

Beleidsuitdagingen en conclusies uit de discussierondes in het kader van beleidsplan 2021-2025

Uit de SWOART analyse (analyse van de sterktes, zwaktes, aspiraties intern en uitdagingen, bedreigingen en gewenste resultaten extern) heeft hebben de stuurgroep beleidsplan, het team en de raad van bestuur van çavaria vijf grote beleidsuitdagingen geformuleerd.

Als we naar de vijf beleidsuitdagingen kijken waarop onze discussies zich focussen, zien we veel samenhangen tussen deze uitdagingen. De eerste twee beleidsuitdagingen kijken kritisch naar de *structuur en werking van çavaria*: Moet çavaria meer inzetten op eerstelijnswerking en vooral voor individuele LGBT+ personen opkomen, of moeten we versterkt inzetten op tweedelijnswerking en op onze rol als expertisecentrum en lobby-orgaan inzetten? Op welke manier kunnen we beiden met elkaar verenigen? En wat is de rol van çavaria als koepel van socio-culturele verenigingen? De thema's omgaan met *polarisatie, intersectionaliteit en superdiversiteit* hangen nauw samen: ze geven aan dat onze maatschappij steeds diverser wordt, en dat we naar manieren zoeken waarop we op een positieve en bewuste manier met deze diversiteit in onze maatschappij en in de LGBT+ gemeenschap kunnen omgaan. Dit zijn complexe en gevoelige discussies, en we willen op basis van input vanuit onze achterban en stakeholders op een gedragen manier met deze thema's omgaan. Het thema *participatie en betrokkenheid* vormt de brug tussen structurele vragen en maatschappelijke tendensen waarop we moeten inspelen: moet çavaria herbekijken op welke manier we onze werking baseren op wat er leeft in de bredere LGBT+ gemeenschap? We kunnen niet iedereen vertegenwoordigen maar wel voor alle LGBT+ opkomen. Hoe kunnen we ervoor zorgen om ook diegenen niet in aangesloten verenigingen of regenbooghuizen te horen?

De beleidsuitdagingen zijn een oefening in benoemen wat er wringt, pijnpunten en kruispunten actief en met een open ingesteldheid benaderen en als kansen zien. Om een gedragen beslissing te kunnen nemen, hebben we deze vragen met onze interne en externe stakeholders besproken. Op basis van hun input kunnen we onze missie en visie bespreken, als ook strategische doelstellingen voor de komende beleidsperiode bespreken.

Hier geven we een samenvatting van de discussiemomenten weer die in het voorjaar 2019 werden georganiseerd omtrent de vijf beleidsuitdagingen. De beleidsuitdagingen en discussieteksten, die de uitdagingen nader toelichten, kunnen hier in detail bekeken worden:

<https://cavaria.be/beleidsplan2021-2025>

De beleidsuitdagingen werden besproken met een reeks aan verschillende partners:

- Partnerorganisaties: Transgender Infopunt TIP, Merhaba, Arc en ciel Wallonie, Rainbowhouse Brussels
- Lokale regenbooghuizen: RvB Het Roze Huis Antwerpen, RvB Holebihuis Limburg, RvB Holebihuis Vlaams Brabant,

- Huizen en verenigingen: Regionaal overleg Oost-Vlaanderen, regionaal overleg West-Vlaanderen
- Vrijwilligers: ZIZO en vrijwilligers-focusgroep bi & T-day/ verenigingen Antwerpen
- AV en rvb çavaria
- Team çavaria

Beleidsuitdaging 1 - Wat is de rol van çavaria in maatschappelijke veranderingen?

Met deze beleidsuitdaging stellen we niet in vraag *of* we verder rond de thema's welzijn en gezondheid, onderwijs en werkvloer moeten werken, maar *op welke manier* en op welk niveau wij dit doen. In hoeverre moet çavaria op individuele werking of structurele werking inzetten? Of moet çavaria vooral als expertisecentrum optreden? Wat is de rol van çavaria in de levensdomeinen van maatschappelijke verandering?

Trend: çavaria ontwikkelt zich verder richting expertisecentrum en biedt ondersteuning die het de lokale huizen mogelijk maakt om op onderbouwde manier aan individuele begeleiding te doen. De huizen en çavaria voeden elkaar hierin.

Er is eensgezindheid over het feit dat çavaria zich vooral met haar **core business** moet bezig houden, zijnde seksuele oriëntatie, gender-identiteit en -expressie, seksekenmerken. Daarbij sluiten ook thema's zoals relatievormen aan. Belangrijk hierin is ons moreel kader van waarden: çavaria heeft een duidelijke missie en visie nodig om goed haar werk te kunnen doen.

Dan pas kunnen we ernaar gaan kijken, op welk niveau we op de verschillende domeinen van maatschappelijke verandering inzetten.

