

Eindverslag 2018-2019



project ten gunste van jongeren die tot bepaalde risicogroepen behoren:
werkzoekenden van minder dan 26 jaar.

Starterskansen:

begeleiding professionele stages

Referteperiode:

1 jan. 2018 - 31 dec. 2019

PC 227

Inhoudstafel

1. Het project	3
2. Algemene evaluatie	4
3. Cijfers	6
3.1. Aantal unieke inschrijvingen/kandidaten op database mediarte	6
3.2. Aantal mediastages voor ondernemingen uit PC 227	6
3.3. Aantal stagegevers/werkgevers PC 227	7
3.4. Procedure	8
3.5. Begeleiding	8
3.6. Evaluatie van de begeleiding	9
3.7. Overlegmomenten	11
3.8. CMS-Systeem	12
3.9. Competenties	12
4. Sensibilisering	12
4.1. Algemeen	12
4.2. Startersgids	15
4.3. Toolbox	16
4.4. Infosessies	18
5. Partners	18
5.1. VDAB / FOREM	18
6. Financieel	20
6.1. Algemeen	20
6.2. Personeelsinzet	20
6.3. Personeelskosten	21
6.4. Overheadkost	21
6.5. Projectkost	21

1. Het project

Pas afgestudeerde jongeren zijn in de audiovisuele sector vaak vragende partij om beroepservaring op te doen. Om hieraan tegemoet te komen zijn werkgevers bereid hen ook na hun opleiding stage te laten lopen. In de **realiteit** stellen we echter vast dat jongeren op deze wijze buiten een wettelijk kader tewerkgesteld worden.

De sociale partners van PC 227 willen via het project “mediastages” bijdragen om deze “stages” binnen een **wettelijk kader** te laten verlopen PC 227. Het wettelijk kader werd hiervoor gecreëerd in een CAO (bijlage 1).

Met het project “**mediastages**” willen de sociale partners van PC 227 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 was om ervaring op te doen op de werkvloer, om hun kans op het vinden van werk te vergroten.

Werkzoekende mediamakers, jonger dan 26 jaar, kregen via dit project de mogelijkheid om gedurende maximum 3 maanden onder individuele begeleiding mee te draaien in een professionele, audiovisuele onderneming. De stagiair kreeg oefenkansen om kennis, vaardigheden en attitudes te integreren, die praktisch te toetsen en verder te ontwikkelen binnen het professionele werkveld.

Deze “mediastages” waren van toepassing op **alle functies van de audiovisuele en film sector**, ongeacht welke opleiding de stagiair in het verleden gevolgd heeft.

Een “mediastage” heeft op geen enkel moment de plaats van een betaalde arbeidskracht ingenomen.

mediarte, het sociaal fonds van PC 227 & PSC 303.01, werkte dit project concreet uit, nam de rol op van **stagepromoter** en stond eveneens in voor de **begeleiding** van de werkzoekende jongere. Hierbij werd permanent over de inhoud en kwaliteit van de stage gewaakt.

Na beëindiging van de stage bezorgde 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.

2. Algemene evaluatie

Deze evaluatie geldt enkel voor stages afgerond binnen ondernemingen die deel uitmaken van PC 227.

In totaal werden er tussen 1 januari 2018 en 31 december 2019, **89 mediastages** afgesloten bij ondernemingen actief in de audiovisuele sector, voor in totaal 753 weken, wat omgerekend neerkomt op werkervaringsplaatsen voor **17,1 VTE's** (3765 dagen/220). In 2018 werden er 42 stages succesvol beëindigd. In 2019 stellen we een bijna status quo vast met 47 afgeronde stagetrajecten.

De communicatie rond het “mediastages” - project werd uitgestuurd (online en offline) naar **alle ondernemingen** uit PC 227. mediarte stelt vast dat een zeer klein deel van de werkgevers uit PC 227 op permanente basis stageplaatsen aanbiedt of stagiairs aanwerft.

Het aanbieden van alternatieve vormen van werkervaringsplaatsen (in dit geval hoofdzakelijk filmsets) met bijbehorende **kwalitatieve stagebegeleiding**, blijkt nog altijd **een noodzaak**. Dagelijks vangt mediarte signalen op van zowel werkgevers als starters (pas afgestudeerden / werkzoekenden) met de vraag naar mogelijke stageplaatsen of naar mogelijke manieren om werkplekervaring op te doen.

We stellen vast dat buiten de reguliere stage-oproep verspreiding via de mediarte- website de aanwerving van stagiairs meer en meer gebeurt op een **informele** manier. Kandidaat stagiairs vinden meer en meer de weg naar potentiële stageplaatsen die aansluiten bij hun professionele ambities, werkgevers zijn op zoek naar talent met de juiste motivatie en ontvangen kandidaten met open armen. Wat meer en meer duidelijk wordt is dat de link met mediarte automatisch wordt gemaakt, de link met het legale kader waarin een persoon aan werkplekleren kan doen. Dit wijst enerzijds op een **inburgering** van het project mediastages binnen het werkveld en anderzijds op de verantwoordelijke initiatiefname van de stagiairs (werkzoekenden) om het project als legal framework voor te stellen bij de stageplek.

