

Workshop inclusie:

Experten Veerle Milh en Houssein El Khouy (de8 vzw)
Huis van de Sport, Berchem
6 mei 2010

Verslaggever: Sophie Cools

Deelnemers: Stijn Demeulemeester (VTDL), Leen Dom (VJF), Bram Van de Velde (DFO), Martine Verheyen (FROS), Geertrui Schiltz (Blos), Liesbeth Neyrinckx (GSF), Sandra Vandereet (S-Sport Federatie)

Deel 1: Organisatiedriehoek

De experts willen een interactieve workshop houden, maar starten met het geven van een denkkader: de organisatiedriehoek. Wil je werken aan diversiteit of meer allochtonen bereiken, dan moet je kijken naar de verschillende aspecten van de organisatiedriehoek.

De motivatie van de federaties om aan deze workshop deel te nemen verschilt heel sterk. Kort samengevat:

- Een federatie geeft aan dat meer en meer allochtonen de weg vinden naar hun clubs, maar toch is er weinig sprake van integratie. De allochtonen sporten "naast" de Vlamingen, zonder dat men samen zaken onderneemt of in dialoog gaat.
- Een federatie zit hier voornamelijk de eigen visie. De sport wordt niet beoefend door allochtonen (misschien vijf in Vlaanderen). De clubs liggen dan ook niet wakker van dit thema. De federatie wil wel openstaan voor allochtone leden én wil ook meer leden bereiken. De sport is niet bekend genoeg bij allochtonen en de federatie wil daar aan werken.
- Een federatie vertrekt vanuit de visie als federatie dat diversiteit een belangrijk thema is. De federatie heeft al ervaring met poging tot werken rond diversiteit, maar belangrijke vraag is: hoe breng je die visie over naar je sportclubs?
- Een federatie wordt gecontacteerd door allochtonen die willen sporten. Maar hoe kun je je sportclubs overtuigen om die allochtonen te laten aansluiten in de sportclub?

Doorheen de workshop worden heel wat concrete voorbeelden gegeven. We bundelen ze per aspect van de organisatiedriehoek

1. Visie

Vaak is een **visie over diversiteit** meer aanwezig op niveau van de federatie, dan op niveau van de sportclub. Hou daar rekening mee en vertaal voor clubs jouw visie in concrete acties.

Binnen dit alles is het "**niet-onderhandelbaar kader**" een belangrijk gegeven. Er zijn zaken in de club die te bespreken zijn, maar er zijn ook zaken die niet-onderhandelbaar zijn. Dit moet je duidelijk communiceren naar alle betrokken van de club, en zeker naar de allochtone betrokkenen. Maak dus een soort code, basisafspraken, op. Hierin zullen wellicht heel veel evidente afspraken staan, die voor allochtonen toch niet zo evident zullen blijken. Dit niet-onderhandelbaar kader gaat mee de kwaliteit van je club bepalen. De kwaliteit van je club moet een gelijk niveau behouden, of dat nu zonder of (liefst) met allochtonen is.

Bijvoorbeeld: als een fitnessclub merkt dat allochtone leden zonder sportschoenen komen fitnessen, dan moet hier op gereageerd worden. Het dragen van sportschoenen tijdens het fitnessen behoort immers tot het niet-onderhandelbaar kader van de meeste fitnessclubs. Leg ook uit waarom dit zo belangrijk is.

Bijvoorbeeld: een club hecht er veel belang aan dat iedereen in trainingspak naar de wedstrijden komt, omdat dit bij het imago van de club hoort en de teamspirit versterkt. Dit hoort bij het niet-onderhandelbaar kader, maar moet ook duidelijk geëxpliciteerd worden. Leg ook uit waarom je dit zo belangrijk vindt.

Om je medewerkers te motiveren rond diversiteit te werken, moet er een "**burning platform**" zijn. Je kan je dit inbeelden door een mannetje die op een podium staat. Als er niets gebeurt, zal het mannetje op het podium blijven staan. Als er onder het podium vuur gemaakt wordt, wordt het podium heet en zal het mannetje van het podium springen. Dus: als er een "burning platform"/motivatie/"**sense of urgency**" is, kan je mensen in beweging

zetten. Voelen ze geen noodzaak, dan zal men ook niet de wil hebben om iets te doen. Wat wel mogelijk is: als de noodzaak niet wordt gezien door je collega's binnen de organisaties, kun je samenwerken met zelforganisaties van allochtonen.

Als je sportclubs geen burning platform hebben, geen "sense of urgency" voelen, kun je ervoor opteren om een allochtone sportclub op te richten en die in een latere fase te integreren in de sportclub. Sommige allochtone sportclubs kun je misschien nooit integreren in het regulier aanbod (vb. zwemmen voor vrouwen?).

