



**Aandacht voor kinderen
van een andere origine en
kinderen in armoede
bij Jespo vzw**

★ De achtergrond ★

Jespo vzw organiseert voor de Antwerpse jeugd een naschools, kindgericht omnisport-activiteitsaanbod. In de stad Antwerpen waar Jespo vzw actief is, groeit maar liefst een vierde van de kinderen op in kansarmoede. 67% van de kinderen jonger dan 9 jaar is bovendien van een andere origine.

De doelstelling van Jespo vzw bestaat erin voor alle Antwerpse jongeren een sportaanbod te voorzien. Hun oorspronkelijke missie bestond erin de minder gegoede kinderen kansen te bieden om aan vrijetijdsactiviteiten deel te nemen. Vandaag richten ze zich tot alle kinderen en schenken ze bijzondere aandacht aan kinderen uit minder gegoede gezinnen, kinderen van andere origine, ... zodat ze zoveel mogelijk kinderen bereiken. Van de 2.600 meisjes en jongens die deelnemen aan de wekelijkse sportactiviteiten, wonen er 48,6% in een (zeer) kansarme wijk en is 44% van een andere origine.

Jespo vzw bestaat uit een klein team van vier vaste medewerkers. Ze doen beroep op een groot aantal vrijwilligers (450) die ingezet worden voor zowel sportinitiaties, sportlessen, toeleiding, het informeren en begeleiden van ouders en jongeren, ... Jespo vzw besteedt veel aandacht aan een professionele opleiding zowel voor z'n vaste medewerkers als z'n vrijwilligers.



★ De communicatie ★




Toeleiding gebeurt door:

- het opnemen van doelgroeppartners in je netwerk. Zorg dat je eigen aanbod en visie bij deze partners gekend is zodat zij ouders en kinderen kunnen doorverwijzen naar Jespo vzw.
- duidelijke en klare communicatie, eenvoudig taalgebruik, sprekende beelden, ... Specifieke tips vind je op de site van het Huis van het Nederlands - Vorming 'Klare Taal'.
- het gebruik van foto's waarin diversiteit en multiculturaliteit tot uiting komen.
- het gebruik van groepsfoto's. Deze foto's spreken kinderen van een andere origine vaak meer aan.
- het gebruiken van promotionele foto's die kinderen uit je eigen aanbod tonen. Het bevordert de erkenning en trots waardoor kinderen zich aangespoord voelen hun ervaring met anderen te delen.
- het investeren in netwerken en relaties. Geef de jongeren het gevoel dat ze welkom zijn. Straal een positief imago uit ten aanzien van de doelgroepen.
- door in alle stadia van het proces (idee – start – organisatie – promotie) aandacht aan de verschillende doelgroepen te besteden. Hou er rekening mee dat diversiteit niet alleen bij de deelnemers een pluspunt is. Ook bij de vrijwilligers, lesgevers, bestuursleden, ... biedt het een meerwaarde.

Enkele voorbeelden van toeleidingsacties waarin het belang van netwerken en samenwerken centraal staat:

- sportinitiaties tijdens het straatfeest van een Marokkaanse moskee;
- karate-initiatie tijdens een voedselbedeling;
- sportinitiaties en demo's tijdens cultuurfestivals en stadsactiviteiten;
- infosessies tijdens ouderavonden van de school;



- 
- uitdelen van flyers rond naschools aanbod in en aan scholen. Doe dit een week voor de start van de lessenreeks en op de dag zelf;
 - infosessies voor anderstalige ouders.
Meer info: <http://deschoolbrug.be/>

Andere promotionele acties zijn:

- brochure naar alle scholen en doelgroeppartners;
- flyers die rechtstreeks aan het doelpubliek uitgedeeld worden;
- nieuwsbrief t.a.v. alle huidige en vroegere deelnemers;
- op het einde van de lessenreeks infosessies over het vervolgaanbod.

★ **Het financiële plaatje** ★

Jespo vzw vraagt een democratisch deelnamebedrag van 50 euro per lessenreeks (12 lessen). Zelf hanteren ze geen sociaal tarief. Wel verwijzen ze de ouders door naar bestaande kortingsystemen (Sporting A, OCMW Antwerpen, ...) en trachten ze hen hierover zo goed mogelijk te informeren. Waar nodig, helpen ze actief mee om ouders wegwijs te maken.

Handig om weten is dat het attest voor de mutualiteit door Jespo vzw geautomatiseerd werd. Iedereen die deelneemt en betaalt, krijgt automatisch een uniform attest voor de mutualiteit via e-mail doorgestuurd. Dit document is geldig bij alle mutualiteiten en geeft je recht op een deel van de terugbetaling van het inschrijvingsgeld. Mensen zonder e-mailadres ontvangen dit document per post.





★ Voor wie ★

Kinderen tussen 5 en 8 jaar kunnen in 4 districten van stad Antwerpen Multimoven.

- . woensdag: Hoboken
- . zaterdag: Borgerhout en Deurne
- . zondag: Antwerpen-Noord

De deelnemende kinderen vormen een goede weerspiegeling van de maatschappij.

