

AUTEURS
RENÉ BROEKROELOFS
ANOUK VISSER



Kennisplatform
Integratie &
Samenleving

NOVEMBER 2019



Ervaren discriminatie onder zelfstandigen

Verkenkend onderzoek naar ervaringen
van zzp'ers



Inhoud

1	Inleiding	4
1.1	Nederlandse zzp'ers met een migratieachtergrond	4
1.2	Discriminatie	7
1.3	Ervaren discriminatie	7
1.4	Onderzoeksvragen	8
2	Onderzoekopzet	9
2.1	Werving	9
3	Redenen om als zzp'er te werken	12
3.1	Voornaamste redenen om zzp'er te worden	12
3.2	Ervaren voordelen van het werken als zzp'er	13
3.3	Ervaren nadelen van het werken als zzp'er	15
3.4	Loondienst of zzp?.....	16
3.5	Samenvatting en conclusie	16
4	Werving van nieuwe opdrachten	18
4.1	Verschil tussen sectoren	18
4.2	Het belang van een goed netwerk en mond-tot-mondreclame	19
4.3	Koude acquisitie	20
4.4	Samenvatting en conclusie	20
5	Uitvoering van opdrachten	22
5.1	Migratieachtergrond en uiterlijk	22
5.2	Geloof	23
5.3	Competentie en leeftijd	24
5.4	Ongrijpbaar	24
5.5	Samenvatting en conclusie	24
6	Hoe ga je om met (ervaren) discriminatie?	26
6.1	Acceptatie	26
6.2	Weglopen	26
6.3	Aanpassen	27
6.4	Jezelf bewijzen	27
6.5	Aanspreken en het gesprek aangaan	27
6.6	Standpunt innemen	28
6.7	Samenvatting en conclusie	28
7	De invloed van (social) media	29



8 Conclusie	31
8.1 Hoe wordt er met (mogelijke) discriminatie omgegaan?	32
8.2 Algemene conclusie	33
8.3 Reflectie op het onderzoek	34
8.4 Aanbevelingen	34
Bronnen.....	36
Bijlage Gespreksleidraad	38



1 Inleiding

Naar aanleiding van wetenschappelijke onderzoeken naar de arbeidsmarktintegratie van personen met een migratieachtergrond, sprak het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW) met een groot aantal deskundigen. Tijdens deze gesprekken signaleerden een aantal wetenschappers dat, net zoals op de arbeidsmarkt, personen met een migratieachtergrond op de markt voor zelfstandigen discriminatie zouden kunnen ervaren. Het vermoeden is dat discriminatie op basis van achtergrond hierin een rol speelt.

Uit een virtuele praktijktest onder werkgevers blijkt dat mensen met een Nederlandse achtergrond twee keer zo veel kans hebben dat hun cv online wordt bekeken door werkgevers, als mensen met een migratieachtergrond (Panteia, 2015). Er is in deze praktijktest ook gekeken of er een relatie was tussen de etnische achtergrond van de sollicitanten en het aantal e-mailreacties/voicemailberichten dat zij kregen op hun cv, en of de verschillen significant waren. Ook hier blijkt dat mensen met een Nederlandse achtergrond meer kans maken (twee tot vier keer zo veel) op een reactie dan Nederlanders met een migratieachtergrond (Panteia, 2015). In 2018/2019 heeft Panteia haar onderzoek herhaald. Discriminatie op migratieachtergrond was weliswaar afgenomen, maar nog steeds significant aanwezig. Onderzoekers verklaren de afname onder meer door de krappe arbeidsmarkt en de toegenomen aandacht voor arbeidsmarktdiscriminatie. Ze pleiten voor blijvende aandacht voor arbeidsmarktdiscriminatie, met name discriminatie op basis van migratieachtergrond (Panteia, 2019). Uit onderzoek van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) blijkt dat uitzendbureaus ook onderscheid maken naar etniciteit. Werkzoekende Surinaamse, Turkse en Antilliaanse Nederlanders hebben minder kans om een baan aangeboden te krijgen dan mensen met een Nederlandse achtergrond,¹ ook al hebben zij een vergelijkbaar cv. Arbeidsmarktdiscriminatie zou hier volgens Andriessen, Nievers en Dagevos (2012) de oorzaak van zijn. Dit roept de vraag op of zelfstandigen zonder personeel (zzp) ook te maken hebben met discriminatie bij het verwerven van opdrachten of tijdens het uitvoeren van hun werk. Het ministerie heeft KIS verzocht hier onderzoek naar te doen.

DEFINITIE ZZP'ER

Een persoon die arbeid verricht voor eigen rekening of risico, in een eigen bedrijf of praktijk (zelfstandig ondernemer), of als directeur-groootaandeelhouder (dga), of als overige zelfstandige (bijvoorbeeld in een zelfstandig uitgeoefend beroep), én die daarbij geen personeel in dienst heeft. (CBS, z.d.)

1.1 NEDERLANDSE ZZP'ERS MET EEN MIGRATIEACHTERGROND

In dit onderzoek ligt de focus op discriminatie onder zzp'ers met een migratieachtergrond. In het derde kwartaal van 2018 bestond 22% van de totale Nederlandse beroepsbevolking uit mensen met een migratieachtergrond. De werkzame beroepsbevolking in Nederland bestond in het derde kwartaal van 2018 uit 8.835.000 mensen. Daarvan had 21% een migratieachtergrond. Van de werkzame beroepsbevolking in Nederland, was er 12% actief als zzp'er. Van de zzp'ers had 22% een migratieachtergrond. Deze groep

¹ Deze conclusie is gebaseerd op praktijktests waarbij de technisch-instrumentele kenmerken (die in een cv vermeld staan) zo veel mogelijk gelijkwaardig zijn opgesteld. Acteurs zijn daarnaast getraind om in hun gesprek dezelfde sociaal-normatieve vaardighedentonen te tonen. Wanneer werkgevers en uitzendbureaus onderscheid maken tussen (qua opleiding en vaardigheden vrijwel identieke) kandidaten, is het aannemelijk te veronderstellen dat dit onderscheid gerelateerd is aan etnische achtergrond.

zzp'ers bestond voor 6,4% uit Marokkaanse Nederlanders, voor 10% uit Turkse Nederlanders, voor 9% uit Surinaamse Nederlanders en voor 3% bestond deze groep uit Antilliaanse Nederlanders. De rest van deze groep waren Nederlanders met een achtergrond uit Europa (CBS, 2018, eigen berekening ²).

Cijfers van het CBS (2017) laten zien in welke sectoren Nederlandse zzp'ers met een migratieachtergrond werkzaam zijn. De meeste van hen zijn werkzaam in de bedrijfstak handel (groot- en detailhandel), daarna in de gezondheidszorg/ het welzijnswerk. Als derde grootste bedrijfstak zijn de Nederlandse zzp'ers met een migratieachtergrond werkzaam in de specialistische zakelijke diensten (adviesing, onderzoek en overige specialistische zakelijke dienstverlening). De meeste zzp'ers met een Nederlandse achtergrond zijn werkzaam in de specialistische zakelijke diensten, als tweede in de gezondheids- en welzijnzorg en als derde in de handel. In tabel 1 staan alle sectoren weergegeven waarin Nederlandse zzp'ers actief zijn, uitgesplitst naar achtergrond (Nederlandse achtergrond, westerse migratieachtergrond, niet-westerse migratieachtergrond).

² Percentages berekend op basis van aantallen. Afgerond op hele procenten.

Tabel 1. Zelfstandigen zonder personeel naar bedrijfstak (x 1.000)

Bedrijfstakken/ branches (SBI 2008*)	Alle zzp'ers	Zzp'ers met een Nederlandse achtergrond	Zzp'ers met een westerse migratieachtergrond	Zzp'ers met een niet-westerse migratieachtergrond
A Landbouw, bosbouw en visserij	80,4	76,7	2,5	1,3
B Delfstoffenwinning	0,2	0,1	0	0
C Industrie	34,3	28,9	3,4	1,9
D Energievoorziening	1,1	1	0,1	0
E Waterbedrijven en afvalbeheer	0,7	0,6	0,1	0,1
G Handel	128	103,4	11,1	13,4
H Vervoer en opslag	32,6	23,2	2,4	7
I Horeca	24,4	17,4	2,3	4,7
M Specialistische zakelijke diensten	226,3	189	25,6	11,7
N Verhuur en overige zakelijke diensten	49,7	39,8	5,9	4
O Openbaar bestuur en overheidsdiensten	9,2	8,3	0,6	0,2
P Onderwijs	67,7	54,3	7,8	5,6
Q Gezondheids- en welzijnszorg	168,9	140,4	15,3	13,2
R Cultuur, sport en recreatie	67,2	53,7	9,8	3,8
S Overige dienstverlening	67,8	56	6,3	5,5
T Huishoudens	0	0	0	0
U Extraterritoriale organisaties	0	0	0	0

Note: bron: CBS, 2017; *SBI 2008 = standaard bedrijfsindeling opgesteld door CBS.

1.2 DISCRIMINATIE

Het College voor de Rechten van de Mens (z.d.) definieert discriminatie als volgt: Discriminatie is het ongelijk behandelen, achterstellen of uitsluiten van mensen op basis van (persoonlijke) kenmerken.

Daarbij vermeldt het de volgende kenmerken: godsdienst, levensovertuiging, politieke gezindheid, etnische afkomst (ras), geslacht, nationaliteit, hetero- of homoseksuele gerichtheid, burgerlijke staat, handicap of chronische ziekte en leeftijd. In de sociale wetenschap wordt discriminatie omschreven als 'het nadelig behandelen van personen omdat zij behoren tot een bepaalde groepering of tot een bepaalde groepering worden gerekend' (Köbben, 1985; Veenman, 1990; Veenman, 2003). Om discriminatie, in dit geval arbeidsmarktdiscriminatie, aan te pakken, is het belangrijk om te weten waardoor mensen andere mensen discrimineren. Twee belangrijke voorspellers voor discriminatie zijn vooroordelen en stereotypen. Deze twee begrippen komen ook terug in de onderzoeksvragen. Vooroordelen zijn altijd negatief en gaan over wat iemand voelt. Het gaat hierbij om negatieve gevoelens ten opzichte van een persoon of groep. Stereotypen zijn meer cognitief en gaan over wat iemand denkt. Stereotypen kunnen zowel positief als negatief zijn (Gordijn & Wigboldus, 2013). Er is een verschil tussen impliciete en expliciete vooroordelen. Impliciete vooroordelen zijn associaties die direct invloed hebben op iemands gedrag of oordeel, zonder dat die persoon zich daarvan bewust is (Gawronski & Bodenhausen 2006; Greenwald & Banaji, 1995; Greenwald, McGhee & Schwartz, 1998). Expliciete vooroordelen zijn daarentegen welbewust en overwogen (Dovidio, Kawakami & Gaertner, 2002).

GEVOLGEN VAN NEGATIEVE STEREOTYPEN EN VOOROORDELEN

Negatieve stereotypen en vooroordelen waarmee de zzp'ers in aanraking komen, zijn voorspellers voor discriminatie (Felten & Taouanza, 2018). Deze factoren kunnen ervoor zorgen dat mensen met een migratieachtergrond minder participeren in de samenleving, waardoor ze zich mogelijk afkeren van de mainstream samenleving. Verminderde participatie kan daarnaast zorgen voor een inkomstendaling en sociale isolatie. Vooral als dit op grote schaal gebeurt, heeft dit negatieve gevolgen voor de samenleving. Talenten en competenties blijven onbenut of komen niet tot hun recht. Kosten voor de samenleving kunnen ook stijgen doordat mensen niet werken, een uitkering ontvangen en/of leven in armoede (Andriessen, Fernee & Wittebrood, 2014; Bissels, Bril, Van Heerwaarde & Van Galen, 2015).

1.3 ERVAREN DISCRIMINATIE

In dit onderzoek gaat het om ervaren discriminatie. In juridische zin is er pas sprake van discriminatie als er daadwerkelijk een veroordeling is. In de andere genoemde definities gaat men ervan uit dat iemand die wordt gediscrimineerd nadelige gevolgen ondervindt van het behoren tot een bepaalde groep of het hebben van bepaalde persoonskenmerken.