Dit kan worden verklaard door het specifieke karakter van de audiovisuele sector, wat een rechtstreeks gevolg heeft op het aanwerven van personeel en stagiairs. In veel gevallen is het werk georganiseerd op **projectmatige basis** en de vraag naar een stage/werkervaringsplek is veelal superieur aan het aanbod ervan, omwille van de grote aantrekkingskracht van de sector.

Het (mentaliteits)**verschil** tussen Nederlandstalige en Franstalige werkgevers inzake het

aanbieden van stageplaatsen en hoe er omgegaan wordt met het begrip “stagiairs”, blijft een constante doorheen de jaren. Er wordt niet zelden op een slappe koord gebalanceerd tussen “werkervaring” en “gratis” tewerkstelling. Vlaanderen gaat over het algemeen iets soepeler om met het inzetten van stagiairs, waarbij de stagegevers vaak geen diepgaande **stagebeschrijving en inhoudelijke stagedraaiboek** opstellen en communiceren. Pas afgestudeerden worden regelmatig aangenomen om tijdelijke opdrachten af te werken die reeds ingecalculleerd werden in de pre-productiefase. Franstalige werkgevers gaan hier kritischer mee om en stellen doorgaans minder buitenschoolse “vrijwillige” stageplaatsen ter beschikking (dit blijkt ook uit het aantal officieel gepubliceerde mediastage-oproepen). De verhouding bij de stageplaatsen ligt op $\frac{2}{3}$ Nederlandstalige ten op zichte van $\frac{1}{3}$ Franstalige, bij de kandidaat-stagiairs ligt de verhouding op $\frac{3}{4}$ Nederlandstaligen en $\frac{1}{4}$ Franstaligen.

De audiovisuele onderwijsinstellingen staan zonder meer positief tegenover het project mediastages, hebben de communicatie rond het project gesteund en mee verspreid. De werking van mediastages, en het algemeen belang van wettelijke stageplaatsen, werd steeds mee opgenomen in de **infosessies** die mediarte in 2018 en 2019 op regelmatige basis organiseerde voor laatstejaarsstudenten en alumni uit het audiovisueel hoger onderwijs.

Door de mediastage-oproepen permanent mee op te nemen in de **vacaturebank** van mediarte, de meest bezochte pagina van het digitale platform, werd op een pragmatische wijze informatie gegeven voor de doelgroep, starters in de sector. Via een systeem van crosslinking (linken van relevante artikels/pagina's) raken verschillende acties van mediarte op een gerichte manier tot bij de gebruiker. Voor stage-oproepen is dit vooral gericht naar starters-info: informatie rond arbeidsvoorwaarden, rechten/plichten, tips van experts uit het werkveld, sollicitatiecoaching,...alles om nieuwe medewerkers optimaal te begeleiden bij de eerste stappen in het professionele werkveld.

Voor stagementors werd de online **toolbox met tips en tricks** verder up to date gehouden zodat er steeds (vrijblijvend) kan teruggerepen worden bij de verschillende fases van het stageproces (voorbereiding/matching/begeleiding/evaluatie).

3. Cijfers

3.1. Aantal unieke inschrijvingen/kandidaten op database mediarte

Elke -26 jarige die een mediastage wil lopen dient zich bij mediarte te registreren. Op 31 december 2019 telt de database van mediastages, sinds de opstart van het project in 2014, 449 Nederlandstalige en 98 Franstalige geregistreerde personen.

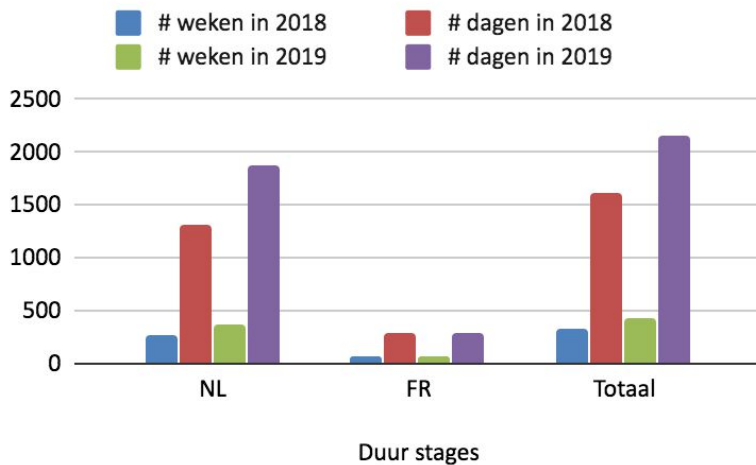
	2016	2017	2018	2019	Totaal
NL	190	127	53	79	449
FR	38	33	14	11	96
Totaal	228	160	67	90	545

We zien ook in deze periode een duidelijke, constante kloof tussen de Nederlandstalige en de Franstalige aanmeldingen (*verhouding ¼ blijft behouden doorheen de jaren*). De doelgroep aan Franstalige kant reageert kennelijk minder, ondanks de geleverde inspanningen, en lijkt moeilijker vatbaar voor de communicatie rond werkplekieren (ondanks de geleverde inspanningen aan Franstalige-zijde in het Hoger Onderwijs, infosessies, jobbeurzen,...). Dit zou ook rechtstreeks gerelateerd kunnen worden aan een mentaliteitsverschil tussen de Nederlandstalige en Franstalige werkgevers inzake het aanbieden van stageplaatsen.

