



TEKST WIL VERSCHOOR EN MARIKE KUPERUS

Culturele diversiteit in de samenleving.

EN IN DE ACHTERBAN?

De verkiezingsuitslag, het optreden van Wilders en de formatie hebben het vraagstuk van de multiculturele samenleving vol onder de aandacht gebracht. En dan vooral de problematische kant. De successen blijven buiten beeld. Hoe zit het eigenlijk met de multiculturaliteit van verenigingen?

#10

Zien we integratie en samenwerking of is het polderland nog wit? Zijn allochtone ondernemers

lid van een brancheorganisatie of organiseren zij zich op een andere manier? Moeten patiëntenorganisaties een apart aanbod hebben voor leden met een migrantenafkomst? En wat kan een organisatie doen om meer bi-culturele leden binnen te krijgen én te houden? Met andere woorden, hoe kunnen verenigingen omgaan met de groeiende culturele diversiteit in hun achterban? In dit artikel schetsen we het kader rondom culturele diversiteit en geven we voorbeelden van patiënten/consumentenorganisaties. In een tweede artikel gaan we in op culturele diversiteit in de brancheverenigingen.

CIJFERS

Nederland telt 3,36 miljoen migranten (CBS, maart 2010). Dat is 22% van de totale Nederlandse bevolking. Iets meer dan de helft van deze migranten heeft een niet-westerse achtergrond, vooral Turks en Marokkaans. De andere helft bestaat uit Europese migranten. Meer dan een op de vijf Nederlanders heeft dus een bi-culturele achtergrond en dit betekent dat vrijwel alle delen van de Nederlandse samenleving te maken hebben met mensen met een andere culturele achtergrond: van bedrijfsleven tot non-profitsector, van onderwijs tot gezondheidszorg en van branchevereniging tot hockeyclub.

WAT IS DIVERSITEIT

Diversiteit gaat om allerlei verschillen tussen mensen en vooral om de vraag hoe we omgaan met deze verschillen. Hoe kunnen we de kwaliteit van organisaties of van de maatschappij verbeteren door het beste te halen uit leden, medewerkers, achterban of burgers, daarbij rekening houdend met het

feit dat zij man of vrouw zijn, allochtoon of autochtoon, met of zonder beperking, homo of hetero, religieus of niet-religieus et cetera. De achterliggende gedachte is dat juist de diversiteit tussen mensen de kwaliteit van de organisatie bepaalt. Een grote diversiteit zorgt voor een breed scala aan kwaliteiten, ervaringen, opvattingen, kennis, waarden, normen en netwerken. En daarmee ook voor een grotere achterban of afzetmarkt, een bredere kijk op producten en marketing of een andere benadering van problemen.

VOORBEELDEN

Tegen hypotheek wordt vanuit een islamitische achtergrond anders aangekeken dan vanuit het christelijk perspectief. Niet alle vormen zijn toegestaan. Vereniging Eigen Huis zou haar hypotheektoets kunnen uitbreiden en ook op specifiek islamitische vormen onderzoeken. Daarmee zou ze een groeiende groep van huizenbezitters aan zich kunnen binden. Voor het Suikerfeest geven 900.000 moslims (6% van de bevolking) veel geld uit aan eten, zoetigheid, kleding en cadeaus. De HEMA speelde hier op in en haalde een hogere omzet. Doet de Diabetesvereniging dit ook al in adviezen over eten en feesten, aangepast aan islamitische eetgewoonten? En kan bijvoorbeeld het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel als brancheorganisatie een rol spelen?

BASISVRAGEN

Hoe kunnen verenigingen omgaan met de groeiende culturele diversiteit in hun achterban? Drie basisvragen zijn daarbij belangrijk. Hoe cultureel divers is de achterban en hoe cruciaal is die diversiteit gezien de aard van de vereniging? Hoe kijkt de vereniging aan tegen culturele diversiteit? En, hoe toegankelijk is de vereniging; hoe open staat de vereniging voor leden met een andere achtergrond?

BETER IN ALLIANTIES

Patiëntenverenigingen die de nieuwe doelgroep van niet-westerse Nederlanders willen bereiken, merken dat ze veel tijd en doorzettingsvermogen moeten investeren. Het is niet voldoende om een werkgroep in te stellen of een enkel project te starten. De ervaring is dat vooral samenwerking met allochtone organisaties werkt. Zoeken naar de alliantie en investeren in langdurige samenwerkingsrelaties zorgen ervoor dat je de goede toon kunt treffen en door gezamenlijke projecten ook op de goede plekken kunt komen.