Bij ervaren discriminatie gaat het om wat mensen zelf ervaren als discriminatie, en dat ook zo benoemen. Uitingen die volgens de definities niet onder discriminatie vallen, kunnen wel zo ervaren worden. Dit geldt ook andersom: discriminatie wordt niet altijd en door iedereen als zodanig ervaren. Daarnaast komt het voor dat mensen weliswaar niet de intentie hebben om te discrimineren, maar dat hun gedrag of uitspraken door anderen wel zo worden opgevat. Andersom worden discriminerende intenties niet altijd ervaren als discriminatie (Andriessen et al., 2014).

Door ons te richten op ervaren discriminatie ontstaat er ruimte voor de verhalen en ervaringen van de respondenten. Het is niet aan ons om vast te stellen of er juridisch gezien sprake is van discriminatie. Voor dit onderzoek betekent dit dat wanneer iemand bijvoorbeeld merkt dat hij geen doorgroeimogelijkheden heeft, het niet de vraag is of dit juridisch gezien discriminatie is, maar of diegene dit ervaart als discriminatie.

1.4 ONDERZOEKSVRAGEN

Met dit onderzoek wordt verkend in welke mate zzp'ers met een migratieachtergrond discriminatie ervaren bij het verwerven en uitvoeren van opdrachten. De volgende onderzoeksvragen worden beantwoord:

1. Ervaren zzp'ers met een migratieachtergrond discriminatie bij de werving van opdrachten? Zo ja:
 - Hoe merken zij deze discriminatie op?
 - Waar is de discriminatie op gericht?
 - Welke stereotypen en vooroordelen lijken een rol te spelen?
 - Hoe gaan zij om met (ervaren) discriminatie?

2. Ervaren zzp'ers met een migratieachtergrond discriminatie bij de uitvoering van opdrachten? Zo ja:
 - Hoe merken zij deze discriminatie op?
 - Waar is de discriminatie op gericht?
 - Welke stereotypen en vooroordelen lijken een rol te spelen?
 - Hoe gaan zij om met (ervaren) discriminatie?

2 Onderzoekopzet

In eerste instantie verzocht het ministerie ons om in navolging van de virtuele praktijktests van Panteia onder werkzoekenden, een vergelijkbaar onderzoek te doen onder zzp'ers. Eind 2018 hebben we daarom met advies van Panteia gekeken naar de (on)mogelijkheden hiervan. Uit deze verkenning bleek dat een virtuele praktijktest onder zzp'ers niet haalbaar was. Er was echter nog steeds behoefte aan meer inzicht in de mogelijke discriminatie van zzp'ers met een migratieachtergrond. In overleg kozen we daarom voor een verkennende opzet.

In samenwerking met Kantar Public organiseerden we drie groepsinterviews van twee uur. Iedere groep bestond uit zeven Nederlandse zzp'ers met eenzelfde migratieachtergrond. We kozen voor de drie grootste migratiegroepen in Nederland, namelijk: Turks-Nederlands, Marokkaans-Nederlands en Surinaams-Nederlands. De centrale onderzoeksvraag in deze groepsinterviews was: Wat is de ervaren discriminatie bij het verweven en uitvoeren van opdrachten?

Kennisplatform Integratie & Samenleving (KIS) was verantwoordelijk voor het opstellen van in- en exclusiecriteria, het mede opstellen van de gespreksleidraad (zie bijlage), het observeren van de groepsinterviews en het uitwerken van de rapportage. Kantar Public heeft de werving, het (mede) opstellen van de gespreksleidraad, het uitvoeren van de groepsinterviews en het opstellen van een verantwoording van onderzoek op zich genomen.

De groepsinterviews werden begeleid door een onderzoeker van Kantar Public en vonden plaats in een ruimte met camera's. In een andere ruimte konden twee onderzoekers van Kennisplatform Integratie & Samenleving (KIS) met het gesprek meekijken en -luisteren. Dat er mensen in een andere ruimte meekeken, was bekend bij de respondenten. De respondenten wisten van tevoren niet dat Kennisplatform Integratie & Samenleving (KIS) de uitvoerder is van dit onderzoek, of dat het ministerie van SZW de opdrachtgever was.

Bij de werving van de respondenten is vermeld dat we graag wilden weten hoe zzp'ers met een migratieachtergrond aan werk komen, welke ervaringen ze hebben en of ze wel eens onheus bejegend worden. Er is bewust niet vermeld dat het gesprek over discriminatie zou gaan. Hiervoor is gekozen omdat deze informatie mogelijk het wervingsproces (zie paragraaf 2.1) van de respondenten zou beïnvloeden. De verschillende respondenten kenden elkaar niet van tevoren. De gespreksleider introduceerde in de loop van het gesprek het onderwerp discriminatie. Er is hierbij expliciet gevraagd of de respondenten te maken hadden met discriminatie. Aan het einde van het gesprek werd verteld wie de opdrachtgever is, en werd gevraagd wat de respondenten de opdrachtgever nog mee wilden geven. Daarnaast checkte de onderzoeker van Kantar Public bij de onderzoekers van Kennisplatform Integratie & Samenleving (KIS) of zij nog aanvullende vragen hadden. Dit was enkel bij de groep respondenten van Turkse afkomst het geval.

2.1 WERVING

Voor de werving van respondenten maakte Kantar Public gebruik van een werving-en-selectiebureau. Zij kregen de volgende in- en exclusiecriteria mee:

- Er worden drie groepen geselecteerd (van zes tot acht personen), bestaande uit mensen met Turkse, Marokkaanse of Surinaamse achtergrond. Indien haalbaar worden de drie groepen gescheiden op achtergrond.

- Respondenten moeten op de een of andere manier klantcontact hebben, dit houdt in dat zij te maken hebben met klanten of opdrachtgevers. Beroepen waarbij het voor de klant/opdrachtgever onduidelijk is wie de ondernemer is (bijvoorbeeld de beheerder van een webshop), worden uitgesloten.
- Respondenten vormen gezamenlijk een zo divers mogelijke groep ten aanzien van de volgende criteria:
 - generatie (eerste, tweede en derde)
 - leeftijd
 - sekse
 - jaren actief als zzp'er
 - sector waarin iemand werkzaam is.
- De drie grootste sectoren moeten in ieder geval vertegenwoordigd zijn: handel, gezondheidszorg/welzijn en specialistische zakelijke diensten.

Tabel 2 bevat een overzicht van de achtergrondkenmerken van de respondenten: migratieachtergrond, geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, jaren actief als zzp'er, generatie en beroep.

Tabel 2. Achtergrondkenmerken respondenten

		Surinaamse achtergronds	Marokkaanse achtergrond	Turkse achtergrond
Sekse				
	Man	4	4	2
	Vrouw	3	3	5
Leeftijd				
	Range	26-54 jaar	25-40 jaar	20-45 jaar
	M (gemiddelde)	37 jaar	29 jaar	32 jaar
Opleidings-niveau				
	Havo	1	1	1
	Mbo	2	1	3
	Hbo	3	4	3
	Wo	1	1	0
Generatie				
	1e	2	2	2
	2e	4	4	4
	3e	1	1	1
Jaren actief als zzp'er				
	<2	1	2	2
	2-3	2	2	1
	4-5	1	1	3
	6-7	0	2	1
	8-9	0	0	0
	>10	3	0	0
Beroepen		Wedding- & event-planner; Theatermaker, docent, coach; Kraamhulp; Financieel dienstverlener; Verkoper/winkelier; Chauffeur en beveiliging; Projectmanager onderwijs (coach en trainer).	Jurist; Verkoper/winkelier; Taxichauffeur; Exploitant fysiopraktijk en taxichauffeur; Energieverkoper/adviseur; Eigenaar wasserette; Vrachtwagenchauffeur groothandel.	Coördinator buurthuis/activiteitenbegeleider; Belasting-administrateur; Taxichauffeur; Webshop- en websitebouwer (ICT'er); Post- en pakketbezorger; Taxichauffeur.

3 Redenen om als zzp'er te werken

De groepsinterviews zijn gestart met een algemene introductie over het werk als zzp'er. Er werd onder andere stil gestaan bij de reden waarom mensen zzp'er zijn geworden. Deze vraag is gesteld om te achterhalen of de respondenten zzp'er zijn geworden omdat zij in loondienst discriminatie ervoeren. In het verlengde hiervan is er ook gevraagd welke voor- en nadelen ze ervaren, en of ze eventueel zouden overwegen om terug te keren in loondienst.

3.1 VOORNAAMSTE REDENEN OM ZZP'ER TE WORDEN

De meeste respondenten zeggen bewust zzp'er te zijn geworden. Meestal hebben zij daar in het begin van hun carrière voor gekozen, soms op een later moment. In de gesprekken kwamen uiteenlopende redenen naar voren, grofweg onder te verdelen in de volgende drie categorieën:

- *Ondernemers pur sang*: Enkele respondenten zijn zzp'er geworden omdat ze willen ondernemen. Sommige hebben dit al van huis uit meegekregen. Hun ouders of familieleden waren ook ondernemer, en ze zien voor zichzelf een vergelijkbare toekomst. Daarnaast zijn er respondenten die spanning en uitdaging ervaren als zzp'er die zij niet kunnen vinden in loondienst.

"Mate van druk om je constant te verbeteren, dat vind ik een positieve uitdaging."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

- *Zzp'er vanwege de voordelen*: De meeste respondenten kiezen (onder andere) om als zzp'er te werken omdat het hun een aantal voordelen oplevert. Met name vrijheid en financiële winst zijn veelgehoorde redenen om als zzp'er te werken. Een aantal respondenten geeft bijvoorbeeld aan iets te willen doen naast het gezin of de studie, maar wil hierbij wel voldoende flexibiliteit behouden. Als zzp'er is dit voor hen goed mogelijk.

"Voor mij gaat het om de vrijheid dat ik zelf bepaald hoeveel ik werk en wanneer ik thuis ben."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

- *Zzp'er door omstandigheden*: Enkele respondenten geven aan te zijn gevraagd om een opdracht te doen als zzp'er in plaats van in loondienst. Andere zagen binnen het bedrijf waar ze in loondienst werkten, betere (financiële) kansen als zzp'er. Een aantal respondenten, ongeveer een kwart, gaf expliciet aan zzp'er te zijn geworden omdat zij het gevoel hadden in loondienst niet verder te kunnen komen. Een van hen werd duidelijk verteld dat er door hun migratieachtergrond geen doorgroeimogelijkheden waren.

"Bij werkgevers heb ik het [ervaren discriminatie] wel meegemaakt rondom de sinterklaasperiode. Er werd gedreigd dat ik niet verder zou doorgroeien. Dit heb ik gemeld bij het Meldpunt Discriminatie. In overleg dingen besloten we om met verschillende dingen over discriminatie naar de OR en zijn baas te gaan. Mijn baas is op het matje geroepen door zijn baas. Ik weet dat mijn kansen op doorgroei wel echt verkeken waren [en ben] dus uiteindelijk vertrokken."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

Bij andere respondenten lukte het niet om carrière te maken en ontbraken er rolmodellen die daar wel in geslaagd waren om door te groeien.

"Wat ik voel is: het bedrijf is wit, met name de leiding. Ik heb ook mijn opleiding gedaan, waarom zit ik niet op dat niveau? Of dat ik kan zien dat het voor mij ook een realistisch perspectief is."

(Turks-Nederlandse respondent)

Eén respondent gaf aan zo vaak afgewezen te zijn dat hij ervoor heeft gekozen om als zzp'er aan de slag te gaan. De druppel die de emmer deed overlopen was een sollicitatie bij een organisatie waar hij en een vriend met een Nederlandse achtergrond met eenzelfde cv en dezelfde brief hebben gesolliciteerd en hij werd afgewezen en zijn vriend werd aangenomen. De respondenten die als zzp'er zijn gaan werken door omstandigheden, hadden niet per se de ambitie om zzp'er te worden.

"Ik ben erin gerold eigenlijk, door verschillende werkgevers die mij nooit een [vast] contract gaven. Ik kreeg altijd een 0-urencontract. Pas wanneer een bedrijf een [vast] contract moest geven, moest ik weg. Dit heb ik negen jaar volgehouden. Daarom ben ik mijn eigen bedrijf gestart."

