

CHECKLIST VOOR EEN INCLUSIEF FESTIVAL

Wat is een inclusief festival?

Een inclusief festival is een plek waar zo veel mogelijk mensen zich veilig en welkom voelen. Je festival omarmt diversiteit en toegankelijkheid, door bewust te zijn over drempels en uitsluitingsmechanismen. Maar ook door een gastvrije omgeving te creëren waarin iedereen zich welkom, gerespecteerd en verbonden voelt.

Voor wie is deze checklist bestemd?

Voor organisaties in de brede cultuur- en kunstensector die een (theater, muziek, podiumkunsten, multidisciplinair, ...) festival organiseren. Misschien zette je al eerste stappen richting inclusie en wil je hierin verder groeien, of voel je de noodzaak om de eerste stappen te zetten. Deze checklist geeft je een houvast en inzicht in de verschillende strategieën van inclusief werken. Over hoe je vanuit je werking en in je aanbod aandacht kunt richten op een divers sensitieve én veilige omgeving.

Hoe gebruik je deze checklist?

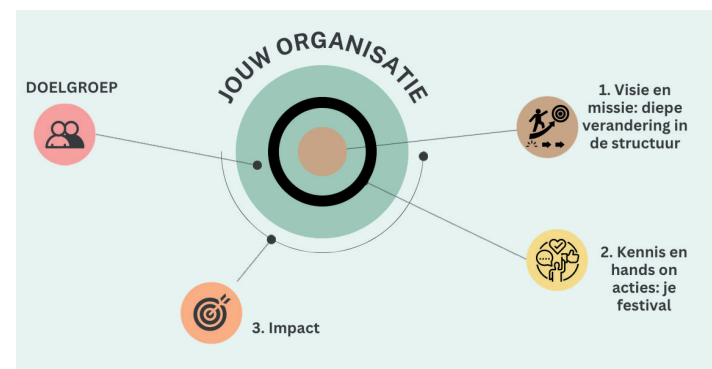
Bij de eerste fase van de voorbereiding van je festival neem je de checklist bij de hand en kijk je naar waar je organisatie vandaag staat op vlak van inclusie in de basiswerking. Inzetten op inclusie in een festival vraagt een blik op de visie van je organisatie, wat kan leiden tot een (diepgaande) verandering in de structuur, in de dagelijkse werking van je organisatie. Medezeggenschap van alle stakeholders, ook je publiek, is een voorwaarde om tot een zo inclusief mogelijk festival te komen. Maar laat je niet te snel ontmoedigen, deze checklist wil vooral inspireren om procesmatig tot een inclusief festival te komen. Verwacht niet meteen vragen die tonen wat de concrete next step is, maar open vooral je blik en reflecteer. **Het invullen van deze checklist leidt niet**

tot een waardeoordeel, maar toont aan waar je al op inzet of nog meer rond kan gaan werken.

Na afloop van je festival evalueer je en lijst je doelstellingen of concrete acties op. Kijk naar wat je al doet, waar je (nog) meer op kan inzetten of wat en wie je nodig hebt om een volgende stap te zetten. Kijk ook al eens naar waar je in enkele jaren graag wil staan en doe een beroep op organisaties met expertise, zoals Demos vzw voor de begeleiding van je veranderingstraject.

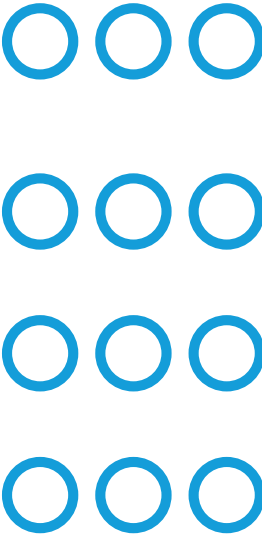
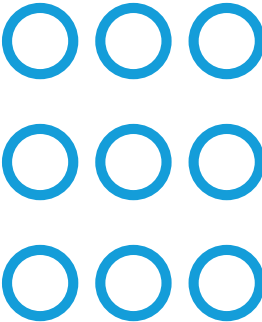