PGO support ondersteunt een aantal initiatieven van zogenaamde PGO-organisaties (Patiënten, Gehandicapten en Ouderen). Wim Kroon van PGO support: "Wij zijn een samenwerkings-traject gestart tussen PGO-organisaties en een aantal allochtone organisaties. Dat zijn organisaties met een verschillende achtergrond: uit de thuiszorg of van één bevolkingsgroep en ook bijvoorbeeld het NOOM (Netwerk van Organisaties van Oudere Migranten) doet mee in dit overleg. We houden gezamenlijke studiebijeenkomsten over bijvoorbeeld pijnbeleving in verschillende culturen. Vanuit dit overleg zijn samenwerkings-initiatieven ontstaan."



HOE NU VERDER? HOE KAN DEZE VERENIGING DAADWERKELIJK VORM GAAN GEVEN AAN CULTURELE DIVERSITEIT?

FLEXIBEL SPORTIEF

Ook binnen de sportsector ontstaat succes bij diversiteit vaak door samenwerking met andere organisaties. Lieke Vloet van NOC*NSF geeft aan: "Wij zien veel effect van lokale samenwerkingsafspraken tussen sportvereniging, gemeente en sportbond. De gemeente weet vaak echt goed waar je bepaalde doelgroepen kunt bereiken. Zij weten waar een actieve moskee zit of een goed ingevoerde buurtwerker. Samen met de gemeente bereik je meer dan dat je als sportvereniging alleen begint. De laatste jaren worden ook veel verenigingen opgericht vanuit de wijk of de doelgroep zelf. Die 'eigen' verenigingen hebben snel meer leden uit de eigen doelgroep. Voor deze clubs is de samenwerking in de sportbond of de gang van zaken in het competitielementen dan weer ingewikkeld."

Zij benadrukt dat diversiteit in de sport verder gaat dan de culturele achtergrond. "Dat is maar een dimensie, het maakt nogal verschil of je je richt op achterstandswijken of op hoog opgeleide allochtonen. Heb je het over meisjes of jongens of wil je juist ouderen bereiken? Als je als sportvereniging er wilt zijn voor een brede groep van mensen moet je een veel gevarieerder pakket bieden. Veel groepen mensen willen een ander sportaanbod dan het traditionele eenmaal per week dezelfde sport in teamverband. Diversiteit gaat over meer dan cultuur."

ACHTERBAN EN RELEVANTIE

Het antwoord op deze vraag begint met een blik op de samenstelling van de eigen organisatie. Hoe divers zijn we nu? Hoeveel allochtonen hebben we in onze vereniging? Of breder, hoeveel mannen, vrouwen, allochtonen, autochtonen, jongeren, ouderen, mensen met een beperking, homo's, hetero's, mensen met een religieuze achtergrond hebben we? En is dat representatief voor onze achterban of de doelgroep die we bedienen? Waar zitten de verschillen?

Hieraan gekoppeld is de vraag hoe relevant of hoe cruciaal het allochtoon-zijn is voor een organisatie of vereniging. Een voorbeeld. Het is bekend dat diabetes meer voorkomt bij Hindoestanen. Het gevolg is dat een diabetesvereniging zich juist voor deze bevolkingsgroep extra zou moeten inspannen. Het Hindoestaan-zijn is in dit geval dus cruciaal.

ECHTE MEERWAARDE

Hoe kijkt de vereniging aan tegen culturele diversiteit? Een veelgehoord standpunt in verenigingen en organisaties is dat zij wel 'iets' met allochtonen willen doen omdat de vereniging een afspiegeling wil zijn van de maatschappij. Of omdat het tijd wordt om meer sociaal en betrokken te zijn bij de maatschappij. Of omdat de vereniging een bijdrage wil leveren aan 'het allochtonenvraagstuk'. Als dat de inzet is luidt het advies: niet aan beginnen. De geventileerde goede bedoelingen zullen in de uitvoering al snel ondersneeuwen bij de problemen van alledag.

Culturele diversiteit heeft pas kans van slagen als een organisatie ervan overtuigd is dat het bijdraagt aan de kwaliteit of zelfs het bestaansrecht van de eigen verenigingsorganisatie. Als de vereniging weet dat het draagvlak of de kwaliteit van de diensten er door verbetert, er meer leden zullen komen, de achterban beter bediend wordt, de afzetmarkt wordt vergroot en de discussies breder en creatiever worden.