(Turks-Nederlandse respondent)

Het is lastig te zeggen voor hoeveel respondenten ervaren discriminatie een rol heeft gespeeld bij het starten als zzp'er. In de gesprekken wordt zichtbaar dat er niet zelden sprake is van een combinatie van push- en pull-factoren. Bepaalde factoren dragen ertoe bij dat iemand niet (meer) in loondienst wil werken, waaronder ervaren discriminatie. En bepaalde factoren dragen ertoe bij dat respondenten graag als zzp'er aan de slag gaan, waaronder het vermijden van discriminatie.

3.2 ERVAREN VOORDELEN VAN HET WERKEN ALS ZZP'ER

Respondenten zijn over het algemeen positief over het werken als zzp'er. Hoewel zij de nadelen wel zien en ervaren, benoemen zij meer positieve dan negatieve factoren. De meest genoemde positieve factoren zijn de vrijheid en de autonomie.

VRIJHEID EN AUTONOMIE

Bijna alle respondenten noemen vrijheid als voordeel van het werken als zzp'er. Vrijheid om de taken uit te voeren op een wijze en een moment die jij wilt. Er is keuzevrijheid in de opdrachten die je doet en met wie wordt samengewerkt. Dit geldt vooral voor wie al langere tijd werkzaam is als zzp'er. Dan ontstaat er ruimte om kritischer te zijn in de opdrachten die je aanneemt (zie ook hoofdstuk 4). Als zzp'er ben je flexibel, een aantal respondenten geeft aan dat ze werk en gezin beter kunnen combineren. Bijvoorbeeld door in de avond te werken, waardoor zij overdag tijd hebben om er voor de kinderen te zijn. Dit speelde vooral bij vrouwelijke zzp'ers.

"Als ik bij mijn zoontje wil zijn, als mijn moeder of oma niet op kunnen passen, dan kan ik gewoon bij mijn zoontje zijn."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

Als zzp'er bezit je de vrijheid om zelf werk- en vakantietijden te bepalen. Wanneer je thuis bent, wanneer je werkt, wanneer je op vakantie gaat en hoe lang. Tegelijkertijd wordt er ook benoemd dat je als zzp'er vaak 24 uur per dag bezig bent met werk en weinig rust kunt nemen (zie ook paragraaf 3.3).

Autonomie bestaat voor respondenten ook uit het ontbreken van een baas. Er is geen leidinggeven die "in je nek hijgt". Een aantal respondenten geeft aan er moeite mee te hebben dat er iemand boven hen staat,

bepaalde werktijden verwacht, of bepaalt welk soort opdrachten ze moeten doen. Het werken als zzp'er zorgt ervoor dat je niet afhankelijk bent van anderen. Je kunt zelf bepalen hoe lang je betrokken bent, je hoeft niet onnodig aanwezig te zijn bij vergaderingen en je bent alleen verantwoordelijk voor jezelf.

Deze vrijheden worden later in het gesprek ook benoemd als mogelijkheid om ervaren discriminatie te vermijden. Wanneer je de ruimte hebt om opdrachten te weigeren en geen baas hebt die bepaalt wat je doet of met wie je moet samenwerken, wordt het mogelijk om potentieel discriminerende situaties te ontlopen. Zzp'ers kunnen bijvoorbeeld kiezen met wie ze werken, en klanten weten met wie ze in zee gaan. Hierdoor komen ze niet of minder in aanraking met mensen die bewust of onbewust negatief staan tegenover Nederlanders met een migratieachtergrond.

"Terwijl mijn klanten al bewust voor mij kiezen. De mensen die al discrimineren zullen niet bij mij komen. Op loondienst moet je al naar iemand toe gaan. Heb je geen keuze. Je kunt er niet van vluchten. Want je moet toch je salaris krijgen."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

PERSOONLIJKE ONTWIKKELING

In elk van de drie groepen benadrukken respondenten de kansen die het werken als zzp'er biedt voor hun persoonlijke ontwikkeling. Je wordt gedwongen alles zelf te doen, van marketing tot verkoop en administratie. Je doet alles wat erbij komt kijken. Het ondernemerschap ontwikkelt zich hierdoor verloopt de persoonlijke ontwikkeling sneller. Verschillende respondenten laten ook zien dat ze continu drang hebben om zichzelf te verbeteren om verder te komen en beter te worden. In de gesprekken komt meerdere keren naar voren dat er in loondienst een glazen plafond werd ervaren. In de top werken volgens de respondenten enkel mensen met een Nederlandse achtergrond, en promoties werden in enkele gevallen impliciet of expliciet tegengehouden. Als zzp'er heb je minder te maken met een glazen plafond, er is geen maximum aan wat je zou kunnen bereiken.

"Doorgroeimogelijkheden als zzp'er zijn veel groter. In een bedrijf in loondienst kom je daar veel moeilijker. Als Turkse Nederlander had ik niet het idee dat ik daar kan komen, terwijl als zzp'er zie ik die mogelijkheden wel."

(Turks-Nederlandse respondent)

FINANCIËN

In alle drie de groepsgesprekken wordt er ook gesproken over de financiële voordelen van het werken als zzp'er. Hoewel de risico's groter zijn (zie ook paragraaf 3.3), is de mogelijke winst ook groter. In alle drie de groepen zijn er ondernemers aanwezig die aangeven dat het verschil tussen wat zij kunnen verdienen in loondienst en wat zij nu verdienen als ondernemer, zeer groot is. Dit komt onder meer doordat je als zzp'er je eigen tarief kunt bepalen, of erover kunt onderhandelen. Bovendien is het voor sommige ondernemers mogelijk om veel geld te verdienen in weinig tijd. Daarnaast hebben ze als zzp'er belastingvoordeel. Twee zzp'ers benoemen ook andere beloningen die zij krijgen door het werken als zzp'er. De waardering voor hun werk is beter zichtbaar: als je (opnieuw) wordt ingehuurd, dan doe je je werk dus goed. Daarnaast werk je op projectbasis, waardoor je klussen ook kunt afronden. Dit brengt een zekere voldoening met zich mee. In het gesprek met de Marokkaans-Nederlandse zzp'ers kwam dit onderwerp nadrukkelijker naar voren dan in de andere groepen.

"Je verdient veel geld in een relatief korte tijd."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

3.3 ERVAREN NADELEN VAN HET WERKEN ALS ZZP'ER

De vrijheid, financiële winst en ruimte voor persoonlijke ontwikkeling heeft voor de respondenten ook een keerzijde. Met name de onzekerheid die het ondernemen met zich meebrengt, en de administratieve verplichtingen zijn volgens de respondenten nadelen van het werken als zzp'er.

ONZEKERHEID

Als zzp'er ben je afhankelijk van de opdrachten die je binnenhaalt. Als er geen opdracht of werk is, dan is er geen vangnet. Alle drie groepen noemen het continu jagen op opdrachten. Je moet overal zelf achteraan en bent constant bezig met het werven van klanten. Sommige ondernemers hebben met veel concurrentie te maken. Dit alles zorgt ervoor dat respondenten het idee hebben soms 24 uur per dag met hun werk bezig te moeten zijn. Als het een keer minder gaat, kun je niet bij de pakken neer gaan zitten. Want wanneer een zzp'er niet werkt, komt er ook geen geld binnen. Dit zorgt bij sommige ondernemers voor psychische druk.

Voor alles moet je als zzp'er een buffer opbouwen of een verzekering afsluiten: voor een gebrek aan opdrachten, maar ook bijvoorbeeld voor ziekte, vakantie of pensioen. Want vergoeding bij ziekteverzuim, vakantie-uren of pensioenopbouw zijn niet vanzelf geregeld. Een aantal van de respondenten heeft daarom ook nog langere tijd in loondienst gewerkt, naast hun werk als zzp'er.

"Heeft lang geduurd voor dit werk voltijd kon, lang nog daarnaast in loondienst gewerkt."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

ADMINISTRATIE

Zoals reeds benadrukt doe je als zzp'er alles zelf, dus ook de administratie. Veel respondenten noemen dit als nadeel. Ze zijn bijvoorbeeld verplicht om iedere drie maanden boekhouding door te geven aan de belastingdienst. Als er klanten zijn die niet betalen, dan moet je een incassobureau inhuren. Eén respondent geeft aan dat ze dit soms niet doet omdat het inhuren en inzetten van een incassobureau meer tijd en geld kost dan de rekening gewoon laten vervallen.

"Zelf je boekhouding, zelf klanten regelen, je moet overal achteraan, als zzp moet je alles zelf regelen."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

GEEN COLLEGA'S

Het allemaal zelf doen heeft als keerzijde dat je als zzp'er geen collega's hebt. Het missen van collega's heeft zowel een praktisch als sociaal aspect. In praktisch opzicht is het handig om collega's te hebben om te kunnen 'sparren' of kennis van elkaar te benutten. Het inhuren van extra 'kennis/ menskracht' is voor zzp'ers vaak een kostbare aangelegenheid, aldus een van de respondenten.

Naast de praktische zijde zit er voor sommige respondenten ook een sociaal aspect aan het hebben van collega's. Deze respondenten geven aan dat ze bijvoorbeeld een praatje over het weekend missen. Een oplossing die sommige zzp'ers hiervoor zien, is het werken in een co-workspace.

"Ik miste collega's om mij heen, het sparren en even praten over hoe je weekend was. Dus op een gegeven moment heb ik mijzelf op een werkplek ingeschreven. Maar in het begin kun je zulke dingen niet betalen."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

3.4 LOONDIENTST OF ZZP?

Op de vraag of respondenten weer terug zouden willen keren naar loondienst, is de respons wisselend. Het juiste loon en goede secundaire voorwaarden zouden voor sommige respondenten reden zijn om terug te keren. De zekerheid die dat zou geven en de vaste werktijden zijn hiervoor de voornaamste redenen. De meeste respondenten zien zichzelf echter niet terugkeren naar loondienst, omdat ze bewust hebben gekozen voor een carrière als ondernemer en/of al zo lang als zzp'er werken dat ze zichzelf niet meer in loondienst zien werken. Voor andere respondenten, die zichzelf in eerste instantie gedwongen voelden om als zzp'er aan de slag te gaan, bevalt het nu heel goed.

In de groep met Surinaams-Nederlandse respondenten wordt een positieve balans ervaren, waardoor ze niet zouden stoppen als zzp'er (tenzij het loon en de voorwaarden heel goed zouden zijn). Eén respondent geeft aan dat hij wel even getwijfeld heeft over zijn zzp-status toen hij een kindje kreeg. Zijn partner is ook zzp'er, en in verband met het kindje was de zekerheid van loondienst prettig geweest. Maar zijn passie ligt bij het zzp'-zijn, dat je zelf iets bedenkt, zelf waarde geeft en dat het dan echt wordt.

In de groep met Turks-Nederlandse respondenten gaf er slechts één respondent aan graag in loondienst te willen treden (en hij heeft ook een baan in het vooruitzicht na zijn studie). Volgens hem heeft hij binnen zijn sector (ICT) meer rompslomp als zzp'er, en meer voordelen wanneer hij in loondienst gaat.

Opvallend was de positie en respons van de Marokkaans-Nederlandse vrouwen. Zij wilden alle drie als zzp'er blijven werken, maar benoemden allen dat de risico's voor hen ook anders zijn. Zij zijn niet afhankelijk van hun inkomen voor het levensonderhoud van hun gezin. Daar zijn ouders of partner verantwoordelijk voor. Wat zij verdienen als zzp'er wordt gezien als een financieel extraatje of een manier om bezig te zijn. Zij zagen daarom geen van allen een reden om in loondienst te gaan.

3.5 SAMENVATTING EN CONCLUSIE

De redenen om zzp'er te worden zijn zeer divers. De belangrijkste drie redenen die genoemd zijn, waren: ondernemers pur sang, voordelen aan het ondernemerschap en door omstandigheden zoals ervaren discriminatie. Bij het wel of niet kiezen voor ondernemerschap spelen verschillende factoren een rol. Hoeveel zzp'ers daadwerkelijk discriminatie ervaren en benoemen, is lastig te zeggen. Vaak hangt de keuze om zzp'er te worden samen met een aantal push- (afstoten) en pull- (aantrekking) factoren. Voorbeelden van genoemde push-factoren zijn: ervaren discriminatie, gebrek aan doorgroeimogelijkheden, kleine contracten en geen kans op contractverlenging. Als pull-factoren zijn genoemd: betere financiële kansen, vrijheid en het combineren van werk en een gezin. Deze en andere factoren/omstandigheden samen bepalen of iemand zzp'er wordt. Ervaren discriminatie speelt daar ook een rol bij.