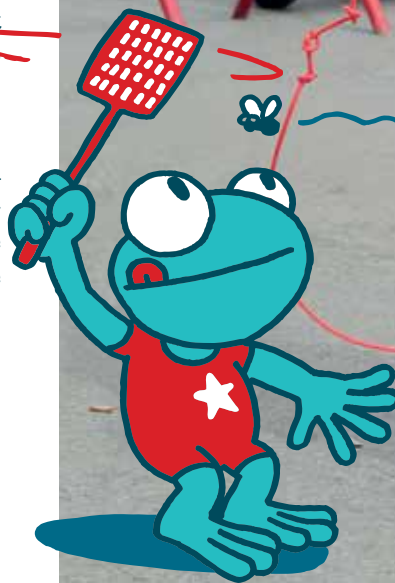
Jespo vzw beschikte al over een bewegingsschool voor de jongste kinderen en een omnisportaanbod voor de oudere kinderen. Multimove kan de doorstroom tussen beide initiatieven verbeteren en de kloof ertussen invullen. Bij Jespo vzw vormt Multimove een prima opvolger van de bewegingsscholen en een ideale basis om nadien omnisport of een specifieke sport bij Jespo vzw of in een sportclub te beoefenen.

★ De lesgever ★

Jespo vzw werkt vooral met vrijwilligers die lesgeven. Het is belangrijk dat de vrijwilligers voeling hebben met de visie van Jespo vzw en deze visie mee uitdragen. Hun inlevingsvermogen, ervaring met de specifieke doelgroepen en vaardigheden om kinderen een veilig gevoel te geven, zijn belangrijke criteria bij de lesgevers van Jespo vzw.

★ De valkuilen ★

- 1 Het personeelsverloop, zowel binnen de eigen organisatie als bij de doelgroeppartners, kan een valkuil vormen. Zie erop toe dat er met de wissel van lesgevers geen knowhow verdwijnt en dat het contact met bepaalde wijken niet vermindert.
- 2 Kinderen aanspreken en aantrekken is belangrijk. Nog belangrijker is het om deze kinderen via trajectbegeleiding aan boord te houden. Bied daarom hulp bij de inschrijving, geef info over kortingstarieven, probeer iemand in te zetten om de kinderen op te volgen, pols waarom ze wegblijven en kijk samen met de ouders hoe je dit kan oplossen.
- 3 Mocht niet iedereen binnen je organisatie met-
een achter het verhaal van doelgroepen staan, ga dan alvast aan de slag met hen die er wel volledig achter staan. Zij zijn goed geplaatst om anderen op basis van hun ervaringen te inspireren.
- 4 Jespo vzw investeert al jaren in het bereiken van kinderen van een andere origine en kinderen in armoede. Het is een traject van lange adem. Laat je niet ontmoedigen wanneer je niet meteen grote resultaten boekt.





★ De succesfactoren ★

- . Verdiep je voor de start in de leefwereld van de doelgroep. Leg op voorhand goede contacten met organisaties en verenigingen die al ervaring met de doelgroep hebben.
- . Werk in schriftelijke communicatie met icoontjes. Ze zijn universeel en voor iedereen – ongeacht de moedertaal – duidelijk.



- . Zorg ervoor dat in je schriftelijke communicatie de volgende zin in het Frans en Engels vermeld staat: ‘Als je niet alle info begrijpt, bel dan naar ...’ Dit toont dat je openstaat voor andere nationaliteiten en hen ook verwelkomt.
- . Een sms’je wordt vaker gelezen dan een e-mail. Vandaar dat Jespo vzw praktische boodschappen (afgelaste les, extra les, ...) vaak via sms communiceert.
- . Laat diversiteit tot uiting komen in de foto’s die je kiest. Gebruik onder meer groepsfoto’s waarop niet alleen blanke kinderen afgebeeld staan.
- . Zorg voor een flexibel inschrijvingsstelsel. Door bijvoorbeeld: voldoende proeflessen, inschrijvingsgeld op basis van een betalingsplan, informatie aan de ouders over verschillende terugbetalingsmogelijkheden, ...
- . Werk aan een positief imago en stel je bewust open voor de doelgroep. Geef iedereen het gevoel dat hij/zij welkom is in jouw organisatie.
- . Doe samen met je team (lesgevers, collega’s, bestuursleden) een activiteit met de doelgroep. Zo krijgt het hele team meer inzicht in de leefwereld van de doelgroep.
- . Organiseer promotieactiviteiten of initiaties op locaties die goed bereikbaar zijn en die ook gekend zijn bij de doelgroep.
- . Informeer de lesgevers over hoe je met diverse culturen omgaat.
- . Investeer in een goed netwerk.
- . Ga heel lokaal te werk. Flyer na de schooluren in de week voor de start en de avond van de start in de desbetreffende wijk of buurt.



★ Contact ★

Arne Francq

✉ arne@jespo.be

☎ 03 289 32 53



SPORT.
VLAANDEREN