Van deze 545 aanmeldingen (*totaal NL/FR*) kwamen er op 31 december 2019 nog 99 Nederlandstalige en 17 Franstalige profielen in aanmerking (op basis van leeftijd, jonger dan 26j)

3.2. Aantal mediastages voor ondernemingen uit PC 227

In totaal werden er tussen 1 januari 2018 en 31 december 2019, **89 mediastages** afgesloten bij ondernemingen actief in de audiovisuele sector, voor in totaal 753 weken, wat omgerekend neerkomt op werkervaringsplaatsen voor **17,1 VTE's** (3765 dagen/220). In 2018 werden er 42 stages succesvol beëindigd. In 2019 stellen we een verhoging vast tot 47 afgeronde stagetrajecten.



Verhouding stageperiode PC 227-periode 2018-2019

TOTAAL 227				
Duur stages	# weken in 2018 227	# dagen in 2018 227	# weken in 2019 227	# dagen in 2019 227
NL	264	1320	374	1870
FR	58	290	57	285
Totaal	322	1610	431	2155

3.3. Aantal stagegevers/werkgevers PC 227

In totaal boden **39 ondernemingen** een stageplaats aan tussen 1 januari 2018 en 31 december 2019.

Nederlandstalig	Franstalig
33	12

We merken opnieuw een stijging op van het aantal mediastages en het aantal stageweken. Het totaal aantal stageweken in 2019 stijgt met een derde van het aantal weken bereikt in 2018.

We stellen een opmerkelijke shift vast inzake **gender** ten opzichte van de vorige evaluatieperiode ('16-'17). Van deze 89 stagiairs is 60% van het vrouwelijke (54) en 40% van het mannelijke (35) geslacht. Een opvallende wijziging die we (hypothetisch) kunnen verklaren aan de hand van het hoger aantal "puur productionele" stages. In dit segment zijn er sowieso meer vrouwen aan de slag, in tegenstelling tot de meer technische functies.

Als bijlage 2 wordt het historisch overzicht van de stageplaatsen, -weken en aantal stagiairs gevoegd.

Het grootste aantal mediastages vinden we nog altijd onder de noemer “productionele” stages, waarbij de functie van Productie-assistent (44 van de 89 stages) het meest voorkomt. Het zijn voornamelijk de productiehuisen, hoofdzakelijk voor TV- corporate & entertainment, die globaal de meeste mediastages voor hun rekening nemen. Het permanent beroep doen op tijdelijke werkkrachten (en ook stagiairs) blijft het “projectmatige” werken en de permanente jobrotatie, dat de audiovisuele sector zo specifiek maakt, benadrukken. Het productie-segment blijft, in beide landsdelen, dus veruit de grootste activiteiten-cluster met vooral ondersteunende stageplaatsen, gevolgd het redactionele en het technische cluster (vooral camera departement - stages gevolgd door postproductie-stages). Digitale agentschappen en webbedrijven maken geen gebruik van de mediastages.

3.4. Procedure

Elke mediastage start in principe met een stageplaats die zich aanmeldt en die via de website van mediarte een stage-oproep plaatst. Kandidaat-stagiairs kunnen zich dan online melden. Het is echter ook mogelijk dat een stageplaats zelf een stagiair voorstelt. De stageplaats bezorgt aan mediarte ook een Opleidingsbeleidsplan. Dit plan weerspiegelt het beleid dat een onderneming voert met betrekking tot opleidingen en dit voor al haar medewerkers.

mediarte stelt in het eerste geval een longlist samen die aan de stageplaats wordt overgemaakt. De stageplaats maakt dan een keuze van stagiair. Vervolgens wordt er tussen mediarte, de stagegever en de stagiair een overeenkomst afgesloten en wordt het concrete verloop en de invulling van de stage met de drie partijen besproken. De stagiair krijgt bij aanvang ook een Startersgids (zie 5.2) overhandigd.

De stagegever vult het evaluatieformulier aan en halverwege de stage brengt een consulent van mediarte een bezoek aan de stageplaats of wordt er een telefonische terugkoppeling voorzien.

Na afloop van de stage hebben de stagiair en de stagegever een afsluitend gesprek en wordt de eindevaluatie aangevuld in het stagedraaiboek.

3.5. Begeleiding

mediarte hecht bij de uitwerking van dit project zeer veel belang aan de begeleiding van enerzijds de stagiairs maar anderzijds evenzeer aan de stageplaatsen.

