

Kunt u mij helpen? Intersectionele praktijktesten naar alledaagse discriminatie tijdens het winkelen in Vlaanderen en Brussel

Dounia Bourabain^{*1}

Samenvatting

De hedendaagse samenleving stelt zich voor als niet-racistisch en gendergelijk. Onderzoek toont echter aan dat de aard van discriminatie verschoven is van openlijke naar meer verborgen vormen. Het doel van dit onderzoek is om alledaagse discriminatie tijdens het winkelen te bestuderen vanuit een intersectioneel perspectief, waarbij zowel de etniciteit als het geslacht van de klant in rekening gebracht worden. De subtiele vormen van discriminatie werden op een objectieve manier onderzocht door het uitvoeren van paarsgewijze situatietesten in 301 kledingwinkels in België. Met deze unieke data werden netto-discriminatiegraden berekend alsook multilevelanalyses uitgevoerd. De resultaten tonen aan dat klanten van Maghrebijnse origine ongelijk behandeld worden in vergelijking met klanten van Belgische origine. Ze krijgen minder hulp bij het zoeken naar een kledingstuk. Daarbovenop worden ze door de winkelbediende minder begroet en aangesproken, maar wel meer aangestaard en gevolgd. Gender volgt een specifiek patroon. Ten eerste worden, binnen zowel de Maghrebijnse als Belgische etniciteitsgroep, mannen significant meer begroet dan vrouwen. Ten tweede worden mannen meer aangestaard en gevolgd door de winkelbediende dan vrouwen. Dit is echter enkel significant voor de mannen van Maghrebijnse origine. En ten derde is er geen verschil in het krijgen van hulp naargelang geslacht. Tot slot verschilt de mate en vorm van discriminatie naargelang de prijsklasse waartoe de winkel behoort. Discriminatie komt in mindere mate en subtieler voor in winkels uit de hoge prijsklasse.

Kernwoorden

alledaagse discriminatie, praktijktesten, intersectionaliteit, etnische profilering, genderprofilering

* dounia.bourabain@vub.be

1 Interface Demography, Departement Sociologie, Vrije Universiteit Brussel

Inleiding

Discriminatie verwijst naar een nadelige behandeling omwille van iemands etnische afkomst, geslacht, leeftijd of een andere discriminatiegrond. De meeste studies onderzoeken discriminatie tijdens grote levensgebeurtenissen, bijvoorbeeld de zoektocht naar een job of woning (Bertrand & Duflou, 2017; Riach & Rich, 2002; Rich, 2014). Slachtoffers verwijzen echter vaak naar discriminatie in 'kleine' alledaagse situaties. Op sociale media zien we deze alledaagse vormen van discriminatie terugkomen onder bijvoorbeeld de hashtags 'daily racism', 'wijoverdrijvenniet' of 'metoo'. Met uitzondering van een aantal kwalitatieve studies (Essed, 1984, 1991; Hübinette & Tigervall, 2009; Pirkey, 2011), is er nog heel weinig sociologisch onderzoek naar discriminatie in het alledaags leven.

Het concept 'alledaagse discriminatie' werd ontwikkeld door Philomena Essed in de jaren 1980 (Essed, 1984, 1991). Het verwijst naar hoe ideologieën en structurele ongelijkheid doorsijpelen naar het microniveau in alledaagse, wederkerende handelingen en praktijken (Essed, 1991). Alledaagse discriminatie schenkt bijgevolg niet alleen aandacht aan discriminatie in cruciale levensdomeinen, maar ook naar discriminatie in doorsneesituaties zoals uit eten gaan, naar de zee gaan of winkelen (Rusche & Brewster, 2008; Schreer, Smith & Thomas, 2009).

Winkelen is één van deze alledaagse activiteiten die voor bepaalde groepen niet altijd zonder slag of stoot verloopt. Verschillende studies hebben aangetoond hoe etnische profilering, de ongelijke behandeling van klanten omwille van hun etniciteit, tijdens het winkelen binnensluipt (Ainscough & Mothley, 2000; Crockett, Grier & Williams, 2003; Gabbidon, 2003; Lee, 2000; Schreer et al., 2009). Naast etniciteit blijkt ook het geslacht van de klant het gedrag van het winkelpersoneel te beïnvloeden (Basow & Crawley, 1982; Juni & Roth, 1981). Dit onderzoek vertrekt daarom vanuit een intersectioneel perspectief (Wekker, 2002; Lutz, 2002), waarbij we eerst de interetnische verschillen in behandeling bestuderen, om nadien de etniciteitsgroepen onder te verdelen naargelang geslacht. Op deze manier krijgen we een beter zicht op hoe de verschillende vormen van discriminatie elkaar overlappen en beïnvloeden (Lutz, 2002; Wekker, 2002).

Het is belangrijk om alledaagse discriminatie te bestuderen omwille van drie redenen. Ten eerste heeft alledaagse discriminatie verschillende negatieve gevolgen. Studies tonen aan dat een continue subjectieve ervaring van discriminatie gepaard gaat met meer stress, depressiesymptomen en een lagere levensverwachting (Lepore et al., 2006; Missine & Bracke, 2012; Pascoe & Richman, 2009). Binnen de economische setting kan discriminatie in alledaagse commerciële transacties bovendien de toegang tot basisgoederen beperken, wat ongelijkheid reproduceert (Antecol & Cobb-Clark, 2008). Naast deze individuele consequenties, vormt discriminatie een bedreiging voor de sociale cohesie van een samenleving (Eliasoph, 1999; Hübinette & Tigervall, 2009; Voas & Fleischmann, 2012).

Ten tweede is de aard van discriminatie de afgelopen decennia veranderd. Met 'symbolische discriminatie' en 'new racism' verwijst men naar de ontwikkeling van een cultuur van tolerantie waarbij expliciete uitingen van discriminatie niet langer geduld worden (Bonilla-Silva, 2006). Het gevolg is dat discriminatie een subtielere en meer ver-

borgen vorm aanneemt die het moeilijker meetbaar maakt. Ten slotte werd alledaagse discriminatie tot nu toe voornamelijk in de Verenigde Staten bestudeerd. De Amerikaanse samenleving heeft ten opzichte van Europa echter een andere geschiedenis wat discriminatie en racisme betreft (Bade, Emmer, Lucassen & Oltmer, 2011). Daarom is het noodzakelijk om alledaagse discriminatie ook in een Europese context te bestuderen.

De evolutie van openlijke naar verborgen discriminatie

Westerse landen zijn er doorheen de tijd in geslaagd te streven naar een samenleving waarin gelijkheid voor alle burgers domineert. Deze verschuiving in de socio-politieke sfeer heeft een vormverandering van discriminatie teweeggebracht (Bonilla-Silva, 2006; Elchardus & Siongers, 2009). Sociale wetenschappers verwijzen naar deze nieuwe vorm met termen zoals *'symbolic racism'* (Sears, 1988), *'new racism'*, *'color-blind racism'* (Bonilla-Silva, 2006), *'micro-aggressions'* (Sue et al., 2007), *'aversive racism'* (Gaertner & Dovidio, 1986) of *'modern racism'* (McConahay, 1986). Deze subtiele vormen van discriminatie komen voor in alledaagse interacties, zowel verbaal als non-verbaal en zowel bewust als onbewust (Dovidio et al., 2008; Sue et al., 2007). Dit wordt ingegeven door het dominante discours dat gedefinieerd wordt als enerzijds het witte privilege en anderzijds het mannelijke privilege (Essed, 1984, 1991; McIntosh, 1992).

Etnische discriminatie

Terwijl het witte privilege in het koloniale tijdperk nog expliciet aanwezig en zichtbaar was, wordt er de voorbije decennia een cultuur van tolerantie verspreid. Het 'wetenschappelijk racisme' dat mensen, net zoals planten, categoriseerde in rassen op basis van hun biologische kenmerken wordt niet langer aanvaard (Elchardus & Siongers, 2009; Harwood & Banton, 1975; Interfederaal Gelijkekansencentrum, 2014; McIntosh, 1992). Openlijk discriminerende wetgeving werd nadien afgeschaft en een gelijkekansenbeleid werd uitgestippeld. Dit betekent echter niet dat (openlijke) discriminatie verdwenen is, noch dat het witte privilege niet langer het dominante discours is. Een nieuwe, verborgen vorm van discriminatie ontstaat die de zichtbaarheid van het witte privilege vermindert, maar de kern ervan bewaart. De hiërarchie van het witte privilege wordt bijgevolg in stand gehouden doordat het gebruikmaakt van redenen die de inferieure positie van minderheidsgroepen legitimeert. Deze legitieme redenen vervangen de biologische redenen en kunnen opgesplitst worden in twee brede stromen. De eerste stroom vertrekt vanuit het meritocratische perspectief waarin de nadruk gelegd wordt op individuele verantwoordelijkheid om de sociale ladder te beklimmen. De lagere positie van minderheidsgroepen is dus niet het gevolg van discriminatie, maar van een gebrek aan inzet, motivatie en talent (Bonilla-Silva, 2006; Essed, 1991; Rabinowitz et al., 2009). Ten tweede worden biologische kenmerken vervangen door culturele kenmerken. In deze 'culturalistische' stroom wordt cultuur als hét determinerende criterium beschouwd

om de inferieure positie van minderheden te legitimeren (Essed, 1991; Schinkel, 2008). Symbolische discriminatie komt bijgevolg voor onder het mom van hedendaagse legitieme verklaringen en verloopt zodoende veel subtieler (Saucier, Miller & Doucet, 2005).

