

Deel I: de uitgevoerde acties en activiteiten

Actie/activiteit : mediastages

1. Geplande actie/activiteit en de bijhorende doelstelling(en) (+ doelgroep en aantal deelnemers)

Stages

Met het mediastages-project krijgen werkzoekenden, jonger dan 26 jaar, de mogelijkheid om een **stage** te lopen onder individuele begeleiding mee te draaien in een onderneming die ressorteert onder PC 227: een televisiezender, een productiehuis, een facilitair bedrijf of een digitaal agentschap dat website of games produceert. De mediastagiair krijgt oefenkansen om kennis, vaardigheden en attitudes te ontwikkelen en deze praktisch te toetsen binnen het professionele werkveld.

<https://www.mediarte.be/nl/dossiers/projecten/mediastages>

De concrete principes voor deelname aan deze stages voor de stagiair en de onderneming worden afzonderlijk in een CAO bepaald. In de voorwaarden voor deelname aan de stages zal rekening gehouden worden met de drempels die bepaalde doelgroepen kunnen ervaren om in te stromen in de sector.

Deze mediastages zijn van toepassing op alle functies van de audiovisuele en de digitale sector. mediarte zal er over waken dat de stagiair op geen enkel moment de plaats van een betaalde arbeidskracht innemen.

mediarte werkt dit project concreet uit, neemt de rol op van stagepromoter en staat eveneens in voor de begeleiding van de werkzoekende jongere. Hierbij wordt permanent over de inhoud en kwaliteit van de stage gewaakt.

Na beëindiging van de stage bezorgt mediarte aan de stagiair een stagerapport en een Startersgids met informatie over werken in de audiovisuele sector zodat deze met voldoende kennis aan de slag kan als volwaardige beroepskracht.

Ook zal er een **methodiek** ontwikkeld worden die **stagementoren zal ondersteunen in het begeleiden van de stagiairs**.

Competentiescan

Ter voorbereiding van de stage zet mediarte sterk in op **self-assessment** van de competenties van de mediastagiairs en hoe de stagegever met de nog te ontwikkelen competenties omgaat tijdens de mediastage. Dit self-assesment verloopt met gebruik van de **Competentiescan**.

<https://www.mediarte.be/nl/decompetentiescan>

Er zal onderzoek gedaan worden naar de mogelijke **integratie van het gebruik van micro-credentials**. Hiervoor zal er een link gelegd worden met het Cyanotypes-project. In dit project, waar mediarte deel van uitmaakt, wordt er op Europees niveau onderzocht wat de toekomstige competenties voor onze sector zullen zijn.

<https://cyanotypes.website/>

Digitale matching

Om de matching tussen de jongere en de toekomstige werkplaats te verhogen zal er een **digitale tool** ontwikkeld worden die de Competentiescan koppelt aan de Talentprofielen en de Vacatures die op de website van mediarte gepubliceerd worden. Deze tool zal alle partijen in de mogelijkheid stellen om een nog

betere afstemming te kunnen maken tussen de noden van de stagiair en de begeleidingsmogelijkheden die de stageplaats kan voorzien. Deze tool zal in dialoog met de sector ontwikkeld worden.

mediarte voorziet dat -26-jarigen die in aanmerking komen voor een stage ook kunnen deelnemen aan de workshops, opleidingen en infosessies die buiten dit specifiek project georganiseerd worden. Op deze wijze kunnen deze jongeren extra inzetten op bvb. het weerbaarder worden, het vertrouwd geraken met de arbeidsvoorwaarden, als omstaander gepast reageren wanneer grensoverschrijdend gedrag zich voordoet.