Twee consultants van mediarte stonden in voor de opvolging vanaf de startfase tot het einde van de looptijd van de mediastage en zijn zowel voor de stagiair als de stagegever de rechtstreekse contactpersoon. In geval van conflicten traden deze consultants op als bemiddelaar en stonden zij de stagementoren bij in het opvolgen van het stage-opleidingsplan. De consultants brachten ook minstens éénmaal een bezoek op de stageplaats in de loop van de mediastage.

Naast deze twee consultants waren ook nog andere medewerkers betrokken bij dit project; bijvoorbeeld wat betreft de praktische verwerking van de stage-aanvragen, communicatie en project management. De namen en tijdsbesteding werd opgenomen in het onderdeel Personeelskosten (zie 7.2).

De begeleiding die we binnen dit project hebben opgezet was meerlagig.

In eerste instantie hebben we **jongeren** door middel van deze stage **naar een effectieve tewerkstelling begeleid**, maar ook in een breder kader werden de jongeren die dit wensten bijgestaan in het opstellen van een cv en portfolio, het schrijven van een goede motivatiebrief, hoe zichzelf en/of hun werk op andere manieren te presenteren en in het breed gesensibiliseerd over de arbeidsvoorwaarden in de sector.

In tweede instantie betrof het eveneens een begeleiding van de onderneming zelf. Binnen de brede audiovisuele sector zijn nieuwe vormen van leren in opmars. Er wordt meer en meer gebruik gemaakt van **werkplekleren, mentorships en coachings on-the-job**, waarbij instromers worden begeleid door ervaren seniors. Vaak wordt er van elkaar geleerd zonder enige voorbereiding, verdere opvolging of evaluatie.

Voor de begeleider van de mediastagiairs werd er daarom parallel ingezet op het volgen van train the trainer-opleidingen, teneinde de opvolging/begeleiding van stagiairs beter te omkaderen.

Stagegevers konden voor de het opstellen functiebeschrijvingen, opmaak en opvolging leertraject, ... ook steeds een beroep doen op de consultants van mediarte.

Daarnaast linkten we mediastages aan opleidingen die georganiseerd worden door de **Mediacademie**, het opleidingsluik van mediarte. Bij uitbreiding kwam dit de gehele onderneming ten goede. Er werd steeds een opleidingsmagazine met bijhorende opleidingsagenda van de Mediacademie overhandigd aan de stagementor.

3.6. Evaluatie van de begeleiding

Over de verschillende opleidingsfasen, gedurende de looptijd van de mediastage, heen was er een evolutie van directe begeleiding naar meer indirecte begeleiding. We stellen vast dat de stagiairs in toenemende mate hun leerproces in eigen handen nemen. Om

ervaringen uit de praktijk te verwerken en vast te houden, is reflecteren een belangrijke vaardigheid. Op het einde van de stage werd verwacht dat de stagiair een zelfsturende, onderzoekende en reflectieve houding uitte. Van de stagiair werd dan ook verwacht dat de doelen van de verschillende fasen van de mediastage zelf voor ogen werden gehouden. Hij/zij was samen met de stagementor verantwoordelijk om de doelen te behalen.

Het **stagedraaiboek** was het centrale document waarop zowel de mentor als de stagiair de vooropgestelde doelstellingen van de mediastage konden monitoren en aanpassen gedurende de looptijd. Er werd verwacht dat de stagiair eigen ervaringen kon benoemen, analyseren en bijsturen in functie van begeleiding. Het stagedraaiboek bestaat uit verschillende onderdelen: Werkpostfiche-Risicoanalyse, Taken & Competenties en Evaluatie.

Een paar vaststellingen die we als stagecoördinator hebben waargenomen gedurende deze periode met betrekking tot het stagedraaiboek:

- ❖ Het was voor de stagiair logischer de eigen inbreng / reflectie van het takenpakket (en bijhorende competenties) bij het aanvangsgesprek formeel te benoemen, mondeling te overlopen. De consulent van mediarte nam het voortouw om dit, in samenspraak met de stagiair en stagementor, te vermelden in het draaiboek en verder op te volgen.
- ❖ Na afloop van elke stage werd er in overleg bekeken met de stagiair in welke mate deze nog kan ingeschakeld worden in andere begeleidingstrajecten van mediarte (workshops/infosessies/..) waarbij media stagiairs kosteloos aan kunnen deelnemen.
- ❖ Om onze stagebegeleiding te kunnen blijven verbeteren en ze optimaal te kunnen afstemmen op het leerproces, werd de stagiair ook verzocht om een **zelfevaluatie** van de stageplaats te doen in het draaiboek. Deze vragenlijst gaf ons een betere inzicht op de stageplaats.
- ❖ De voorziene ijkpunten (betreffende de stand van zaken, etc) werden grotendeels gerespecteerd, deels omwille van het feit dat er nog duidelijkere intermediaire momenten werden ingepland. Een tussentijdse video-of telefoonconferentie werd systematisch ingevoerd, proactief gestuurd door de consulent van mediarte.`
- ❖ Om de consulent van mediarte tijdens de begeleiding van de stage een beter zicht te geven op de tijdsbesteding en welke stage-uren er exact gepresteerd worden, voegen we een "tijdsregistratie-luik" toe aan het stagedraaiboek. Zo kan mediarte

erover waken dat de wettelijk vastgelegde arbeidsregimes in de av-sector worden gerespecteerd.

