

DEMOS – Trefmoment Sociale sportaanbieders 'Let's get stronger, together!' – 11 oktober 2018

VERSLAG VAN DE NAMIDDAGSESSIE

Tijdens deze workshop hebben we samen gekeken naar de resultaten die Demos presenteerde n.a.v. haar onderzoekstraject "Sport & Armoede". We hebben geluisterd naar aanvullingen en opmerkingen, maar ook naar herkenbaarheid en gezamenlijkheid. Tot slot hebben we de mogelijkheid besproken om samen actie te ondernemen.

I - Zes bevindingen als vertrekpunt

1. **Er is een algemene vraag naar een structureel netwerk of platform.** De meeste sociale sportaanbieders gaven aan er 'alleen' voor te staan. Er zijn geen structurele platformen waar ze onderling kunnen uitwisselen en elkaar versterken. Anderzijds is de tijd om lang en veel te investeren in zo'n platform ook beperkt
2. **Ondersteuning van de lokale sportdiensten is in het algemeen aangepast aan de behoeften van reguliere sportaanbieders.** Vooral voor het realiseren van de sociale doelstellingen vallen er gaten.
3. **De meeste sociale sportaanbieders zijn onzichtbaar voor het grote publiek, voor elkaar en voor ondersteuners.** Dit betekent ook dat hun sociale impact en nut onzichtbaar blijven. In een wereld waar Social Media belangrijk is, is zichtbaarheid van groot belang. Hoe bekender hun werking en sociale impact is, hoe aantrekkelijker voor ondersteuners en sponsors.
4. **Het financiële aspect blijft voor velen een grote uitdaging.** De balans vinden om een aanbod zo laagdrempelig mogelijk te houden en toch de werking kostendekkend te houden is moeilijk. De vrijwilligerswerkingen worstelen hier meer mee dan de grote (semi)geprofessionaliseerde werkingen. Voor hen is de struggle groter, maar ook de grotere werkingen kampen met problemen.
5. **Steun en ondersteuning van sommige sportfederaties zijn ver zoek.** Er zijn federaties die meer sanctionerend werken, terwijl sportpraktijken op zoek zijn naar ondersteuning. Hoe worden federaties uitgedaagd om ondersteuning te bieden aan praktijken die sociaal innoverend zijn?
6. **Er is geen uniforme regeling voor tegemoetkomingssystemen en de administratie die daarmee gepaard gaat.** De mate waarin een gemeente investeert in zo'n maatregelen is van gemeente tot gemeente anders. Het is vaak ook 'afhankelijk' van de goodwill van de lokale overheid. En de administratie is niet altijd even vlot: het is soms bij sommigen lang wachten op een storting van de gemeente.

II - Wat herken je in die zes standpunten? Welke noden en ambities kan je vanuit jouw organisatie nog benoemen?



De bovenstaande kernwoorden (zie uitwerking in BIJLAGE) kunnen geclusterd worden in een aantal domeinen:

- **IDENTITEIT:** memorandum – gezamenlijk statement – mentaliteitswijziging
- **MIDDELEN:** financiën – vrijwilligers (werking, werking, empowerment) – structurele ondersteuning – helpende handen – omgaan met organisatieverandering – praktijkgericht vormingsaanbod voor trainers
- **IMAGO:** beeldvorming – (h)erkenning
- **EXTERNE COMMUNICATIE:** bekendheid vraag en aanbod – populariteit van een bepaalde sport – brugfiguren – spreekbuis – sociale media – dialoog met doelgroepen
- **SAMENWERKING:** duurzame samenwerking – uitwisseling – eilandvorming tegengaan – know-how delen



Hetzelfde geldt voor de ambities. Ook hierin vinden we clusters die (vanzelfsprekend) heel parallel lopen met de clusters van de behoeften:

- **BEREIK:** google-baar – naamgeving – visietekst – meer zichtbaarheid – eigen taal - toegankelijk
- **BELANGENBEHARTIGING:** draagvlak creëren mentaliteitswijziging – sociale audit – kloof tussen beleid en praktijk dichtten -
- **VERBINDINGEN:** transversaal werken – intersectoraal – geen niche/over beleidsdomeinen heen – jaarlijks trefmoment – mix vrijwilligers/professionelen
- **MIDDELEN:** financieel draagvlak

III - PLATFORM: is dit nodig/gewenst?

