pang, 2007, geciteerd in Thoelen, 2015). Zoals de eerste literatuurstudie aantoonde, zijn werkgevers in de creatieve industrie eerder aangetrokken door de kwaliteit van eerdere werkprestaties door creatief talent (Bridgstock, 2011). Vermits vreemde origine creativiteit stimuleert, kan het zorgen voor een kwalitatiever portfolio. Dit levert een voordeel op voor personen van Maghrebijnse origine in het vinden van een job in de creatieve industrie. Ook de ervaringen van respondenten tonen aan dat de Maghrebijnse origine ingezet wordt als inspiratiebron.

De respondenten vertellen dat ze het logisch vinden dat hun origine een rol speelt in hun kunst. Kunst wordt namelijk geïnspireerd door individuele ervaringen en emoties en de Maghrebijnse origine heeft hier, op zowel positieve als negatieve manieren, een invloed op. Een Maghrebijnse origine is word beschouwd als verrijkend en een grote inspiratiebron voor kunst. De kennis van een andere origine geeft daarnaast de mogelijkheid om op een andere manier naar kunst te kijken. Dit wordt expliciet verteld in de interviews met een Marokkaanse poëzieschrijfster uit Antwerpen, een Algerijnse fotograaf uit Genk en een Marokkaanse schilderes uit Antwerpen:

*Ik vind sowieso culturen over het algemeen, een culturele achtergrond, is super verrijkend. Het verrijkt een persoon echt. Iemand met een culturele achtergrond is super interessant. Ik ontdek mijn eigen cultuur, de cultuur van mijn ouders, vandaag de dag nog altijd. Echt nog altijd dingen die ontdek van mezelf, over mijn grootouders, over wie ik ben... Ook bijvoorbeeld de "regels" van mijn cultuur, zoals dingen die we doen in mijn huishouden die voor mij heel zelfsprekend zijn, maar voor anderen niet zo zelfsprekend zijn. Ik ontdek dit elke dag meer en meer, maar ik zeg het, hier haal ik eigenlijk elke dag meer en meer inspiratie uit voor mijn poëzie. De gedichten die ik schrijf, zijn voornamelijk heel persoonlijke gedichten. Als je mij ziet optreden dan merk je wel dat er een hele persoonlijke insteek in zit. Mijn culturele achtergrond, mijn religieuze achtergrond, de identiteitscrisis die je ervaart als Marokkaans meisje in België... zijn allemaal heel belangrijke factoren die ik gebruik in mijn poëzie. Mijn poëzie is voor mij een uitlaatklep. Als ik met bepaalde gevoelens zit, frustraties, maatschappelijke dingen, die kan ik kwijt in mijn poëzie onder het mom van "dichtersvrijheid". Dichtersvrijheid speelt een heel, heel belangrijk rol voor mij. (respondent 4)*

*Ik heb een andere achtergrond, wat al heel veel betekend over de manier hoe je nadenkt. Terzijde, ik voel mij Belg: ik ben gewoon een Belg met Algerijnse roots. Ik ben hier geboren en getogen, maar ik ben wel heel blij met mijn achtergrond. Ik probeer dit ook nooit te vergeten. Ik ga bijvoorbeeld over een jaar naar Algerije gewoon uit interesse. Dat heeft me wel geholpen om anders te kijken naar bepaalde dingen. Een goed voorbeeld is op school: wij moesten mensen in onze omgeving fotograferen. In beeldende kunst komt heel veel naakt en voor en veel van mijn medestudenten hadden naakt in hun werk gestoken. Ik kwam juist met het tegenovergestelde, want ik ben een super orthodox iemand gaan fotograferen in zijn huis. Dit was voor mij kunst. (respondent 12)*

*In mijn schilderkunst zie ik mijn origine echt als een aanwinst, want dat kan voor heel veel inspiratie zorgen. Het is heel visueel, kleurrijk, mooi en er zit een hele geschiedenis achter. Je kunt daar zelf verhalen rond creëren en kunst maken. Ook kan ik kunst op verschillende manieren interpreteren, net door mijn Maghrebijnse afkomst. Ik kan door verschillende brillen kijken. Ik kan kunst op een Belgische en Marokkaanse manier bekijken en beperk me dus niet tot één weg. (respondent 13).*

Ondanks de discriminatie die respondenten ervaren door hun Maghrebijnse origine, zijn ze er heel trots op. De meesten accepteren hun achtergrond en omarmen het als een deel van hun identiteit. De discriminatie zorgt echter dat het proces van het omarmen van de van de Maghrebijnse origine niet bij iedereen vanzelfsprekend is verlopen. Enkele respondenten vertellen dat het een leerproces

is geweest om de Maghrebijnse origine als troef te beschouwen in hun kunst. Een andere reden dan discriminatie voor het moeilijk accepteren van de Maghrebijnse origine in kunst, is de lage representatie in de creatieve industrie. Volgens respondenten is het merendeel van de creatieve industrie nog erg 'wit' en er zijn weinig bekende kunstenaars met een vreemde origine. Ook in kunstenscholen wordt vaak de nadruk gelegd op grote, witte kunstenaars. Door deze kleine representatie, is het voor kunstenaars met een Maghrebijnse origine een zoektocht naar het soort kunst dat bij hen past of dat zij willen maken. Dit wordt goed geïllustreerd door volgende fragmenten uit de interviews met een Marokkaanse actrice en schilderes uit Antwerpen, een Marokkaanse schilderes uit Antwerpen en een Marokkaanse fotografe uit West-Vlaanderen:

*In het middelbaar kregen we eigenlijk alleen maar de standaard kunsten aangeleerd en de zagen we vooral de grootste kunstenaars zoals Picasso en Matisse. Dan denk je 'ik moet ook werk beginnen maken zoals hun'. Maar wij, people of color, hebben daar sowieso geen gevoelens mee, omdat dit is niet representatief is. Dan ben ik zelf op zoek gegaan naar andere kunstenaars die dezelfde achtergrond als mij hadden, waar ik dan wel meer een feeling mee had. Ik ben op zoek gegaan naar kunstenaars waarmee ik mezelf kon vergelijken. En in dat tussenjaar heb ik dan echt een groei meegemaakt, dat ik artiesten heb moeten opzoeken met een andere afkomst, artiesten die niet bekend waren in de mainstream kunstwereld. Ik heb heel lang die druk gehad van "ik moet hier werken maken zoals Picasso", maar eigenlijk moet het helemaal niet. Hoe moeilijk dit leerproces ook was, deze groei heeft uiteindelijk weer voor veel inspiratie gezorgd en dat is het belangrijkste. (respondent 2)*