De meerderheid van onze stakeholders vindt, dat **individuele opvang** bij de lokale huizen moet gebeuren, naast het werk van Lumi binnen çavaria. Het is niet de hoofdtak van çavaria om hulp te verlenen door individuele vragen en trajecten te begeleiden. De rol van çavaria wordt vooral gezien in **tweedelijnswerking**: als **expertisecentrum** dat enerzijds materiaal en opleidingen ter beschikking stelt, en anderzijds het doelpubliek en de bredere maatschappij over haar thema's informeert en sensibiliseert; en als **lobby-instituut**, dat zich inzet voor politieke verankering van welzijnzorg voor LGBTI personen.

Onze **welzijnswerking** moet uitgediept worden. Om het **welzijn** van LGBTI personen te verhogen is enerzijds een categoriale aanpak nodig, en anderzijds een verandering in de generalistische aanpak van welzijnswerk, om het toegankelijke te maken voor LGBTI personen.

Hoewel de algemene tendens is om çavaria vooral in de rol van tweedelijnswerking, expertisecentrum en lobbyist te zien, is het belangrijk om op elk domein van maatschappelijke verandering te zien, hoe dat juist kan gebeuren. Scholen zijn vaak overbevraagd, en de kans bestaat dat het materiaal van çavaria niet wordt gezien/gebruikt als çavaria er niet zelf langsgaat. Op het domein van werkvloer kan çavaria dan weer meer inzetten op politiek niveau, en bv. lobbyen om LGBTI+ inclusiviteit verplicht in arbeidsreglementen te laten opnemen.

Çavaria ondersteunt en informeert niet alleen maar professionals in het onderwijs, de welzijnssector en op de werkvloer, maar ook de lokale huizen. Deze ondersteunen op hun beurt op basis van het materiaal van çavaria en op basis van hun eigen ervaring in het veld, individuele LGBTI personen in hun traject. Çavaria moet hiervoor meer **inzetten op communicatie en outreachend werkend**, dat wordt verwacht van een koepelvereniging en expertisecentrum.

Om voeling te houden met de thema's die leven binnen de achterban en vragen die door individuen worden gesteld, is het nodig om voor regelmatige **communicatie met de lokale huizen** te zorgen. Çavaria en de lokale huizen zijn geen concurrentie van elkaar, maar vullen elkaar aan in hun werking. Ook een terugkoppeling over de werking van Lumi naar de lokale huizen zou gewaardeerd worden. Hieruit kunnen er tendensen gefilterd worden, en potentieel belangrijke informatie voor verenigingen die op veel voorkomende noden kunnen inspelen.

Vrijwilligers en leden van verenigingen moedigen çavaria aan om **meer in te zetten op de expertise van vrijwilligers en verenigingen**. Op die manier zorgen we voor gedragenheid, waardering, en zetten we in op ervaringsdeskundigen. Het feit dat alleen maar naar het professionele team van çavaria wordt gekeken als het over inhoud, expertise en lobbywerk gaat, wordt niet in dank afgenomen.

Punten om te bewaken:

- Communicatie intern en extern
- Processen zichtbaar maken
- Transparanter en socialer werken

Beleidsuitdaging 2 – hoe organiseren we ons als beweging?

In deze discussietekst bespreken we wat de rol van çavaria als koepel van verenigingen precies is, en hoe we ons als LGBT+ beweging organiseren. We nemen onder de loep hoe we als beweging best samenwerken om een zo groot mogelijke impact te hebben, en om tegelijkertijd aan te sluiten bij de diversiteit die er is in onze beweging.

Deze beleidsuitdaging zorgde voor de meest uiteenlopende reacties in de discussies, zowel bij de stakeholders als ook in het team van professionals. Omdat aan deze beleidsuitdaging verschillende vraagstukken verbonden zijn, maken we hier een onderscheid tussen de discussies met de lokale huizen, verenigingen en vrijwilligers enerzijds, en binnen het team van professionele medewerkers anderzijds.

De organisatie van de beweging uit het perspectief van lokale huizen, verenigingen en vrijwilligers

Voor **verenigingen en vrijwilligers** maakt het niet zo veel uit waar de ondersteuning er precies vandaan komt- als de ondersteuning er maar is en werkt. Verenigingen en vrijwilligers geven aan dat ze momenteel niet helemaal tevreden zijn met de ondersteuning, en zich niet verbonden met of betrokken bij çavaria voelen. In de discussies blijkt dat verenigingen, vrijwilligers en de lokale huizen wel nog steeds een belangrijke taak bij çavaria zien binnen de beweging:

- çavaria moet de expertise capteren die leeft in de verenigingen, en heeft als taak om mensen samen te brengen.
- Çavaria moet een rol spelen als katalysator en platform voor ontmoetingen en uitwisselingen, als ook inspelen op blinde vlekken die niet door verenigingen worden verzorgd.
- Çavaria moet zorgen voor technische/praktische en theoretische ondersteuning van verenigingen.