Voortgang




De voortgang houd je bij door een kleur toe te voegen per festivaljaar. Met **groen** geef je aan dat je er al op inzet en al een weg hebt afgelegd. Met **geel** geef je aan dat je de eerste stap al zette maar dat je nog nood hebt aan ondersteuning of verdieping. Met **rood** geef je aan dat dit nog nieuw is en je er (nog) niet op inzet. Je houdt geen score maar wel een voortgang bij, je engageert je om telkens een volgende stap te zetten.



1. VISIE EN MISSIE









Festivaljaar 1 - 2 - 3

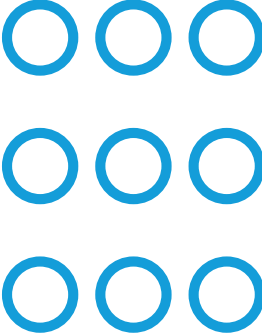
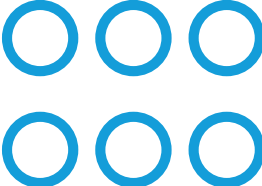

<p>Strategische focus, missie, visie en doelstellingen</p>	<p>Mijn organisatie heeft een visie waarin inclusie een plaats heeft. Met andere woorden: ik weet voor wie en met wie ik het doe en waarom.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Het festival is ingebed in de strategische focus van mijn organisatie en het beleid. ▶ Deze activiteit sluit aan bij de identiteit van mijn organisatie. ▶ Mijn organisatie is een safer space en divers sensitief. <p>Check en verscherp je visie, doelstellingen en waardenkader!</p> <p>WAARDEN Een waardenkader is opgemaakt, gedeeld en erkend door alle stakeholders. Het is gekend bij het publiek. De waarden (visie op inclusie) zijn een houvast voor de organisatie zodat we niet verzuipen in het grote inclusieverhaal.</p> <p>KERNBEGRIPPEN De kernbegrippen in mijn organisatie zijn gekend. Iedereen begrijpt hetzelfde onder begrippen als inclusie, meerstemmigheid, gender, discriminatie, participatie, diversiteit. De woorden die we kiezen en hoe we dingen benoemen hebben een diepe invloed op onze percepties en de onderliggende denksystemen, die vaak vertrekken vanuit een bepaalde norm. In een diverse samenleving is het essentieel om bewust te zijn van de taal die we gebruiken, zodat niemand wordt uitgesloten.</p> <p>TRANSPARANTIE Transparantie gaat over openheid, zichtbaarheid en toegankelijkheid van je organisatie. Transparantie is een bron van innovatie. De stakeholders krijgen inzicht in onze werking en worden betrokken bij de besluitvormingsprocessen. Ze krijgen de kans om mee te denken over uitdagingen, wat kan leiden tot onverwachte oplossingen en samenwerkingsverbanden. Het helder communiceren over de waarden zorgt ervoor dat alle stakeholders weten wat van hen verwacht wordt.</p>	
<p>Team</p>	<p>GEDRAGENHEID Het hele team is betrokken en het wordt door iedereen gedragen. Het team is meerstemmig: in alle aspecten van de werking is er aandacht voor verschillende perspectieven en identiteiten. De stemmen van de weerstand krijgen voldoende aandacht. Weerstand toont zich als men zich niet gehoord, gezien en/of erkend voelt. Maak bespreekbaar wat er onder de waterlijn zit.</p> <p>AMBITIES EN ROLLEN Ambities bespreken verhoogt de slaagkans van ieders engagement. Wat willen we veranderen? Belangen zijn de motor van de samenwerking. Door belangen openlijk te bespreken zorgen we ervoor dat ze constructief kunnen ingezet worden. Wat wil en kan ieder bijdragen?</p> <p>EXPERTISE De juiste competenties en kennis zijn aanwezig om in te zetten op inclusie in de organisatie en het festival. Interne en externe expertise kan bevroegd en of betrokken worden.</p>	
<p>Arbeidsintensiviteit / Tijdsinvestering</p>	<p>Er is voldoende tijd voor dit proces en er is momenteel ruimte in mijn organisatie om in te zetten op inclusie.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Wat hebben we nodig om een éénmalig of jaarlijks inclusief festival te organiseren? ▶ Hoeveel tijd vraagt dit? 	