Genderdiscriminatie

Onderzoekers spreken over het tijdperk van het ‘postfeminisme’, omdat vrouwen en mannen formeel als gelijkwaardig beschouwd worden in de wet (McRobbie, 2004). Na de hevige strijd voor vrouwenrechten, heerst binnen de bevolking het geloof dat genderongelijkheid niet langer bestaat (McRobbie, 2004). Deze strijd zorgde effectief voor meer onafhankelijkheid van de vrouw. Vrouwen worden zelden nog openlijk uitgesloten van de arbeidsmarkt en in het onderwijs. Het patriarchaal systeem lijkt niet langer het discours te bepalen. Echter is het opnieuw de vorm van het patriarchaat die veranderd is (Strachey, 1928; Walby, 1997). Net zoals het witte privilege, is het mannelijke privilege niet verdwenen, maar minder zichtbaar geworden.

Walby (1997, p. 20) definieert het patriarchaat als “een systeem van sociale structuren en praktijken waarin mannen vrouwen domineren, onderdrukken en uitbuiten”. Ze stelt een verschuiving van een privaat naar publiek patriarchaat vast. De vrouw wordt niet langer gedomineerd en formeel uitgesloten van de publieke arena. Echter wordt ze binnen de publieke arena op een verdoken manier gedomineerd (Walby, 1997). Vrouwen krijgen bijvoorbeeld toegang tot de arbeidsmarkt, maar ze werken vaker in half-tijdse jobs en gesegregeerd van mannen (Rivers & Barnett, 2013; European Commission, 2011). De samenleving loopt bijgevolg het gevaar zowel kleuren- als genderblind te worden (Bonilla-Silva, 2006; Ferber, 2003; McRobbie, 2004).

Shopping while non-white

Verschillende studies uit de Verenigde Staten constateren dat het winkelen niet voor iedereen een dagelijkse bezigheid is (Antecol & Cobb-Clarck, 2008; Crockett et al., 2003; Gabbidon, 2003; Lee, 2000; Rich, 2014). Deze studies richten zich voornamelijk op de raciale profilering van klanten door winkelbediendes, waar ze specifiek verwijzen naar het ‘Shopping While Black’-fenomeen als een uitbreiding van ‘Driving While Black’, de raciale profilering van Afro-Amerikaanse bestuurders door de politie (Gabbidon, 2003).

Dankzij de interactie tussen de klant en het winkelpersoneel, biedt de winkelcontext de ideale gelegenheid om de werking van witte en mannelijke privileges in de praktijk van alledaagse discriminatie te bestuderen. De interactie tussen de klant en winkelbediende kan immers stroef verlopen wanneer ze niet tot dezelfde sociale groep behoren. Volgens de sociale identiteitstheorie (Tajfel & Turner, 1986) is dit het gevolg van de in- en outgroepverdeling die personen maken. Deze verdeling kan ertoe leiden dat men leden uit de outgroep benadeelt in het voordeel van leden uit de eigen groep. Dit resulteert in drie vormen van ongelijke behandeling: etnische/raciale profilering, genderprofilering en gender-etnische/raciale profilering. Studies die etni-

sche/raciale profilering onder de loep namen, wijzen uit dat klanten uit de etnische meerderheid tijdens het winkelen vaker, sneller en vriendelijker geholpen worden dan de etnische minderheid. Daarnaast worden etnische minderheden vaker verdacht van winkeldiefstal, waardoor ze een hogere kans lopen om gevolgd en aangehouden te worden (Ainscough & Mothley, 2000; Crockett et al., 2003; Gabbidon, 2003; Lee, 2000). We verwachten daarom dat klanten van niet-Belgische origine in kledingwinkels meer gediscrimineerd worden dan klanten van Belgische origine (H1).

Aansluitend bij etnische/raciale profilering, kunnen we veronderstellen dat er ook sprake is van genderprofilering. Onderzoek naar de invloed van gender op het verkrijgen van hulp levert echter tegenstrijdige resultaten op (Brigham & Richardson, 1979). Enerzijds stelt het *male privilege*-perspectief dat mannen een betere behandeling krijgen dan vrouwen omwille van hun hogere status in een patriarchale maatschappij (Rafaeli & Sutton, 1990; Zinkhan & Stoiadin, 1984). Dit sluit aan bij het stereotype dat mannen een grotere koopkracht zouden hebben dan vrouwen en bijgevolg meer geld kunnen uitgeven (Stead & Zinkhan, 1986). We zouden bijgevolg kunnen verwachten dat mannen minder gediscrimineerd worden tijdens het winkelen dan vrouwen (H2). Anderzijds kan vanuit de sociale identiteitstheorie (Tajfel & Turner, 1986) opnieuw een *in-group bias* verwacht worden. Aangezien de dienstensector, waaronder ook de winkelsetting, voornamelijk vrouwelijke bedienden telt (Europees Parlement, 2012; Ngai & Petrongolo, 2013), kunnen we verwachten dat vrouwen een betere hulpbediening ontvangen tijdens het winkelen dan mannen (H3).

De intersectionaliteit is een framework waarin verschillende discriminatiegronden tegelijkertijd bestudeerd worden (Lutz, 2002; Cho, Crenshaw & McCall, 2013; Wekker, 2002). Het is een identiteitstheorie die stelt dat individuen zich positioneren op het kruispunt van verscheidene “assen of differentielijnen van maatschappelijke betekenisgeving” (Lutz, 2002, p. 12). Waar onderzoek naar discriminatie meestal de focus legt op één dimensie van iemands identiteit, gaat het kruispuntdenken de gelijktijdige werking van verschillende dimensies bestuderen (Longman & De Graeve, 2014). *In casu* zijn etniciteit en gender onlosmakend met elkaar verbonden. Hier kunnen we spreken van gender-etnische/raciale profilering. Amerikaans onderzoek toonde bijvoorbeeld aan dat Afro-Amerikaanse mannen vaker dan Afro-Amerikaanse vrouwen een hogere prijs aangerekend kregen, alsook langer moesten wachten op hulp, terwijl witte mannen en vrouwen afwisselend de beste behandeling ontvingen (Ainscough & Motley, 2000; Ayres & Siegelman, 1995; Brigham & Richardson, 1979). Geslacht blijkt dus een verschillend effect te hebben naargelang de etniciteitsgroep. We kunnen bijgevolg verwachten dat de invloed van de etnische origine van de klant op de behandeling van de winkelbediende verschilt naargelang het geslacht van de klant (H4).

Rol van vraag en aanbod

Bij het bestuderen van discriminatie tijdens commerciële transacties moet ook de bredere context van het neoliberalisme beschouwd worden. Het neoliberalisme kan

gedefinieerd worden als het proces waarbij verschillende domeinen in de maatschappij doordrongen zijn van de marktlogica met een nadruk op privatisering, efficiëntie, competitiviteit en individuele verantwoordelijkheid (Boltanski & Chiapello, 2005; Springer, Kean & MacLeavy, 2016).

Verschillende studies vonden een verband tussen prijs en discriminatie: etnische discriminatie daalt wanneer de prijs stijgt. Op de private huurmarkt bijvoorbeeld worden kandidaat-huurders van niet-Belgische origine bij goedkope woningen vaker gediscrimineerd dan bij dure woningen (Van der Bracht, Verhaeghe & Van de Putte, 2015). Op de arbeidsmarkt verschilt discriminatie ook naargelang de sector. Voor knelpuntberoepen is discriminatie aanzienlijk lager dan voor jobs met veel vraag en weinig aanbod (Baert et al., 2015; Martens & Ouali, 2005). Beide levensdomeinen tonen aan dat discriminatie daalt in segmenten waar discriminatie een te grote kost zou zijn. Onderzoek naar het verkoop van tweedehandsspullen bevestigt tevens dit verband (Bosch & Cobacho, 2011). Dit kan doorgetrokken worden naar commerciële transacties, waaronder het winkelen. In dure winkels ontvangt het winkelpersoneel bovendien vaak premies bovenop het vaste loon met als doel de performantie van het winkelpersoneel te doen stijgen. Deze bonuslonen, gebaseerd op individuele of groepsprestaties, zouden ervoor zorgen dat het winkelpersoneel in duurdere winkels meer bereid is te investeren in de klant (Banker, Lee & Potter 1996; Beatty et al. 1996; Yap, Bove & Beverland, 2009). Om deze redenen kunnen we verwachten dat de prijsklasse waartoe de winkel behoort een invloed heeft op de mate en vorm van discriminatie tijdens het winkelen (H5).

Data

Dit onderzoek maakte gebruik van paarsgewijze situatietesten in 301 kledingwinkels in België om etnische en genderdiscriminatie tijdens het winkelen te bestuderen. Pager en Shepherd (2008, p. 4) beschrijven praktijktesten als “een directe methode waarmee discriminatie in de échte wereld wordt gemeten”. In situatietesten wordt de verschillende behandeling van twee groepen, een test- en controlegroep, bestudeerd in een specifieke situatie (Pager & Shepherd, 2008; Rich, 2014; Verhaeghe & Van der Bracht, 2017). Ieder lid van de testgroep wordt gematcht met een lid uit de controlegroep en ze dienen enkel van elkaar te verschillen in het kenmerk waarvan verwacht wordt dat het discriminatie teweegbrengt, i.e. etniciteit en gender. Voor dit onderzoek werden de testen uitgevoerd door testpersonen van Maghrebijnse origine en controlepersonen van Belgische origine. Binnen beide etnische groepen namen zowel mannen als vrouwen deel. De test- en controlepersonen verschilden altijd van elkaar op vlak van etniciteit, maar niet op vlak van geslacht. Het team van test- en controlepersonen bestond uit 44 vrijwilligers.