- **Doelstelling:**

Jongeren die vanuit het onderwijs of zonder een opleiding willen instromen in de audiovisuele sector hebben vaak een onvoldoende zicht op de reële werksituatie waardoor de gevraagde competenties en attitudes in veel gevallen ontbreken. Gedrevenheid, passie en talent maken au fond het echte verschil voor wie een succesvolle carrière in de media beoogt. Het gegeven dat jongeren vaak een verkeerd beeld en verwachtingskader rond werken in de sector hebben, maakt dat de echte kennismaking met de realiteit veelal pas op de werkvloer zelf begint, wat de nodige investeringen met zich meebrengt. De werkgever heeft bovendien niet altijd de garantie dat deze jong opgeleide effectief in zijn onderneming zal blijven. Dit maakt het grondig opleiden van starters niet vanzelfsprekend.

Met deze mediastages willen de sociale partners een brug slaan tussen de uitstroom uit het hoger onderwijs en de professionele audiovisuele sector. Het doel van deze mediastages voor werkloze jongeren onder de 26 jaar bestaat eruit om ervaring op te doen op de werkvloer, om hun kans op het vinden van werk te vergroten en het onder aandacht te brengen van het belang aan het levenslang leren. Hiervoor wordt de Competentiescan en een digitale matchingtool ingezet.

- **Doelgroep(en):**

Jongeren die jonger zijn dan 26 jaar en die werk zoeken in de audiovisuele sector.
Een vooropleiding of een diploma doet er niet toe.

- **Beoogd aantal deelnemers dat in totaal wordt bereikt (per doelgroep):**

100 stagiairs die samen 1.000 stageweken lopen

- **Wijze waarop de actie leidt tot werk voor jongeren via het aanbod van ingroeibanen¹:**

Tijdens de eindevaluatie merken we dat jongeren instromen in de sector via:

- Na een mediastage met een tijdelijke of vaste arbeidsovereenkomst
- IBO stage
- Als zelfstandige opdrachten krijgen aangeboden
- Na een sollicitatie waarbij competenties en ervaring kunnen worden aangetoond.

2. Uitgevoerde actie/activiteit

Mediastages

¹ Onder ingroeibanen wordt verstaan de combinatie op de werkplek van een praktijkopleiding met een werkervaring. Dit kan de vorm aannemen van een arbeidsovereenkomst, een startbaanovereenkomst, een individuele beroepsopleiding in de onderneming, een instapstage of elke andere vorm van combinatie op de werkplek van een praktijkopleiding en werkervaring geregeld door een normatief kader op het federale, gewestelijke of gemeenschapsniveau.

mediarte merkt dat de -26 jarige jongeren de mediastages nog steeds gebruiken om hun competenties aan te scherpen, ervaring op te doen en contacten te leggen met het werkveld met het doel aangeworven te worden bij de stageplek of bij een andere onderneming. Ervaring is een belangrijk element voor een onderneming om iemand aan te werven.

We zien dat vooral productiehuizen jongeren de kans geven om een mediastage aan te gaan. De functies waarin jongeren een stage aangaan zijn o.a. productie, camera-assistentie, casting, belichting, set-dressing.

De drempels om een stage aan te gaan liggen zeer laag. Het initiatief ligt wel bij de stagiair om een stageplek te vinden, contact te leggen en in overleg met de stageplek tot een akkoord te komen.

De stagecoördinator van mediarte organiseert met de stagiair en met de stagementor van de onderneming een online kick off, een tussentijdse evaluatie en een eindevaluatie. We merken dat mediastages constructief verlopen. Via mail en tijdens de kick off is de stagiair voldoende geïnformeerd om aan de slag te gaan. Uit het feit dat er geen problemen gemeld worden tijdens het verloop en stagiairs op het einde aangeven dat de stage positief gevalideerd wordt, mogen we afleiden dat de kwaliteit van de stages hoog is en dat opvolging hier aan bijdraagt.

De stagiair beschikt op het einde over het draaiboek, dat dienst doet als stagerapport. De stagiair is verantwoordelijk voor het invullen van de onderdelen. mediarte stimuleert de stagiair om in het stagerapport de competenties te invullen die hij of zij aan het verworven is of verworven heeft met het oog om deze te gebruiken bij het opstellen van een cv of een motivatiebrief.