Bij verenigingen en vrijwilligers gaat de voorkeur voornamelijk uit naar thematisch georganiseerd te werken, op een **minder hiërarchische manier** en door de basis meer te betrekken. Çavaria kan een voorbeeld worden van niet-hiërarchisch werken met een echte connectie met onze doelgroep. Daarvoor moeten we eerst toegeven dat er nu problemen zijn en de structurering van de beweging opnieuw bekijken. Als we thematisch gaan werken, moeten we wel opletten voor de valkuil, alleen maar de luidste stemmen te horen.

Als de medewerkers van çavaria zich niet **verbonden en betrokken voelen**, is het ook moeilijk om bij de achterban wél voor betrokkenheid en verbondenheid te zorgen. Çavaria kan niet betrokkenheid van haar achterban verwachten, als dat omgekeerd niet ook het geval is: çavaria moet betrokken zijn en voeling hebben met wat er leeft bij aan en in onze basis. Enkele voorstellen tot remedie zijn:

- Çavaria moet meer outreachend zijn, naar de verenigingen toestappen. Dat op informele momenten als ook via vormingen en door deel te nemen aan vergaderingen.
- Hiervoor moet voldoende tijd uitgetrokken worden in het takenpakket van de bewegingsmedewerkers. Ook de financiële keuzes van çavaria moeten dit weerspiegelen: meer budget voor bewegingswerk vrijmaken.
- De coach van team beweging moet in het huidige scenario voldoende tijd in hun takenpakket hebben om de schakelfunctie tussen team inhoud en team beweging in te vullen.
- De medewerkers van çavaria moeten hun eigen positie vanuit een intersectioneel standpunt, als ook hun "neutraliteit" in bepaalde zaken ook kritisch in vraag stellen.
- Bekijken of samenwerkingscontracten betere samenwerkingen mogelijk maken, ook met verenigingen. Duidelijk zijn: wat betekent het om een aangesloten vereniging te zijn? Wat mogen beide partijen van elkaar verwachten. Onderscheid maken tussen werkgroepen, waarin de lead van çavaria komt, en samenwerking, die lossier en juist meer afgebakend zijn en waar de lead niet per se bij çavaria ligt.
- De achterban en beweging moeten betrokken worden, maar niet geïnstrumentaliseerd of betutteld. Nu komt het vaak over als opportunisme: samenwerkingen zijn er alleen maar als en op de manier waarop het çavaria uitkomt.
- Onze kennis en tools open source ter beschikking stellen, zodat ook andere personen ermee aan de slag kunnen. Dit sluit aan bij het inspelen op actuele trends in participatiecultuur.
- Bewegingswerk en verenigingsondersteuning lopen in **elke regio anders**. Het is belangrijk voor çavaria om niet de monopoly op alles van "onze" thema's te willen claimen, en er moet respect zijn voor hoe verschillend de verschillende regio's werken.
- Naar elkaar luisteren betekent niet noodzakelijk dat we alle input zomaar overnemen --> participatieladder.

De organisatie van de beweging uit het perspectief van het professionele team van medewerkers van çavaria

Binnen het **professionele team van çavaria** heerst er ontevredenheid met de structuur en de taakprofielen van de medewerkers. Het takenpakket van een bewegingsmedewerker moet herzien worden, en er moet een betere en duidelijkere connectie tussen team beweging en team inhoud komen.

Het professionele team van çavaria is het eens dat we **mét de community moeten werken** – maar over de manier waarop heerst onenigheid. Twee mogelijke scenario's zijn: scheiding bewegingswerk en inhoudelijk werk, maar de bewegingsmedewerkers zorgen voor de nodig link tussen beiden OF iedere medewerker doet op bepaalde manier aan bewegingswerk/ zoekt actief contact met aspecten van de beweging die relevant zijn voor hun werk.

Op structureel niveau betekent dit dat we moeten herbekijken hoe we **gelijke kansen werking en sociaal-cultureel volwassenwerk** definiëren; en hoe beiden en relatie tot elkaar staan.

Voor we naar de structuur en organisatie van onze beweging kijken, en definiëren op welke manier çavaria aan socio-cultureel werk doet, moeten we het eens zijn over onze **missie, visie, en maatschappelijke positionering**. We moeten luisteren naar wat onze doelgemeenschap nodig heeft, en dan beslissen op welke manier wij daarop kunnen inzetten.

Ook het team voelt de **afstand** tussen de achterban (dus niet alleen maar de verenigingen) en çavaria aan. Idealiter voelt elke stakeholder zich een beetje çavaria. De rol, plaats en waarde van de beweging (= de activistische gemeenschap + al onze belanghebbenden?) binnen onze organisatie moet duidelijker worden, voor we naar de verdeling van rollen kunnen kijken. Bewegingswerk moet ruimer ingevuld worden dan alleen maar als verenigingsondersteuning, wat nu het geval is. Bewegingswerk is bv. ook interne sensibilisering en communicatie met de achterban.