Elke test- en controlepersoon kreeg de opdracht zich te gedragen als een klant door het stellen van een specifieke vraag aan de winkelbediende over een relatief duur kledingstuk (o.a. een jas of pak). Deze vraag was: “Excuseer, ik vind maat xx niet. Kunt u mij helpen, alstublieft?”. De eerste klant die de winkel binnenstapte, was de test-

persoon van Maghrebijnse origine. Ongeveer 10 à 30 minuten later stapte de controlepersoon van Belgische origine binnen. De controlepersoon stelde dezelfde vraag aan dezelfde winkelbediende die de testpersoon aangesproken had. De winkelbediende was altijd van Belgische origine. Na afloop van elke praktijktest werd door de test- en controlepersonen een vragenlijst ingevuld die aan de hand van een aantal objectieve indicatoren peilt naar het verloop van het winkelbezoek. Er is sprake van discriminatie vanaf het moment dat leden van de testgroep op deze objectieve indicatoren systematisch benadeeld werden in vergelijking met leden van de controlegroep.

Praktijktesten zijn voor onderzoek naar alledaagse discriminatie het meest aangewezen. Ze worden binnen het sociaalwetenschappelijk veld steeds meer toegepast omwille van de vele voordelen die ze met zich meebrengen (Pager & Shepherd, 2008; Riach & Rich, 2002; Rich, 2014; Rusche & Brewster, 2008). Ten eerste zijn ze door hun observatie van objectief gedrag in de echte wereld bestand tegen zwakheden van surveys zoals sociale wenselijkheid (Riach & Rich, 2002). Ten tweede kan daadwerkelijk gemeten worden of de nadelige behandeling het resultaat is van het kenmerk waarin test- en controlepersoon verschillen. Ten derde kan toeval uitgesloten worden en systematische discriminatie vastgesteld worden doordat situatietesten meermaals uitgevoerd worden (Verhaeghe & Van der Bracht, 2017). Situatietesten hebben echter ook een aantal beperkingen. Een nadeel van situatietesten is dat ze zeer kostelijk en tijdsintensief zijn (Heckman, 1998; Pager & Shepherd, 2008). Een ander nadeel is het probleem van interne validiteit, namelijk dat het persoonlijk contact het minder makkelijk maakt om de omstandigheden van de test te controleren. Daarnaast kunnen test- en controlepersonen ondanks de nodige training nog altijd verschillen in hun gedrag (Heckman, 1998; Heckman & Siegelman, 1993). Het is bijgevolg noodzakelijk om bij de uitvoering van situatietesten rekening te houden met deze zwakte. In dit onderzoek worden de verschillen tussen de leden van de test- en controlegroep geminimaliseerd door het uitschrijven van een protocol. Dit protocol stuurt de interactie met de winkelbediende door instructies te geven over het gedrag dat ze tijdens het winkelen en ten aanzien van de winkelbediende dienden te vertonen. Deze instructies werden onderling alsook met de onderzoeker inge oefend. Voor de indicatoren ‘aanstaren’ en ‘volgen’ werden bijkomende mondelinge instructies gegeven. Voor de indicator ‘staren’ werd rekening gehouden met twee elementen. Het eerste element is de duur van het aanstaren; hoe langer de participant aangekeken werd, hoe waarschijnlijker hij/zij aangestaard werd. Het tweede element is de ‘vriendelijkheid’ van de blik. Het interpreteren van de blik werd ge oefend op basis van de demonstraties die de onderzoeker uitvoerde. Een belangrijk element was het ontbreken van de glimlach. Een glimlach wordt volgens het *facial action coding system*, in de context van face-to-face interacties als een uitdrukking van vriendelijkheid beschouwd (Ekman, Friesen & Acnoli, 1980; Frank & Ekman, 1993; Kraut & Johnston, 1979). Daarnaast kregen ze richtlijnen met betrekking tot hun kledij, waarbij opvallende kledij vermeden werd. Alle test- en controlepersonen spraken bovendien vloeiend Nederlands.

Onderzoekspopulatie en steekproef

De onderzoekspopulatie bestaat uit het winkelpersoneel van kledingwinkels gelegen in de regio Vlaanderen en Brussel. De bekendste winkelstraten uit Brussel, Elsene, Leuven, Mechelen en Antwerpen werden bezocht.

Om de representativiteit van de steekproeven van de kledingwinkels mogelijk te maken, werd een steekproefregister ontwikkeld bestaande uit de kledingwinkels uit de steden waar de praktijktesten plaatsvonden (123Shoppen, 2017; Atrium, 2016; ShoppeninLeuven, 2017; Stad Antwerpen, 2017). Dit steekproefkader bestaat uit 390 winkels.

De steekproef werd verkregen door winkels willekeurig uit de populairste winkelstraat per stad uit het steekproefkader te trekken. De winkels waarin de controle- en testpersonen binnenstapten, waren winkels waarvan de kleding aansloot bij hun geslacht en leeftijd. Dit betekent dat een vrouw geen winkel binnenstapt die exclusief mannenkleding verkoopt en omgekeerd. Ook stapt een twintiger bijvoorbeeld geen winkel voor 60-plussers binnen. Uiteindelijk bestaat de steekproef uit 301 winkelvestigingen van 84 verschillende winkelketens waar telkens een test- en controlepersoon van Belgische en Maghrebijnse origine binnengestapt zijn. Mannen hebben 110 winkels bezocht en vrouwen 191 winkels. Bij mannen werden 54 winkels behorende tot de lage prijsklasse en 56 winkels behorende tot de hoge prijsklasse bezocht. Bij vrouwen werden 106 winkels uit de lage prijsklasse en 85 winkels uit de hoge prijsklasse bezocht.

Onafhankelijke variabelen

Etniciteit

Aangezien Maghrebijnen in verschillende levensdomeinen onderaan de ladder staan (Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid, Arbeid & Sociaal Overleg & Unia, 2015; Martens & Ouali, 2005), behoren zij tot de testpersonen van dit onderzoek. Etniciteit is een dummyvariabele met de categorieën 'klant van Maghrebijnse origine' en 'klant van Belgische origine'. Klanten van Belgische origine worden gedefinieerd als diegenen waarvan de ouders en grootouders in België geboren zijn. Klanten van Maghrebijnse origine hebben minstens één ouder of grootouder die afkomstig is uit de Maghreblanden. Om de externe validiteit van deze variabele te garanderen, werden foto's van de test- en controlepersonen voorgelegd aan een onafhankelijk panel van 39 personen van Belgische origine. In 96% van de gevallen schatte dit panel de etniciteit van test- en controlepersonen juist in. De etniciteit van test- en controlepersonen was bijgevolg duidelijk voor winkelbedienden.

Gender

Gender is een dummyvariabele met de categorieën 'man' en 'vrouw'. Om intersectionele analyses mogelijk te maken, werden de bovenstaande variabelen gecombineerd

in één variabele met vier categorieën: mannen van Belgische origine, mannen van Maghrebijnse origine, vrouwen van Belgische origine en vrouwen van Maghrebijnse origine.

Prijsklasse

Winkels werden onderverdeeld in de categorieën ‘winkel uit de hoge prijsklasse’ en ‘winkel uit de lage prijsklasse’. De prijsklassen werden geconstrueerd door een register van de bezochte winkels op te stellen op basis van de prijs van een wit, katoenen hemd. Winkels die het hemd aan een prijs lager dan 40 euro verkochten, behoorden tot de lage prijsklasse. Werd het verkocht aan een prijs van 40 euro of hoger, dan behoorde de winkel tot de hoge prijsklasse.

Afhankelijke variabelen

De afhankelijke variabele is alledaagse discriminatie en meer specifiek de omgang van het winkelpersoneel met het cliënteel. Op basis van voorgaande kwalitatieve en experimentele studies, kunnen we alledaagse discriminatie aan de hand van de onderstaande objectieve indicatoren onderzoeken (Ainscough & Motley, 2000; Ayres & Siegelman, 1995; Crockett et al., 2003; Essed, 1991; Lee, 2000).

Fysieke begeleiding en/of alternatieve hulpbediening

Fysieke begeleiding en/of alternatieve hulpbediening verwijst naar de gedragsmatige reactie van de winkelbediende op het verzoek van de klant naar het gezochte kledingstuk. Verschillende vormen van hulpbediening worden opgenomen, waaronder de fysieke begeleiding naar het kledingrek waar het kledingstuk vandaan gehaald werd, het bestellen op het internet, opzoeken in de voorraadruimte en andere filialen raadplegen. Deze variabele werd vervolgens gedichotomiseerd in twee categorieën: ‘de respondent ontving hulp’ en ‘de respondent ontving geen hulp’.

Aanstaren

Aanstaren is een dichotome variabele met twee antwoordcategorieën: ‘aangestaard’ en ‘niet aangestaard’.