Stagementoren nemen deel aan de kick off, de tussentijdse en eindevaluatie. Hen wordt gewezen op de constructieve rol die ze kunnen spelen als stagementor. mediarte wijst hen erop te waken over de mate van autonomie, verantwoordelijkheden en complexiteit van de taken die de stagiair krijgt toegewezen, waarbij de stagementor supervisie behoudt. Een stagiair kan nooit de eindverantwoordelijkheid krijgen over een taak.

mediarte wijst tijdens elke kick off nadrukkelijk op het belang van verbindende communicatie en welzijn. De dialoog moet gaande blijven en jongeren moeten kunnen aangeven wanneer ze mentaal of fysiek tegen een grens aanlopen. Grenzen aangeven is onderdeel van het gesprek.

Tijdens de eindevaluatie informeert de stagebegeleider van mediarte bij de stagiair en de stagementor of er een arbeidsovereenkomst volgt op de stageperiode. mediarte houdt bij wie een contract aangeboden krijgt. In sommige gevallen is dit een tijdelijk contract voor de resterende periode van het project waarop de stagiair werkzaam is. In sommige gevallen is het een vast contract.

In het najaar van 2024 zal er bij de werkgevers geïnformeerd worden of er interesse is om een mentorenopleiding te organiseren. Dit heeft enerzijds een kwalitatief voordeel omdat stagiairs (en bij uitbreiding starters) beter begeleid kunnen worden en anderzijds een kwantitatief voordeel omdat stageplaatsen het aantal stageweken kunnen verdubbelen.

Competentiescan

De **competentiescan** wordt als een hulp gezien bij het in kaart brengen van de competenties van een stagiair indien die nodig of wenselijk blijkt te zijn. Uiteindelijk kiest elke stagiair zelf op welke competenties hij of zij wil inzetten. Een mediastage is in de eerste plaats een opleiding waar ook ingezet wordt op competenties die zich op startersniveau bevinden of die nieuw zijn

De integratie van **micro-credentials** vraagt meer tijd en overleg met het werkveld en het onderwijs. Op basis van de toolkit die in het kader van Checkit is ontworpen, zullen deze competenties opgenomen worden in het draaiboek en zal een methode ontwikkeld worden om het competentieniveau van de stagiair weer te geven.

Het zullen de stagementoren zijn die hierop toezien op basis van vastgelegde criteria. Dit is een eerste stap naar informele micro-credentials.

Digitale matching

De competentiescan zal in 2025 geactualiseerd worden waarbij de functiebeschrijvingen en de competentie toolkit van Checkit voor zullen gebruikt worden. Er zal dan ook een verdere koppeling gemaakt worden met de talentprofielen en de vacatures, waardoor een profiel automatisch de vacatures ontvangt voor de ingegeven competenties.

Startersgids

De Startersgids die in 2023 inhoudelijk grotendeels volledig herwerkt werd, werd in 2024 afgewerkt en gedrukt op 2 maal 3.600 exemplaren (NL+FR).

3. Realisatiegraad

In de periode 1 januari 2024 t.e.m. 30 september 2024 werden in totaal 43 mediastages opgestart in 28 ondernemingen, goed voor een totaal van 367 aantal stageweken. Een mediastage duurt dus gedurende de referentieperiode gemiddeld 8,7 weken.

42 stages werden gevolgd bij Nederlandstalige werkgevers, 1 stage bij een Franstalige werkgever. De mediastages werden gevolgd door 23 vrouwen (54,76%) en 19 mannen (45,24%). Eén iemand volgende tijdens deze periode twee mediastages bij verschillende ondernemingen.

Medewerkers voor productie blijven veruit het meest gevraagd profiel voor een mediastage, 60% van de mediastages worden opgestart voor productie-functies. Bij de overige 40% van de mediastages zien we meer verscheidenheid en worden vaak redactie- en communicatieprofielen gezocht maar evenzeer stagiairs voor decor en setdressing (craft), camera (beeld) en licht/electro (AV Technisch).