We hebben aan de deelnemers de vraag gesteld of het wenselijk is om een (netwerk)platform op te richten van waaruit de genoemde behoeften en ambities kunnen aangepakt worden. Alle aanwezigen waren daar positief over. Wel waren er bedenkingen over hoe die samenwerking er moet uitzien.

Hieronder een overzicht van de input op drie vragen:

1. wat zou het doel kunnen zijn van zo'n platform (WAAROM)?
2. hoe zou dat er kunnen uitzien (VORM)?
3. wat zou dan ondermeer moeten gedaan worden (WAT)?

Tot slot werd gepolst naar de mogelijke rol van Demos hierin en naar de mate van engagement om daar zelf een rol in op te nemen. Verschillende mensen hebben zich opgegeven om een actieve rol op te nemen.

WAAROM?

Ervaring uitwisselen en kennisdelen

Belangenbehartiging – spreekbuis van de 'sector' (ook heel concreet, zoals aspect Verzekeringen)

Overkoepelend orgaan, gericht naar zowel overheid als federaties

Visie-ontwikkeling

Identiteit bepalen

Synergie tussen alle actoren verhogen

Eensgezindheid creëren

Gemeenschappelijke noden aanpakken

Beleidsbeïnvloeding (samen zijn we sterker)

Andere clubs inspireren / motiveren

Draagvlak verhogen

Wegen op sportbeleid

Signaalfunctie opnemen

Versterken van de eigen competenties

Regionaal niveau i.f.v. de doelgroep (good practices opsporen)

- concrete gevolgen (vb: afstemmen van het aanbod)

- draagvlak creëren

- krachtenbundeling

Nog meer verdieping nodig om de precies WHY te benoemen.

SAMENGEVAT: sterker worden door krachten te bundelen en de gezamenlijke noden te tacklen. Dankzij uitwisseling van kennis en ervaring een sterke identiteit ontwikkelen van waaruit we zowel het speelveld als de overheid kunnen inspireren.

VORM?

Trefdagen
Nieuwsbrief
Werk- of adviesgroepen (task forces)
Thematische trajecten / uitwisseling
Vraaggericht
Doen we dat met lidmaatschap? Wanneer word je dan precies lid?
Erkend als vormingsaanbieder?
Niet alleen digitale, ook fysieke ontmoeting
Afstemming van expertisevorming
Organische groei, starten vanuit de praktijk

SAMENGEVAT: voorlopig geen vzw of andere structurele vorm oprichten. Eerst via trefdagen en werkgroepen elkaar leren kennen, en kijken wat daar organisch uit groeit.

WAT?

Demos als opstart/trekker/vertaler naar anderen
Demos : lobbywerk + inzet van eigen netwerk
Gezamenlijk: fondsen zoeken
Gezamenlijk: visietekst
Clubs: ledenbevraging en lobby politiek
Wat met grotere koepels? Hun belangen gaan soms contrasteren met sociaal-sportieve praktijken.
Extra personeelstijd voor nodig. Niet evident dat Demos dat er eventjes bijneemt.

SAMENGEVAT: Demos zou een faciliterende rol kunnen opnemen, maar kan niet alle bijhorende taken zelf op de schouders nemen.

Conclusie van de namiddagworkshop

Er zijn veel organisaties en mensen actief in de sociaal-sportieve praktijk. Hoewel zij in veel opzichten verschillend zijn, kennen ze ook sterke gezamenlijke behoeften en ambities. Bij de deelnemers aan de workshop leeft een breedgedragen wens om met die 'common ground' iets te gaan doen. Want door meer samenwerking, kennisdeling en uitwisseling van ervaring kan de sociaal-sportieve praktijk beter op de kaart gezet worden van sportverenigingen, gemeentelijke en landelijke politiek, andere sectoren, vrijwilligers, e.a.

Een eerste belangrijke stap zou de opstart kunnen zijn van een aantal overlegmomenten, geïnitieerd door DEMOS, van waaruit dan acties kunnen genomen worden rond thema's zoals *identiteit – imago – communicatie – belangenbehartiging – kennisdeling – middelen*. Verschillende mensen hebben zich al aangeboden om actief aan die kar te trekken.

BIJLAGE - Gedetailleerd resultaat van de discussies aan de werktafels.