Over het algemeen wegen de voordelen van het zzp'-zijn op tegen de nadelen. Als voordelen worden genoemd: vrijheid en autonomie, persoonlijke ontwikkelen en financiën. De nadelen zijn volgens de respondenten onzekerheid, administratie en het missen van collega's. Het merendeel van de respondenten zou er niet voor kiezen om terug te gaan in loondienst, alleen bij heel gunstige voorwaarden.

Veel respondenten hebben in loondienst te maken gehad met ervaren discriminatie, of met negatieve beeldvorming over hun migratieachtergrond. Dat had invloed op hun beslissing om zzp'er te worden. Enkele zzp'ers gaven aan vooral discriminatie te hebben ervaren in de snelheid van hun doorgroeimogelijkheden. Een voordeel van zzp'er-zijn is de vrijheid om opdrachten te weigeren. Deze vrijheid werd door iets meer dan een kwart van de respondenten gebruikt om potentiële discriminatie te voorkomen.



4 Werving van nieuwe opdrachten

Het werven van nieuwe opdrachten kan op verschillende manieren gebeuren. In 2017 haalden de meeste zzp'ers opdrachten of klanten binnen via het directe netwerk (72,8%). Hierop volgend kwamen opdrachten en/of klanten binnen via eerdere of huidige klanten (69,4%). De minste klanten werden binnengehaald via digitale platforms zoals freelance.nl en werkspot.nl (5,2%). Andere manieren om klanten/opdrachten binnen te halen waren: via de eigen website (39,2%), via andere zelfstandigen (37,7%), via social media (24,6%), via advertenties op internet of andere media (13,1%), via netwerkbijeenkomsten (8,9%) of anders (8,2%) (Lautenbach, Van der Torre, De Vroome, Janssen, Wouters & Van den Bossche, 2017). Om te achterhalen of de respondenten te maken hebben gehad met discriminatie tijdens het werven van opdrachten, is er tijdens de groepsinterviews gevraagd hoe de verschillende groepen zzp'ers aan opdrachten of klanten komen.

4.1 VERSCHIL TUSSEN SECTOREN

De sector waarin iemand werkt, is mede bepalend voor de wijze waarop klussen worden geworven en hoeveel contact er met een (potentiële) klant is, en dus de kans op eventueel discriminerend gedrag. Respondenten die bijvoorbeeld werken in de taxibranche of in de pakketbezorging, hebben doorgaans vluchtige contacten met klanten. Zij merken eventuele discriminerende opmerkingen niet op, of negeren vervelende opmerkingen over hun migratieachtergrond omdat het heel vluchtig contact is. Zeven van de 21 respondenten zijn (onder andere) werkzaam in een van deze sectoren.

"Soms heb ik geen flauw idee wie er in mijn auto in- en uitstappen. Meestal zijn het toeristen, mensen die van A naar B willen. Ik stop bij een ophaalplaats, mensen stappen in, zeg hallo als ze instappen en goedenavond als ze uitstappen."

(Turks-Nederlandse respondent)

Respondenten geven aan dat discriminerende of denigrerende opmerkingen over de migratieachtergrond van de zzp'er voor kunnen komen in dit soort werk, bijvoorbeeld bij een taxirit of tijdens de bezorging van een pakket, maar dat lijkt minder het geval te zijn bij het werven van opdrachten. Zzp'ers zoals taxichauffeurs en pakketbezorgers zijn afhankelijk in de werving van opdrachten van ophaalplaatsen, app-groepen, hotels die hen opbellen of bijvoorbeeld van bedrijven waarvoor pakketjes bezorgd moeten worden.

De respondenten die in een andere branche werken, hebben in enkele gevallen minder met discriminatie te maken, om verschillende redenen. Zo geven de respondenten die eigenaar zijn van een winkel of horecagelegenheden bijvoorbeeld aan dat klanten in eerste instantie voor een product of dienst komen. Ze willen bijvoorbeeld hun kleren laten reinigen, of een hapje eten. Volgens de respondenten letten klanten in die gevallen minder op wie de eigenaar is. De respondenten die in de ICT werken, geven aan dat er in hun sector zoveel diversiteit aanwezig is, dat mensen het doorgaans normaal vinden dat ze iemand met een andere achtergrond voor hun neus hebben. Respondenten die vooral contacten hebben via mail en telefoon, hebben in eerste instantie ook weinig last van discriminatie. Mocht er een 'real life'-ontmoeting zijn met een klant, dan kan die wel verbaasd reageren op het feit dat iemand een migratieachtergrond heeft. In enkele gevallen wordt het hebben van een migratieachtergrond als pluspunt gezien. Zo werkt een Surinaams-Nederlandse respondent als weddingplanner voor stellen met een migratieachtergrond en werkt een Turks-Nederlandse vrouw in buurthuizen waarbij Turkse taalvaardigheid een vereiste is.

"Via via zoeken ze dan iemand die Turks en Nederlands goed spreekt. En dat blijkt dan lastig te zijn in de sector waar ik werk. Zo ben ik erin gerold."

(Turks-Nederlandse respondent)

4.2 HET BELANG VAN EEN GOED NETWERK EN MOND-TOT-MONDRECLAME

Bijna alle respondenten benoemen het belang van een goed netwerk. Veel respondenten zijn met hun werk als zzp'er gestart vanuit hun eigen netwerk. Hun eerste klanten waren mensen die zij persoonlijk kenden of via bekenden.

"Vanuit je netwerk zijn mijn eerste klanten gekomen, website gemaakt, veel trouwbeurzen, daar vind je je een-op-eencontact. Toen had ik mijn naam gevestigd en zo krijg je dan ook je klanten. Nu is social media, Facebook, Instagram, website heel belangrijk."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

Sommige zzp'ers maken gebruik van app-groepen voor potentiële klanten of om vervanging te zoeken als ze een klus niet zelf kunnen oppakken. Dit is met name het geval bij respondenten die in de taxibranche werken.

Het werken vanuit het eigen netwerk is een manier om ervaren discriminatie en vooroordelen te vermijden. Veel klanten zijn in zo'n geval al bekend met de zzp'er en kiezen bewust voor iemand.

"Als zzp'er bouw je het eigen netwerk op, de mensen die heel racistisch zijn komen niet bij jou. Als je in loondienst bent, dan heb je daar meer mee te maken. Je kunt er dan niet voor vluchten, omdat je anders geen salaris krijgt."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

Een andere respondent geeft aan dat het ook uitmaakt of je bijvoorbeeld Mohammed heet. Dat zorgt voor een onzichtbare selectie, waardoor de kans op ervaren discriminatie vermindert.

Voor enkele respondenten betekent het werken vanuit het eigen netwerk in de praktijk dat hun klanten veelal ook een migratieachtergrond hebben.

"Meestal eigenaren van mkb-bedrijven, van sportverenigingen tot administratieve kantoren, groenteboeren, slagers. 80% zijn Turkse Nederlanders, soms ook Marokkaanse Nederlanders. Er zitten weinig mensen met een Nederlandse achtergrond bij. Alleen maar via mijn eigen netwerk."

(Turks-Nederlandse respondent)

Als je eenmaal van start bent gegaan als zzp'er, is het belangrijk om goed werk te leveren. Respondenten in alle drie groepen benadrukken de invloed van mond-tot-mondreclame. Een Surinaams-Nederlandse respondent geeft bijvoorbeeld aan dat mond-tot-mondreclame voor meer klanten gezorgd heeft doordat hij goed werk had afgeleverd. Een andere Turks-Nederlandse respondent geeft aan dat het beter werkt om via referenties binnen te komen bij klanten, dan zonder referenties. Het is wel hard werken om ervoor te zorgen dat er goede referenties zijn, een van de respondenten geeft aan dat zijn Marokkaanse migratieachtergrond hierin een extra belemmerende rol speelt.

"Je moet harder werken om hetzelfde werk binnen te halen. Mensen met een migratieachtergrond starten op -1. Je moet dubbel je best doen, uiteindelijk als je dat genoeg doet, dan levert dit je via mond-tot-mond meer op."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

4.3 KOUDE ACQUISITIE

Sommige respondenten kunnen niet (alleen) vertrouwen op hun netwerk en goede mond-tot-mondreclame, maar moeten ook actief nieuwe opdrachten werven bij mensen en organisaties waar zij geen verdere contacten mee hebben. De respondenten die hiermee te maken hebben, geven aan dat hier wel een risico ligt voor discriminatie.

Gespreksleider:

"Heb je het idee dat bepaalde groepen meer met discriminatie te maken hebben dan andere?"

Respondent:

"Ik denk sales, pakketbezorgers, bouwvakkers. Koude acquisitie is echt lastiger met een migratieachtergrond."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

Tijdens het werven van opdrachten ervaren sommige respondenten wel degelijk discriminatie.

"Maar bij sommige mensen kom je er gewoon niet tussen. Laatst was ik bij een klant – 1,5 uur gereden, 1 uur in gesprek – gewoon onder het bedrag gaan zitten wat ze op dit moment betalen. Toch zeiden ze nee. Ondanks al mijn harde getrek. Begon al bij aankomst, dat me geen drinken werd aangeboden. Gebruik van bepaalde toonhoogte. De collega met een Nederlandse achtergrond ging er naderhand heen en kreeg de opdracht wel. (...) Als zo iemand je niets gunt dan kun je hoog of laag springen."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

Een paar respondenten lossen dit op door de werving (en soms ook deels de uitvoering) telefonisch te doen. Potentiële klanten kunnen dan niet afgaan op uiterlijk of bijvoorbeeld het dragen van een hoofddoek.

"Telefonisch gaat het makkelijker – als je bij degene over de vloer komt, dan komt het voor dat iemand totaal geen gesprek wil aangaan met iemand zoals ik. Ik stap er met goed verstand in, ik wil het geen racisme noemen maar eigenlijk..."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

"Ik doe de verkoop telefonisch – ze onthouden mijn naam niet, ze zullen beoordelen op accent [dat de betreffende respondent niet heeft], daardoor hebben mensen wellicht niet door dat het gaat om een juriste met een migratieachtergrond."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

4.4 SAMENVATTING EN CONCLUSIE

De werving van opdrachten gaat bij respondenten met name via hun directe netwerken en mond-tot-mondreclame. Dit komt doordat de zzp'ers primair klanten werven via mensen die zij kennen. Hierdoor worden er (deels) mensen uitgesloten die potentieel discriminerende opmerkingen kunnen maken. Het kan zo zijn dat er wel degelijk sprake is van discriminatie door mensen die ervoor kiezen om geen contact

op te nemen met de betreffende zzp'ers vanwege hun naam of achtergrond, ook na goede mond-tot-mondreclame. Maar dit is voor de ondernemers in kwestie niet zichtbaar.

Sommige respondenten lijken bij de werving van opdrachten wel discriminatie te ervaren. Dat gebeurt met name in de taxibranche of in de pakketbezorging. Maar de meeste mensen stappen toch wel in de taxi, en nemen pakketjes gewoon aan. Enkele respondenten ervaren ook dat zij door hun migratieachtergrond extra hard moeten werken en zich extra moeten bewijzen om klanten binnen te halen. Bij koude acquisitie en in branches waar veel (vluchtig) klantcontact is, hebben zzp'ers eerder met (ervaren) discriminatie te maken. Om ervaren discriminatie te voorkomen, zetten zij soms bewust bepaalde strategieën in, zoals telefonische contact.

Tot slot is er een groep die gelooft in de werving van klanten minder met discriminatie geconfronteerd te worden door de aard van hun onderneming. Hun klanten hebben de zzp'er simpelweg nodig, willen iets eten, hebben hulp nodig bij rugklachten of willen graag hun kleding gereinigd hebben.

De zzp'ers in dit onderzoek ervaren soms discriminatie tijdens het werven van klanten en/of opdrachten.. Een derde van de respondenten heeft te maken met vervelende (discriminerende) opmerkingen.