Stakeholders	Er is een draagvlak bij de stakeholders (partners, bestuursorgaan, sponsors, subsidiërende overheid, vrijwilligers, deelnemers en publiek, ...)?	
Tevredenheid	We hebben goesting om een inclusief festival te realiseren. Word je hier blij van?	
Financiële haalbaarheid / rendabiliteit	Deze activiteit, opdracht is financieel haalbaar. De kosten zijn te verantwoorden. ▶ Wat brengt een investering op? ▶ Hoe verduurzamen? Inclusie als uitgangspunt zien, als een noodzakelijke houding, niet louter als een doel of middel.	





2. INHOUDELIJKE FIT INCLUSIEF FESTIVAL: KENNIS EN HANDS ON ACTIES

Publiek	<p>MEERSTEMMIGHEID Meerstemmigheid is het waarderen en integreren van diverse perspectieven, waar verschillende opvattingen evenwaardig aan bod komen en op veilige, respectvolle wijze met elkaar in gesprek worden gebracht.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Iedereen voelt zich vertegenwoordigt. Acties worden ondernomen om diverse doelgroepen te betrekken, van deelnemen tot deelhebben. Het aanbod en de artiesten zijn divers. De organisatoren zijn een weerspiegeling van ons doelpubliek. <p>LINK MET KWETSBARE GROEPEN OF MENSEN DIE DE TOEGANG TOT DE ORGANISATIE OF HET FESTIVAL NIET OF MOEILIJK VINDEN Als we een event organiseren waar zo veel mogelijk mensen zich veilig en welkom moeten voelen kijken we eerst naar hoe het komt dat sommigen de weg naar ons festival niet vinden. Moeilijk bereikbare doelgroepen bestaan niet, moeilijk bereikbare organisaties en events wel.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ We scannen hun noden en brengen de mensen die we nog niet bereiken in kaart samen met onze partners en medewerkers. ▶ We zien kwetsbare groepen niet enkel als bezoekers, maar geven hen ook een plaats in het programma, in de uitrol van het festival, in de vrijwilligerswerking, in de organisatie, ... ▶ We werken outreachend om hen te bereiken. ▶ We werken met brugfiguren en organisaties. <p>TOEGANKELIJKHEID We voorzien faciliteiten, werken samen met ervaringsdeskundigen en zorgen voor aangepaste voorzieningen. De 'negen b's' van toegankelijkheid geven inzicht in de factoren die de toegankelijkheid van een dienst, project of evenement beïnvloeden.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Gebruik de negen b's als basis om de toegankelijkheid van jouw festival of organisatie te verbeteren. <p>BEREIKBAARHEID (1/9 b's van toegankelijkheid) Maak je evenement of ruimte bereikbaar voor mensen met fysieke en mentale uitdagingen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Het is rolstoeltoegankelijk. Het is herkenbaar van buitenaf. De weg ernaar toe is vlak, goed verlicht en veilig. Openbaar vervoer en parking zijn nabij. Ons festival is op een veilig moment georganiseerd. ▶ Denk ook aan de psychologische kost of inspanning die men moet leveren om van het festival te genieten. Bijvoorbeeld, mensen die neurodivers zijn kunnen aan het einde van een rij zitten of dicht bij de uitgang? 	   
----------------	--	--