Punten om te bewaken:

- Hiërarchische structuur versus spinnenweb-structuur. De voorkeur van onze stakeholders lijkt uit te gaan naar een thematisch structureringen, of spinnenweb-structuur.
- Afbakenen verwachtingen van en aanbod voor verenigingen, ongeacht het feit op welk niveau de koepel is: lokaal of centraal
- De functie van de bewegingsmedewerker moet grondig herzien worden
- “Nothing about us without us”: practice-based en evidence-based werken.

Beleidsuitdaging 3 – over participatie en betrokkenheid

De manier waarop individuele personen zich betrokken voelen, zich actief willen engageren en opkomen voor hun rechten, heeft invloed op de werking van çavaria. Çavaria moet inspelen op trends in de participatiecultuur, activisme en subpolitiek om in contact te blijven met de noden en wensen van haar achterban. Als we aan betrokkenheid denken, gaat het niet alleen maar over wie op welke manier inspraak heeft, maar vooral ook over het gevoel van betrokkenheid: is er een emotionele betrokkenheid bij onze visie en missie binnen onze organisatie en bij de bredere achterban?

In de gesprekken rond deze beleidsuitdaging zien we een zeer sterke link met de tweede beleidsuitdaging omtrent hoe organiseren we ons als beweging.

In de beleidsperiode 2021-2025 zal çavaria inzetten op het bekomen van **duurzame samenwerkingen** met partners intern (regenbooghuizen, verenigingen, vrijwilligers) en extern (partnerorganisaties + solidariteit). Het doel is om (terug) voeling te krijgen met wat de noden van onze belanghebbenden zijn, opnieuw voor een gevoel van betrokkenheid van alle stakeholders te creëren, en çavaria tot een warme, open en verwelkomende organisatie te vormen.

Als socio-culturele organisatie is dit een van de kerntaken van çavaria. De afgelopen jaren leren ons, dat verbinding en betrokkenheid niet vanzelf groeien, maar dat çavaria actief stappen moet ondernemen. De rol van het luik beweging wordt in functie hiervan kritisch onder de loep genomen: De huidige manier van bewegingswerk sluit niet meer aan bij hoe onze doelgemeenschap leeft en denkt. Verenigingsondersteuning is slechts een klein deel van bewegingswerk; en hoe een gezond ecosysteem gedreven door participatie en betrokkenheid er 2021-2025 kan uitzien, zullen we stapsgewijs gaan verkennen. Een mogelijke uitbeelding hiervan: çavaria is als een boom die goed geworteld is en zaadjes plant/ de bodem daarmee bevrucht. Maar: de boom laat genoeg plaats voor andere plantjes/bottom up initiatieven die naast çavaria bestaan en groeien. Çavaria verstikt die andere initiatieven niet, laat genoeg lucht en licht door, en voedt ook deze initiatieven indien gewenst.

We moeten durven om **kritisch te kijken naar de relevantie van het werk dat çavaria doet**, op niveau van gelijke kansen werking en socio-culturele werking.

Verenigingen, vrijwilligers, en partnerorganisaties in het gelijke kansen veld moedigen çavaria aan om **sterker in te zetten op haar basis**, de verenigingen en samenwerkingen met partnerorganisaties. Dit is een andere manier van werken die minder business-achtig en professioneel is en meer inspanning vraagt, maar dit is wel een manier om voor betrokkenheid te zorgen: er wordt actief herkenning aan onze achterban gegeven en de expertise komt via de achterban binnen. Momenteel overheerst het gevoel dat çavaria in een ivoren toren zit, en niet echt betrokken is bij wat er in de gemeenschap leeft. Ook de onderstroom die in de afgelopen jaren tegen çavaria groeide is deel van participatie: ook vanuit kritische stemmen kunnen wij leren en een positieve drive tot verandering halen.

Betrokkenheid en participatie werken wederzijds: de verenigingen en vrijwilligers verwachten ook, dat çavaria zich engageert met vragen/noden/activiteiten van onderuit. Het aanbod van çavaria is nu niet overeengestemd met de vragen en het aanbod van verenigingen, çavaria werkt te top down. Çavaria moet meer en toegankelijker naar buiten komen over de inhoud van hun werking, en algemeen een sterkere stem zijn in maatschappelijke debatten die aan onze thema's en thema's van doelgroepen waarmee we solidair zijn, raken. Betrokkenheid creëert ook betrokkenheid: we moeten als koepel en belangenvertegenwoordiger laten voelen dat we betrokken zijn bij wat er gebeurt binnen de gemeenschap.

Kortom, çavaria moet inzetten op outreachend werken, naar haar verenigingen, partners en de bredere maatschappij toe stappen. Çavaria moet ook rekening houden met veranderende vormen van participatie, zoals kortstondig activisme of acties, of online engagementen in plaats van een functie opnemen in vereniging. Çavaria moet naast haar huidige werking op zoek gaan naar hoe ze

kleine bottom up initiatieven kan ondersteunen, en personen motiveren om hun eigen acties te doen omtrent onze thema's.