2. Publiek/doelgroep

Rekening houden met je doelgroep, betekent dat je in je communicatie naar allochtonen niet uitgaat van "dé allochtoon". "**Dé allochtoon**" bestaat niet. Elke allochtoon wil als een individu bekeken en aangesproken worden, en zoals wij niet als "de Vlaming" willen gezien worden. Werk dus heel individueel. Zie de vader niet als "de Islamitische vader", maar wel als "de vader die bezorgd is om zijn kind".

Hou er ook rekening mee dat er **veel "soorten" allochtonen** zijn: Oostblokkers, Marokkanen, allochtonen uit zwart Afrikaanse landen, ... Bekijk welke doelgroep je wilt bereiken binnen de allochtonen. Nieuwkomers? Oostblokkers? Vrouwen en/of mannen? De meest traditionele allochtonen?

3. Activiteiten/aanbod

Rekening houden met je doelgroep, betekent dat je op zo veel mogelijk aspecten **drempels tracht weg te werken** of zo klein mogelijk te maken. **Zowel op sportactiviteiten als extra-sportieve activiteiten.** Ook de inschrijvingsdag hoort daarbij. De inschrijvingsdag is vaak de eerste ontmoeting met ouders, zorg dat die een positieve ontmoeting is. Geef concrete informatie (afspraken over kledij, stiptheid, ...). Indien mogelijk: zorg ervoor dat op die dag enkele allochtone medewerkers van de club, of een allochtone ouder van een jeugdlid, aanwezig is.

Op een familiedag, barbecue, ... zorg je er voor dat er ook niet-alcoholische dranken en halal-vlees aanwezig zijn. Als je allochtone ouders vraagt om te helpen, hou er dan rekening mee dat sommigen geen alcoholische dranken willen serveren aan anderen.

4. Medewerkers/middelen

Zoek in je club wie openstaat voor jouw ideeën om meer diversiteit in de club te brengen. Hou er ook rekening mee dat mensen soms niet openstaan uit **schrik voor de onbekende**. Door het geven van wat informatie kun je al heel wat bereiken.

Zoals gezegd: om je medewerkers te motiveren rond diversiteit te werken, moet er een "**burning platform**" zijn. Zie 1. Visie.

5. Communicatie

Communicatie is cruciaal! Communicatie is de motor van het ganse proces, waarbij in dialoog treden van onschatbare waarde is. Heb geen schrik voor communicatie, want anders loopt je diversiteitsproces gegarandeerd fout. "**Intern**" is het belangrijk om alle medewerkers van de club uit te leggen waarom er rond allochtonen gewerkt wordt (zal gewerkt worden) binnen de club en wat precies zal gebeuren en veranderen. "**Extern**" (naar de leden, ouders en andere betrokkenen van je club) is het belangrijk om uit te leggen waarom bepaalde initiatieven genomen worden. Waarom is er halal-vlees? Waarom organiseer je speciaal een avond voor allochtone ouders? Zorg ervoor dat je de balans vindt en je niet te veel op één groep binnen je club focust.

Ook de **communicatie met je doelgroep** is enorm belangrijk. Leg duidelijk uit welke sportkledij de sporters moeten dragen (vb. waarom willen we dat iedereen hetzelfde t-shirt draagt, ...). Informeer de ouders ook over het lidgeld: wat is inbegrepen en wat niet? Wordt van de ouders verwacht dat ze transport naar activiteiten op zich nemen? Moeten ouders helpen op activiteiten? Welke activiteiten staan er dit jaar gepland? Verwacht je dat

ouders komen supporteren? Leg uit waarom dit belangrijk is, niet enkel dat het belangrijk is. Het aanbod en de manier van werken van een sportclub is immers vaak nog heel onbekend bij allochtonen.

Deel 2: Drempels

In het tweede deel van de workshop werken we rond drempels. Welke drempels ervaren sportclubs of sportfederaties? De drempels kunnen opgedeeld worden in twee grote thema's: onbekendheid en communicatie.

1. Onbekendheid

- Kennen ze onze sport?
- Financieel: wat met aankoop materiaal?
- Ligt onze sport in hun cultuur?
- Fysiek contact mannen-vrouwen?
- Zwemmen?
- Via welke kanalen zijn allochtonen te bereiken?
- Onbekendheid met structuur, gebruiken, regels/afspraken

Als je wil weten via welke kanalen je de doelgroep wil bereiken, moet je eerst de doelgroep afbakenen. Daarna moet je je eigen sociale kaart verkennen: wie zijn je (lokale) partners? Vb. allochtone zelforganisaties, sportdienst, integratiedienst, buurtsportdienst, ...

Tip: Folders werken enkel "ter ondersteuning". Geef folders samen met een uitleg, geef een infosessie en deel daarna folders uit...

Tip: Initiatielessen zijn hierbij een belangrijke tool! Geef een onbekende sport of een onbekend aanbod in een bekende omgeving (buurthuis, buurtfeest, school, ...)

Tip: Zoek een gemeenschappelijk doel als je naar zelforganisaties gaat (vb. jongeren van straat af halen, kinderopvang na school, jongeren doen bewegen, ...)