*In het begin was ik niet echt heel in touch met mijn cultuur. Allee ik wou dit er niet echt in verwerken, omdat ik dacht van 'Ah ik ben hier weeral één van de zovele allochtone kunstenaars die zegt van; ik maak dit werk omdat ik van deze achtergrond kom'. Maar op zich is mijn achtergrond zo'n groot onderdeel geworden van mijn leven, op zowel positieve als negatieve manieren, dat ik niet anders kan om dit in mijn werk te betrekken. Dit is gewoon een groot... Ja dit is mijn leven gewoon, dit is mijn leefwereld. Ik zie dit elke dag, ik word hier elke dag mee geconfronteerd. Ik haal nu echt veel inspiratie uit mijn origines, uit mijn cultuur, uit mijn huishouden, een beetje alles. (respondent 3)*

*Ik heb eigenlijk alles op mezelf moeten doen, dus ik wist niet of mijn werk goed was en of ik mijn cultuur erbij mocht halen of niet. Na jaren zoeken, heb ik eigenlijk ondervonden dat cultuur niet echt iets slecht is. In het begin ben ik heel beperkt te werk gegaan, omdat ik veel Belgische fotografen volgde of veel witte fotografen over heel de wereld. Deze waren vaak gericht op portretten over straatfotografie en al die zaken. Sinds 2-3 jaar ben ik wel meer cultureel te werk gegaan en mijn achtergrond ook geaccepteerd. Ik ben zelf heel cultureel ingesteld, dus dit zijn wel echt mijn interesses. (respondent 14)*

In lijn met de literatuur, gebruiken personen van Maghrebijnse origine hun origine als inspiratiebron voor creativiteit. Kunst wordt geïnspireerd door individuele ervaringen en emoties en de Maghrebijnse origine heeft hier, op zowel positieve als negatieve manieren, een invloed op. Echter is het proces tot het omarmen van deze origine niet voor iedereen even gemakkelijk. De twee grootste oorzaken zijn enerzijds de discriminatie waarmee personen van Maghrebijnse origine geconfronteerd worden, en anderzijds de lage representatie van kunstenaars met een vreemde origine in de creatieve industrie.



## 8. Conclusie

Deze masterproef had als doel onderzoek te verrichten naar de carrièrekansen van personen van vreemde origine in de creatieve industrie. Al snel werd duidelijk dat er weinig tot geen literatuur voorhanden is die alle drie de onderzoeksvelden omvat. Na drie individuele literatuurstudies en een kwalitatief onderzoek, worden de drie onderzoeksvelden gecombineerd. De centrale onderzoeksvraag luidde:

### **“Hoe vinden personen van Maghrebijnse origine een job in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten?”**

De centrale onderzoeksvraag werd verder onderverdeeld in drie deelvragen, die achtereenvolgens besproken worden in de volgende alinea's. Door deze deelvragen te beantwoorden wordt er automatisch een antwoord geformuleerd op de centrale onderzoeksvraag.

De eerste deelvraag onderzocht welke elementen er relevant zijn in het vinden van een job in de Vlaamse sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Hieruit kon geconcludeerd worden dat een diploma in kunst geen rechtstreekse meerwaarde oplevert in het vinden van een job. Kunstenaars gaan dus niet sneller een job vinden, enkel en alleen omdat ze een kunstdiploma op hun cv hebben staan. Echter kan het volgen van een kunstenopleiding wel twee onrechtstreekse voordelen teweegbrengen, namelijk het starten van een netwerk in de creatieve industrie en het sneller aanleren van bepaalde technische skills (bijvoorbeeld een dansstijl). Deze twee onrechtstreekse voordelen, netwerk en portfolio, blijken wel de belangrijkste elementen te zijn in het vinden van een job in de creatieve industrie. Een kunstendiploma is dus geen vereiste, maar het kan wel voor een bepaalde voorsprong zorgen in het vinden van een job. Een netwerk en de kwaliteit van het portfolio kan ook zeker opgebouwd worden zonder een kunstendiploma. Een kunstenaar met een sterk netwerk, zowel een formeel als informeel, kan zijn/haar werk aan veel meer personen tonen. Dit vergroot de kans om opgepikt te worden voor een volgende job of project. Levert deze kunstenaar daarenboven kwalitatief werk door zijn/haar creatief talent, is de kans op het vinden van werk nog groter. Een belangrijke kanttekening is dat de waardering van kunst subjectief is, waardoor een portfolio ook op subjectieve criteria geëvalueerd wordt.

De tweede deelvraag handelde over het vinden van een job voor personen van Maghrebijnse origine. De literatuurstudie toont aan dat personen van vreemde origine te maken krijgen met discriminatie in het aanwervingsproces, voornamelijk bij functies met een breed interpretatiegebied. Zoals eerder vermeld is de waardering van een portfolio gebaseerd op subjectieve criteria, wat zorgt voor een groot interpretatiegebied. Hierdoor kunnen personen van Maghrebijnse origine in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten te maken krijgen met discriminatie. Bij personen van Maghrebijnse origine heerst wel degelijk het gevoel van oneerlijke kansen te krijgen ten opzichte van 'witte' kunstenaars. Kansen op het vlak van exposities te mogen doen of acteerrollen te krijgen. In het bijzonder podiumkunstenaars worden vaak gecast voor stereotype rolletjes, waardoor ze het idee hebben van ondergewaardeerd te zijn. Hun talenten reiken echter veel verder dan dat. Daarenboven zijn er nog steeds organisaties die niet oprecht bezig zijn met diversiteit, wat opnieuw drempel een oplevert in de zoektocht naar een job. Een samenwerking met dit soort organisaties wordt namelijk vaak vermeden door personen met een Maghrebijnse origine.



In derde deelvraag werd nagegaan of personen van Maghrebijnse origine hun origine als bron voor creativiteit gebruiken. De Maghrebijnse origine heeft invloed op de individuele ervaringen en emoties van een persoon en wordt beschouwd als deel van de identiteit. Vermits kunst dikwijls geïnspireerd wordt door deze ervaringen en emoties, kan de Maghrebijnse origine ingezet worden als bron voor creativiteit. Echter is het proces tot het omarmen van deze origine niet voor iedereen even gemakkelijk. De twee grootste oorzaken hiervoor zijn enerzijds de discriminatie waarmee personen van Maghrebijnse origine geconfronteerd worden, en anderzijds de lage representatie van kunstenaars met een vreemde origine in de creatieve industrie of het kunstonderwijs.

De conclusie uit deze masterproef is dat personen van Maghrebijnse origine voornamelijk werk vinden in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten op basis van hun netwerk en de kwaliteit van hun portfolio. Opmerkelijk is dat het hebben van een kunstendiploma geen rechtstreekse meerwaarde oplevert, maar het zorgt wel voor het starten van een netwerk en het sneller aanleren van bepaalde technische skills (bijvoorbeeld een dansstijl). Hierdoor kan het volgen van een kunstenopleiding wel een voorsprong geven. Daarenboven brengt de Maghrebijnse origine zowel een na- als voordeel met zich mee in de zoektocht naar een job in de creatieve industrie. Enerzijds is er in de creatieve sectoren meer ruimte voor discriminatie in het aanwervingsproces, door het brede interpretatiegebied van kunst. Anderzijds zorgt het gebruiken van de Maghrebijnse origine als bron voor creativiteit voor inspiratie. Inspiratie die de kwaliteit van werkresultaten kan verbeteren en dus voor een sterk portfolio zorgt.