Volgen

Volgen is een dichotome variabele met twee antwoordcategorieën: ‘gevolgd’ en ‘niet gevolgd’.

Begroeten en/of aanspreken

Begroeten en/of aanspreken is een dichotome variabele met twee antwoordcategorieën: ‘begroet en/of aangesproken’ en ‘niet begroet en/of aangesproken’.

Analysemethoden

Dit onderzoek vertrekt van een intersectioneel, methodologisch perspectief (Crenshaw, 1989; Wekker, 2002). We gebruiken meer bepaald de inter- en intracategoriale benaderingen, wat inhoudt dat verschillen tussen én binnen sociale groepen centraal staan (McCall, 2005). *In casu* bekijken we de verschillende behandeling door het winkelpersoneel naargelang de etniciteit en gender van de klant. Hiervoor werden vier categorieën ontwikkeld: mannen van Maghrebijnse origine, mannen van Belgische origine, vrouwen van Maghrebijnse origine en vrouwen van Belgische origine.

In de eerste stap berekenen we de netto-discriminatiegraden vanuit een inter-etnische vergelijking. Deze worden geschat op basis van de vier mogelijke uitkomsten van een situatietest: test- en controlepersoon worden geholpen (n_{11}), enkel controlepersoon (persoon van Belgische origine) wordt geholpen (n_{21}), enkel testpersoon (persoon van Maghrebijnse origine) wordt geholpen (n_{12}) en noch test- noch controlepersoon wordt geholpen (n_{22}). Dit wordt voor elk kenmerk van alledaagse discriminatie berekend (tabel 1). De nettodiscriminatiegraden voor de indicatoren ‘aanstaren’ en ‘volgen’ werden omgekeerd gecodeerd. De vier uitkomsten zijn in dit geval de volgende: noch test-, noch controlepersoon wordt aangestaard/gevolgd (n_{11}), enkel controlepersoon (persoon van Belgische origine) wordt niet aangestaard/gevolgd (n_{21}), enkel testpersoon (persoon van Maghrebijnse origine) wordt niet aangestaard/gevolgd (n_{12}), zowel test- als controlepersoon worden aangestaard/gevolgd (n_{22}).

Tabel 1. Contingentietabel voor ongelijke behandeling

| | | Controlepersoon (Belgische origine) heeft hulp ontvangen | |
|---|------|--|----------|
| | | Ja | Neen |
| Testpersoon (Maghrebijnse origine) heeft hulp ontvangen | Ja | n_{11} | n_{12} |
| | Neen | n_{21} | n_{22} |

De nettodiscriminatiegraad berekent het percentage van de praktijktesten waarin de testpersoon in vergelijking met de controlepersoon benadeeld werd, rekening houdend met de eventuele benadeling van de controlepersoon ten opzichte van de testpersoon (Carlsson & Rooth, 2006; De Beijl, 2000; Ross & Turner, 2005). In dit geval berekent

de nettodiscriminatiegraad hoe vaak een man of vrouw van Maghrebijnse origine in tegenstelling tot een man of vrouw van Belgische origine systematisch benadeeld werd tijdens het winkelen (volledige berekeningen op aanvraag beschikbaar).

De formule van de nettodiscriminatiegraad is:

$$\text{nettodiscriminatiegraad} = \frac{n_{21} - n_{12}}{n_{11} + n_{12} + n_{21} + n_{22}}$$

In lijn met voorgaand onderzoek (Ahmed & Hammarstedt, 2009; Hanson & Santas, 2014) wordt de statistische significantie van nettodiscriminatiegraden gemeten aan de hand van de asymptotische McNemar-toetsstatistiek. Deze volgt een Chi-kwadraatverdeling met één vrijheidsgraad (Fagerland, Lydersen & Laake, 2013).

In de tweede stap worden logistische, multilevelregressieanalyses uitgevoerd met de indicatoren van alledaagse discriminatie als afhankelijken. Aangezien de data een hiërarchische structuur hebben, namelijk test- en controlepersonen (level 1) genest in winkels (level 2), zijn multilevelanalyses vereist. Voor de schatting werd gebruikgemaakt van de Generalized Mixed Models-command in IBM SPSS versie 21. Om na te gaan hoe alledaagse discriminatie in verband staat met de etniciteit en het geslacht van de klant enerzijds en de prijsklasse van de winkel anderzijds, werden random-interceptmodellen geconstrueerd voor de gehele steekproef van winkels. Eerst worden er nulmodellen geconstrueerd waar stapsgewijs de intersectionele categorieën (man van Belgische origine, man van Maghrebijnse origine, vrouw van Belgische origine, vrouw van Maghrebijnse origine) als onafhankelijke variabelen toegevoegd worden. In het finaal model wordt de level-2 variabele prijsklasse toegevoegd. Cross-levelinteracties tussen prijsklasse en de individuele kenmerken werden niet opgenomen, omdat ze geen significant effect hebben (bijkomende analyses zijn op vraag beschikbaar).

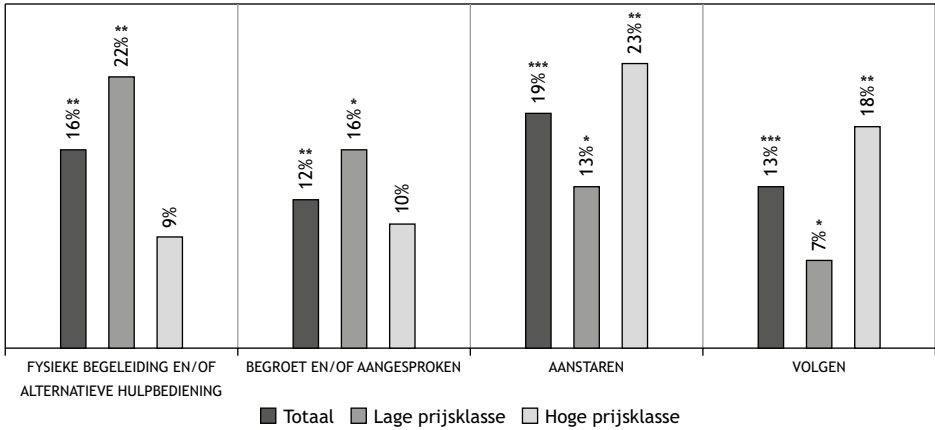
Op basis van de de intraclass correlatiecoëfficiënt (ICC) wordt berekend hoeveel van de variantie in elke afhankelijke variabele verklaard kan worden op winkelniveau. Uit de ICC's blijkt dat voor de afhankelijke variabelen 'aanstaren' en 'volgen' geen multilevelanalyses noodzakelijk zijn. De ICC was niet significant en bijzonder laag. Bijgevolg wordt voor beide variabelen een simpele logistische regressieanalyse uitgevoerd.

Resultaten

Nettodiscriminatiegraden

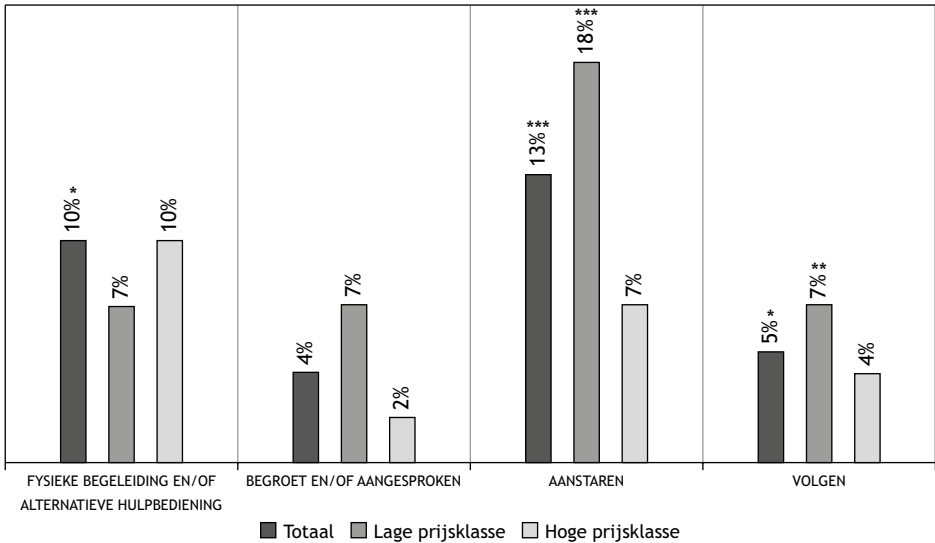
Figuur 1 toont de nettodiscriminatiegraden voor de winkels waar de mannelijke controle- en testpersonen binnengestapt zijn. Mannen van Maghrebijnse origine werden systematisch meer aangestaard en gevolgd dan mannen van Belgische origine. Meer specifiek werden mannen van Maghrebijnse origine in 1 op de 8 gevallen ($p \leq,001$) gevolgd en in 1 op de 5 gevallen ($p \leq,001$) vaker aangestaard door de winkelbediende dan

mannen van Belgische origine. Vervolgens ontvingen mannen van Maghrebijnse origine in 16 procent ($p \leq 0,01$) van de winkels geen hulp, terwijl mannen van Belgische origine die wel kregen. Mannen van Maghrebijnse origine werden overigens in niet minder dan 12 procent ($p \leq 0,01$) van de winkels niet begroet en/of aangesproken wanneer mannen van Belgische origine wel begroet werden of spontaan hulp aangeboden kregen.