Tip: probeer eerst allochtonen te bereiken in één specifiek onderdeel van je aanbod (vb. kleuterlessen, een bepaald sportkamp, ...) en richt je zo stap per stap tot je volledig aanbod.

Tip: Veel allochtonen denken dat ze niet welkom zijn in bepaalde clubs of sporten. Veel heeft te maken met de beeldvorming vanuit die organisaties. Vaak subtiele details. Plaats eens een allochtoon op je affiche.

Tip: Zorg voor zichtbaarheid van je club én up to date gegevens op je website.

2. Communicatie:

- Bij competitie of wedstrijden kunnen regels niet aangepast worden
- Ongekend en onbemand
- Vooroordelen bij autochtone sporters
- ...

Ja, je mag Nederlands communiceren. De meeste allochtone jongeren spreken Nederlands (de algemene regel geldt "hoe ouder, hoe groter de kans dat de allochtoon geen Nederlands spreekt/begrijpt").

Communicatie met de ouders is cruciaal bij jeugdleden. Centraal aanspreekpunt in je communicatie met je ouders moet zijn "het kind staat centraal". Een huisbezoek wordt meestal enorm geapprecieerd door allochtone ouders.

Tip: nodig ouders persoonlijk uit voor een activiteit. "Kom je ook naar de match supporteren dit weekend?" of "zie je het zitten om bonnetje te verkopen op de familiedag?"

Tip: vraag ouders wat ze van de sportclub vinden. Betrek hen bij een tussentijdse evaluatie van je sportclub of van je aanpak naar meer diversiteit.

Tip: probeer met sleutelfiguren te werken. Allochtone ouders of leden die gevoeligheden kunnen aanwijzen, of initiatieven kunnen voorstellen. Indien mogelijk: betrek hen in het bestuur, vraag hen om bestuurslid te worden.

Tip: trainers worden vaak ontmoedigd omdat allochtone ouders de afspraken niet naleven. "Ik heb toch gezegd dat ze op tijd moeten komen, zo werkt het niet". Investeer in het begin tijd in het herhalen van de afspraken. Als

Farouk voor de vijfde keer niet op tijd komt, geef niet op en spreek hem en zijn ouders hier blijvend op aan. Vraag ook waarom het kind te laat komt. Denk niet "hij is allochtoon, dus is altijd te laat". Vaak heeft het NIET te maken met de cultuur, maar is het (zoals bij Vlamingen) een persoonsgebonden iets. Soms moet je voor een shockeffect zorgen. Als Farouk de zesde keer te laat komt, zeg dan dat hij een week niet meer mag komen trainen (en communiceer dit ook naar de ouders, met uitleg waarom). Wees hier wel voorzichtig mee en pas dit enkel toe indien relevant.

Conclusie (iedereen geeft een kernboodschap van vandaag mee):

- Persoonlijke communicatie is het belangrijkste bij deze doelgroep. Schriftelijke communicatie mag, maar als extra.
- Betrek allochtonen in je werking. Creëer betrokkenheid.
- Schakel vrijwilligers van allochtone afkomst in bij opendeurdagen, inschrijvingsdagen, omkadering van je sportactiviteiten (delegee, materiaal mee klaarzetten, ...). Je kan hiervoor beroep doen op de integratiedienst of het inburgeringscentrum in je streek.
- Werk samen met organisatie (buurtsport, zelforganisaties, sportdienst, integratiedienst, ...)
- Kies binnen de doelgroep allochtonen, welke doelgroep je precies wil bereiken.
- Het diversiteitsproces is maatwerk per sportclub
- Bepaalde sporten zijn voor bepaalde doelgroepen moeilijk. Vb. vechtsport tussen mannen en vrouwen van Tsjechische afkomst, gezamenlijk zwemmen voor Islamitische mannen en vrouwen, ...
- Communicatie binnen je sportclub: draagvlak creëren
- Kleinschalig starten
- Diversiteitsproces vraagt veel, maar geeft ook veel voldoening

Verander niet de grond, de kern van de sport en je aanbod. Creëer een niet-onderhandelbaar kader. Maar als je rond diversiteit wil werken, moet je je randvoorwaarden willen aanpassen. Gebruik dit proces ook om je eigen regels en structuur in vraag te stellen. Heb je moed om je regels in vraag te stellen en aan te passen. Is deze regel wel nodig? Waarom doen we dit al jaren zo? ... Je zal merken: er is ook een schmerzzone. Vraag je dan af: heeft iemand er problemen bij als we die vaste afspraak veranderen? Let op: communiceer naar alle betrokkenen van je club als je zaken verandert!

Tip: 21 oktober organiseert minderheidscentrum de8 een studiedag rond diversiteit binnen sportclubs. Dit gebeurt in samenwerking met de Vlaamse Sportfederatie, ISB, BLOSO, Stad Antwerpen. Noteer deze datum alvast in je agenda!