## **9. Discussie**

### **9.1 Relevantie van het onderzoek**

Deze masterproef is in eerste instantie wetenschappelijk relevant, omdat er nog geen eerdere onderzoeken bestaan die de drie onderzoeksvelden tezamen omvat. Er wordt nieuwe wetenschappelijke kennis gegenereerd door een eerste beeld te vormen over hoe personen van Maghrebijnse origine een job vinden in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Dit onderzoek vult dus een gat in de literatuur door de drie onderzoeksvelden te combineren.

Daarenboven is deze masterproef ook maatschappelijk relevant. Het toont namelijk wat personen van Maghrebijnse origine in acht kunnen nemen in een zoeken van een job in de creatieve industrie, zoals de irrelevantie van een kunstdiploma en het belang van een netwerk en een kwalitatief portfolio. Daarnaast draagt het onderzoek bij aan de kennis over discriminatie o.b.v. etniciteit in het aanwervingsproces in de creatieve industrie. Dit kan van essentieel belang zijn voor vervolgonderzoeken of eventuele beleidsmaatregelen.

### **9.2 Beperkingen van het onderzoek**

Een eerste beperking van deze masterproef komt naar voren in de literatuurstudies. Zo is er weinig tot geen bestaande literatuur voorhanden die alle drie de onderzoeksvelden omvat. De masterproef startte niet vanuit een bestaande theorie of studie, waardoor er drie aparte literatuurstudies zijn verricht. Gezien de tijdspanne van dit onderzoek, kon er niet heel grondig ingegaan worden op elk onderzoeksveld. Deze masterproef vormt eerder een eerste, globaal beeld.

Daarenboven brachten deze literatuurstudies opnieuw enkele beperkingen met zich mee. Zo blijkt uit de eerste literatuurstudie dat er geen eenduidige, internationaal gehanteerde definitie over 'de creatieve industrie' bestaat. Dit bemoeilijkt de vergelijking van cijfers en statistieken. Een andere beperking in de tweede literatuurstudie is de complexiteit van de term discriminatie. Het is een begrip met zoveel relevante variabelen dat het moeilijk te analyseren is. Discriminatie werd in deze masterproef daarom enkel globaal onderzocht in termen van 'discriminatie in het aanwervingsproces' vanuit het perspectief van personen die een job zoeken. Echter zou deze term nog veel dieper ontleed kunnen worden, ook bijvoorbeeld vanuit het perspectief van de werkgever of projectleider.

Verder werden er beperkingen vastgesteld in het empirisch gedeelte van deze masterproef. Een eerste beperking is deze van de COVID-19 crisis. De crisis vereiste een creatieve aanpak betreffende het zoeken naar respondenten en het afnemen van de interviews. Zo is de oproep voor respondenten enkel verspreid via het internet, omdat er geen bezoek gebracht kon worden aan tentoonstellingen of galerijen om respondenten te zoeken. Deze verspreiding via het internet heeft tot gevolg dat voornamelijk jongere personen aangesproken worden. Door de oproep ook individueel te bezorgen aan kunstorganisaties of personen met een oudere leeftijd, is er toch sprake van differentiatie in de leeftijd van de respondenten. Door de COVID-19 crisis zijn de interviews daarnaast niet face-to-face afgelegd, maar via het internet. Dit zorgt enerzijds voor een minder persoonlijke aanpak tijdens het interviewen, maar anderzijds verlaagt het de drempel om deel te nemen, vermits respondenten zich niet moeten verplaatsen naar een bepaalde locatie.

Een andere beperking in het empirisch onderzoek is de beoogde doelgroep. Respondenten moeten zowel een Maghrebijnse origine hebben, als werken in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Het klein aantal personen dat aan deze criteria voldoet, moet vervolgens ook mee willen doen met het onderzoek. Zo weigerden enkele geschikte kandidaten, voornamelijk door het gevoelige onderwerp van discriminatie. Deze moeilijke zoektocht naar geschikte respondenten zorgt voor een volgende bemerking omtrent de doelgroep. De verdeling in origine en creatieve sectoren is namelijk niet gelijk. Zo zijn er geen respondenten van Libische, Tunesische of Mauritiaanse origine geïnterviewd. Ondanks dat de Marokkaanse origine het grootste aandeel in België heeft, zou een representatie van de andere Maghrebijnse origines een uitgebreider beeld vormen. Ook de verdeling in creatieve sectoren waarin de respondenten werken is niet gelijk verdeeld. Zo zijn er slechts twee personen in de muzieksector geïnterviewd. Ook hier zou een gelijke representatie een uitgebreider beeld vormen.

Een andere beperking omtrent het empirisch onderzoek zijn de individuele interviews, wat zowel een nadeel als een voordeel met zich meebrengt. Enerzijds kruipt er veel tijd in de interviews, het transcriberen van de interviews en de analyse van de resultaten. Anderzijds deed deze grondige voorbereiding me specifiek nadenken over wat ik precies wilde bereiken met het kwalitatief onderzoek. Uiteindelijk maakte dit het resultaatsverwerkingsproces en de analyse ervan efficiënter.

### **9.3 Implicaties van het onderzoek**

De belangrijkste theoretische implicatie van deze masterproef is dat dat personen van Maghrebijnse origine weten welke elementen er een rol spelen in de zoektocht naar een job in de Vlaamse creatieve sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten. Aanwervingen gebeuren er voornamelijk op basis van netwerk en portfolio, en niet op basis van een kunstdiploma. Daarenboven leidt de Maghrebijnse origine enerzijds tot een voordeel, omdat het ingezet wordt als inspiratiebron voor kunst. Anderzijds is er nog steeds sprake van discriminatie in het aanwervingsproces, wat een nadeel oplevert in de zoektocht naar een job. Daarmee is dit de eerste studie die de drie onderzoeksvelden combineert.

### **9.4 Suggesties voor vervolgonderzoek**

Er blijven nog enkele vragen onbeantwoord, waardoor er nog verdere studies uitgevoerd moeten worden. Hieronder worden drie suggesties gemaakt voor eventueel vervolgonderzoek.

Een eerste suggestie voor vervolgonderzoek is de situatie ook voor andere doelgroepen te analyseren. De Maghrebijnse origine is dan wel het sterkst vertegenwoordigd in de Belgische maatschappij, er zijn nog veel andere origines die even veel aandacht verdienen. Een suggestie die hiermee in lijn ligt is om de situatie te onderzoeken in andere Vlaamse creatieve sectoren. Volgens de verdeling van Flanders DC zijn er namelijk twaalf Vlaamse sectoren in de creatieve industrie. Wellicht liggen de relaties daar anders.