I - NODEN

Tafel 1

- Financiële tegemoetkoming = kluwen, VGC zou bundel moeten opstellen (wegwijzer)
- (Duurzame) samenwerking & ondersteuning
- Bekendheid van de sport, verhogen populariteit
- Mia vindt niet altijd de weg naar minder bekende sporten
- Plezier = uitgangspunt, moet ambitie en verbinding zijn
- Infrastructuur & accommodaties
- Toeleiding & mobiliteitsondersteuning (vb uitwedstrijden)
- Materiaal & kledij
- Meer vrijwilligers
- Nood aan meer exposure van de activiteiten

Tafel 2

- Middelen
 - geld = belangrijkste (wat is haalbaar?)
 - kennis
 - accommodatie
- Een gezamenlijk statement /spreekbuis
 - overzicht van wat er gebeurt
 - wat is de impact van sociale aanbieders? (niet enkel kwantitatief, ook storytelling)
 - wat zijn de noden?
- Ondersteuningsmodellen die meer op maat zijn van de doelgroep

Tafel 3

- Externe communicatie, beeldvorming
 - verschillende doelgroepen
 - algemene noemer
- Vrijwilligers motiveren/behouden

Tafel 4

- Uitwisseling (Wat gedaan? Hoe?)
 - van elkaar leren
 - beleid én praktijk (ene sluit ander niet uit)
 - contacten leggen (no man is an island)
 - professionals & vrijwilligers komen niet vaak in contact
- Vinden van vrijwilligers
 - wat doen wanneer de meest geëngageerden wegvallen?
 - hoe zorg je voor voldoende draagkracht?
- Mentaliteitswijziging: laagdrempelig, inclusief,... = vanzelfsprekend
- Meer dialoog met doelgroepen door hen mee aan beslissingstafel te brengen

Tafel 5

- Brugfiguren
- Financiën
- Praktijkgericht vormingsaanbod
 - voor trainers – sporttechnisch
 - aanbod VTS
- Memorandum naar beleid toe: bundelen van verwachtingen en standpunten
- Idealiter 1 trefmoment per jaar
- Via samengaan /verenigingen: impact (op andere sectoren) laten zien
- Meer interactie praktijk/beleid
- Vrijwilligers empoweren – divers bestuur, o.a. participatie in beleid
- Warm water uitvinden?
- Naam voor de sector: dan bestaat het, erkenning door lokale actoren
- Google-baar

Tafel 6

- (H)erkenning sociale doelstellingen “sport als middel”
 - door wie?
 - als “sector” op zich
 - sport
 - sociaal/welzijn
- Hokjes denken ook een gevaar (in beleid/sector)
- Sleutelfiguren in werkingen
 - brengen sport binnen, bouwen bruggen
 - besturen van clubs vergrijzen, weinig dynamisch
- Vrijwilligers – competenties
- Schaalgrootte van clubs: groter? Kleiner?
- Zichtbaarheid
- Label “Sociaal” = hulpverlening
 - cfr. “sport+”
 - taal om te vertellen wat we doen (beleid/leden)
- Fixatie op cijfers (cfr sportdienst)
 - aantallen, mensen die op aanbod afkomen
- Spanningsveld:
 - sport als actor in sociaal/welzijnsbeleid
 - sport in partnerschap met sociaal/welzijnsactoren omwille van sportdoelen
- Sportbeleid te top-down
- Reeds gekends clubs wegen te veel door op lokaal beleid

II – AMBITIES

Tafel 1

- Professionele invulling? Lesgevers
- Omnisport bekender maken
- Overzicht van tegemoetkomingen/subsidies
- Duurzaam
- Doelgroep verbreding / bottom-up werking
- Kennisdeling / Peer-2-Peer
- Structureel vrijwilligersbeleid bij de clubs
- Sociale media als promotiemiddel

Tafel 2

- Goede mix tussen vrijwilligers (kleine taken) en Pro's (maatschappelijk werk)
- Belangenbehartiger / spreekbuis (algemeen & sport-specifiek)
- Weg met de zuilen! Projectidee ondersteunen – intersectoraal
- Visietekst op/over sociale sportpraktijken
- Sociale audits i.p.v. het sporttechnische

Tafel 3

- Meer mensen bereiken
- Financieel draagvlak vergroten (lesgevers, materiaal)
- Diensten die samenwerken
- Bekendheid vergroten in de regio
- Toegankelijkheid vergroten van de sportdienst/club

Tafel 4

- Meer zichtbaarheid (voor de doelgroep die je voor ogen hebt) als een sportclub/organisatie, niet als een sociaal project mensen bereiken
- Beleid heeft zich aangepast aan de realiteit – beleidsdomeinen zijn verbreed
- Draagvlak creëren voor die mentaliteitswijziging, vb. E-sport, inclusie (door samenwerken, netwerken, partnerschappen) – eerst onder gelijkgezinden/organisatoren, dan ondersteunende overheden, bovenlokaal
- “Mandaat” = signaleringsfunctie, stem van de doelgroep