5 Uitvoering van opdrachten

In dit hoofdstuk bespreken we in hoeverre de respondenten te maken hebben gehad met discriminatie tijdens het uitvoeren van opdrachten. Er is eerst gevraagd of de respondenten tegen belemmeringen aan liepen tijdens het uitvoeren van opdrachten. Vervolgens is er specifiek gevraagd naar vooroordelen en stereotypen en de rol van hun migratieachtergrond in het uitvoeren van opdrachten. Het verschilde per groep in hoeverre men daar in eerste instantie over wilde praten. Het leek erop dat veel van de respondenten zich niet bewust waren van mogelijke vooroordelen of stereotypen. Daarnaast vonden sommige respondenten dat het een keuze is of je gediscrimineerd wordt. Zoals een van de respondenten aangaf: het gaat erom hoe je ermee omgaat. In alle drie de groepen gaven respondenten aan tijdens hun werk discriminatie te ervaren. Dat uit zich vooral in negatieve en beledigende opmerkingen over de migratieachtergrond of komt voort uit onwetendheid van mensen met een Nederlandse achtergrond. De groep met Surinaamse Nederlanders leek zich meer bewust van hun positie in de samenleving en de discriminatie die zij tegenkomen dan de andere groepen. In alle drie de groepen kwam het gesprek desgevraagd op gang over vooroordelen, stereotypen en discriminatie-ervaringen waar respondenten mee te maken kregen tijdens de uitvoering van hun eigen werk.

"We hebben een soort van achterstandspositie als niet-witte mensen, omdat we niet van het Europese vasteland komen."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

5.1 MIGRATIEACHTERGROND EN UITERLIJK

In alle drie de groepen zijn er respondenten die te maken hebben gehad met vooroordelen en stereotypen gericht op hun achtergrond en/of uiterlijk. In een aantal voorbeelden hangen deze twee aspecten nauw met elkaar samen, daarom is ervoor gekozen om ze in deze paragraaf samen te beschrijven. De voorbeelden laten onder meer zien, dat mensen op basis van het uiterlijk conclusies trekken over iemands migratieachtergrond. En op basis daarvan denken vanuit vooroordelen of stereotypen. Ervaren discriminatie kwam wel aan de orde, maar werd door de meeste respondenten weggezet als negatieve opmerkingen over hun achtergrond, en werd niet als ervaren discriminatie benoemd.

"...mensen kijken bijvoorbeeld heel erg naar mijn baard. Zo zijn er mensen die het pakketje eerst voor mijn ogen uit willen pakken, mensen die zeggen: het is geen bom hè? Van die radicale opmerkingen. Vooral als ik mijn baard laat staan. Als ik geschoren ben, is er niets aan de hand."

(Turks-Nederlandse respondent)

Stereotypische beelden worden door sommige klanten ook hardop uitgesproken:

"Ik doe ook gedeelde ritten. Het eerste vrouwtje doet er heel lang over met de rollator, waardoor je laat bij de tweede bent. En dan zegt de tweede: oh dat dacht ik al, Marokkanen zijn altijd te laat."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

Een Surinaams-Nederlandse respondent vertelt dat mensen soms denken dat hij niet uit Nederland komt. Het gaat volgens hem dan niet zozeer over discriminatie, maar over de onwetendheid van witte mensen.

"voordeel dat wij gewoon Nederlands spreken zonder accent. Ik laat ook altijd weten: ik ben hier ook opgegroeid, hier ook naar school geweest."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

Een Marokkaans-Nederlandse respondent vertelt hoe mensen hem soms aanspreken als representant van alle Marokkaanse Nederlanders. Met name wanneer er in de media aandacht wordt besteed aan Marokkaanse Nederlanders. Hij beschrijft dat hij op zo'n moment niet als persoon om zijn mening wordt gevraagd, maar als Marokkaan.

"Als er iets gebeurt in het nieuws met bijvoorbeeld een Nederlandse Marokkaan, dan ben jij ineens de expert: 'Hoe vind jij het dat dit gebeurt?'"

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

Enkele respondenten spreken ook over de onwetendheid van Nederlanders zonder migratieachtergrond. Zij ervaren een gebrek aan kennis over de herkomst van verschillende groepen in Nederland, welke rol Nederland hier zelf in heeft gespeeld en hoe belangrijk nuances hierin kunnen zijn.

"Iemand die binnenkomt vraagt: wat is je achtergrond? Ik zeg: Surinaams. En dan zeggen ze: oh dan ben je zeker half. Ze snappen niet dat er verschillende groepen zijn. (...) Ik loop tegen de onwetendheid aan dat mensen niet snappen dat er verschillende groepen zijn."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

5.2 GELOOF

Naast migratieachtergrond is geloof een belangrijke factor waar opmerkingen over gemaakt worden. Soms is er sprake van onwetendheid. Mensen stellen bijvoorbeeld vragen over de ramadan en of iemand wel of niet mag drinken. Eén respondent geeft aan dat hij hier ieder jaar weer mee te maken krijgt, en het idee heeft dat mensen dit soms gewoon expres doen. Een andere respondent geeft aan dat de ramadan een periode is waarin zij met beledigende opmerkingen te maken krijgt.

"Met zorgvervoer heb je soms best lastige klanten – je weet nooit of het iemand met een beperking is of een racist, maar je maakt wel veel dingen mee. Tijdens de ramadan krijg je veel opmerkingen daarover. Ik had laatst een oude man: 'Ben je aan het vasten, oh ik niet. Ik ga straks naar huis om varkensschnitzel te eten met een wijntje erbij.' Ik snap niet waar is dit voor nodig. Hij zegt dit gewoon expres. Zulke opmerkingen krijg je."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

Eén Surinaams-Nederlandse respondent merkt dat mensen haar beoordelen op wat ze gelooft. Wanneer daarnaar gevraagd wordt, dan is dit voor haar een harde grens en wijst zij klanten af.

"Wordt direct gevraagd: jij moslim of christen? Dan hebben we een probleem. Ik kom in alle gezinnen, maar ga me niet vragen wat ik ben, want ik kom vanuit liefde en plezier bij je helpen, niet vanuit geloof. Dan ben ik ook weg."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

5.3 COMPETENTIE EN LEEFTIJD

Op verschillende momenten in het gesprek, in alle drie de groepen, komt de achterstandspositie ter sprake die mensen met een migratieachtergrond hebben in de Nederlandse samenleving. Soms uit dit zich in kansen die mensen niet krijgen, soms moeten zij meer kunnen of laten zien om vergelijkbare resultaten te krijgen als mensen met een Nederlandse achtergrond.

"Met een migratieachtergrond moet je jezelf altijd dubbel en dwars bewijzen."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

Een deel van de vooroordelen waar respondenten mee te maken krijgen, is gebaseerd op denkbeelden over hun competentie en intelligentie. Sommige vooroordelen zijn gebaseerd op leeftijd, maar vaak ook op huidskleur of afkomst. Meerdere respondenten die in het onderwijs werken, merkten bijvoorbeeld dat leerlingen soms denigrerend naar hen deden, of dat ze hen per definitie dom noemden om hun huidskleur. Een ander voorbeeld dat genoemd werd ging meer over kennis en competenties.

"Ik moest een test doen, en de vraag was: Er zijn er meerdere hoogopgeleide mensen, hoe zou je jezelf voorstellen als je met iemand zit die hoger opgeleid is? Hoe spreek je die aan, hoe is je taalvaardigheid? Ik probeer dan het tegenovergestelde te doen en tegendeel te bewijzen. Zodat de vooroordelen over taal en dat ik lager opgeleid zou zijn niet kloppen."

(Turks-Nederlandse respondent)

5.4 ONGRIJPBAAR

Niet alle discriminatie is duidelijk aan te wijzen. Dit komt naar voren in de groepsinterviews. Er worden voorbeelden aangehaald waarbij respondenten beschrijven hoe sfeer, toon of houding een rol spelen in discriminatie. Ook hierbij gaat het over ervaren discriminatie.

"Ik heb het wel meegemaakt, dan merk je wel: er hangt een sfeer in de lucht, of een gevoel dat je wordt gepasseerd."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

Hier zit volgens respondenten ook de moeilijkheid. Het zijn geen feiten die benoemd kunnen worden of waar bijvoorbeeld een klacht over ingediend kan worden, maar ze voelen zich wel achtergesteld. Het gebeurt volgens een van de respondenten ook vaak achter hun rug om, waardoor zij zelf ook achterdochtiger worden naar mensen zonder migratieachtergrond.

"Meestal zijn het mensen die het achter je rug doen, face-to-face merk je het niet altijd. Misschien doet hij wel een opmerking op zijn computer. In je gezicht lachen ze gewoon, maar achter je rug... Je wordt er wel achterdochtig van."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

5.5 SAMENVATTING EN CONCLUSIE

Respondenten in alle drie de groepen hebben te maken met stereotypen (negatieve beeldvorming), vooroordelen en soms ook discriminatie tijdens het uitvoeren van hun werk. Dit richt zich op een aantal zaken. Zo maken mensen assumpties over iemand op basis van hun migratieachtergrond en uiterlijk, worden er opmerkingen gemaakt ten aanzien van geloof en de gebruiken van geloof, en doen mensen aannames

over iemands competentie. Discriminatie wordt soms ervaren, maar is vaak ongrijpbaar. Dit maakt het lastig te herkennen en te benoemen. Ook respondenten zelf lijken hier in gesprek met de onderzoeker last van te hebben. Zo geven een paar respondenten aan dat je gediscrimineerd voelen, afhangt van of je het zelf interpreteert als discriminatie.

6 Hoe ga je om met (ervaren) discriminatie?

Respondenten beschrijven verschillende manieren om met (ervaren) discriminatie, vooroordelen en stereotypen om te gaan. Soms is dit afhankelijk van het soort discriminatie waar respondenten mee te maken krijgen, maar vaak lijkt dit ook samen te hangen met iemands persoonlijkheid. De verschillende gebruikte strategieën worden in dit hoofdstuk besproken. Sommige respondenten noemden meerdere manieren om met discriminatie om te gaan.

6.1 ACCEPTATIE

Voor sommige respondenten lijken discriminatie, vooroordelen en stereotypen een gegeven. Het is iets dat ze tegenkomen en waar ze mee om moeten gaan. Volgens hen kun je de situatie of het gedrag van een ander maar het best accepteren omdat de ander niet zal veranderen. Deze houding lijkt met name bij de groep Marokkaanse Nederlanders aanwezig te zijn.

Opvallend is dat meerdere respondenten discriminatie wegwuiven als iets wat bij jezelf ligt. Of iemand discriminatie ervaart, ligt bij de persoon die gediscrimineerd wordt. Een dikke huid hebben is daarom belangrijk.

"Eerst waren het de Surinamers, toen de Chinezen, nu blijktbaar wij als Marokkanen. Dat soort dingen moet je voor jezelf uitsluiten, een dikke huid creëren. Natuurlijk doet het pijn en waarom kan het niet anders? Het hele leven is zo in elkaar gestoken. Het probleem ligt bij jezelf, je moet er zelf mee omgaan."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

6.2 WEGLOPEN

Een aantal Marokkaans-Nederlandse respondenten noemt de mogelijkheid om weg te lopen. Ze gebruiken dit als strategie om mogelijke discriminatie te vermijden.

"Je kunt het deels voorkomen – want je hebt zelf meer macht om eventueel ook weg te lopen."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

"... Of je stopt er gewoon mee. Je gaat niet verder met iemand die jou niet met respect behandelt. Als je een klant hebt die heel discriminerend is, die ga ik niet meer helpen."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

In een andere groep wordt ook op deze strategie gereflecteerd, niet iedereen heeft altijd de keuzevrijheid om bij een klant weg te lopen. Soms heeft iemand slechts enkele grote klanten. In de groep Surinaams-Nederlandse respondenten komt ook ter sprake dat je in de opstartfase niet altijd de mogelijkheid hebt om weg te lopen, omdat de klanten nodig zijn.

"In het begin kon ik echt niet kiezen welke klanten ik aannam. Dat ik ook echt wel verrotte klanten had."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

6.3 AANPASSEN

Je aanpassen aan de situatie of aan de mensen die je voor je hebt, is een veelgenoemde strategie. Eigenlijk is geen van de respondenten daar positief over. Een aantal van hen geeft aan dat ze het idee hadden enkel geaccepteerd te worden als ze zich zo 'Hollands' mogelijk voordoen. Het is iets wat ze eigenlijk niet willen doen, maar voor hen wel een manier om discriminatie of beledigende opmerkingen over hun migratieachtergrond te voorkomen.