De bevindingen in deze masterproef tonen de relevante elementen in de zoektocht naar werk, namelijk netwerk en portfolio. Echter is het ook interessant om te onderzoeken op welke manier personen van Maghrebijnse origine dit netwerk of portfolio kunnen opbouwen of versterken. Dit zal de kans op het vinden van een job nog meer kunnen verhogen.

De bevindingen die in de huidige studie zijn gerapporteerd, werpen licht op het sociale vraagstuk omtrent discriminatie. Dat discriminatie nog steeds aanwezig is in het aanwervingsproces, kan de vraag doen reizen of de antidiscriminatiewet in België voldoende efficiënt is. Eerst zou een volgend onderzoek deze discriminatie nog beter en uitvoeriger moeten bestuderen in de creatieve industrie, vermits het zo een complex onderwerp is met enorm veel relevante variabelen. Daarbij is het interessant om ook het perspectief van de werkgever of de overheid nader te onderzoeken.



## 11. Referenties

- Aldag, R. J. (1987). Theories and research on job search and choice *Organization*, 62, 655-673.
- Andriessen, I., Nievers, E., Dagevos, J., & Faulk, L. (2012). Ethnic discrimination in the Dutch labor market: Its relationship with job characteristics and multiple group membership. *Work and Occupations*, 39(3), 237-269.
- Ardies, K. (2014). Diversiteitsstatements: Meer dan alleen een statement? *Ongepubliceerde Masterproef*. Universiteit Gent, België.
- Arthur, M. B., & Rousseau, D. M. (2001). *The boundaryless career: A new employment principle for a new organizational era*: Oxford University Press on Demand.
- Baarda, B., Bakker, E., Fischer, T., Julsing, M., Peters, V., van der Velden, T., & de Goede, M. (2013). *Basisboek kwalitatief onderzoek*.
- Bagwell, S. (2008). Creative clusters and city growth. *Creative Industries Journal*, 1 (1): 31-46. In:
- Barber, A. E., Daly, C. L., Giannantonio, C. M., & Phillips, J. M. (1994). Job search activities: An examination of changes over time. *Personnel psychology*, 47(4), 739-766.
- Battu, H., Seaman, P., & Zenou, Y. (2011). Job contact networks and the ethnic minorities. *Labour Economics*, 18(1), 48-56.
- Bervoet, D. (2020). George Floyd legt ook Belgische wonden bloot. *De Tijd*.
- Bretz Jr, R. D., Boudreau, J. W., & Judge, T. A. (1994). Job search behavior of employed managers. *Personnel psychology*, 47(2), 275-301.
- Bridgstock, R. (2011). Skills for creative industries graduate success. *Education+ Training*.
- Colakoglu, S. N. (2011). The impact of career boundarylessness on subjective career success: The role of career competencies, career autonomy, and career insecurity. *Journal of Vocational Behavior*, 79(1), 47-59.
- Commissie Integratiebeleid. (2014). Uniforme operationalisering van de doelgroep bij de monitoring van het horizontaal integratiebeleid. *Nota Commissie Integratiebeleid*, 28(11), 2014.
- Comunian, R., Faggian, A., & Jewell, S. (2011). Winning and losing in the creative industries: An analysis of creative graduates' career opportunities across creative disciplines. *Cultural trends*, 20(3-4), 291-308.
- Cunningham, S. (2011). Developments in measuring the "creative" workforce. *Cultural trends*, 20(1), 25-40.
- Datawarehouse arbeidsmarkt en sociale bescherming KSZ. Berekeningen en verwerking: FOD WASO / UNIA.
- DCMS. (1998, 2001). *Creative Industries Mapping Documents*. London
- De Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopvolging. Kansengroepbepaling Retrieved from <https://www.vdab.be/cvs/kansengroepen.shtml>
- DeFillippi, R., Grabher, G., & Jones, C. (2007). Introduction to paradoxes of creativity: managerial and organizational challenges in the cultural economy. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 28(5), 511-521.
- Derous, E., Ryan, A. M., & Serlie, A. W. (2015). Double jeopardy upon resume screening: When Achmed is less employable than Aisha. *Personnel psychology*, 68(3), 659-696.
- Economie FOD. (2011). NACE-BEL Activiteitennomenclatuur. *Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie*. Brussel.
- Europese Commissie. (2010). *Groenboek: Het potentieel van culturele en creatieve industrieën vrijmaken*.
- Evans, G. (2009). Creative cities, creative spaces and urban policy. *Urban studies*, 46(5-6), 1003-1040.
- Flanders DC. (2017). De creatieve sector in Vlaanderen. Retrieved from <https://creatievesector.be/>
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class* (Vol. 9): Basic books New York.
- Hartley, J., Potts, J., Flew, T., Cunningham, S., Keane, M., & Banks, J. (2012). *Key concepts in creative industries*: Sage.
- Hauka, S. (2011). Education-to-work transitions of aspiring creatives. *Cultural trends*, 20(1), 41-64.

- Heath, A. F., & Cheung, S. Y. (2007). *Unequal chances: Ethnic minorities in Western labour markets*: Oxford University Press/British Academy.
- Higgs, P. L., Cunningham, S. D., & Bakhshi, H. (2008). Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom.
- Interfederaal Gelijkekansencentrum, & Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid Arbeid en Sociaal Overleg. (2019). Socio-Economische Monitoring 2019: arbeidsmarkt en origine.
- Liu, B. (2017). Getting a job in Flushing: A qualitative study on Chinese immigrants' job-finding and job transitions in an ethnic enclave. *Qualitative Sociology Review*, 13(2).
- Maenhout, T., De Voldere, I., Onkelinx, J., & Sleuwaegen, L. (2006). *De creatieve industrie in Vlaanderen*: Flanders DC.
- Myria. (2015). Immigrant, vreemdeling, Belg van vreemde origine: over wie hebben we het nu eigenlijk?
- Myria. (2020). Migratie in cijfers en in rechten: burgers van de EU koplopers inzake de migratiestromen in België.
- Oakley, K. (2006). Include us out—economic development and social policy in the creative industries. *Cultural trends*, 15(4), 255-273.
- Potts, J. (2008). Creative industries & cultural science: A definitional odyssey. *Cultural Science Journal*, 1(1).
- Robson, P. (2002). Fade to Grey: portraying the ethnic minority experience in British film. *International Journal of the Sociology of Law*, 30(3), 235-257.
- Rodgers, G. (1989). Precarious work in Western Europe: The state of the debate. *Precarious jobs in labour market regulation: The growth of atypical employment in Western Europe*, 3.
- Simmons, S. F. (2013). *Emerging career experiences: A qualitative exploration of the career patterns of early career professionals living in a Southeast United States community*. Northeastern University,
- Sörlin, S. (2002). Cultivating the places of knowledge. *Studies in Philosophy and Education*, 21(4-5), 377-388.
- Statistiek Vlaanderen. (2019). Bevolking naar herkomst. Retrieved from <https://www.statistiekvlaanderen.be/nl/bevolking-naar-herkomst-0>
- Thoelen, A. (2015). *The Value of Ethnic Identity for Creative Entrepreneurs: Essays on Legitimacy, Innovation and Identity in the Creative Industries*: LAP LAMBERT Academic Publishing.
- Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural trends*, 17(3), 147-164.
- UNCTAD. (2008). Creative Economy Report.
- Van Hooft, A. J. E., Born, P. M., Taris, W. T., & van der Flier, H. (2004). Job search and the theory of planned behavior: Minority–majority group differences in The Netherlands. *Journal of Vocational Behavior*, 65(3), 366-390.
- Vandenzavel, R. (2011). Literatuurstudie rond het concept van 'creatieve industrie' en gerelateerde concepten zoals 'creatieve economie' en 'culturele industrie'.
- Vorley, T., Mould, O., & Smith, H. L. (2008). Introduction to geographical economies of creativity, enterprise and the creative industries. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(2), 101-106.
- Witteveen, D., & Alba, R. (2018). Labour Market Disadvantages of Second - Generation Turks and Moroccans in the Netherlands: Before and during the Great Recession. *International Migration*, 56(2), 97-116.