* $p \leq 0,05$ ** $p \leq 0,01$ *** $p \leq 0,001$

Figuur 1. Nettodiscriminatiegraden voor mannen van elke afhankelijke variabele voor de totale steekproef, de winkels uit de lage prijsklasse en de winkels uit de hoge prijsklasse



* $p \leq 0,05$ ** $p \leq 0,01$ *** $p \leq 0,001$

Figuur 2. Nettodiscriminatiegraden van vrouwen voor elke afhankelijke variabele voor de totale steekproef, de winkels uit de lage prijsklasse en winkels uit de hoge prijsklasse

Wanneer de winkels worden opgesplitst in de lage en hoge prijsklassen, zijn er twee trends zichtbaar. De nettodiscriminatiegraden voor het verkrijgen van hulp en het begroet en/of spontaan aangesproken worden, zijn lager in de winkels uit de hoge prijsklasse in vergelijking tot de winkels uit de lage prijsklasse. Zo krijgen Maghrebijnse mannen in 22 procent ($p \leq,01$) van de winkels uit de lage prijsklasse geen hulp, terwijl dit in 9 procent (n.s.) van de winkels uit de hoge prijsklasse voorkomt. De nettodiscriminatiegraad voor aanspreken en/of begroeten daalt van 16 procent ($p \leq,05$) in winkels uit de lage prijsklasse naar 10 procent (n.s.) in winkels uit de hoge prijsklasse. In tegenstelling tot de voorgaande patronen nemen de nettodiscriminatiegraden voor aanstaren en volgen in winkels uit de hoge prijsklasse echter toe. Voor aanstaren zien we een stijging van 13 procent ($p \leq,05$) in de lage prijsklasse naar 23 procent ($p \leq,01$) in de hoge prijsklasse. Ook voor volgen stijgen de nettodiscriminatiegraden van 7 procent ($p \leq,05$) naar 18 procent ($p \leq,01$) in winkels uit de hoge prijsklasse.

Figuur 2 toont de nettodiscriminatiegraden voor de vrouwelijke test- en controlepersonen. Ook hier zijn de nettodiscriminatiegraden het hoogst voor aanstaren. Vrouwen van Maghrebijnse origine worden vaker aangestaard en gevolgd dan vrouwen van Belgische origine met respectievelijk 13 procent ($p \leq,001$) en 5 procent ($p \leq,05$). Daarnaast ontvangen vrouwen van Maghrebijnse origine in 1 op 10 winkels noch fysieke begeleiding, noch andere vormen van hulpbediening, terwijl de vrouwen van Belgische origine wel minstens op één manier geholpen worden bij het zoeken naar het kledingstuk. Tevens worden vrouwen van Maghrebijnse origine minder begroet en/of aangesproken (4%; n.s.). Dit is echter niet significant. In combinatie met de bovenstaande nettodiscriminatiegraden van mannen, kunnen we bevestigen dat klanten van Maghrebijnse origine benadeeld worden tijdens het winkelen in vergelijking met klanten van Belgische origine.

Opnieuw is er een algemene trend aanwezig wanneer de winkels opgesplitst worden naargelang prijsklasse. De nettodiscriminatiegraden van de winkels uit de hoge prijsklasse zijn namelijk kleiner dan de nettodiscriminatiegraden van de winkels uit de lage prijsklasse. Opvallend is het groot verschil naargelang geslacht in het aangestaard en gevolgd worden door het winkelpersoneel uit de hoge prijsklasse. Dit verschil kan mogelijk wijzen op de sterke aanwezigheid van gender-etnische profilering die mannen van Maghrebijnse origine meer treft dan vrouwen uit dezelfde etniciteitsgroep.

Multilevel logistische regressie en logistische regressieanalyse

Tabellen 2 en 3 bevatten de intersectionele regressieanalyses voor alledaagse discriminatie. Mannen van Belgische origine zijn altijd de referentiecategorie. De ICC voor de indicator 'begroeten en/of aanspreken' is in vergelijking met de andere indicatoren opvallend hoog. Minstens 37 procent van de variantie wordt verklaard op winkelniveau.

We stellen op basis van model 1 in tabellen 2 en 3 vast dat vrouwen van Belgische origine niet significant verschillen van mannen van Belgische origine met uitzondering van één enkele indicator. Mannen van Belgische origine worden namelijk significant meer aangesproken en/of begroet door het winkelpersoneel dan de vrouwen van dezelfde et-

niciteitsgroep (OR: 0,30; $p \leq 0,001$). Zowel mannen als vrouwen van Maghrebijnse origine krijgen minder hulp aangeboden dan klanten van Belgische origine. Daarnaast worden ze ook significant minder begroet en/of aangesproken dan mannen van Belgische origine, maar mannen van Maghrebijnse origine (OR: $1,48 \times 0,50 = 0,74$) worden meer begroet en/of aangesproken dan vrouwen van Belgische origine (OR: $1,48 \times 0,30 = 0,44$). Zoals verwacht, worden vrouwen van Belgische origine het minst aangestaard (OR: 0,47; n.s.) en gevolgd (OR: 0,42; n.s.), terwijl mannen van Maghrebijnse origine het meest aangestaard (OR: 5,64; $p \leq 0,001$) en gevolgd (OR: 5,18; $p \leq 0,01$) worden. In tegenstelling tot de Belgische etniciteitsgroep zijn de verschillen tussen mannen en vrouwen van Maghrebijnse origine wel significant, met uitzondering voor de hulpbediening. Hoewel mannen van Maghrebijnse origine (OR: $1,48 \times 0,50 = 0,74$) meer begroet en/of aangesproken worden dan de vrouwen van Maghrebijnse origine (OR: $1,48 \times 0,22 = 0,30$), gaat dit gepaard met het vaker aangestaard en gevolgd worden dan vrouwen van Maghrebijnse origine.

Tabel 2. Multilevel logistische regressie voor fysieke begeleiding en/of alternatieve hulpbediening en begroeten en/of aanspreken

| | Nulmodel OR (95% CI) | Model 1 OR (95% CI) | Model 2 OR (95% CI) |
|---|-------------------------|------------------------|------------------------|
| Fysieke begeleiding en/of alternatieve hulpbediening | | | |
| Intercept | 3,05 [2,37-3,91]*** | 4,45 [2,63-7,53]*** | 4,86 [2,72-8,69]*** |
| <i>Individueel niveau: Belgische man ref.</i> | | | |
| Belgische vrouw | | 1,20 [0,64-2,24] | 1,21 [0,64-2,27] |
| Maghrebijnse vrouw | | 0,46 [0,26-0,83]* | 0,47 [0,26-0,84]** |
| Maghrebijnse man | | 0,47 [0,25-0,88]* | 0,47 [0,25-0,88]* |
| <i>Winkelniveau: hoge prijs-klasse ref.</i> | | | |
| Lage prijsklasse | | | 0,83 [0,49-1,40] |
| -2LL | 2686,67 | 2723,51 | 2725,58 |
| Variance level 2 (se) | 0,35 [0,17]* | 0,42 [0,20]* | 0,44 [0,21]* |
| ICC (%) | 9,62% | | |
| Begroeten en/of aanspreken | | | |
| Intercept | 0,53 [0,36-0,78]*** | 1,48 [0,81-2,69] | 3,10 [1,64-5,89]*** |
| <i>Individueel niveau: Belgische man ref.</i> | | | |
| Belgische vrouw | | 0,30 [0,16-0,57]*** | 0,30 [0,16-0,57]**** |
| Maghrebijnse vrouw | | 0,22 [0,11-0,42]*** | 0,22 [0,11-0,41]*** |
| Maghrebijnse man | | 0,50 [0,27-0,94]* | 0,49 [0,26-0,93]* |
| <i>Winkelniveau: hoge prijs-klasse ref.</i> | | | |
| Lage prijsklasse | | | 0,18 [0,09-0,36]*** |
| -2LL | 2792,62 | 2810,64 | 2825,09 |
| Variance level 2 (se) | 1,39 [0,50]*** | 1,80 [0,48]*** | 1,16 [0,36]*** |
| ICC (%) | 37,01% | | |

† randsignificant; * $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$; *** $p \leq 0,001$

Tabel 3. Logistische regressie voor aanstaren en volgen

| | Nulmodel OR (95% CI) | Model 1 OR (95% CI) | Model 2 OR (95% CI) |
|---|---------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Aanstaren | | | |
| Intercept | 0,13 (0,10-0,16)*** | 0,06 (0,02-0,13)*** | 0,08 (0,03-0,18)*** |
| <i>Individueel niveau: Belgische man ref.</i> | | | |
| Belgische vrouw | | 0,47 (0,14-1,56) | 0,48 (0,14-1,63) |
| Maghrebinse vrouw | | 3,23 (1,30-8,03)* | 3,42 (1,37-8,54)** |
| Magrebinse man | | 5,64 (2,22-14,30)*** | 5,76 (2,26-14,69)*** |
| <i>Winkelniveau: hoge prijsklasse ref.</i> | | | |
| Lage prijsklasse | | | 0,50 (0,29-0,85)* |
| -2LL | 424,59 | 381,55 | 374,90 |
| Volgen | | | |
| Intercept | 0,07 (0,05-0,09)*** | 0,04 (0,01-0,10)*** | 0,06 (0,02-0,16)*** |
| <i>Individueel niveau: Belgische man ref.</i> | | | |
| Belgische vrouw | | 0,42 (0,09-1,92) | 0,45 (0,10-2,05) |
| Maghrebinse vrouw | | 1,93 (0,61-6,09) | 2,08 (0,66-6,61) |
| Maghrebinse man | | 5,18 (1,69-15,87)** | 5,36 (1,73-16,54)** |
| <i>Winkelniveau: hoge prijsklasse ref.</i> | | | |
| Lage prijsklasse | | | 0,34 (0,16-0,71)** |
| -2LL | 283,51 | 258,25 | 249,14 |