"Als jij de enige bent en je wilt in de groep passen, dan ga je op je teentjes lopen. (...) Waardoor je je gaat aanpassen."

(Turks-Nederlandse respondent)

Eén respondent vertelt hoe zij zich in eerste instantie wel heeft aangepast, maar dat ze nu zichzelf is in situaties.

"Merk wel dat ik mij in het begin erg aanpaste aan de situatie. Inmiddels ben ik wie ik ben. Nu kan ik gewoon mezelf zijn. Dat is wel een gevolg van als je aangesproken wordt op hoe je eruitziet of hoe je je gedraagt."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

6.4 JEZELF BEWIJZEN

Een strategie die ook wordt omschreven, is harder werken en jezelf bewijzen. Zorgen dat anderen inzien dat je goed bent in wat je doet, of dat je past binnen het plaatje dat een klant zoekt.

"Ik merk wel dat jongeren en volwassenen met een migratieachtergrond net een stapje harder zetten dan mensen met een Nederlandse achtergrond. (...). Want de persoon met een migratieachtergrond zal zeggen: ik loop een stapje harder, ik breng die kast wel even naar binnen, in plaats van de andere verhuizer die zegt: tot de deur."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

6.5 AANSPREKEN EN HET GESPREK AANGAAN

Turks- en Surinaams-Nederlandse respondenten lijken iets feller te zijn in het actief aanspreken van mensen als zij discriminatie ervaren dan Marokkaans-Nederlandse respondenten. Het aanspreken van mensen die discrimineren zorgt ervoor dat ze het gevoel hebben iets tegen de discriminatie te kunnen doen, in plaats van het gewoon te accepteren. Zo gaan deze respondenten het gesprek aan, ze bevragen de persoon die discrimineert en leggen waar nodig de 'geschiedenis' uit. Zoals het slavernijverleden, of de hoe de Turks gemeenschap in Nederland is gekomen.

"Ik ben ergens blij als het gebeurt voor mijn neus. Want dan kan ik het recht gaan zetten bij jongeren. Want dit is blijikbaar wat ze meekrijgen."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

"Ik houd zelf van opbouwende kritiek. Het spreekt mij aan als mensen een bepaalde blik hebben. Daar kan ik in ieder geval iets tegen doen. Ik heb ook een bepaalde mening. Waar komt dat vandaan? Waarom? Dat doet iets met mijn interesse. Ik ga het gesprek aan."

(Turks-Nederlandse respondent)

6.6 STANDPUNT INNEMEN

In het verlengde van het gesprek aangaan of mensen aanspreken, zijn er ook respondenten die beschrijven hoe zij een standpunt innemen. Bijvoorbeeld door niet voor jongeren met een Nederlandse achtergrond te kiezen in hun winkel of zaak alleen omdat klanten dat verwachten.

"Liever een euro minder verdienen maar dat ik iemand stuur die ik goed vind, in plaats van een Hollandse jongen op een Hollandse klant. Ik verkoop mijn principes en cultuur niet."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

Eén respondent beschrijft ook hoe zij (potentiële) discriminatie (negatieve beeldvorming en vooroordelen) juist aangrijpt om bruggen te kunnen bouwen tussen verschillende mensen en verschillende culturen.

"Ik ben dan als weddingplanner bezig om te zorgen dat bepaalde groepen op de juiste plekken terechtkomen. Ik noem het geen discriminatie, maar meer angst. Mensen [Leveranciers] willen zich beperken tot Nederlandse bruiloften. Ik leg uit hoe het zit, en dat er veel geld mee gemoeid is. (...) ik maak me daar heel hard voor. Dat ik die werelden samenbreng. 50% Nederlandse leveranciers en 50% andere afkomst. Ik bouw juist een brug."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

6.7 SAMENVATTING EN CONCLUSIE

Respondenten gaan op veel verschillende manieren om met (potentiële) discriminatie en vooroordelen die zij tegenkomen. Sommige kiezen ervoor om het te accepteren als onderdeel van hun leven, of als risico dat zij nemen op het moment dat ze iemand iets proberen te verkopen. Andere lopen liever weg bij mogelijke klanten als deze zich discriminerend of volgens stereotyperingen en vooroordelen uitlaten. Een aantal respondenten beschrijft de mogelijkheid om zich aan te passen, maar geen van de respondenten lijkt dit een wenselijke optie te vinden. Een aantal respondenten ziet (potentiële) discriminatie of vooroordelen als een uitdaging om zich extra te bewijzen, zodat zij alsnog de opdracht krijgen. Uit meerdere gesprekken blijkt ook dat respondenten het idee hebben vaak harder te moeten lopen dan mensen met een Nederlandse achtergrond. Tot slot kiest een aantal respondenten ervoor om de dialoog aan te gaan, mensen te onderwijzen, of een standpunt in te nemen. De meeste voorbeelden van ervaren discriminatie die de respondenten aandragen, gaan over negatieve beeldvorming, onbekendheid, of ongemak bij mensen met een Nederlandse achtergrond.

7 De invloed van (social) media

Tijdens de groepsinterviews kwam in alle drie de groepen de invloed van media aan de orde. Er werd niet expliciet naar gevraagd, maar alle respondenten gaven aan dat (social) media een grote rol spelen in de beeldvorming van Nederlanders met een migratieachtergrond. De beeldvorming rondom deze groepen is vaak negatief en jaagt zo discriminerend gedrag aan.

Een mogelijke oplossing om discriminatie tegen te gaan, is het aanpakken negatieve berichtgeving die niet klopt. Daarnaast vinden de respondenten dat er meer positieve berichten tegenover de negatieve berichtgeving moeten staan. Bijvoorbeeld in de vorm van een campagne of meer uitleg over hun cultuur, met een helder beeld van wat de islamitische cultuur inhoudt. Kennis over en ontmoeting met mensen met verschillende culturele achtergronden wordt aanbevolen.

"Mensen [er] bewust van maken dat ze verder moeten kijken dan hun neus lang is. Je hebt van die campagnes, dit zou ook kunnen: 'Geef mensen een kans, ze zijn niet allemaal hetzelfde.' Vooral mensen die buiten de Randstad wonen, die niet veel migranten tegenkomen, die weten alleen de slechte dingen over ons."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

"Begin op social media – met al die discriminerende berichten wordt niets gedaan. Ga de Marokkaanse gemeenschap in het zonnetje zetten. Als ze geld investeren in een heldere weerspiegeling van wat de Marokkaanse/islamitische cultuur is, dan ontstaat er een eerlijker beeld. Die billboards in Alkmaar met uitspraken van de profeet en de mooie dingen in de islam, dat soort dingen geeft een beter beeld van de moslims. Meer genuanceerd en tegenwicht bieden."

(Marokkaans-Nederlandse respondent)

Zichtbaarheid van zzp'ers met een migratieachtergrond vinden de respondenten belangrijk. Door de positieve zichtbaarheid van zzp'ers met een migratieachtergrond kan het beeld van mensen met een migratieachtergrond worden verbeterd.

"Als er meer zzp'ers komen met een migratieachtergrond, dan wordt dit ook duidelijker in de samenleving. Dan zien mensen ook dat wij niet onze handjes ophouden bij de overheid. De media en politiek voeden deze beelden ook."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

De overheid zou ook iets kunnen doen aan de beeldvorming van de verschillende groepen met een migratieachtergrond. Zo zou er binnen het onderwijs meer aandacht kunnen worden gegeven aan het ontstaan van de multiculturele samenleving in Nederland.

"Leg uit op scholen, maakt het vaste prik in de geschiedenislessen over het koloniale verleden. Er zit veel ruis en dat is aan beide kanten. Belangrijk dat daar meer over gesproken wordt. Meer begrijpen waarom er zoveel diversiteit is en er zoveel mensen zijn. De maatschappij zo laten veranderen."

(Surinaams-Nederlandse respondent)

Naast meer kennis over de diversiteit in de samenleving wordt ook de mogelijkheid genoemd van een informatielijn vanuit de overheid, over de verschillende culturen die in Nederland leven. Zo kunnen mensen checken of wat zij in de media hebben gehoord klopt.

"Er moet een vraagpunt zijn voor mensen die vragen hebben over de Koran of de islam. (...) er moet een expert zijn, het liefst een Nederlandse expert, laagdrempelig, makkelijk voor oudere mensen. Ministerie moet dat regelen, neutraliteit is nodig. (...) Ik heb liever dat ze een betere uitleg kunnen krijgen, door bijvoorbeeld een telefoonlijn, e-mailplek, WhatsAppgroep, over hoe het echt zit."
(Turks-Nederlandse respondent)

Een ander punt dat genoemd wordt, is dat de beeldvorming over mensen met een migratieachtergrond kan worden veranderd door ontmoeting te stimuleren.

"Het ontbreekt aan ontmoeting en kennis over elkaar."
(Marokkaans-Nederlandse respondent)

8 Conclusie

In dit onderzoek stonden verschillende onderzoeksvragen centraal. In dit hoofdstuk worden deze vragen beantwoord.

Ervaren zzp'ers met een migratieachtergrond discriminatie bij de werving van opdrachten? Zo ja:

- *Hoe merken zij deze discriminatie op?*
- *Waar is de discriminatie op gericht?*
- *Welke stereotypen en vooroordelen lijken een rol te spelen?*
- *Hoe gaan zij om met (ervaren) discriminatie?(wordt apart beantwoord)*

Respondenten ervaren discriminatie bij het werven van opdrachten, met name in de vorm van negatieve reacties. Het gaat hierbij om beledigende opmerkingen die gericht zijn op het uiterlijk van de respondenten, veronderstelde afkomst of geloofsovertuiging. In een enkel geval lijkt de achtergrond van een respondent de primaire reden dat zij een opdracht niet krijgen. De stereotypen en vooroordelen waar respondenten mee te maken krijgen, zijn vooral gebaseerd op negatieve beeldvorming over verschillende migratiegroepen. Een voorbeeld daarvan is de opvatting dat mensen met een migratieachtergrond altijd te laat zouden zijn. Zzp'ers uit de verschillende bevroegde groepen hebben het gevoel dat zij harder moeten werken om opdrachten binnen te halen dan zzp'ers met een Nederlandse achtergrond. Zij ervaren een soort bewijsdrang, en hebben het gevoel met -1 achter te staan door hun migratieachtergrond. Dit lijkt een breder probleem te zijn dan alleen bij zzp'ers (Andriessen et al., 2012; Nievers, 2007).

EIGEN NETWERK EN HET KIEZEN VAN JE KLANTEN

Zzp'ers kunnen in sommige beroepen kiezen met wie ze samenwerken en met welke klanten ze in zee gaan. Hierdoor vermijden ze mensen die bewust of onbewust negatief tegenover Nederlanders met een migratieachtergrond staan. Doordat klanten de zzp'ers inhuren, kiezen de klanten/opdrachtgevers vaak bewust voor de zzp'ers met hun kwaliteiten. Het kan natuurlijk voorkomen dat klanten bewust niet voor respondenten kiezen om hun migratieachtergrond, maar dit is voor respondenten niet merkbaar. Wel hebben ze het vermoeden dat dit gebeurt. Werving van opdrachten gebeurt vooral in het directe netwerk van de respondenten, of via klanten door mond-tot-mondreclame. Doordat de zzp'ers vooral in hun directe netwerk opdrachten werven, is de kans op discriminatie ook kleiner. De zzp'ers die opdrachten werven bij klanten die zij niet kennen, ervaren meer discriminatie. Vooral als er direct face-to-facecontact is met (potentiële) klanten.