## 12. Bijlagen

### Bijlage 1: literatuurstudie

#### Bijlage 1.1: NACE-codes, verdeelsleutel, creatieve sector, kern/satelliet-code

NACE Code	Beschrijving	Verdeelsleutel <sup>11</sup>	Creatieve sector Flanders DC	Kern/satelliet
14110	Vervaardiging van kleding van leer	1	Mode	Satelliet
14130	Vervaardiging van andere bovenkleding	1	Mode	Satelliet
14140	Vervaardiging van onderkleding	1	Mode	Satelliet
14191	Vervaardiging van hoeden en petten	1	Mode	Satelliet
14199	Vervaardiging van andere kleding en toebehoren, n.e.g.	1	Mode	Satelliet
14200	Vervaardiging van artikelen van bont	1	Mode	Satelliet
14310	Vervaardiging van gebreide en gehaakte kousen en sokken	1	Mode	Satelliet
14390	Vervaardiging van andere gebreide en gehaakte kleding	1	Mode	Satelliet
15120	Vervaardiging van koffers, tassen en dergelijke en van zadel- en tuigmakerswerk	1	Design	Satelliet
15200	Vervaardiging van schoeisel	1	Mode	Satelliet
16292	Vervaardiging van andere artikelen van hout	1	Design	Satelliet
18140	Binderijen en aanverwante diensten	1	Gedrukte media	Satelliet
18200	Reproductie van opgenomen media	0.5	Audiovisueel	Kern
18200	Reproductie van opgenomen media	0.5	Muziek	Kern
27402	Vervaardiging van verlichtingsapparaten	1	Design	Satelliet
31091	Vervaardiging van eetkamer-, zitkamer-, slaapkamer- en badkamermeubelen	1	Design	Satelliet
31092	Vervaardiging van tuin- en terrasmeubelen	1	Design	Satelliet
32121	Bewerken van diamant	1	Design	Kern
32122	Bewerken van edelstenen (m.u.v. diamant) en van halfedelstenen	1	Design	Kern
32123	Vervaardiging van sieraden	1	Design	Kern
32124	Vervaardiging van edelsmeedwerk	1	Design	Kern
32129	Vervaardiging van overige artikelen van edele metalen	1	Design	Kern
32130	Vervaardiging van imitatiesieraden en dergelijke artikelen	1	Design	Kern
32200	Vervaardiging van muziekinstrumenten	1	Muziek	Kern
46150	Handelsbemiddeling in meubelen, huishoudelijke artikelen en ijzerwaren	1	Design	Satelliet
46160	Handelsbemiddeling in textiel, kleding, bont, schoeisel en lederwaren	1	Mode	Satelliet
46412	Groothandel in huishoudtextiel en beddengoed	1	Design	Satelliet
46422	Groothandel in onderkleding	1	Mode	Satelliet
46423	Groothandel in kleding, met uitzondering van werk- en onderkleding	1	Mode	Satelliet
46424	Groothandel in kledingaccessoires	1	Mode	Satelliet
46425	Groothandel in schoeisel	1	Mode	Satelliet
46432	Groothandel in opgenomen beeld- en geluidsdragers	0.5	Audiovisueel	Satelliet
46432	Groothandel in opgenomen beeld- en geluidsdragers	0.5	Muziek	Satelliet
46441	Groothandel in porselein en glaswerk	1	Design	Satelliet
46471	Groothandel in huismeubilair	1	Design	Satelliet

<sup>11</sup> Verdeelsleutel indien NACE-code verdeelt dient te worden over meerdere "creatieve sectoren".



46472	Groothandel in tapijten	1	Design	Satelliet
46473	Groothandel in verlichtingsapparatuur	1	Design	Satelliet
46480	Groothandel in uurwerken en sieraden	1	Design	Satelliet
46491	Groothandel in kranten, boeken en tijdschriften	1	Gedrukte media	Satelliet
46497	Groothandel in spellen en speelgoed	1	Design	Satelliet
46498	Groothandel in lederwaren en reisartikelen	1	Mode	Satelliet
46650	Groothandel in kantoormeubelen	1	Design	Satelliet
46761	Groothandel in diamant en andere edelstenen	1	Design	Satelliet
47591	Detailhandel in huismeubilair in gespecialiseerde winkels	1	Design	Satelliet
47592	Detailhandel in verlichtingsartikelen in gespecialiseerde winkels	1	Design	Satelliet
47593	Detailhandel in glas-, porselein- en aardewerk en in niet- elektrische huishoudelijke artikelen in gespecialiseerde winkels	1	Design	Satelliet
47594	Detailhandel in muziekinstrumenten in gespecialiseerde winkels	1	Muziek	Satelliet
47610	Detailhandel in boeken in gespecialiseerde winkels	1	Gedrukte media	Kern
47620	Detailhandel in kranten en kantoorbehoeften in gespecialiseerde winkels	1	Gedrukte media	Kern
47630	Detailhandel in audio- en video opnamen in gespecialiseerde winkels	0.5	Audiovisueel	Kern
47630	Detailhandel in audio- en video opnamen in gespecialiseerde winkels	0.5	Muziek	Kern
47650	Detailhandel in spellen en speelgoed in gespecialiseerde winkels	1	Design	Satelliet
47711	Detailhandel in damesbovenkleding in gespecialiseerde winkels	1	Mode	Satelliet
47712	Detailhandel in herenbovenkleding in gespecialiseerde winkels	1	Mode	Satelliet
47713	Detailhandel in baby- en kinderbovenkleding in gespecialiseerde winkels	1	Mode	Satelliet
47714	Detailhandel in onderkleding, lingerie en strand- en badkleding in gespecialiseerde winkels	1	Mode	Satelliet
47715	Detailhandel in kledingaccessoires in gespecialiseerde winkels	1	Design	Satelliet
47716	Detailhandel in dames-, heren-, baby- en kinderboven- en onderkleding en kledingaccessoires in gespecialiseerde winkels (algemeen assortiment)	1	Mode	Satelliet
47721	Detailhandel in schoeisel in gespecialiseerde winkels	1	Mode	Satelliet
47722	Detailhandel in lederwaren en reisartikelen in gespecialiseerde winkels	1	Mode	Satelliet
47770	Detailhandel in uurwerken en sieraden in gespecialiseerde winkels	1	Design	Satelliet
47787	Detailhandel in nieuwe kunstvoorwerpen in gespecialiseerde winkels	1	Beeldende kunsten	Kern
47787	Detailhandel in nieuwe kunstvoorwerpen in gespecialiseerde winkels	1	Design	Kern
47791	Detailhandel in antiquiteiten in winkels	1	Beeldende kunsten	Kern
58110	Uitgeverijen van boeken	1	Gedrukte media	Kern
58130	Uitgeverijen van kranten	1	Gedrukte media	Kern
58140	Uitgeverijen van tijdschriften	1	Gedrukte media	Kern
58190	Overige uitgeverijen	1	Gedrukte media	Kern