‡ randsignificant *p<,05; **p<,01; ***p<,001

Model 2 in tabel 2 en 3 voegt prijsklasse als onafhankelijke variabele op winkelniveau toe. De winkels die tot de hoge prijsklasse behoren, vormen de referentiecategorie. Klanten krijgen, onder controle van de etniciteit en het geslacht van klanten, meer hulp aangeboden in winkels uit de hoge prijsklasse dan in winkels uit de lage prijsklasse (OR: 0,83; n.s.). De odds om begroet en/of aangesproken te worden, zijn ook hoger in de winkels uit de hoge prijsklasse dan deze van de winkels uit de lage prijsklasse (OR: 0,18; p<,001). Ook significant zijn de odds op aanstaren en volgen. De odds geven aan dat klanten, rekening houdend met de combinatie van etniciteit en geslacht, meer aangestaard (OR: 0,50; p<,05) en gevolgd (OR: 0,34; p<,01) worden in winkels uit de hoge prijsklasse dan winkels uit de lage prijsklasse. Deze resultaten tonen vervolgens aan dat de mate en vorm van behandeling verschilt naargelang de prijsklasse.

Discussie

Dit onderzoek onderzocht het voorkomen van alledaagse discriminatie tijdens het winkelen door middel van situatietesten in 301 Vlaamse en Brusselse kledingwinkels. Met deze praktijktesten konden we nagaan of de etniciteit en/of het geslacht van de klant een verschillende behandeling door de winkelbediende teweegbrengen. We kozen voor

kledingwinkels als setting om te kunnen aantonen dat discriminatie in de meest vanzelfsprekende activiteiten kan voorkomen.

Tijdens de praktijktesten viel het op dat er maar zelden openlijk gediscrimineerd werd door winkelbedienden. Slechts één vrouw en één man van Maghrebijnse origine werden geconfronteerd met vijandelijke en denigrerende taal. Dit bevestigt de stelling dat vandaag de dag openlijke en gratis vormen van discriminatie grotendeels vervangen zijn door verdoken vormen van discriminatie. De meeste mensen geloven daarom dat er niet meer gediscrimineerd wordt. De subtiele vormen van discriminatie maken het bijgevolg moeilijker om discriminatie te meten. Deze ‘symbolische discriminatie’ (Sears, 1998) of ‘micro-agressie’ (Sue et al., 2007) zijn aan de hand van de praktijktesten ook duidelijk naar de voorgrond gekomen. De praktijktesten toonden aan dat de ongelijke behandeling doorgaans subtiel verloopt.

Ten eerste vonden we dat klanten van Maghrebijnse origine systematisch benadeeld worden in vergelijking met klanten van Belgische origine. In vergelijking met mannen van Belgische origine, worden mannen van Maghrebijnse origine significant minder geholpen, minder begroet en/of aangesproken, maar wel significant meer aangestaard en gevolgd. Ook voor de vrouwen stelden we een gelijkaardig patroon vast. Vrouwen van Maghrebijnse origine werden systematisch benadeeld in vergelijking met vrouwen van Belgische origine op twee vlakken. Vrouwen van Maghrebijnse origine kregen systematisch minder hulpbediening, maar werden systematisch meer aangestaard en gevolgd dan vrouwen van Belgische origine. Ook etnische profilering is aanwezig. De interactie tussen de winkelbediende en de klant verloopt minder vlot, met als gevolg dat het winkelpersoneel minder moeite investeert in de klanten van Maghrebijnse origine. Het wantrouwen van het winkelpersoneel in de klanten van Maghrebijnse origine komt erg subtiel voor door hen nauwlettender in de gaten te houden. Meer specifiek bieden de vooroordelen van sociale en economische inferioriteit alsook de voorstelling van klanten uit minderheidsgroepen als crimineel, een verklaring voor het feit dat mannen en vrouwen van Maghrebijnse origine minder hulp aangeboden krijgen. Net zoals het ‘Shopping While Black’-fenomeen (Gabbidon, 2003; Crockett et al., 2003; Lee, 2000) in de Verenigde Staten, is er een ‘Shopping While Maghrebian’-fenomeen in België.

Vervolgens hebben we ons de vraag gesteld of het geslacht van de klant een invloed heeft op de behandeling door het winkelpersoneel. Geslacht heeft, in vergelijking met etniciteit, een minder eenduidig effect. Dit vonden we initieel ook terug in de literatuur, waardoor we twee tegengestelde hypothesen opstelden. Aan de hand van de nettodiscriminatiegraden kunnen we opmerken dat de discriminatie bij mannen groter is dan bij vrouwen. De invloed van geslacht verschilt echter naargelang de etniciteit. Voor het ontvangen van hulp heeft geslacht, noch voor de Maghrebijnse, noch voor de Belgische etniciteitsgroep een significant effect. Geslacht heeft binnen elke etniciteitsgroep eenzelfde effect voor het begroet en/of aangesproken worden door de winkelbediende. Mannen worden significant meer begroet en/of aangesproken dan vrouwen. Dit wijst in termen van genderprofilering op de idee dat mannen een hogere status hebben in de maatschappij alsook een grotere koopkracht hebben en meer kunnen spenderen (Stead & Zinkhan, 1986; Zinkhan & Stoiadin, 1984). Ook de idee dat

shoppen een vrouwelijke aangelegenheid is waardoor mannen doelgerichte klanten zijn en bijgevolg zo min mogelijk tijd willen besteden in de winkels (Fischer & Gainer, 1991; Pettinger, 2005), leidt er mogelijk toe dat winkelbediendes sneller mannen zullen aanspreken dan vrouwen. Tevens merken we op dat mannen meer aangestaard en gevolgd worden dan vrouwen. Dit is echter enkel significant binnen de Maghrebijnse etniciteitsgroep. Dit toont aan dat het genderstereotype dat veronderstelt dat mannen meer crimineel gedrag vertonen dan vrouwen, versterkt wordt door de etniciteit van de klant. De combinatie 'man zijn' en 'van Maghrebijnse origine zijn' resulteert in een positie onderaan de ladder. In lijn met voorgaand onderzoek loopt deze groep een hogere kans verdacht te worden van winkeldiefstal dan hun vrouwelijke gelijken (Asquith & Bristow, 2000; Gabbidon, 2003).

Een ander opvallend resultaat is dat de etnische profilering de genderstereotyping overtreft met betrekking tot het aanstaren van klanten. Hoewel mannen vaker als criminelen verdacht worden dan vrouwen, worden vrouwen van Maghrebijnse origine tijdens het winkelen vaker aangestaard en gevolgd dan mannen van Belgische origine. De etniciteit van een vrouw van Maghrebijnse origine lijkt bijgevolg een grotere rol te spelen dan het geslacht van een man van Belgische origine. Dit patroon vonden we echter niet voor het volgen van klanten.

Tot slot werd het verschil in de mate en vorm van discriminatie naargelang de prijsklasse bestudeerd. Hiervoor hebben we de nettodiscriminatiegraden voor de winkels uit de hoge en lage prijsklasse vergeleken. Deze vergelijking toont wel degelijk een verschil aan in de mate waarin discriminatie voorkomt. De systematische benadeling in het verkrijgen van hulp is zowel voor mannen als vrouwen lager in de hoge prijsklasse dan in de lage prijsklasse. Het begroet en/of aangesproken worden door de winkelbediende volgt dezelfde trend. Wat aanstaren en volgen betreft, merken we een verschil naargelang geslacht op. Voor vrouwen blijft er eenzelfde patroon als de voorgaande kenmerken, waar discriminatie in winkels uit de hoge prijsklasse lager is dan in winkels uit de lage prijsklasse. Voor mannen was de aanwezigheid van discriminatie echter hoger in winkels uit de hoge prijsklasse dan in winkels uit de lage prijsklasse. Concluderend daalt discriminatie in de meeste gevallen wanneer de prijs toeneemt. Enerzijds kunnen de potentiële commissie- en bonuslonen die het winkelpersoneel uit de hoge prijsklasse ontvangt een verklaring bieden voor de afname van discriminatie (Banker et al., 1996; Beatty et al. 1996). Anderzijds lijken de commissielonen de vorm van discriminatie ook te beïnvloeden. In winkels uit de hoge prijsklasse worden klanten meer begroet en/of aangesproken, maar tegelijkertijd ook vaker aangestaard en gevolgd. Dit kan misschien te maken hebben met de gemiddeld kleinere oppervlakte in dure winkels met vaak weinig klanten, waardoor ze hen gemakkelijker in de gaten kunnen houden. Het toont ook aan dat de nadelige behandeling in winkels uit de hoge prijsklasse voornamelijk in de meest verdoken vormen voorkomt.