Punten om te bewaken:

- Duidelijkheid over onze werking scheppen: wat doen we? Waar staan we voor? Wat mogen personen verwachten van çavaria?
- Bij het starten van een project/communicatietool/brochure etc. werken vanuit gebruikersperspectief: wat is de voorkennis? Wat vind je als je çavaria opzoekt?
- community reflex en communicatie reflex bij elke medewerker.
- Outreachend werken

Beleidsuitdaging 4 – omgaan met polarisering

Hoe positioneert çavaria zich in een maatschappelijk en politiek klimaat dat steeds meer door polarisering wordt gekenmerkt? Of: een discussie over onze brede maatschappijvisie. Hoe verhouden we ons als pluralistische organisatie tot polarisering? Blijven we in de positie van bruggenbouwer of moeten we in bepaalde zaken duidelijk een kant kiezen? Hoe zien we dan de pluralistische organisatie in praktijk?

Conclusies rond aanpak polarisering door Emma Pattijn in het kader van stage Gender en Diversiteit.

NIVEAUS VAN POLARISERING BIJ ÇAVARIA

'Polarisering' als term op zich is heel breed en omvat vele aspecten. Daarom is het belangrijk om eerst de verschillende niveaus waarop polarisering zich kan voordoen bij çavaria in kaart te brengen. Polarisering kan zich bevinden op micro-, meso-, en/of macro-niveau.

Polarisering intern binnen çavaria als organisatie (**MICRO**)

- 1) Polarisering intern tussen çavaria en haar aangesloten verenigingen, partnerorganisaties, en andere stakeholders (**MESO**)
- 2) Polarisering extern tussen çavaria en de bredere maatschappij (**MACRO**)

Bij al deze niveaus van polarisering kan çavaria elke keer een andere rol innemen, bijvoorbeeld bruggenbouwer zijn, maar op een ander niveau en met een andere invulling.

Het is belangrijk om te onthouden dat verschillende niveaus van polarisering kunnen voorkomen binnen eenzelfde case. In de praktijk zal dat zelfs meestal het geval zijn. In dat geval moet met alle niveaus (en hun bijhorende struikelblokken) rekening gehouden worden.

Hieronder worden de 3 niveaus kort besproken.

Micro:

Geen consensus over verschillende soorten polarisering en over de missie of visie binnen personeel. Discussie over wat we wel of net niet gaan doen, waar trekken we de grens, waar reageren we op, ... is de basis van alles. Daarzonder wordt het bijzonder moeilijk om snel beslissingen te nemen. Interne discussie over bepaalde concepten of missie / visie vertragen de snelle besluitvorming onnodig.

Meso:

Er bestaat een grote(r wordende) kloof tussen çavaria en aangesloten verenigingen/partners. Çavaria krijgt vaak het verwijt dat het niet weet wat er speelt in de achterban, waar de aangesloten

verenigingen mee zitten en wat er leeft in de community. Door interne frustraties niet, of niet genoeg, aan te pakken gaat die kloof enkel dieper worden. We kunnen bruggen bouwen over de kloof heen, maar dan moeten zo snel mogelijk aanpassingsmaatregelen genomen worden. (indien nodig op structureel vlak).

Macro:

Aanhoudende opmars van extreemrechtse bewegingen en groeperingen. We moeten een front vormen met onze organisaties en indien mogelijk en noodzakelijk: een gezamenlijk standpunt innemen. Dit tegenover heel polariserende situaties, bepaalde cases in verband met verrechtsing van de maatschappij en gebrek aan tolerantie. Hier moeten we ons alweer de vraag stellen: waar ligt de grens? Belangrijk om onze prioriteiten sterker te gaan aflijnen.

STRUIKELBLOKKEN BIJ TEGENGAAN VAN POLARISERING

Als we het vormen van kloven of verharding door polarisering willen tegengaan moeten we in het oog houden dat er enkele struikelblokken zijn die deze missie kunnen verhinderen. Meestal zijn dit dingen die een organisatie zijn ingeslopen maar op vlak van polarisering nefast kunnen zijn. Bij elk specifiek niveau van polarisering dat zich binnen çavaria kan voordoen horen ook één of meerdere struikelblokken als potentieel probleem.

Micro

Het missie/visie - verhaal is in deze context ook belangrijk in die zin dat het kan bijdragen aan interne polarisering, namelijk wanneer hier geen consensus rond bestaat. Dat lijkt vanzelfsprekend maar mag zeker niet onderschat worden. Door de prioriteiten nauwkeuriger af te bakenen kan hier tijd en frustratie bespaard worden die anders verloren gaat aan de discussie: wat gaan we wel of net niet doen. Het is ook belangrijk om hier realistisch in te blijven.