	<p>BETAALBAARHEID (1/9 b's van toegankelijkheid) Maak je festival gratis of betaalbaar.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ We kunnen toegang of zaken als toiletten, lockers en water gratis of aan een kansentarif aanbieden. ▶ We denken na over een gedifferentieerd of solidair prijzenbeleid, bijvoorbeeld 'pay what you can', dat mensen toelaat een tarief te kiezen volgens hun mogelijkheden. ▶ Er is voor mensen met financiële beperkingen of met gezondheidszorgen de mogelijkheid om eigen eten en drinken mee te brengen. <p>PARTICIPATIE Leg (een deel van) je festival in handen van je publiek.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Co-creatie en eigenaarschap zal deelname verhogen en drempels verlagen, want iedereen verdient gelijke participatiekansen. ▶ We betrekken ons publiek als deelnemer of vrijwilliger in verschillende fases van het festival. ▶ Benoem ieders rol en de samenwerking. <p>NODEN VAN BEZOEKERS Bij inschrijvingen vragen we naar de noden van onze bezoekers (bijvoorbeeld een (doven)tolk op en naast het podium of aan de kassa, een 'in ear' systeem dat ervoor zorgt dat mensen met een auditieve beperking de muziek kunnen voelen, plaats in de zaal of naar het podium voor rolstoelgebruikers, een lift, genderneutrale toiletten, prikkelarme ruimte, een aanbod aan vegetarische en alcoholvrije dranken, kinderopvang, ...) en informeren we hen over de voorzieningen.</p> <p>WELZIJN ONDERSTEUNEN We voorzien buddy's voor fysieke en mentale ondersteuning. We bieden de mogelijkheid aan om een begeleider mee te brengen. Zorg ervoor dat dit is financieel haalbaar is voor de bezoeker. We bieden (gratis) hulpmiddelen aan zoals oordopjes, maandverband, drinkcovers, test strips, ...</p> <p>CULTURELE GEVOELIGHEDEN Wees aandachtig voor culturele gevoeligheden. We communiceren duidelijk of mensen kunnen deelnemen in alle aspecten van hun identiteit, zoals kledij, pruik, tatoeage, of moeten ze zich aanpassen?</p> <p>SLEUTELFIGUREN We betrekken onze doelgroep via organisaties en/of sleutelfiguren.</p>	     
<p>Organisatie</p>	<p>HANDVEST Het handvest is een officieel document met daarin de doelstellingen, principes, regels en verantwoordelijkheden van ons festival. Het is een richtlijn voor het functioneren en de besluitvorming.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Ons handvest is geschreven voor een zo veilig mogelijke ruimte of evenement. We bepalen samen richtlijnen voor zaken die wel of niet aanvaardbaar zijn en voor gewenst gedrag in die ruimte. We pakken dit aan vanuit diverse perspectieven en identiteiten. We delen deze richtlijnen en informeren onze partners, medewerkers, vrijwilligers én ons publiek/bezoekers erover. We maken een beknopte versie van onze handvest visueel toegankelijk en plaatsen die in de (online) ruimte. <p>VEILIGHEID EN WELZIJN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ We hebben een duidelijk antidiscriminatiebeleid opgesteld en zorgen dat iedereen hiervan op de hoogte is. ▶ Ons personeel is getraind in het herkennen en aanpakken van intimidatie en geweld. ▶ Er zijn welzijnsruimtes waar bezoekers tot rust kunnen komen of hulp kunnen vragen. ▶ We werken samen met politie en gemeentebestuur. 	 