- ❖ We voegen eveneens een persoonlijke SWOT-analyse toe in het stagedraaiboek. Dat kan door de stagiair vrijblijvend gebruikt worden om de toekomstmogelijkheden op de audiovisuele arbeidsmarkt of andere carrièremogelijkheden in kaart te brengen. Een persoonlijke SWOT-analyse is een vorm van zelfonderzoek, waarbij de stagiair nagaat:
 - Wat zijn de sterke punten? Waarin onderscheid de stagiair zich in positieve zin van de concurrenten op de arbeidsmarkt?
 - Wat zijn de zwakke punten?
 - Welke carrièrekansen doen zich voor op de audiovisuele arbeidsmarkt?
 - Welke risico's of bedreigingen dienen zich aan?

De **aanvraagprocedure** voor werkgevers en potentiële mediastagiairs via de mediarte-website, bleek transparant en laagdrempelig.

- ❖ Kandidaat-stagiairs vullen een aanmeldingsformulier in,
- ❖ Het actief zoeken in de mediastage-database en het aanbieden van “long lists” met potentiële stagiairs werd als uitermate handig beschouwd door de werkgevers.
- ❖ Het toevoegen van een opleidingsbeleidsplan aan de aanvraagprocedure, een (verplichte) vragenlijst die ons inzicht geeft op het huidige talentmanagement-beleid binnen onze sector, werd niet als een administratieve last ervaren.

3.7. Overlegmomenten

Voor aanvang van de stage werd er tussen de **3 partijen** een overlegmoment georganiseerd voor het goede verloop van de stage. Hierbij werd het volledige stagedraaiboek voorgelegd alsook de nodige, cruciale informatie voor zowel de stagiair als de stagementor. Naast het louter inhoudelijke aspect (aan te leren vaardigheden en competenties) werd eveneens het belang van goede trainers/mentors benadrukt wanneer er intern opleiding / begeleiding wordt voorzien met eigen werknemers als (stage)mentor. mediarte maakte van dit overlegmoment ook gebruik om de bredere werking van mediarte toe te lichten aan de betrokken werkgever. Informatie over opleidingen (people skills, premies, arbeidsvoorwaarden,...) werd zo persoonlijk overgemaakt.

mediarte heeft steeds oog voor de behoeften, bekommernissen en belangen van de werkgevers uit 303.01, alsook van de onderwijsinstellingen, die dagelijks met stage-werking geconfronteerd worden.

Er is echter nog meer uitwisseling nodig tussen de verschillende **intermediaire organisaties** wat betreft hun verschillende activiteiten en geplande initiatieven. Op dit moment is deze uitwisseling op geen enkel niveau georganiseerd waardoor samenwerkingsmogelijkheden niet altijd tijdig bekeken worden.

3.8. CMS-Systeem

Om de matching van stagiairs met een stageplaats en de opvolging van de mediastages te optimaliseren werd de integratie van de mediastages in het bestaande CMS-systeem (Salesforce) van mediarte verder gezet. Dit zorgt voor een optimale opvolging van de administratieve verwerking van de aanvragen en de praktische opvolging van de stageplaatsen.

In Salesforce wordt geregistreerd hoeveel stageweken een stagiair gelopen heeft, hoeveel weken een stageplaats nog ter beschikking heeft, wat de interessevelden/competenties van de stagiair zijn, centralisatie van de documenten per stagiair en stageplaats enz.

3.9. Competenties

mediarte besteedde ook de nodige aandacht aan het verwerven van de basis **gedragscompetenties**, vanaf de stage-oproep tot het begeleidingsproces tussen de stagiair en stagementor. Om potentiële stageplaats-aanbieders ondersteuning te bieden bij het toekennen van competenties aan bepaalde functies en werknemers/stagiairs werd er reeds eind 2017 een module ontwikkeld om een **basis competentiewoordenboek** (cfr. het gebruikte woordenboek bij VDAB) te koppelen aan de stage-oproepen.

4. Sensibilisering

4.1. Algemeen

Er valt niet te negeren dat het bereik van de mediastages gestegen is, als we de voorbije periode met voorgaande jaren vergelijken. Dit is vooral te danken aan de aanhoudende communicatie die gevoerd werd en de positieve reputatie die het project ondertussen verworven heeft. Werkgevers prijzen het project omdat er een reële output merkbaar op gebied van onmiddellijke inzetbaarheid na de stageperiode.