Dit onderzoek heeft een aantal sterktes en beperkingen. Eén van de sterktes is het belichten van de wisselwerking tussen structurele discriminatie en discriminatie op microniveau. Daarnaast heeft het onderzoek kunnen aantonen dat praktijktesten een ideale en objectieve methode kunnen zijn om discriminatie in alledaagse domeinen

bloot te leggen. Door het gebruik van multilevelanalyses hebben we het effect op winkelniveau kunnen meten, terwijl de besproken studies uit de VS zich beperkten tot het individueel niveau. Ook hebben we door het gebruik van een intersectioneel kader rekening kunnen houden met meer dan één discriminatiegrond, wat in de sociale wetenschappen onderbelicht wordt. Dit intersectioneel kader biedt, binnen de context van de superdiversiteit, of de “diversiteit binnen de diversiteit” (Vertovec, 2007, p. 1025), mogelijkheden om de complexiteit van discriminatiepatronen te meten en te verklaren.

Een eerste beperking is echter dat we geen rekening hebben kunnen houden met een aantal contextuele factoren. De vrouwelijke setting van het winkelen kan de invloed van geslacht mogelijk geneutraliseerd hebben. Het repliceren van de studie van Ayres en Siegelman (1995) naar etnische en genderdiscriminatie in de autoverkoop, kan dit nadeel vermijden. Een tweede beperking is dat de praktijktesten uitgevoerd werden in steden met een relatief hoge mate van diversiteit. Praktijktesten naar de hulpverlening in winkels uit minder diverse gemeenten kan mogelijk verschillende resultaten opleveren. Ten derde hadden potentiële leer- en ordereffecten vermeden kunnen worden door afwisselend een test- of controlepersoon als eerste klant aan te duiden. Ten slotte hebben we ondanks de goede voorbereiding van de test- en controlepersonen niet voor alle verschillen kunnen controleren. Wel kunnen we stellen dat andere verschillen, zoals aantrekkelijkheid en extraversie, random over de test- en controlepersonen verdeeld zijn, waardoor ze elkaar mogelijk neutraliseren.

Niettemin heeft dit onderzoek, ondanks zijn beperkingen, een sterke indicatie gevonden voor de aanwezigheid van etnische en genderdiscriminatie tijdens het winkelen in België. Dit bevestigt de nood aan verder onderzoek naar deze en andere vormen van alledaagse discriminatie. Toekomstig onderzoek kan gebruikmaken van *mixed methods*-technieken die het mogelijk maken om de *situated knowledge* van de gediscrimineerden te koppelen aan de cijfermatige resultaten. De bespreking van kwalitatieve en kwantitatieve resultaten bieden het beleid inzicht in zowel het sluipend karakter van discriminatie in de meest vanzelfsprekende bezigheden, alsook de invloed op de getroffen en hun potentiële copingstrategieën. Op basis hiervan kan het beleid gericht discriminatie aanpakken, ondersteuning bieden aan de getroffen en ten slotte het ontwikkelen van een bewustzijn over de potentiële onbewuste processen die aan de basis liggen van de ongelijke behandeling.

Bibliografie

- Ahmed, A. & Hammarstedt, M. (2009). Detecting Discrimination against Homosexuals: Evidence from a Field Experiment on the Internet. *Economica*, 79, 588-97.
- Ainscough, T. & Motley, C. (2000). Will you help me please? The effects of race, gender and manner of dress on retail service. *Marketing Letters*, 11, 129-36.
- Antecol, H. & Cobb-Clark, D. (2008). Racial and ethnic discrimination in local consumer markets: Exploiting the army's procedures for matching personnel to duty locations. *Journal of Urban Economics*, 64, 496-509.

- Asquith, J. & Bristow, D. (2000). To catch a thief: a pedagogical study of retail shoplifting. *Journal of Education for Business*, 75, 217-76.
- Atrium (2016). *Shop in Brussels. De handelszaken à la carte*. Geraadpleegd op 04 januari 2017 op <http://www.shopinbrussels.be/NL>.
- Ayres, I. & Siegelman, P. (1995). Race and gender discrimination in bargaining for a new car. *American Economic Review*, 85, 304-21.
- Bade, K. J., Emmer, P. C., Lucassen, L. & Oltmer, J. (2011). *The Encyclopedia of Migration and Minorities in Europe. From the 17th century to the present*. New York: Cambridge University Press.
- Baert, S. et al. (2015). *Is There Less Discrimination in Occupations Where Recruitment Is Difficult? ILR Review*, 68(3), 467-500.
- Banker, R., Lee, S. & Potter, G. (1996). A field study of the impact of a performance-based Incentive Plan. *Journal of Accounting and Economics*, 21, 195-226.
- Basow, S. & Crawley, D. (1982). Helping behavior: effects of sex and sex-typing. *Social Behavior and Personality*, 10, 69-72.
- Beatty, S. et al. (1996). Customer-Sales Associate Retail Relationships. *Journal of Retailing*, 72, 223-47.
- Bertrand, M. & Duflo, E. (2017). Field experiments on discrimination. In Duflo, E. & Banerjee A. (eds.), *Handbook of Field Experiments* (pp. 309-394). Nederland: Elsevier.
- Bonilla-Silva, E. (2006). *Racism without Racists. Color-Blind Racism and the Persistence of Racial Inequality in the United States*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.
- Boltanski, L. & Chiapello, E. (2005). The new spirit of capitalism. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 18(3), 161-88.
- Bosch, M. & Cobacho, M. (2011). *Discrimination in second hand consumer markets: Evidence from a field experiment*. Alicante: University of Alicante.
- Brigham, J. & Richardson, C. (1979). Race, sex, and helping in the marketplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 9, 314-22.
- Carlsson, M. & Rooth, D. (2006). *Evidence of ethnic discrimination in the swedish labor market using experimental data*. Bonn: institute for the Study of Labor.
- Crenshaw, K. W. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), 39-67.
- Crockett, D., Grier, A. & Williams, J. (2003). Coping with marketplace discrimination: An exploration of the experiences of black men. *Academy of Marketing Science Review*, 1-21.
- Cho, S., Crenshaw, K. W. & McCall, L. (2013). Toward a field of intersectionality studies: Theory, applications and praxis. *Signs*, 38(4), 785-810.
- De Beijl, R. (2000). *Documenting discrimination against migrant workers in the labour market: A comparative study of four European countries*. Geneva: International labour office.
- Dovidio J. F. et al. (2008). On the nature of contemporary prejudice. From subtle bias to severe consequences. In Esses, V. M. & Vernon, R. A. (eds.), *Explaining the breakdown of ethnic relations: why neighbors kill* (pp. 41-60). Oxford: Blackwell Publishing.
- Ekman, P., Friesen, V. W. & Acnoli, S. (1980). Facial Signs of Emotional Experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(6), 1125-34.
- Elchardus, M. & Siongers, J. (2009). *Vreemden. Naar een cultuursociologische benadering van ethnocentrisme*. Tiel: Lannoo.
- Eliasoph, N. (1999). 'Everyday racism' in a culture of political avoidance: civil society, speech and taboo. *Social Problems*, 46(4), 479-502.

- Essed, P. (1984). *Alledaags racisme*. Amsterdam: Feministische uitgeverij Sara.
- Essed, P. (1991). *Inzicht in alledaags racisme*. Utrecht: Het Spectrum.
- European Commission (2011). *The European Commission's new gender equality study: Towards quotas for women in the board room*. Frankfurt: European Central Bank Diversity Forum.
- Europees Parlement (2012). *Verslag. Over de arbeidsomstandigheden van vrouwen in de dienstensector*. Europees Parlement: Commissie rechten van de vrouw en gendergelijkheid.
- Fagerland, M., Lydersen, S. & Laake, P. (2013). The McNemar test for binary matched-pairs data: mid-p and asymptotic are better than exact condition. *BMC Medical Research Methodology*, 13, 1-8.
- Ferber, A. (2003). Defending the culture of privilege. In M. S. Kimmel & A. L. Ferber (eds.), *Privilege: A reader* (pp. 319-330). Boulder: Westview. Ontleend op 15 maart 2017 aan <https://www.socwomen.org/fact-sheets/>.
- Fischer, E. & Gainer, B. (1991). I Shop Therefore I Am: The role of shopping in the social construction of women's identities. *Gender and Consumer Behavior*, 1, 350-7.
- Federale Overheidsdienst voor Werkgelegenheid, Arbeid en Sociaal Overleg & Unia (2015). *Socio-economische monitoring 2015: arbeidsmarkt en origine*. <http://www.werk.belgie.be/publicationDefault.aspx?id=44125>. Brussel: Unia.
- Frank, M. G. & Ekman, P. (1993). Not all smiles are created equal: the differences between enjoyment and nonenjoyment smiles. *Humor* 6 (1), 9-26.
- Gabbidon, S. (2003). Racial profiling by store clerks and security personnel in retail establishments: An exploration of "shopping while Black". *Journal of Contemporary Criminal Justice*, 19, 345-64.
- Gaertner, S. & Dovidio, J. (1986). The aversive form of racism. In Dovidio, J. & Gaertner, S. (eds.), *Prejudice, discrimination, and racism* (pp. 61-89). Orlando: Academic Press.
- Hanson, A. & Santas, M. (2014). Field experiment tests for discrimination against hispanics in the U.S. rental housing market. *Southern Economic Journal*, 81, 133-67.
- Harwood, J. & Banton, M. (1975). *The race concept*. London: David & Charles.
- Heckman, J. (1998). Detecting discrimination. *Journal of Economic Perspectives*, 12, 101-16.
- Heckman, J. & Siegelman, P. (1993). The Urban Institute audit studies: Their methods and findings. In M. Fix & R. J. Struyk (pp. 187-258), *Clear and convincing evidence: Measurement of discrimination in America*. Washington: Urban Institute Press.
- Hübinette, T. & Tigervall, C. (2009). To be non-white in a colour-Blind Society: conversations with adoptees and adoptive parents in Sweden on everyday racism. *Journal of Intercultural Studies*, 30(4), 335-353.
- Interfederaal Gelijkekansencentrum (2014). *Jaarverslag discriminatie/diversiteit 2013*. Brussel: Interfederaal Gelijkekansencentrum.
- Juni, S. & Roth, M. (1981). Sexism and handicapism in interpersonal helping. *The Journal of Social Psychology*, 115, 175-81.
- Kraut, R. E. & Johnston, R. E. (1979). Social and emotional messages of smiling. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 1539-53.
- Lee, J. (2000). The salience of race in everyday life: Black customers' shopping experiences in Black and White neighborhoods. *Work and Occupations*, 27, 353-76.
- Lepore, S. et al. (2006). Effects of social stressors on cardiovascular reactivity in Black and White women. *Annals of Behavioral Medicine*, 31, 120-7.
- Longman, C. & De Graeve, K. (2014). From happy to critical diversity: intersectionality as a paradigm for gender and diversity research. *Digest*, 1, 33-9.