Meso

Interne polarisatie tussen çavaria en haar aangesloten verenigingen of partners kan ook een probleem vormen. Zeker in tijden van verrechtsing of verharding is het belangrijk dat çavaria en haar partners één blok vormen waar dat nodig is tegen bewegingen zoals de anti-gender movement en extreemrechts. Het is belangrijk om die interne cohesie en gemeenschappelijke grond ten allen tijde te bewaken. Het is belangrijk om te kunnen en willen blijven samenwerken. Bij interne verdeeldheid wordt het te gemakkelijk om een zondebok aan te duiden. Als zich dan toch een wij – zij verhaal opdringt, moet je wel maken dat die ‘wij’ sterk is. Op je eentje vorm je geen bedreiging voor de tegenpartij.

Macro

Bij externe polarisatie moeten we erop toezien dat we als organisatie niet zelf gaan polariseren. Er mogen geen voorbarige conclusies getrokken omdat het bijvoorbeeld om een bepaalde partij of politicus gaat. Het is belangrijk om steeds te kijken naar een specifieke case, standpunt of uitspraak en dan pas te reageren. We mogen vooral niet op de mens spelen: dit speelt wederzijds wantrouwen in de hand. Als we zelf een zondebok gaan aanduiden gaat polarisering enkel sterker worden.

INPUT DISCUSSIEMOMENTEN STAKEHOLDERS

Het spreekt voor zich dat çavaria als koepelorganisatie keuzes moet maken die gedragen zijn door haar achterban. Daarom was het zeker voor deze beleidsuitdaging, waar dat pijnpunt duidelijk te zien

is, nuttig om hierover discussiemomenten te organiseren met allerhande betrokken stakeholders. Op deze manier konden zij ook hierover hun mening, visie of werkwijze met ons delen.

De input over polarisering door stakeholders is verzameld uit drie bronnen: eigen interviews, collectieve discussiemomenten en de stakeholdersbevraging i.v.m. het beleidsplan van najaar 2018.

In totaal werden voor dit project 7 organisaties benaderd, met 4 ervan is effectief een gesprek georganiseerd: **Unia, Sensoa, de Vrouwenraad en Furia**. (niet: Femma, Rosa, Ella).

De andere discussiemomenten waar rond polarisering gewerkt is betroffen *extern* **Holebihuis Vlaams-Brabant, Wel Jong Niet Hetero en RO West-Vlaanderen**. In totaal werden dus met 7 prioritaire partners een gesprek specifiek rond polarisering georganiseerd. Binnen çavaria werd het topic besproken in het **team Beleid**, alsook in (een deel van) het **volledige team**. Daarnaast is input gehaald de stakeholdersbevraging die vorig jaar werd georganiseerd in het kader van het beleidsplan (onder meer van **Merhaba vzw en Transgender Infopunt**).

Door de gesprekken heen werd het duidelijk dat over bepaalde zaken opmerkelijk veel consensus heerst, en over andere dan weer helemaal niet.

- Over het algemeen werd door alle bevroegde organisaties aangegeven dat ook zij als organisatie voelden dat polarisering in steeds meer debatten naar voren komt.
- Over (extreem)rechtse groeperingen (vb anti-gender movement, alt-right) kwamen opvallend vaak dezelfde percepties naar boven. Praktisch alle organisaties gaven aan een sterke opmars van dergelijke organisaties naar voren te zien komen, en hier bewust mee bezig te zijn. Slechts één organisatie gaf echter aan al actief ingegrepen te hebben tegen een actie uit die hoek.
- Over de rol die çavaria moet innemen in dergelijke situaties heerste dan weer minder consensus. Zoals verwacht waren het vooral bepaalde aangesloten verenigingen en sommige huizen die erop wezen dat ze çavaria als spreekbuis zien, en dat ze dus wel degelijk gaan verwachten dat er vanuit çavaria een sterk standpunt wordt ingenomen. Andere organisaties vonden dat dan weer niet. Wanneer de rol van bruggenbouwer uitgelegd wordt kunnen de meeste organisaties zich hier wel in vinden, al brengen ze andere nuances aan (de een ziet dat meer activistisch dan de ander).

Uit alle input zijn de aanbevelingen of kritieken die vaak terug kwamen tot een rode draad gedestilleerd die hieronder kort is samengevat. De volledige input is terug te vinden in een apart document.

ADVIEZEN:

- Çavaria moet zich niet mengen in extremen. Dat is toch tijdverlies en levert niks op. Daarom moeten we erop focussen de hele gematigde groep van mensen te overtuigen en te sensibiliseren.
- Organisaties rekenen erop dat çavaria communiceert in hun plaats, maar wel dat dat goed onderbouwd gebeurt. Inzetten op cijfers, feiten,... in plaats van 'goed' of 'fout'.
- Çavaria moet als organisatie bewust zijn van de almaar groeiende anti gender movement, alt-right, en vergelijkbare bewegingen. Moet de achterban hiervoor behoeden en informeren. Zelf actief op gaan ingrijpen wanneer dat nodig lijkt. Bijna elke organisatie geeft aan dat ze de groei van dergelijke organisaties opmerken en in het oog houden (één geeft aan al actief ingegrepen te hebben).