58210	Uitgeverijen van computerspellen	1	Gaming	Kern
59111	Productie van bioscoopfilms	1	Audiovisueel	Kern
59112	Productie van televisiefilms	1	Audiovisueel	Kern
59113	Productie van films, m.u.v. bioscoop- en televisiefilms	1	Audiovisueel	Kern
59114	Productie van televisieprogramma's	1	Audiovisueel	Kern
59120	Activiteiten in verband met films en video- en televisieprogramma's na de productie	1	Audiovisueel	Kern
59130	Distributie van films en video- en televisieprogramma's	1	Audiovisueel	Kern
59140	Vertoning van films	1	Audiovisueel	Kern
59201	Maken van geluidsopnamen	0.3	Audiovisueel	Kern
59201	Maken van geluidsopnamen	0.7	Muziek	Kern
59202	Geluidsopnamestudio's	0.1	Audiovisueel	Kern
59202	Geluidsopnamestudio's	0.9	Muziek	Kern
59203	Uitgeverijen van muziekopnamen	1	Muziek	Kern
59209	Overige diensten in verband met het maken van geluidsopnamen	0.3	Audiovisueel	Kern
59209	Overige diensten in verband met het maken van geluidsopnamen	0.7	Muziek	Kern
60100	Uitzenden van radioprogramma's	1	Audiovisueel	Kern
60200	Programmeren en uitzenden van televisieprogramma's	1	Audiovisueel	Kern
62010	Ontwerpen en programmeren van computerprogramma's	0.05	Gaming	Kern
63910	Persagentschappen	1	Gedrukte media	Kern
70210	Adviesbureaus op het gebied van public relations en communicatie	1	Communicatie, pr en reclame	Kern
71111	Bouwarchitecten	1	Architectuur	Kern
71112	Interieurarchitecten	1	Design	Kern
71113	Stedenbouwkundige en tuin- en landschapsarchitecten	1	Architectuur	Kern
73110	Reclamebureaus	1	Communicatie, pr en reclame	Kern
73120	Mediarepresentatie	1	Communicatie, pr en reclame	Kern
74101	Ontwerpen van textielpatronen, kleding, juwelen, meubels en decoratieartikelen	1	Design	Kern
74101	Ontwerpen van textielpatronen, kleding, juwelen, meubels en decoratieartikelen	1	Mode	Kern
74102	Activiteiten van industriële designers	1	Design	Kern
74103	Activiteiten van grafische designers	1	Design	Kern
74104	Activiteiten van interieurdecorateurs	1	Design	Kern
74105	Activiteiten van decorateur-etalagisten	1	Design	Kern
74109	Overige activiteiten van gespecialiseerde designers	1	Design	Kern
74201	Activiteiten van fotografen, met uitzondering van persfotografen	1	Beeldende kunsten	Kern
74202	Activiteiten van persfotografen	1	Gedrukte media	Kern
74300	Vertalers en tolken	1	Communicatie, pr en reclame	Kern
77220	Verhuur van videobanden, dvd's en cd's	1	Audiovisueel	Kern
85520	Cultureel onderwijs	0.25	Audiovisueel	Kern
85520	Cultureel onderwijs	0.25	Beeldende kunsten	Kern
85520	Cultureel onderwijs	0.25	Muziek	Kern
85520	Cultureel onderwijs	0.25	Podiumkunsten	Kern
90011	Beoefening van uitvoerende kunsten door zelfstandig werkende artiesten	0.3	Audiovisueel	Kern
90011	Beoefening van uitvoerende kunsten door zelfstandig werkende artiesten	0.3	Muziek	Kern
90011	Beoefening van uitvoerende kunsten door zelfstandig werkende artiesten	0.4	Podiumkunsten	Kern

90012	Beoefening van uitvoerende kunsten door artistieke ensembles	0.5	Muziek	Kern
90012	Beoefening van uitvoerende kunsten door artistieke ensembles	0.5	Podiumkunsten	Kern
90021	Promotie en organisatie van uitvoerende kunstevenementen	0.1	Beeldende kunsten	Kern
90021	Promotie en organisatie van uitvoerende kunstevenementen	0.45	Muziek	Kern
90021	Promotie en organisatie van uitvoerende kunstevenementen	0.45	Podiumkunsten	Kern
90022	Ontwerp en bouw van podia	0.7	Muziek	Kern
90022	Ontwerp en bouw van podia	0.3	Podiumkunsten	Kern
90023	Gespecialiseerde beeld-, verlichtings- en geluidstechnieken	0.5	Muziek	Kern
90023	Gespecialiseerde beeld-, verlichtings- en geluidstechnieken	0.5	Podiumkunsten	Kern
90029	Overige ondersteunende activiteiten voor de uitvoerende kunsten	0.2	Audiovisueel	Kern
90029	Overige ondersteunende activiteiten voor de uitvoerende kunsten	0.4	Muziek	Kern
90029	Overige ondersteunende activiteiten voor de uitvoerende kunsten	0.4	Podiumkunsten	Kern
90031	Scheppende kunsten, m.u.v. ondersteunende diensten	0.25	Audiovisueel	Kern
90031	Scheppende kunsten, m.u.v. ondersteunende diensten	0.3	Beeldende kunsten	Kern
90031	Scheppende kunsten, m.u.v. ondersteunende diensten	0.25	Muziek	Kern
90031	Scheppende kunsten, m.u.v. ondersteunende diensten	0.2	Podiumkunsten	Kern
90032	Ondersteunende activiteiten voor scheppende kunsten	0.33	Beeldende kunsten	Kern
90032	Ondersteunende activiteiten voor scheppende kunsten	0.33	Muziek	Kern
90032	Ondersteunende activiteiten voor scheppende kunsten	0.33	Podiumkunsten	Kern
90041	Exploitatie van schouwburgen, concertzalen en dergelijke	0.5	Muziek	Kern
90041	Exploitatie van schouwburgen, concertzalen en dergelijke	0.5	Podiumkunsten	Kern
90042	Exploitatie van culturele centra en multifunctionele zalen ten behoeve van culturele activiteiten	0.25	Audiovisueel	Kern
90042	Exploitatie van culturele centra en multifunctionele zalen ten behoeve van culturele activiteiten	0.25	Beeldende kunsten	Kern
90042	Exploitatie van culturele centra en multifunctionele zalen ten behoeve van culturele activiteiten	0.25	Muziek	Kern
90042	Exploitatie van culturele centra en multifunctionele zalen ten behoeve van culturele activiteiten	0.25	Podiumkunsten	Kern
91011	Bibliotheken, mediatheken en ludotheken	1	Erfgoed	Kern
91012	Openbare archieven	1	Erfgoed	Kern
91020	Musea	1	Erfgoed	Kern
91030	Exploitatie van monumenten en dergelijke toeristenattracties	1	Erfgoed	Kern