Tafel 5

- Bruggen bouwen voorbij de hokjes (beleid/organisaties)
- Club/werking weerspiegelt de demografische, sociale realiteit
- Samenwerkingen / professionals
- Zichtbaar worden
- Regionale recreatieve omni-sport clubs met sterk sociale doelstelling
- Deur aan deur kunnen gaan
- Soorten lidmaatschap flexibel
- Andere kijk op kwaliteit in de sport (niet de aantallen deelnemers, maar wel de mensen en het verhaal erachter)
- Spanningsveld – daarin moeten we kleur bekennen
- Taal vinden om eigenheid te benoemen, zonder iets “apart” te worden
- Meer toegang tot sportinfrastructuur bedwingen!

Tafel 1

Waarom?

- Wegen op sportdiensten (Sportbeleid, USF, ISB)
 - signaalfunctie
 - belangenbehartiging
 - beleidsvoorbereiding
- Versterken van eigen competenties
 - verdergaan dan praktijkuitwisseling
 - gedeelde visie

Hoe?

- Memorandum maken
- Een eigen omni-sport federatie?
- Opleiding
 - sport + sociale + pedagogische competenties
 - opleiding van vrijwilligers, bestuurders
- Lidmaatschap?
- Digitaal én Fysiek (belangrijk)
 - digitaal: kenniscentrum, tools
 - fysiek: werkgroepen, trefmoment
 - thematische sessies
 - vormings“clinics”
- Aandachtspunt: evenwicht professionals – vrijwilligers in deze praktijken, hoe vrijwilligers betrekken?
- Platform als erkend vormingsmoment (cfr trainers), directe meerwaarde voor de clubs
- Regionaal werken?
- Valkuilen: tijd, afstand

Tafel 2

Waarom?

- Eensgezindheid creëren
- Gemeenschappelijke noden (o.a. financieel)
- Beleidsbeïnvloeding, samen sterker
- Andere clubs inspireren/motiveren, draagvlak verhogen

Vorm?

- Per thema – uitwisseling
- 1 Trefdag
- Vraaggericht

Wat?

- Zie noden
- Gezamenlijk fondsen zoeken
- Visietekst/charter, gedragen door de leden
- Demos:
 - lobby overheid
 - netwerk gebruiken om andere clubs te inspireren

- Clubs:
 - leden bevragen
 - lobby lokale politiek

Tafel 3

- Regionaal in functie van de doelgroep: good practices uitwisselen
 - concrete gevolgen/samenwerking (vb afstemmen aanbod)
 - draagvlak creëren
 - krachtenbundeling, stem laten horen
- Afstemming, expertisevorming
 - ideeën zelf communiceren
 - demos: opstart, verdertrekken door meer lokale trekker (door Demos ondersteund)

Tafel 4

- Verdere verdieping is nodig
- Uitwisseling, belangenbehartiging (ook concreet)
- Organische groei, startend vanuit belang SSP, maar moet gekoppeld worden aan sterkere speler
- Koppeling met bredere structuren (federaties, sportdiensten)
- Er is extra personeelstijd nodig (om processen met SSP op te zetten)
- Vertrekkend vanuit noden
- Kritische rol: onverzoenbaar met koepels zoals VSF & ISB – hebben andere belangen

Tafel 5

Waarom? Doel?

- Ervaring uitwisselen, kennisdelen
- Belangenbehartiging (overkoepeld & gericht) = spreekbuis, betrokkenheid doelgroep verhogen
- Visieontwikkeling (wat willen we? Waar willen we naartoe?) = identiteit, zichtbaarheid, duidelijkheid waarvoor we bestaan
- Synergie verhogen tussen
 - verschillende actoren
 - verschillende beleidsdomeinen (tegemoetkomingssystemen)

Vorm

- Trefdagen: basissectoren, meerdere sectoren, ... synergie verhogen
- Nieuwsbrief
- Vormingen
- Werk/adviesgroepen
- Thematische projecten + karretje ergens aanhangen (vb op congres van ISB, VSF, ...)

Wat?

- Mag niet stoppen
- Demos mandaat geven om aanzet te maken
- Brede sector bevragen: vindt iedereen een netwerk/platform belangrijk?