Vakgebied	Aantal mediastages	
Productie	26	60,66%
Redactie / Communicatie	7	16,28%
Craft	4	9,30%
Beeld	3	6,98%
Transmissie / AV Technisch	3	6,98%

4. Budget

Vermeld het (bij de aanvraag) voorziene budget en het aangewend budget:

	BUDGET
Personeelskost	89.250,00
Werkingskosten	13.387,50
= 15% personeelskost	
Projectkosten	20.000,00
Ontwikkelkost digitale tools	<u>75.000,00</u>
TOTAAL BUDGET	197.637,50

5. De uitstroom naar werk (indien van toepassing)

mediarte zal in het voorjaar 2025 een enquête houden bij media stagiairs om na te gaan hoe lang na een mediastage ze werk vinden en of de mediastage daarbij geholpen heeft.

6. Omstandigheden die ertoe hebben geleid dat de beoogde doelstelling niet werd behaald (indien van toepassing)

Niet van toepassing

Conclusie

- Totaal aantal bereikte jongeren

In de periode 1 januari 2024 t.e.m. 30 september 2024 werden in totaal 43 mediastages opgestart in 28 ondernemingen, goed voor een totaal van 367 aantal stageweken. We tellen 55% vrouwen en 45% mannen.

- Totaal voorziene budget en reeds aangewend budget

	Budget	2024 q1-q3	saldo
Personeelskosten	89.250,00	48.556,54	40.693,46
Overheadkosten	13.387,50	7.283,48	6.104,02
Projectkosten	20.000,00	23.204,59	-3.204,59
Digitale tool	75.000,00	1.554,44	73.445,56
totaal	197.637,50	80.599,05	117.038,45
		41%	59%

- Uitstroom naar werk (totaal, indien van toepassing)

mediarte zal in het voorjaar 2025 een enquête houden bij media stagiairs om na te gaan hoe lang na een mediastage ze werk vinden en of de mediastage daarbij geholpen heeft.

- Voorlopige impact van het project

mediarte merkt dat jongeren hebben niet noodzakelijk een verkeerd beeld van de sector. Net zoals GenZ zijn er meerdere profielen. Sommigen hebben een realistisch beeld van de sector omdat ze familie of vrienden hebben die actief zijn in de sector. De meesten hebben een vooropleiding genoten en noties van de sector. Enkelen hebben nog niet het juiste beeld, maar dit wil niet zeggen dat ze een verkeerd beeld hebben. Ze hebben misschien geen duidelijk beeld van wat hen te wachten staat omdat ze onvoldoende geïnformeerd zijn, maar weten zich vlot aan te passen op de werkvloer. Dit vergt geen bijzondere investeringen.

De werkgever heeft niet altijd de garantie dat een stagiair in de onderneming zal blijven, maar een stagiair heeft nog minder zekerheid dat hij of zij zal worden aangenomen. Zowel de onderneming als de stagiair beseffen dit. De jongeren die een stage aangaan geven aan dat ze zullen ingaan op een werkaanbod wanneer er een is. Het grondig opleiden van een stagiair is geen topic en heeft derhalve geen invloed op de kwaliteit van de stage. De jongeren weten dat de ervaring doorslaggevend is.

Sommige stageplaatsen gebruiken de stageweken om iemand een laatste keer op de werkvloer aan het werk te zien, alvorens ze aan te nemen. Sommige stageplaatsen bieden stageplaatsen aan met het doel mensen op te leiden zodat ze die ervaring kunnen gebruiken om elders werk te vinden.

Er zijn veel zelfstandigen in de sector. Sommige stagiairs worden na hun stage zelfstandige. Ze krijgen job van de stageplek, maar geen vast contract.

Tijdens infosessies worden jongeren bewust gemaakt om in de eerste plaats bewust naar programma's te kijken en na te gaan welke producties hen aanspreken. Vervolgens gaan ze na welk productiehuis betrokken is bij het programma, om vervolgens een stage aan te gaan bij de onderneming waarvan ze de producties hebben gezien.