## Bijlage 1.2: ISCED-classificatie voor studiedomeinen

0 Algemene programma's	01 Basisprogramma's 08 Alfabetisering en leren rekenen 09 Persoonlijke ontwikkeling	010 Basisprogramma's 080 Alfabetisering en leren rekenen 090 Persoonlijke ontwikkeling
1 Onderwijs	14 Lerarenopleiding en pedagogische wetenschappen	141 Onderwijs en opleiding 142 Onderwijskunde
2 Kunst en letteren	21 Kunst  22 Letteren	211 Schone kunsten 212 Muziek en uitvoerende kunsten 213 Audiovisuele technieken en mediaproductie 214 Styling/ vormgeving 215 ambachten  221 Religie en theologie 222 Vreemde talen en culturen 223 Inheemse talen 224 Geschiedenis, filosofie en gerelateerde onderwerpen
3 Sociale wetenschappen, handel en rechten	31 Sociale wetenschappen 32 Journalistiek en informatie  34 Handel en administratie  38 Wet	310 Sociale wetenschappen  321 Journalistiek en rapportage 322 Bibliothecaris, informatie, archivering  341 Groot- en detailhandel 342 Marketing en reclame 343 Financiën, bankieren, verzekeringen 344 Boekhouding en belastingen 345 Beheer en administratie 346 Secretariaats- en kantoorwerk 347 Beroepsleven  380 Wet
4 Wetenschappen	42 Biowetenschappen 44 Fysische wetenschappen 46 Wiskunde en statistiek 48 Computers	420 Life Sciences  440 Exacte Wetenschappen  460 Wiskunde en statistiek  481 Computerwetenschappen 482 Computergebruik
5 Ingenieurskunde, veredelingsindustrie en productie	52 Engineering en aanverwante technieken  54 Verwerkende en verwerkende industrie  58 Architectuur en bouwen	521 Mechanica en metaalbewerking 522 Elektriciteit en energie 523 Elektronica en automatisering 524 Chemie en procestechniek 525 Motorvoertuigen, scheepsbouw en luchtvaart  541 Voedselverwerking 542 Textiel, kleding, schoeisel en leer 543 materialen (hout, papier, plastic, glas) 544 Mijnbouw en winningsindustrieën  581 Architectuur en stedenbouw 582 Bouwkunde en civiele techniek
6 Landbouw en diergeneeskunde	62 Landbouw, bosbouw en visserij	621 Landbouw en dierlijke productie 622 Tuinbouw 623 Bosbouw

		624 Visserij
	64 Veterinaire wetenschappen	640 Veterinaire wetenschappen
7 Gezondheid en sociale bescherming	72 Gezondheid	721 Geneeskunde 722 Medische diensten 723 Verpleging 724 Tandheelkundige onderzoeken
	76 Sociale diensten	761 Kinderopvang en diensten voor de jeugd 762 Maatschappelijk werk en begeleiding
	81 Dienstverlening aan particulieren	811 Hotel- en restaurantdiensten 812 Reizen, toerisme en recreatie 813 Sporten 814 Thuiszorg 815 Kappers- en schoonheidsbehandelingen
	84 Vervoersdiensten	840 Vervoersdiensten
	85 Milieubescherming	850 Milieubescherming
	86 Beveiligingsdiensten	861 Bescherming van eigendommen en personen 862 Gezondheid en veiligheid op het werk 863 Militaire beveiliging
8 Dienstverlening		
9 Onbekend of niet gespecificeerd	99 Onbekend of niet gespecificeerd	999 Onbekend of niet gespecificeerd

## **Bijlage 2: Empirisch onderzoek – kwalitatief onderzoek**

### **Bijlage 2.1: Toestemmingsformulier**

Dit is een uitnodiging om deel te nemen aan een onderzoek omtrent carrièrekansen van personen van vreemde origine in de creatieve industrie. Het is belangrijk dit formulier door te nemen voordat u toestemt mee te werken aan dit onderzoek.

#### Doel van het onderzoek

Het doel van dit onderzoek is inzicht krijgen in de succesfactoren in het vinden van werk van personen van Maghrebijnse origine in de creatieve Vlaamse sectoren podiumkunsten, muziek en beeldende kunsten.

#### Onderzoeksopzet

Het onderzoek bestaat uit een interview waarin verschillende open vragen gesteld worden over jouw eigen ervaringen. Het interview zal ongeveer een uur duren.

#### Opdrachtgever van het onderzoek

Deze studie gebeurt in opdracht van Universiteit Hasselt, in het kader van een masterproef.

#### Vrijwillige deelname

Uw deelname aan dit onderzoek is volledig vrijwillig. Indien u wenst deel te nemen aan het onderzoek, wordt er gevraagd om onderaan het bijgevoegde toestemmingsformulier in tweevoud uw handtekening te plaatsen waarvan u één exemplaar mag bijhouden. Het plaatsen van uw handtekening geeft enkel aan dat u het formulier heeft doorgelezen en wenst deel te nemen, maar behoudt u niet van het recht om op ieder ogenblik de deelname stop te zetten zonder dat u hiervoor een reden hoeft te vermelden.

Privacy

Zowel uw deelname als persoonlijke gegevens worden strikt vertrouwelijk behandeld. Onder geen enkel beding zullen uw persoonlijke gegevens openbaar gemaakt worden.

De informatie over u zal elektronisch of manueel verwerkt en geanalyseerd worden. U beschikt over het recht de door u verzamelde gegevens op te vragen ter controle en eventuele aanpassingen aan te vragen. U kan deze gegevens opvragen of aanpassen door een e-mail te versturen naar Mirthe Grosemans (mirthe.grosemans@student.uhasselt.be).