Ervaren zzp'ers met een migratieachtergrond discriminatie bij de uitvoering van opdrachten? Zo ja:

- *Hoe merken zij deze discriminatie op?*
- *Waar is de discriminatie op gericht?*
- *Welke stereotypen en vooroordelen lijken een rol te spelen?*
- *Hoe gaan zij om met (ervaren) discriminatie?(wordt apart beantwoord)*

Tijdens het uitvoeren van opdrachten wordt op verschillende manieren discriminatie ervaren. Verschillende respondenten hebben het gevoel dat zij anders worden behandeld dan mensen met een Nederlandse achtergrond, of hebben te maken met vooroordelen en stereotypen. Bijvoorbeeld dat klanten ervan uitgaan dat zij minder goed Nederlands spreken, of laag opgeleid zijn. De respondenten komen bij de uitvoering van hun werk in aanraking met negatieve en beledigende opmerkingen over hun migratieachtergrond of religie. Negatieve stereotypen worden door klanten soms hardop uitgesproken. Ook worden enkele



respondenten verantwoordelijk gehouden voor een hele bevolkingsgroep, waaruit zij komen of fungeren ze als informatiepunt als er negatief nieuws is over Turks-Nederlandse mensen of Marokkaans-Nederlandse mensen. Een ander punt waar vooral de Surinaamse Nederlanders tegenaan lopen, is dat er weinig kennis is over het verleden en over hun achtergrond, waardoor mensen ongepast reageren op, of vragen stellen over hun migratieachtergrond. De stereotypen en vooroordelen zijn vooral gericht op uiterlijke kenmerken, geloof en competenties.

De respondenten voelen soms wel dat ze anders behandeld of gediscrimineerd worden, maar kunnen dit niet goed 'vastpakken'. De discriminatie lijkt voor hen vaak ongrijpbaar en is lastig uit te leggen of onder woorden te brengen. Dit kan mogelijk verklaren waarom sommige respondenten zeggen dat je pas gediscrimineerd wordt als je zelf toelaat om dat zo te voelen. Dit laat zien hoe moeilijk het is om discriminatie te benoemen of concreet aan te wijzen.

8.1 HOE WORDT ER MET (MOGELIJKE) DISCRIMINATIE OMGEGAAN?

Respondenten gebruiken verschillende strategieën als zij in aanraking komen met discriminatie of met negatieve reacties op hun migratieachtergrond.

STRATEGIE 1: ACCEPTEREN

Sommige respondenten accepteren dat ze negatief worden bejegend om hun migratieachtergrond. Zij gaan ervan uit dat ze nou eenmaal 1-0 achterstaan op mensen met een Nederlandse achtergrond.

STRATEGIE 2: WEGLOPEN

Sommige respondenten kiezen ervoor om weg te lopen of de (potentiële) klant niet te helpen. Een taxichauffeur vertelt bijvoorbeeld hoe hij klanten weigert te vervoeren als zij hem beledigen of zich negatief uitlaten over zijn migratieachtergrond. Weglopen kan echter niet altijd, bijvoorbeeld wanneer je slechts enkele grote klanten hebt, of wanneer je als beginnend zzp'er alle klanten nodig hebt die je kunt krijgen. In die gevallen is deze strategie lastiger toe te passen.

STRATEGIE 3: AANPASSEN

Een andere strategie die wordt genoemd door respondenten, is jezelf aanpassen zodat de kans op discriminatie verkleind wordt. Ze noemen dit je zo 'Hollands' mogelijk gedragen. Deze strategie wordt soms wel toegepast, maar is niet populair onder de respondenten. Ze willen zich bij voorkeur niet anders hoeven voordoen dan ze zijn om meer klanten te krijgen, of willen bijvoorbeeld niet alleen samenwerken met mensen met een Nederlandse achtergrond.

STRATEGIE 4: JEZELF BEWIJZEN

Om mogelijke discriminatie (of negatieve beeldvorming en reacties) te vermijden, kiezen enkele respondenten ervoor om zich extra te bewijzen. Ze leveren bijvoorbeeld net dat beetje extra service, gaan harder werken of ze proberen bewust niet aan mogelijke stereotypische beelden te voldoen.

STRATEGIE 5: AANSPREKEN EN IN GESPREK GAAN

De laatste strategie die genoemd wordt om met discriminatie om te gaan, is mensen aan te spreken op hun gedrag en uitspraken. Dit gebeurt voornamelijk in reactie op mensen die zich negatief uitlaten over mensen met een migratieachtergrond, of die kennis missen over de desbetreffende migratieachtergrond.

8.2 ALGEMENE CONCLUSIE

Respondenten ervaren discriminatie in hun werk als zzp'er. Zij vinden het in sommige gevallen lastig om dit concreet te benoemen of uit te leggen. Het voelt voor veel respondenten als iets ongrijpbaars dat er wel is, een algemene achterstand op mensen met een Nederlandse achtergrond. Daarnaast gaven meerdere respondenten aan dat ze dit niet alleen in hun werk ervaren, maar ook op andere momenten in interactie met anderen.

In alle drie de gesprekken kwam naar boven dat de respondenten ontevreden zijn over de beeldvorming in de media over mensen met hun migratieachtergrond. Volgens alle drie de groepen mist er kennis over hun migratieachtergrond, en baseren mensen hun mening te veel op onjuistheden en stereotypen die over hun migratieachtergrond heersen. De respondenten gaven aan dat de hoofdreden om zzp'er te worden niet was dat zij discriminatie wilden voorkomen, maar uit de gesprekken bleek wel dat het een bewuste keuze kan zijn om zo meer vrijheid te hebben en mogelijke discriminatie te vermijden. In loondienst misten enkele respondenten rolmodellen met een migratieachtergrond die het gelukt was om 'hogerop' te komen, respondenten gaven aan in loondienst geen doorgroeimogelijkheden te ervaren.

De respondenten gaven aan dat er meer positieve berichtgeving zou moeten zijn over mensen met hun migratieachtergrond. Daarnaast missen veel mensen met een Nederlandse achtergrond volgens de respondenten kennis over diversiteit. Om de negatieve beeldvorming tegen te gaan zou er volgens respondenten ook ingezet kunnen worden op ontmoeting tussen verschillende groepen in de samenleving. Dit pleit voor een aanpak gericht op beeldvorming in de media, discriminatie (op de werkvloer) en diversiteit aan de top.

8.3 REFLECTIE OP HET ONDERZOEK

Dit onderzoek is een verkenning naar de ervaren discriminatie onder zzp'ers met een migratieachtergrond. We hebben hiervoor drie verschillende groepen zzp'ers met een migratieachtergrond kunnen spreken, elke groep bestond uit zeven personen. Hoewel de respondenten in de drie groepen vergelijkbare punten inbrachten en er binnen de groepen onderlinge overeenstemming was, blijft de grootte van de steekproef beperkt. Bovendien is een onevenredig groot deel van de respondenten werkzaam in de vervoers- en logistieke branche, en woonden en werkten bijna alle respondenten in het westen van het land. Om die redenen vraagt de interpretatie van de gegevens om enige voorzichtigheid. Bij voorkeur wordt er aanvullend onderzoek uitgevoerd (zie ook aanbevelingen).

Dit onderzoek is uitgevoerd in een periode van hoogconjunctuur, waarin het dus goed gaat met de Nederlandse economie. Panteia (2019) stelt in haar herhaalde meting al dat discriminatie lijkt af te nemen, maar dat hoogconjunctuur hier mogelijk een bijdrage aan levert. Ook in dit verkennende onderzoek speelt hoogconjunctuur mogelijk een rol, bijvoorbeeld in het gemak waarmee respondenten momenteel praten over het weigeren van klanten die hen onheus bejegenen. Dit is in een periode van laagconjunctuur een stuk lastiger. Daarnaast speelt het overheidsbeleid hier een belangrijke rol in. Het is belastingtechnisch een stuk aantrekkelijker geworden om als zzp'er te werken (Van de Hei, 2018).

8.4 AANBEVELINGEN

Er zijn verschillende manieren om discriminatie in de samenleving en op de werkvloer aan te pakken. Het is van belang om oog te hebben voor beide. Wat mensen in de samenleving meekrijgen, bijvoorbeeld via (social) media, in het onderwijs of in de publieke ruimte, draagt bij aan hoe zij zich op de werkvloer

opstellen tegenover collega's met een migratieachtergrond. Er zijn verschillende manieren om negatieve beeldvorming, vooroordelen en stereotypen aan te pakken om discriminatie te voorkomen en inclusie en diversiteit te bevorderen. Een aantal van deze factoren zijn ook door respondenten genoemd tijdens de interviews. Bij voorkeur worden verschillende manieren gelijktijdig ingezet en geïmplementeerd, om zo een groter effect te bereiken.

DIVERSE EN INCLUSIEVE WERKVLOER

Een aantal respondenten geeft aan dat zij als zzp'er zijn gaan werken omdat zij in loondienst onvoldoende kansen zagen of discriminatie hebben ervaren. Allereerst is het van belang dat er oog komt voor een inclusieve werkvloer. Momenteel wordt er veel inzet gepleegd op het voorkomen van discriminatie bij werving en selectie. Dit is slechts één deel van het werk dat nodig is. We weten uit onderzoek dat een onevenredig deel van de mensen met een migratieachtergrond weer uitstroomt als de werkvloer onvoldoende inclusief is. In een inclusieve werkomgeving ervaren zij meer motivatie en werkplezier (Hunt, Layton & Prince, 2015; Sociaal Economische Raad, 2009).

Daarnaast is het voor (met name toekomstige generaties) van belang dat mensen met een migratieachtergrond voldoende rolmodellen in leidinggevende functies zien. De Sociaal Economische Raad onderschrijft in zijn rapport het belang om actief in te zetten op het bevorderen van gender en culturele diversiteit in de top, en geeft hier concrete aanbevelingen voor (Sociaal Economische Raad, 2019).

INVLOED VAN KENNIS

In alle drie de groepen spraken respondenten over de invloed van negatieve berichtgeving in de media en het gebrek aan positieve representatie van mensen met hun migratieachtergrond. Hoe de media bepaalde groepen portretteren, is van invloed op de publieke opinie (Capella & Jamieson, 1997; Cook, 1998; Louw, 2010; McQuail, 2000). Het is daarom van belang dat er (ook) oog is voor positieve berichten over mensen met een migratieachtergrond, om zo een genuanceerder beeld mee te geven aan mensen in de Nederlandse samenleving.

Daarnaast biedt ook onderwijs een mooie kans om kinderen en jongeren voldoende kennis en inzicht mee te geven voor de toekomst. Met name de groep Surinaams-Nederlandse respondenten gaf aan dat er op scholen onvoldoende onderwijs is over hun verleden en hoe zij in Nederland zijn gekomen. Binnen het onderwijs kan er ook aandacht worden besteed aan de voordelen van werken als zzp'er, en jongeren met een migratieachtergrond al vroeg enthousiasmeren voor het werken als zzp'er. Zodat er meer rolmodellen ontstaan. Volgens enkele respondenten geeft het werken als zzp'er meer vrijheden en kansen aan jongeren met een migratieachtergrond en zouden ze gestimuleerd moeten worden om ook eigen baas te worden.

Tot slot is het goed als er in de samenleving meer aandacht is voor ontmoeting van verschillende groepen. We weten vanuit de contacttheorie (Allport, 1954) dat ontmoetingen tussen mensen met verschillende migratieachtergronden helpt om vooroordelen en stereotypen weg te nemen (Pettigrew & Tropp, 2006).

Ten aanzien van onderzoek zouden we vooral adviseren om bovenstaande aanbevelingen goed te monitoren en de impact hiervan te meten. Hoe verandert beeldvorming wanneer media een ander, genuanceerder beeld uitdragen? Wat doet dit met het gevoel van mensen met een migratieachtergrond? Hoe draagt het stimuleren van diversiteit in de top bij aan de daadwerkelijke in- en doorstroom van mensen met een

migratieachtergrond? Zijn er over tien jaar echt meer mensen met een migratieachtergrond in de top? En wordt dit dan ook als een realistisch perspectief ervaren door toekomstige generaties?

Ten aanzien van onderzoek naar zzp'ers met een migratieachtergrond zou het interessant zijn om een vergelijkbare verkenning te doen op een moment van laagconjunctuur. Wordt er dan meer of minder discriminatie ervaren en veranderen de copingstrategieën om daarmee om te gaan?

Bronnen

Allport, G.W. (1954). *The nature of prejudice*. Cambridge, MA: Perseus Books.

Andriessen, I., Fernee, H., & Wittebrood, K. (2014). *Ervaren discriminatie in Nederland*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.

Andriessen, I., Nievers, E., & Dagevos, J. (2012). *Op achterstand: Discriminatie van niet-westerse migranten op de arbeidsmarkt*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.