NOODZAAK

De eerste vraag die de vereniging zich moet stellen is: welke problemen spelen er voor

ons? Welke knelpunten moeten als eerste worden aangepakt? Pas dan komt het punt: is culturele diversiteit een antwoord? Neem het voorbeeld van de witte voetbalvereniging in een gekleurde wijk die het aantal leden sterk ziet verminderen. Het knelpunt is het geringe aantal leden, misschien zelfs wel opheffing van de club. Een oplossing kan zijn het specifiek inzetten op het werven van allochtone leden, omdat alleen dan de vereniging kan blijven voortbestaan. Of de patiëntenorganisatie die ziet dat allochtone patiënten niet worden bereikt met reguliere voorlichtingsactiviteiten. Inzet op leden en medewerkers die bekend zijn met deze doelgroep kan leiden tot meer inzicht in de benadering van deze patiëntengroep en daarmee tot verbetering van de kwaliteit van het product.

TOEGANKELIJK EN AANTREKLIJK

Als vaststaat dat de vereniging meer biculturele leden wil aantrekken, komt de vraag hoe toegankelijk de vereniging is. Voelen allochtone leden zich welkom? Waarom zijn ze in het verleden vertrokken? Verenigingen zullen daarbij ook ontdekken dat ze niet alleen iets moeten doen om toegankelijk te zijn, maar dat ze soms ook iets moeten opgeven of kwijtraken. Het vaste en vertrouwde verenigingsritme bijvoorbeeld. NOC*NSF geeft aan dat sportverenigingen bereid moeten zijn het aanbod flexibeler te maken. Niet één formule van een vaste sportavond, maar flexibeler, met lossere verbanden en andere betaling. Als je als sportvereniging iets wilt doen met allochtone meisjes moet je bereid zijn echt apart sporten aan te bieden, ook met een vrouwelijke begeleiding.

VERVOLG OP MAAT

Stel, een vereniging heeft zich serieus bezighouden met de hiervoor gestelde vragen en zich gerealiseerd dat er weinig culturele diversiteit is, dat het wenselijk of zelfs cruciaal is om daar wel rekening mee te houden en dat de vereniging op dit moment wellicht niet toegankelijk of aantrekkelijk is voor allochtonen. Deze vereniging heeft al een flink aantal stappen gezet. Hoe nu verder? Hoe kan deze vereniging daadwerkelijk

vorm gaan geven aan culturele diversiteit? Vanaf dit punt wordt het maatwerk. Per organisatie of vereniging moet specifiek gekeken worden naar wat er nodig is. Een eerste quickscan levert vaak al voldoende informatie op om een actieplan op te stellen met bijvoorbeeld bewustwordingsactiviteiten, trainingen, het aanboren van nieuwe netwerken en aanpassing van activiteiten, voorlichtingsmethoden of materialen.

ALLIANTIES AANGAAN

Al jarenlang wordt in verschillende sectoren gewerkt aan de verkleuring of multiculturalisering van organisaties en verenigingen. Soms met succes, soms ten dele succesvol en soms gewoon een mislukking. Terugkijkend op de lange en soms moeizame trajecten begint de gedachte vorm te krijgen dat een volledige verkleuring of interculturalisering van organisaties niet altijd haalbaar of realistisch is. Een nieuwe ontwikkeling is om uit te gaan van allianties met nieuwe (soms informele) netwerken van migranten en in te zetten op samenwerking aan gezamenlijke belangen, problemen en interesses. NOC*NSF en PGO-support doen ervaring op met deze manier van werken en de eerste berichten zijn positief. Organisaties met verschillende achtergronden verdiepen zich samen in het thema en zetten samen projecten op. In 2011 gaat MOVISIE deze aanpak beschrijven en uitwerken in een workshop, om samen met organisaties de mogelijkheden en onmogelijkheden van deze nieuwe aanpak te onderzoeken. ←

Wil Verschoor is manager Diversiteit bij MOVISIE.

Marika Kuperus is verenigingsadviseur met Kuperus Advies.



Organisaties die zich afvragen of ze aan de slag zullen gaan met diversiteit moeten zichzelf eerst drie basisvragen stellen om de relevantie te onderzoeken. Het thema aanpakken is maatwerk. Een optie kan zijn om allianties aan te gaan met migrantennetwerken.