Contactpersonen in geval van vragen betreffende het onderzoek

Indien u nog verdere vragen heeft met betrekking tot het onderzoek of uw rechten als deelnemer, aarzel dan niet om contact op te nemen met Mirthe Grosemans (mirthe.grosemans@student.uhasselt.be).

Hierbij bevestig ik, ondergetekende (naam & voornaam)

\_\_\_\_\_ dat ik over het onderzoek ben ingelicht en een kopie van het "Toestemmingsformulier" ontvangen heb. Ik heb de informatie gelezen en begrepen. De onderzoeker heeft mij voldoende informatie gegeven met betrekking tot de doelen, inhoud en duur van het onderzoek. Bovendien werd mij voldoende tijd gegeven om de informatie te overwegen en om vragen te stellen, waarop ik bevredigende antwoorden gekregen heb. Ik heb begrepen dat ik mijn deelname aan deze studie op elk ogenblik mag stopzetten, zonder dat dit mij enig nadeel kan berokkenen. Ik ga akkoord met de verzameling, de verwerking en het gebruik van deze gegevens voor het beschreven onderzoeksdoel. Ik stem geheel vrijwillig toe om deel te nemen aan dit onderzoek.

Datum: \_\_\_\_\_

Handtekening deelnemer/deelneemster: \_\_\_\_\_

.....  
Hierbij bevestig ik, ondergetekende (naam & voornaam)

\_\_\_\_\_ dat ik over het onderzoek ben ingelicht en een kopie van het "Toestemmingsformulier" ontvangen heb. Ik heb de informatie gelezen en begrepen. De onderzoeker heeft mij voldoende informatie gegeven met betrekking tot de doelen, inhoud en duur van het onderzoek. Bovendien werd mij voldoende tijd gegeven om de informatie te overwegen en om vragen te stellen, waarop ik bevredigende antwoorden gekregen heb. Ik heb begrepen dat ik mijn deelname aan deze studie op elk ogenblik mag stopzetten, zonder dat dit mij enig nadeel kan berokkenen. Ik ga akkoord met de verzameling, de verwerking en het gebruik van deze gegevens voor het beschreven onderzoeksdoel. Ik stem geheel vrijwillig toe om deel te nemen aan dit onderzoek.

Datum: \_\_\_\_\_

Handtekening deelnemer/deelneemster: \_\_\_\_\_

**Bijlage 2.2: Demografische gegevens respondenten**

<b>Respondent</b>	<b>Geslacht</b>	<b>Leeftijd (in jaren)</b>	<b>Origine</b>	<b>Sector</b>	<b>Opleiding (voltooid of aan het voltooien)</b>
Respondent 1	Man	54	Marokkaans	Beeldende kunst: fotografie	Laureaat in kunst
Respondent 2	Vrouw	28	Marokkaans	Podiumkunst: actrice Beeldende kunst: schilderkunst	Bachelor in kunst
Respondent 3	Vrouw	21	Marokkaans	Beeldende kunst: schilderkunst	Bachelor in kunst
Respondent 4	Vrouw	25	Marokkaans	Podiumkunst: poëziekunst	Bachelor in kunst
Respondent 5	Man	21	Marokkaans	Muziek	Middelbaar KSO
Respondent 6	Man	26	Marokkaans	Beeldende kunst: fotografie	Bachelor
Respondent 7	Man	24	Marokkaans	Muziek	Middelbaar
Respondent 8	Man	29	Marokkaans	Podiumkunst: acteur	Middelbaar
Respondent 9	Man	22	Marokkaans	Podiumkunst: acteur Muziek	Master
Respondent 10	Man	33	Marokkaans	Podiumkunst: acteur Muziek: choreograaf	Middelbaar
Respondent 11	Vrouw	41	Marokkaans	Beeldende kunst: fotografie	Bachelor
Respondent 12	Man	31	Algerijns	Beeldende kunst: fotografie	Master in kunst
Respondent 13	Vrouw	22	Marokkaans	Beeldende kunst: schilderkunst	Bachelor
Respondent 14	Vrouw	21	Marokkaans	Beeldende kunst: fotografie	Bachelor
Respondent 15	Man	29	Marokkaans	Beeldende kunst: fotografie	Middelbaar (KSO)

### Bijlage 3.3: Voorbeeld data-analyse: coderen

	Inzichten uit literatuurstudie 1			Extra codes
	Diploma niet relevant	Netwerk is relevant	Talent is relevant	Diploma voor persoonlijke ontwikkeling
Marokkaanse acteur en choreograaf (Respondent 10)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Voor kunst is een diploma nooit belangrijk. Er zijn bepaalde verenigingen die moeilijk kunnen doen en vragen of je een dans diploma hebt, maar dat zijn ook slechts enkele bedrijven die dit gaan vragen.</li> <li>- Puur ervaring en vaardigheden zijn belangrijk. Hoe meer je doet, hoe meer je uitvoert, hoe hoger je waarde zal zijn als danser.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Spijtig genoeg is netwerk heel belangrijk, heel belangrijk. Ik heb wel wat connectie, maar als je een connectie hebt met een productiehuis die alleen maar topfilms uitbrengen, wees gegarandeerd dat je constant werk zal hebben. Er zijn anderen die altijd casten en audities doen en niet gekozen worden, omdat ze gewoon geen netwerk hebben binnen de industrie. Als muzikant is dit hetzelfde.</li> <li>- Vroeger was talent belangrijker dan netwerken, maar dit evenwicht is verschoven. Tegenwoordig is het belangrijker om een goed het netwerk te hebben.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Muziek is altijd al een groot ding geweest in mijn leven. Na basket kwam ik per ongeluk terecht bij dansen.</li> <li>- Ik doe sowieso niet wat al de rest doet. Ik heb wel een creatief talent. Ik ben een heel goed in lastminutes en heel goed in improvisatie op alle vlakken. Oplossingen zoeken.</li> </ul>	
Algerijnse fotograaf (Respondent 12)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Men vraagt niet letterlijk achter uw diploma, maar voor <b>u persoonlijk</b> is het wel heel belangrijk. Hoe kan je praten over iets waar je niets van weet?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Je moet sowieso mensen kennen in de sector en je moet je ook niet laten doen. Op mensen afstappen en jezelf voorstellen. Of dit effect heeft, weet ik niet. Soms wel, soms niet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ik probeer altijd heel streng op mezelf te kijken, naar mijn eigen werk te kijken en het te verbeteren. Dat is mijn werkmethodiek.</li> <li>- Anderzijds wat mij onderscheidt van anderen, is het goed omgaan met andere mensen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Men vraagt niet letterlijk achter uw diploma, maar voor u persoonlijk is het wel heel belangrijk. Hoe kan je praten over iets waar je niets van weet?</li> </ul>