Bissels, F., Bril, S., Van Heerwaarde, L. & Van Galen, M. (2015). *Onderzoek naar discriminatie op de arbeidsmarkt in Nijmegen*. Nijmegen: Ieder1Gelijk.

Capella, J.N., & Jamieson, K.H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. New York: Oxford University Press.

CBS (2017, 7 maart). Zelfstandigen; inkomen, vermogen, kenmerken, bedrijfstakken, 2007-2015 [Dataset]. Geraadpleegd op 16 oktober 2019, van <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83186NED/table?dl=28EB3>

CBS (2018, 14 november). Arbeidsdeelname; migratieachtergrond [Dataset]. Geraadpleegd op 16 januari 2019, van <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/82809NED/table?ts=1544691922647>

CBS (z.d.). Wat zijn zzp'ers? Geraadpleegd op 2 september 2019 van <https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/dossier-zzp/hoofdcategorieen/wat-zijn-zzp-ers->

College voor de Rechten van de Mens. (z.d.). *Discriminatie uitgelegd*. Geraadpleegd van <https://www.mensenrechten.nl/nl/discriminatie-uitgelegd>

Cook, T.E. (1998). *Governing with the news: The news media as a political institution*. Chicago: University of Chicago Press.

Dovidio, J.F., Kawakami, K., & Gaertner, S.L. (2002). Implicit and explicit prejudice and interracial interaction. *Journal of personality and social psychology*, 82(1), 62.

Felten, H., & Taouanza, I. (2018). *Wat werk bij het verminderen van discriminatie*. Utrecht: KIS.

Gawronski, B., & Bodenhausen, G.V. (2006). Associative and propositional processes in evaluation: an integrative review of implicit and explicit attitude change. *Psychological Bulletin*, 132(5), 692.

Gordijn, E. & Wigboldus, D. (2013). Stereotypen. In: Vonk, R. (red.), *Sociale psychologie*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.

Greenwald, A.G., & Banaji, M.R. (1995). Implicit social cognition: attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological review*, 102(1), 4.

- Greenwald, A.G., McGhee, D.E., & Schwartz, J.L. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: the implicit association test. *Journal of personality and social psychology*, 74(6), 1464.
- Hunt, V., Layton, D. & Prince, S. (2015). *Why diversity matters*. London: McKinsey & Company.
- Köbben, A.J.F. (1985). Oordeel en discriminatie. In: J. Spera Weiland & J.H.P. Paelinck (red.), *Etnische minderheden*. Amsterdam: Boom, p. 53-67.
- Lautenbach, H., Van der Torre, W., De Vroome, E.M.M., Janssen, B.J.M., Wouters, B., & Van den Bossche, S.N.J. (2017). *Zelfstandigen Enquête Arbeid 2017*. Den Haag/ Leiden: Centraal Bureau voor de Statistiek/ TNO.
- Louw, E. (2010). *The media & the political process* (2nd ed.). London: SAGE Publication Ltd.
- McQuail, D. (2000). Some reflections on the western bias of media theory. *Asian Journal of Communication*, 10(2), 1-13.
- Nievers, E. (2007). Ervaren discriminatie en gedragsconsequenties. In: I. Andriessen, J. Dagevos, L. Faulk & E. Nievers (red.), *Discriminatiemonitor niet-westerse allochtonen op de arbeidsmarkt 2007*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, p. 145-175.
- Panteia. (2015). *Discriminatie in de wervings- en selectiefase: Resultaten van 'virtuele' praktijktests*. Zoetermeer: Panteia.
- Panteia. (2019). *Herhaling virtuele praktijktests arbeidsmarktdiscriminatie*. Zoetermeer: Panteia.
- Pettigrew, T.F., & Tropp, L.R. (2006). A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of personality and social psychology*, 90(5), 751.
- Sociaal Economische Raad (2009). *Diversiteitsbeleid in het personeelsbestand*. Den Haag: SER.
- Sociaal Economische Raad (2019). *Diversiteit in de top: Tijd voor versnelling*. Den Haag: SER.
- Van de Hei, L. (2018, 30 mei). Zzp'ers na de crisis. Geraadpleegd van: <https://economie.rabobank.com/publicaties/2018/mei/zzpers-na-de-crisis/>
- Veenman, J. (1990). *De arbeidsmarktpositie van allochtonen in Nederland, in het bijzonder van Molukkers*. Groningen: Wolters Noordhoff.
- Veenman, J. (2003). Discriminatie op de arbeidsmarkt. De resultaten van Nederlands onderzoek. In: *Beleid en Maatschappij*, 30(2), 90-99.

Bijlage Gespreksleidraad

CHECKLIST ZZP'ERS MET MIGRATIEACHTERGROND (120 MINUTEN)

Versie 5 juni 2019

A. INTRODUCTIE EN KENNISMAKING (15 MINUTEN)

- Welkom heten bij Kantar Public
- Opdrachtgever: vertellen we aan het eind
- Onderwerp: we gaan het met u hebben over de ervaringen van zzp'ers in het algemeen en die van zzp'ers met een migratie-achtergrond in het bijzonder: in hoeverre hebben zij te maken met vooroordelen en stereotypering door opdrachtgevers en/of klanten?
- Spelregels:
 - Het gaat om meningen, dat betekent dat er geen goede of foute antwoorden zijn. Zeg gewoon wat u denkt, ga er met elkaar over in discussie.
 - Opname, meekijken en anonimiteitwaarborg.
- Kunt u uzelf kort voorstellen: leeftijd, beroep, opleiding, gezinssamenstelling

B. EERSTE VERKENNING ZZP'ERSCHAP (15 MINUTEN)

- Sinds wanneer bent u zzp'er?
- Waarom bent u zzp'er geworden? INT: check op vrijwillig of gedwongen
- Wat zijn de voordelen van het zzp'er-zijn? INT: inventariseer op flipover
- En welke nadelen zitten er aan het zzp'er-zijn? INT: inventariseer op flipover
- Is de balans voor u positief of negatief? Stel dat u morgen een vaste baan kon krijgen: zou u dat wel of niet doen? Waarom?
- Bent u hoofdkostwinner of is er nog een ander inkomen?

C. DE WERVING VAN OPDRACHTEN (30 MIN)

- Hoe komt u aan opdrachten? Vertel eens, hoe gaat dat in zijn werk? Welke kanalen zet u in?
- Kost het veel of weinig moeite om opdrachten te verwerven? Waarom is dat zo?
- Welke belemmeringen ondervindt u bij het verwerven van opdrachten? Kunt u daar wat meer over vertellen?
- Met wie heeft u bij het verwerven van opdrachten te maken? Met inkopers, klanten, andere personen?
- In hoeverre heeft u bij het verwerven van opdrachten te maken met negatieve reacties op uw uiterlijk, afkomst, taalbeheersing? Waar blijkt dat uit? Waar heeft het dan betrekking op? Van wie krijgt u deze negatieve reacties? Heeft u voorbeelden?
- Welke vooroordelen en stereotyperingen leven er bij uw opdrachtgevers ten aanzien van de groep mensen met uw migratieachtergrond? INT: inventariseer
- Als u tegen dit soort discriminatie aanloopt: hoe gaat u daar dan mee om? Wat doet u dan? Negeren? Benoemen? Weglachen? Wat vindt u van deze reacties?
- Op welke manier hebben dit soort ervaringen gevolgen voor de manier waarop u nieuwe opdrachten verwerft?
- Hoort u weleens van andere zzp'ers dat ze bij de verwerving van opdrachten te maken hebben met vooroordelen en stereotyperingen? Zo ja, waar gaat het dan om, wie treft dit, wie doet dit?

D. DE UITVOERING VAN WERK (30 MIN)

- Hoe gaat het met de uitvoering van opdrachten? Wat gaat er goed, wat gaat er niet goed?
- Welke belemmeringen ondervindt u bij het uitvoeren van opdrachten?
- Met wie heeft u tijdens de uitvoering van opdrachten te maken? Klanten, bewoners, collega's, andere personen?
- In hoeverre speelt uw migratieachtergrond een rol bij het uitvoeren van opdrachten? Op welke manier speelt dat een rol? Is dat positief of negatief?
- In hoeverre heeft u bij het uitvoeren van opdrachten te maken met vooroordelen en stereotypen? Hoe merkt u dat, waar blijkt dat uit? Wie behandelt u dan negatief? Heeft u voorbeelden?
- Welke vooroordelen en stereotypen leven er dan bij de mensen met wie u contact heeft bij de uitvoering van werk ten aanzien van de groep mensen met uw migratieachtergrond? INT: inventariseer
- Als u tijdens de uitvoering van werk tegen negatieve reacties op uw afkomst, uiterlijk, geloofsovertuiging aanloopt: hoe gaat u daar dan mee om? Wat is het gevolg daarvan?
- Herkent u de volgende reacties: Negeren? Benoemen? Weglachen? Wat vindt u van deze reacties?
- Op welke manier hebben dit soort ervaringen gevolgen voor de manier waarop u te werk gaat?
- Hoort u weleens van andere zzp'ers dat ze bij de uitvoering van opdrachten te maken hebben met vooroordelen of stereotypering op basis van hun afkomst? Zo ja, waar gaat het dan om, wie treft dit, wie doet dit?

E. ACTIE NAAR AANLEIDING VAN ERVAREN DISCRIMINATIE (20 MINUTEN)

- Welke zzp'ers hebben er volgens u vooral te maken met discriminatie door opdrachtgevers en/of klanten? Speelt dat in sommige groepen meer dan in andere groepen? Heeft het met de branche/sector te maken?
- Wat kun je doen als je als zzp'er met discriminatie in aanraking komt? Op welke manieren kun je dit aankaarten? Wat zijn uw eigen ervaringen daarmee? Wat adviseert u andere zzp'ers?
- Wat zou helpen om discriminatie van zzp'ers op basis van migratie-achtergrond tegen te gaan? Wie moet daar een rol in spelen? Wat kun je als zzp'er zelf doen?
- Je kunt discriminatie op de werkvloer melden. Wat verwacht u van een eventuele melding? Wat gebeurt er met zo'n melding? Heeft dat zin? Waarom, waarom niet?
- Wat kan ervoor zorgen dat zzp'ers die in aanraking komen met discriminatie vaker melding doen?

F. TOT SLOT (5 MINUTEN)

- Wij doen dit onderzoek in opdracht van het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Wat moeten ze hier nu mee, wat moet ze zich vooral van ons gesprek aantrekken?
- Vragen uit de meekijk?

Dank voor uw medewerking.

Colofon

Financier: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid
Auteurs: René Broekroelofs
Anouk Visser
m.m.v. Saskia Keuzenkamp en Kantar Public
Ontwerp: Design Effects
Foto omslag: 123RF
Uitgave: Kennisplatform Integratie & Samenleving
Catharijnesingel 47
3511 GC Utrecht
T (030) 789 20 009
E info@movisie.nl
I www.movisie.nl

De publicatie kan gedownload worden via de website van Kennisplatform Integratie & Samenleving: www.kis.nl.

© Movisie, Utrecht 2019.

Het auteursrecht van deze publicatie berust bij Movisie. Gedeeltelijke overname van teksten is toegestaan, mits daarbij de bron wordt vermeld.

The copyright of this publication rests with Movisie. Partial reproduction of the text is allowed, on condition that the source is mentioned.



kennis en aanpak van
sociale vraagstukken

KENNISPLATFORM INTEGRATIE & SAMENLEVING

Kennisplatform Integratie & Samenleving doet onderzoek, adviseert en biedt praktische tips en instrumenten over vraagstukken rond integratie, migratie en diversiteit. Daarnaast staat het platform open voor vragen, signalen en meningen en formuleert daar naar beste vermogen een antwoord op.

Deze kennisuitwisseling is bedoeld om een fundamentele bijdrage te leveren aan een pluriforme en stabiele samenleving. Wilt u op de hoogte blijven van alle projecten, vragen en antwoorden en andere vormen van kennisuitwisseling? Zie www.kis.nl, meld u aan voor de [nieuwsbrief](#) of volg ons op [Twitter](#) of [LinkedIn](#).

Kennisplatform Integratie & Samenleving is een programma van het Verwey-Jonker Instituut en Movisie

T 030 230 32 60 E info@kis.nl I www.kis.nl