- Lutz, H. (2002). Zonder blikken of blozen. Het standpunt van de (nieuw-)realisten. *Tijdschrift voor Genderstudies*, (3), 7-17.
- Martens, A. & Ouali, N. (2005). *Etnische discriminatie op de arbeidsmarkt in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Onderzoek in het kader van het Sociaal Pact voor de Werkgelegenheid van de Brusselaars*. Brussel/Leuven: ULB en KU Leuven.
- McCall, L. (2005). The complexity of intersectionality. *Journal of Women in Culture and Society*, 30, 1771-800.
- McConahay, J. (1986). Modern racism, ambivalence, and the Modern Racism Scale. In J. F. Dovidio & S. L. Gaertner (eds.), *Prejudice, discrimination and racism* (pp. 91-216). Orlando: Academic Press.
- McIntosh, P. (1992). White privilege: unpacking the invisible knapsack. In A.M. Filor (ed.), *Multiculturalism* (pp. 30-7). New York: New York State Council of Educational Associations.
- McRobbie, A. (2004). Post-feminism and popular culture. *Feminist Media Studies*, 4, 255-64.
- Missine, S. & Bracke, P. (2012). Depressive symptoms among immigrants and ethnic minorities: a population based study in 23 European countries. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 47, 97-109.
- Ngai, L. & Petrongolo, B. (2013). *Gender gaps and the rise of the service economy. Discussion paper No 1204*. London: Centre for Economic Performance.
- Pager, D. & Shepherd, H. (2008). The sociology of discrimination: Racial discrimination in employment, housing, credit, and consumer Markets. *Annual Review of Sociology*, 34, 181-209.
- Pascoe, E. & Richman, L. S. (2009). Perceived discrimination and health: a meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 135, 531-54.
- Pettinger, L. (2005). Gendered work meets gendered goods: Selling and service in clothing retail. *Gender, Work and Organization*, 12, 460-78.
- Pirkey, M. F. (2011). *Reinforcing racial stereotypes as we shop: Using focus groups to explore the retail racism experience*. Connecticut: Southern State University Connecticut.
- Rabinowitz, J. et al. (2009). Why do white americans oppose race-targeted policies? Clarifying the impact of symbolic racism. *Political Psychology*, 30, 805-28.
- Rafaeli, A. & Sutton, R. (1990). Busy stores and demanding customers: How do they affect the display of positive emotion? *Academy of Management Journal*, 33, 623-37.
- Riach, P. & Rich, J. (2002). Field experiments of discrimination in the market place. *The Economic Journal*, 112, 480-518.
- Rich, J. (2014). *What do field experiments of discrimination in markets tell us? A meta analysis of studies conducted since 2000*. Bonn: Institute for the Study of Labor.
- Rivers, C. & Barnett, R. (2013). *The new soft war on women: how the myth of female ascendance is hurting women, men - and our economy*. New York: Penguin Group.
- Ross, S. & Turner, M. (2005). Housing discrimination in metropolitan America: explaining changes between 1989 and 2000. *Social Problems*, 52, 152-80.
- Rusche, S. & Brewster, Z. (2008). Because they tip shit! The social psychology of everyday racism in restaurants. *Sociology Compass*, 2, 2008-29.
- Saucier, D., Miller, C. & Doucet, N. (2005). Differences in helping whites and blacks: a meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 9, 2-16.
- Schinkel, W. (2008), *De Gedroomde Samenleving*. Kampen: Klement.
- Schreer, G., Smith, S. & Thomas, K. (2009). "Shopping while black": examining racial discrimination in a retail setting. *Journal of Applied Social Psychology*, 39, 1432-44.

- Sears, D. (1988). 'Symbolic racism'. In Katz, P. A. & Taylor, D. A. (eds.), *Eliminating racism: Profiles in controversy* (pp. 53-84). New York: Plenum Press.
- ShoppeninLeuven (2017). *Winkelstraten*. Ontleend op 6 maart 2017 aan <http://shoppeninleuven.be/winkelstraten/>.
- Springer, S., Kean, B. & MacLeavy, J. (2016). *The handbook of neoliberalism*. Oxon: Routledge.
- Stad Antwerpen (2017). *Fashion in Antwerp. Shopping*. Ontleend op 10 maart 2017 aan <http://www.fashioninantwerp.be/shopping>.
- Stead, B. & Zinkhan, G. (1986). Service priority in department stores: the effects of customer gender and dress. *Sex Roles*, 15, 601-11.
- Strachey, R. (1928). *The Cause: a short history of the women's movement in Great Britain*. London: Bell.
- Sue, D. et al. (2007). Racial microaggressions in everyday life: implications for clinical practice. *American Psychologist*, 62, 271-86.
- Tajfel, H. & Turner, J. (1986). The social identity of inter-group behavior. In S. Worchel & L. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.
- Van der Bracht, K., Verhaeghe, P. P. & Van de Putte, B. (2015). *Gelijke toegang tot huisvesting voor elke Gentenaar: onderzoeksrapport*. Gent: Universiteit Gent.
- Verhaeghe, P. P. & Van der Bracht, K. (2017). Praktijktesten: Van onderzoeksmethode naar beleidsinstrument tegen discriminatie? *Sociologos*, 38, 182-200.
- Vertovec, S. (2007). Super-diversity and its implications. *Ethnic and Racial Studies*, 30(6), 1024-54.
- Voas, D. & Fleischmann, F. (2012). Islam moves west: Religious change in the first and second generations. *Annual Review of Sociology*, 38(1), 525-545.
- Walby, S. (1997). *Theorizing patriarchy*. Oxford: Blackwell.
- Welch, K. (2007). Black criminal stereotypes and racial Profiling. *Journal of Contemporary Criminal Justice*, 23, 276-88.
- Wekker, G. (2002). Nesten bouwen op een winderige plek. Denken over gender en etniciteit in Nederland. *Tijdschrift voor Genderstudies*, 3, 24-33.
- Zinkhan, G. & Stoiadin, L. (1984). Impact of sexrole stereotypes on service priority in department stores. *Journal of Applied Psychology*, 69, 691-3.
- Yap, J., Bove, L. & Beverland, M. (2009). Exploring the effects of different reward programs on in-role and extra-role performance of retail sales associates. *Qualitative Market Research*, 12, 279-94.
- 123Shoppenin. *Winkelen in Mechelen*. Ontleend op 10 maart 2017 aan <https://123shoppen.in/Mechelen/>.

Abstract

Although we live in a society that likes to picture itself as antiracial and gender equal, research has shown that subtle and covert forms of discrimination persist and affect the everyday life of women and ethnic minorities. This study investigates everyday discrimination while shopping in clothing stores of different price ranges from an intersectional perspective looking at the crossroads of domination, namely ethnicity and gender. To objectively measure discrimination, we made use of situation testing, in 301 clothing stores in Belgium. With this unique data, net discrimination rates as well as multilevel analysis were executed. Results show that customers with a Maghrebian background receive unfavourable treatment in comparison with their Belgian counterparts when they ask for a specific clothing size. They receive less assistance in the search for the specific garment. Furthermore, they are greeted or approached less often and are also more frequently stared at and followed by the salesclerk. Gender follows a specific pattern. Firstly, men are significantly more greeted and approached than women within both Maghrebian and Belgian groups. Secondly, men are more stared at and followed by the shop assistant, but this is only significant for the Maghrebian group. Lastly, there is no significant difference in receiving help between men and women within both groups. In general, the intensity and form of ethnic discrimination tends to be subtler and lower in high-end than low-end stores.

Keywords

everyday discrimination, situation tests, intersectionality, racial profiling, gender profiling