PIJNPUNTEN:

- Opletten met het gebruik van termen. Neutraliteit is niet hetzelfde als onpartijdigheid. Neutraal is çavaria niet en moet het ook niet zijn, onpartijdig beter wel. Hetzelfde geldt voor termen zoals pluralisme: çavaria moet als organisatie afbakenen wat dat voor hen betekent.

- Wat doet çavaria en waar staat çavaria voor? Waar trekt çavaria de grens? Onduidelijkheid rond missie of visie, en prioriteiten afbakenen.

- Meer structureel overleg met huizen en verenigingen. Ook meer en duidelijkere communicatie intern gewenst. Band tussen çavaria – huizen – organisaties aanpakken. Huizen moeten sterkere rol als doorgeefluik krijgen om interne polarisering aan te pakken.

MOGELIJKE ROLLEN DIE CAVARIA IN EEN DEBAT KAN INNEMEN

Uit alle input zijn verschillende rollen naar voren gekomen die çavaria in toekomstige situaties in kan nemen. Hierbij moeten steeds aandachtig de vorige aandachtspunten in het oog gehouden worden, en moet er voor elke specifieke case gezocht worden naar de best mogelijke strategie.

Deze rollen zijn elk op hun beurt een variatie op de klassieke bruggenbouwer-rol. Doorheen de gesprekken werd duidelijk dat de klassieke invulling van die rol, of toch hoe çavaria die toepast, een beetje achterhaald is: anders zou het issue nooit als beleidsuitdaging naar voor zijn gekomen. Daarom wordt in dit denkkader geopteerd om variaties op de bruggenbouwer toe te passen. Çavaria kan een bruggenbouwer blijven maar kan de invulling van deze rol in verschillende situaties een andere nuance geven.

Basiswaarden:

1. We focussen ons op de grotere groep tussen de extremen in (= een soort 'moveable middle'): dat is de doelgroep die we in het oog moeten houden. Hen moet çavaria informeren en sensibiliseren. We gaan niet in eerste instantie in op de paar procent extreme meningen.
2. Meer proactief naast reactief werk.
3. In het oog houden van voorgenoemde struikelblokken (interne cohesie en consensus, niet zelf gaan polariseren).
4. Om het even welke reactie die çavaria geeft moet altijd duidelijk en onderbouwd zijn. Indien mogelijk gestaafd met kennis of cijfers uit onderzoek. Nadruk op duiding geven, sensibiliseren en informeren.

ROL 1: EXPERT

Wat houdt het in:

De expert gaat zelden reageren op zaken en gaat zich niet actief mengen in het debat, maar meestal proactief werken. Zijn hoofdtaak is informeren en sensibiliseren. Wanneer hij reageert zal dat op een onpartijdige en onderbouwde manier zijn. Als we op deze manier werken zullen we vooral met kennis en cijfers uit onderzoek naar voren komen. Wij oordelen zelf niet over juist of fout. We brengen onze eigen mening niet aan, maar we geven de feiten en schenken de maatschappij zo een context waarin ze hun eigen mening kunnen vormen. Focus op het thema, in mindere mate op de case.

Voordelen:

Expertise en wetenschappelijk onderzoek wordt als neutraal en onpartijdig aanzien. Dit gegeven is vanzelfsprekend heel belangrijk in polariserende situaties, omdat het verwijt niet neutraal genoeg te zijn door objectieve informatie teniet gedaan wordt. Aangezien dit een issue is waar çavaria het erg moeilijk mee heeft kan dit in lastige situaties een oplossing bieden. Samenwerkingsverbanden met onderzoeksorganisaties zoals universiteiten, hogescholen, partnerorganisaties, experten,... kunnen een kans bieden om langs beide kanten informatie uit te wisselen en tegelijk aan onze eigen geloofwaardigheid te timmeren.

Je geeft hier niet per se een mening aan: çavaria hoeft niet over alles een mening te hebben.

Nadelen:

We kunnen niet op slag expert 'worden', dat moet opgebouwd worden. Als we dat willen zal veel sterker ingezet moeten worden op het verzamelen en creëren van cijfers, kennis, wetenschappelijk onderzoek. Çavaria heeft voor deze rol waarschijnlijk (nog) een te onpartijdig imago, het blijft natuurlijk een belangenorganisatie: om 100% expert te zijn is niet realistisch. Daarom is het aangewezen om bijvoorbeeld sterker te gaan samenwerken met universiteiten om kennis uit te wisselen. Door thema's voor masterproeven aan te brengen kan interessant onderzoek verzameld worden, zonder dat dat voor de organisatie een extra werklast betekent.