	<p>EXPERIMENTEER - EN LEERRUIMTE We hebben groeimarge en experimenteeruimte ingepland. Voortdurend proces, veranderingen, zaken voortdurend aanpassen, is een leerproces. Falen is een optie, deel van het leerproces.</p> <p>PARTNERS Het festival zorgt voor potentiële nieuwe partners, met het oog op inclusiviteit en verduurzaming. De partners zijn relevant en dragen bij aan wat we willen bereiken. Dit festival zorgt voor een verduurzaming van partners waarmee we al samenwerken. Zij kunnen bijdragen tot het bereiken van de nog niet bereikte stemmen.</p> <p>COMMUNICATIE Onze communicatie (website, flyers, boventiteling, signalisatie, ...) is duidelijk: lees- en begrijpbaar voor iedereen, ook voor mensen die visueel beperkt worden en anderstaligen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ We voorzien een menukaart en prijslijst in braille. ▶ Onze communicatie is vertaald naar audiomateriaal. ▶ Teksten op de website zetten we om naar gesproken bestanden (bv via Anysurfer). ▶ We gebruiken visuele zichtbare signalisatie en infrastructuur (bv waarschuwingsdrempels, ...). ▶ We gebruiken inhoudspictogrammen waarin we advies aangeven over geweld, over het volume van het geluid, over naakt en seks, grof taalgebruik, discriminatie, roken, alcohol en drugs in het programma en in de ruimte. <p>WETGEVING We zijn geïnformeerd over de wetgeving rond discriminatie, gender, racisme, ...</p> <p>EXPERTISE Is er een meldpunt voor grensoverschrijdend gedrag? We leiden security, toilet -en barpersoneel en andere medewerkers op, werken met een signalenkaart, een meldcode, ...</p> <p>We bieden training aan medewerkers en schakelen experts in. Bijvoorbeeld voor een sessie over grensoverschrijdend gedrag of een omstaanderstraining, we werken samen met een organisatie die doelgroepen ondersteunen, ...</p>	 
<p>Buurt- en gemeenschaps-beleving</p>	<p>Welke wissel - en samenwerking is er met de buurt?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ We werken samen met lokale gemeenschappen, betrekken buurtorganisaties en lokale gemeenschappen bij het festival om aan hun noden te voldoen. ▶ We betrekken buurtbewoners en reguliere gebruikers van de plek als vrijwilligers. ▶ We stimuleren de lokale economie, werken samen met lokale leveranciers en artiesten om een positieve economische impact te hebben. 	

3. IMPACT

Veranderings- traject	<p>Wat wil we bereiken? Wat is precies de stip op de horizon van onze organisatie? Impact is de unieke toegevoegde waarde die we realiseren via het festival of organisatie, het is de verandering die tot stand komt door onze acties. Met het impactverhaal maken we duidelijk hoe de verandering stap voor stap verloopt. We schrijven dit verhaal samen met onze stakeholders. We doen een beroep op organisaties met expertise voor begeleiding van ons veranderingstraject.</p>	
Duurzaamheid	<p>Wat is het uithoudingsvermogen van ons proces? We zorgen ervoor dat verworven acties geborgen worden en kunnen blijven standhouden in een maatschappij met voortdurend sociale veranderingen.</p>	
Lerend vermogen van de organisator	<p>We kunnen zelf leereffecten gebruiken en verworven kennis uitwisselen. Er is een mogelijkheid om het festival naar een ander niveau te brengen bijvoorbeeld naar een leermoment voor meerdere organisaties, via een lerend netwerk, een publicatie met geleerde lessen, ...</p>	
Nazorg	<p>We evalueren en sturen inzichten en acties bij op basis van bevestigingen bij alle stakeholders. We bedanken iedereen voor hun deelname.</p>	
Evaluatie en feedback	<p>We creëren mogelijkheden voor bezoekers en medewerkers om feedback te geven over de inclusiviteit en toegankelijkheid van het festival. Na afloop analyseren we de inclusieve maatregelen en identificeren we verbeterpunten voor de volgende editie. We publiceren onze inspanningen en resultaten. Wees transparant over wat goed ging en wat beter kan. We bundelen onze kennis en delen het met andere sectororganisaties.</p>	