In 2019 werd er ook extra ingezet op het informeren van de mediastagiairs over de arbeidsvoorwaarden en hen de nodige informatie en tools te geven om zich als volwaardige beroepskracht op de arbeidsmarkt te begeven. Behandelde thema's waren hoe wil ik mijn carrière aanvatten, welke jobs wil ik effectief gaan uitoefenen, branding (hoe presenteer ik mezelf, hoe maak ik een goede cv op), hoe financier ik mijn project,...

Bijkomstig merken we een groeiende belangstelling van niet - PC 227/303.01 bedrijven in het project. De informatie van het project sijpelt dus verder door naar een segment van ondernemingen die aanleunen bij de audiovisuele sector of in de periferie van onze AV-industrie actief zijn

Door het inbedden van de mediastages in de werking van mediarte heeft het project steeds gebruik kunnen maken van de uitgebreide database met contacten. Tijdens de algemene werking werd op verschillende manieren intensief communicatie gevoerd.

mediastages

Het project Mediastages is bestemd voor -26-jarigen die ervaring willen opdoen op de werkvloer.



Het mediastages-project

Het doel van deze mediastages is om werkloze jongeren onder de 26 jaar ervaring op de werkvloer te laten opdoen en om hun kans op het vinden van werk te vergroten.

#MEDIASTAGES #STARTERS #MEDIARTE



Een mediastage in een notendop

Een mediastage is bedoeld voor niet-uitkeringsgerechtigde -26-jarigen die ervaring willen opdoen op de werkvloer.

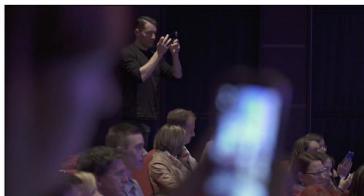
#STAGE #MEDIASTAGES #BEGELEIDING #STARTERS



Wat zijn de voorwaarden?

Wat zijn de voorwaarden voor een Mediastage voor werkgevers en stagiairs?

#MEDIASTAGES #WERKGEVERS #STAGE



Meld je aan

Ben je werkgever en wil je een stageplaats aanbieden? Of ben je werkzoekende en op zoek naar ervaring op het terrein? Ontdek de nieuwe voorwaarden van onze mediastages!

#MEDIASTAGES #STAGE #BEGELEIDING #STARTERS



Antwoorden op al je vragen

mediarte treedt op als stagepromotor wanneer een werkloze jongere, die geen recht heeft op een uitkering, een professionele stage loopt bij een werkgever uit PC 227 of PSC 303.01.

#MEDIASTAGES #STARTERS #STAGE #MEDIARTE

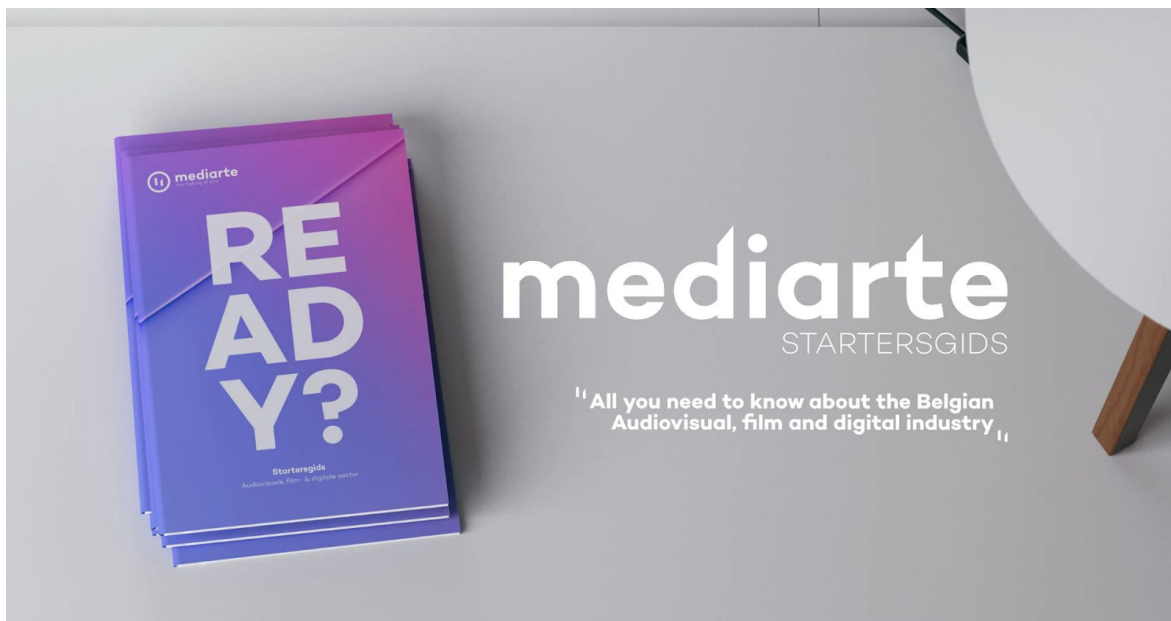
2014-2019: algemene evaluatie

Op 1 september 2014 startte mediarte met het mediastages-project, gesubsidieerd door de toenmalige Minister van Werk Monica De Coninck in het kader van subsidies -26 jarigen.

#MEDIASTAGES #STARTERS #MEDIARTE #CREATIVE SKILLS

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

4.2. Startersgids



Elke mediastagiair kreeg bij aanvang van de stage een Startersgids overhandigd. De Startersgids is een mooi vormgegeven boekje, gevuld met feitelijke gegevens over de sector, artikels die je helpen om je weg naar werk te vinden en een beetje wijze raad die je helpt om je stevig in je schoenen te laten staan.

Geen wegwerpartikel dus, wel een gegeerd 'hebbeding'. Van deze Startersgids bestaat er uiteraard ook een online versie

Om tegemoet te komen aan recente wijzigingen in de arbeidswetgeving, om nieuwe tips en weetjes toe te voegen, de vinger aan de pols te houden wat betreft recente ontwikkelingen en tendensen in de sector, werd deze Startersgids in 2019 volledig vernieuwd. mediarte is er enerzijds om de stagiairs/alumni/ jonge werkzoekenden toelichting te geven bij alle arbeidsvoorwaarden en werkomstandigheden en anderzijds om ze wegwijz te maken in onze sector en tips & tricks te bezorgen om in de sector aan de slag te gaan.

De eerste stappen in het werkveld zetten betekent ook rechtop staan en een zekere zelfstandigheid aanmeten. Hierbij heb je als starter dan ook de verantwoordelijkheid om voor jezelf te zorgen en voor jezelf op te komen. Dit vertrekt bij wat je als vergoeding voor je werk mag verwachten (lees ook: minstens dient te krijgen), dat je een professionele houding aanneemt, maar ook dat je leert hoe je met ongewenst gedrag op de werkvloer omgaat.

Deze Startersgids werd op 3.600 Nederlandstalige en Franstalige exemplaren gedrukt en werd mee verspreid door onze partners (oa Amplo & ascento). Deze Startersgids wordt ook uitgedeeld op alle infosessies/workshops die georganiseerd wordt voor starters in onze sector.

<https://www.mediarte.be/nl/dossiers/projecten/startersgids/startersgids-2019>

4.3. Toolbox

Om deze stageplaatsen zo kwaliteitsvol mogelijk te maken - lees, te begeleiden - werd er in 2018 een **toolbox** ontwikkeld waarin o.a. checklists werden opgenomen om bvb. duidelijke afspraken te maken tussen opleiding en werkplek, duidelijke formulering van het leeraanbod op de werkplek en hoe de begeleiding en beoordeling van de stagiair zal gebeuren. Stagegevers kunnen voor de **begeleiding** (opstellen functiebeschrijvingen, opmaak en opvolging leertraject,...) een beroep doen op deze online box, naast het persoonlijk advies van de mediarte-consulenten dat wordt gegeven op de stageplek. Bij uitbreiding is deze toolbox ook te gebruiken in de begeleiding van jonge (en iets minder jonge) starters in de sector. In deze toolbox zullen ook de mogelijke tewerkstellingsmaatregelen voor jongeren opgenomen worden.

De verwerkte informatie zal eveneens via de andere communicatie-kanalen van mediarte verspreid worden. Men zal intern ook bekijken of dit via andere dragers (offline) zal worden verspreid.

<https://www.mediarte.be/nl/dossiers/stages/toolbox>



Toolbox Stagementors

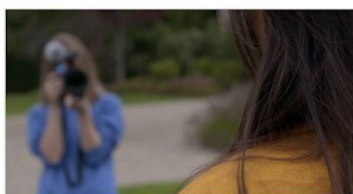
Je zou graag een stagiair(e) in je onderneming laten meelopen, maar je weet niet precies hoe je dit moet aanpakken?



Tewerkstellingsmaatregelen voor jongeren

Er zijn maatregelen die speciaal in het leven zijn geroepen voor jongeren. Als een werkgever een jongere in dienst neemt, geniet hij mogelijk interessante financiële voordelen.

#STAGE #HR #AANWERVING



Matching

Van de zoektocht tot het sollicitatiegesprek

#STAGE #MENTORSCHAP #TIPS
#TOOLS #MATCHING



Vorbereiding

Definiëren wat jouw stagiair komt leren is in het belang van zowel stageplaats als stagiair.

#STAGE #MEDIASTAGES #TOOLS
#TIPS #STARTERS



Begeleiding

Werk samen naar een einddoel en evalueer

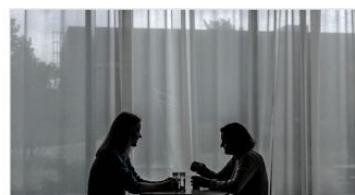
#STAGE #TOOLS #BEGELEIDING
#MEDIASTAGES #TIPS



Feedback & Evaluatie

Regelmatige feedback geeft elke partij duidelijkheid en draagt bij tot een veilige leeromgeving.

#STAGE #TIPS #FEEDBACK
#EVALUATIE #MENTORSCHAP



VIDEO - Tips voor stagementors

Handige tools voor een stagementor op de werkvloer.

#STAGE #TIPS #BEGELEIDING

mediarte subdossiers:

[Veiligheid](#) → [mediastages](#) → [mediartist](#) →

4.4. Infosessies

Tevens werden er tijdens de periode **infosessies** opgezet in scholen en organisaties.

- RITCS Hoge School
- VAF- Achter de Schermen (2x)
- VAF-Summer crash course (2x)
- HEAJ Namur (2x)
- Anima Festival, sessies bestemd voor het Hoger Onderwijs (2x)
- Devine, Howest
- Haute Ecole St Luc - ERG
- BRIFF
- Technifutur
- Session d'info - Game Developers AR/VR et Artistes - Pôle d'image

In deze periode werden ook verschillende **speeddates** opgezet ihkv van verschillende filmfestivals.

Tijdens het ANIMA-festival in Brussel (februari 2018 en maart 2019) werd een speeddate opgezet tussen pas afgestudeerde animators /motion designers en productiehuizen om via een mediastage deze jonge talenten een kans te geven om deel uit te maken van een animatiestudio. Hetzelfde principe werd herhaald in april 2018 op Docville (Documentaire festival Leuven), op het grootste Waalse Filmfestival FIFF (oktober 2018 en oktober 2019) en op het BRIFF (Brussels International Film Festival, juni 2019), waar de brug gemaakt werd tussen jonge makers en productiehuizen die actief recrutereren.

Eveneens werden er meerdere bezoeken gebracht aan geïnteresseerde stagegevers om dit project omstandig toe te lichten.

5. Partners

5.1. VDAB / FOREM

Dit project noodzaakt an sich, net als de vorige mediastages-projecten, geen samenwerking met derde partijen. Maar net als in de vorige projecten worden VDAB, Forem en Actiris zijdelings betrokken.

VDAB herhaalde haar steun voor het mediastages-project en bevestigde dit in een specifieke verklaring. mediarte sloot samen met VDAB een samenwerkingsovereenkomst.

In het kader van het mediartist-project erkent Actiris een mediastage tevens als een positieve uitstroom.

Met FOREM werd er geen overeenkomst afgesloten.

6. Financieel

6.1. Algemeen

Voor de periode die deze rapportering betreft komt de gemeenschappelijke kost voor het beheer van het mediastages project neer op een totaal van € 219.590,68.

90%, € 197.631,61, van de kost wordt gedragen door PC 227 en 10% door PSC 303.01. De totale kost ligt hoger dan gebudgetteerd, het verschil wordt gedragen door PC 227 zelf.

	totale projectkost			afrekening	budget
	2018	2019	2018-2019	PC 227	PC 227
				90%	90%
TOTAAL	75.827,68	143.763,00	219.590,68	197.631,61	176.400,00
Personeelskost	58.994,74	107.208,10	166.202,84	149.582,56	132.750,00
Overheadkost	13.391,81	24.336,24	37.728,05	33.955,24	30.150,00
Projectkost	3.441,13	12.218,66	15.659,79	14.093,81	13.500,00

6.2. Personeelsinzet

Na verificatie van de tijdsregistraties die elke werknemer van mediarte.be bijhoudt, werd er een totale personeelsinzet genoteerd van 2,52 vte.

90% (2,27) van deze personeelsinzet en de daarbijhorende kost wordt toegewezen aan PC 227 en 10% (0,25) aan PSC 303.01.

Het overzicht van de Tijdsregistraties wordt als bijlage 3a (2018) en 3b (2019) gevoegd. Het overzicht van het Aantal geregistreerde uren per werknemer per dossier. De personeelsinzet en de verrekening van het aantal geregistreerde uren per werknemer per dossier naar vte's wordt als bijlage 4a (2018) en 4b (2019) gevoegd.

6.3. Personeelskosten

De totale personeelskost bedraagt € 166.202,84.

90% (149.582,56) van deze personeelsinzet en de daarbijhorende kost wordt toegewezen aan PC 227 en 10% aan PSC 303.01.

De personeelskost is samengesteld uit het brutoloon, eco- en maaltijdcheques, terugbetaalde kosten, rsz bijdragen (en verminderingen), leasing, pensioenverzekering (ethias).

Het detail van de personeelskost wordt als bijlage 5 toegevoegd.

De Individuele rekeningen worden als bijlage 6 toegevoegd.

Facturen en ander bewijsmateriaal worden ter beschikking gehouden.

6.4. Overheadkost

De overheadkost bedraagt € 37.728,05 en bedraagt 22,7% van de loonkost.

90% (33.955,24) van deze overheadkost wordt toegewezen aan PC 227 en 10% aan PSC 303.01.

6.5. Projectkost

De projectkost bedraagt € 15.659,79.

90% (14.093,81) van deze projectkost wordt toegewezen aan PC 227 en 10% aan PSC 303.01.

Een detail van deze kosten en de facturen wordt als bijlage 7 toegevoegd.