Nog een nadeel is dat het issue 'organisaties willen dat we een sterker standpunt innemen' hiermee niet opgelost is. Daarom moeten we inzien dat deze rol niet voor elke situatie haalbaar is, en zeker niet op korte termijn.

Aangewezen in:

Heel polariserende en politiek gevoelige situaties, zowel als bij een heel proactieve manier van werken (zonder aanleiding). In het eerste geval kan het nuttig zijn in een debat dat echt muurvast zit, en waar dialoog op het eerste zicht niet mogelijk blijkt. Het is niet aangewezen om dan olie op het vuur te gooien door een sterke mening aan te brengen, hierdoor kan de organisatie als zondebok aanzien worden en bestaat er een kans dat zo'n soort reactie net polariserend zal werken. Deze aanpak kan ook werken in zaken waar we ons solidair mee achten (bijvoorbeeld kruispunten). In het tweede geval moeten de 'silent' ook versterkt worden in vreedstijd, we moeten daarvoor niet altijd wachten tot er zich een conflict voordoet.

Voorbeeld:

Commotie rond uitzending Pano-reportage rond organisatie 'Schild en Vrienden'. We zien een sterk pro en contra naar boven komen. We gaan ons niet aansluiten bij een kamp: belangrijker is dat we ons bewust zijn van de ernst van de situatie en dergelijke organisaties in het oog gaan houden. In de plaats daarvan proberen we boven het debat te staan en mensen te informeren met onze kennis. Op die manier biedt çavaria toch een zeker tegenwicht, zonder zich in dergelijke polarisering te mengen en zelf deel te gaan uitmaken van het welles-nietes spel.

ROL 2: SCHEIDSRECHTER

Wat houdt het in:

Naar de externe maatschappij toe duidelijk, maar niet polariserend. Çavaria probeert ten allen tijde een positieve boodschap mee te geven. Vanzelfsprekend moet hier ook duiding gegeven worden. Naar aangesloten verenigingen en stakeholders: moet heel duidelijk meegedeeld worden: dit is waar we voor staan, en wat jullie van ons kunnen verwachten.

Voordelen:

De scheidsrechter is een omgevormde, verbeterde versie van de bruggenbouwer. Dat betekent dat hij onpartijdig genoeg is om zich niet in elk debat te mengen, maar toch een standpunt inneemt wanneer hij voelt dat dat van hem verwacht wordt en het maatschappelijk denken in een bepaalde richting wil nudgen. We willen de rechten vertegenwoordigen van zij die zich kunnen vinden in onze (sterk afgelijnde) missie, visie en prioriteiten. De organisaties en de bredere maatschappij weten op die manier wat ze aan çavaria hebben.

Nadelen:

Gevaar om opnieuw in huidige situatie terecht te komen, waar nog steeds veel kritiek van zowel achterban als politieke banden komt. Op die manier komen we weer tussen twee vuren te zitten en kunnen we bang worden om überhaupt nog 'een' mening te uiten. In die situatie is het van belang om zich kwetsbaar te durven opstellen, en te durven een standpunt innemen waarmee je misschien op bepaalde tenen zult trappen, en daar vrede mee te hebben. Ook zal deze manier van werken nog steeds insufficiënt zijn voor bepaalde stakeholders, die meer verwachten.

Aangewezen in:

Cases die zich focussen op de prioritaire – maar niet per se acute – zaken waar çavaria voelt dat het nodig is om haar mening te geven, op voorwaarde dat deze op voorhand vastliggen en hier consensus over bestaat. Het is aangeraden om een soort 'lijst' op te stellen van zaken waarin we dat nodig achten, of waarin dat van çavaria verwacht wordt. Belangrijk in deze situatie is om duidelijk te maken waar de grens ligt: er moet interne cohesie zijn over de missie, visie en vooral over de prioriteiten.

Voorbeeld:

Discussie over suïcidepreventie bij transpersonen. De ene vindt dat hier teveel geld in gepompt wordt, de ander ziet net een dringend tekort rond deze kwestie. Çavaria reageert met duiding en cijfers, maar duwt het debat in een bepaalde richting: als organisatie vinden wij ook dat dringend ingezet moet worden op deze kwestie.

ROL 3: ACTIVIST

Wat houdt het in:

Sterke en duidelijke standpunten. Er moet natuurlijk nog steeds duiding gegeven worden, maar het is wel heel duidelijk aan welke kant van de discussie çavaria zich bevindt. Een mogelijke valkuil is om emotioneel te gaan reageren, maar toch moeten de bovenstaande bedenkingen steeds in het achterhoofd gehouden worden. Duidelijke focus op de case.

Voordelen:

De activist vindt er geen doekjes om en geeft een duidelijk, niet mis te verstane boodschap mee. Er wordt een duidelijk standpunt ingenomen, men weet waar çavaria voor staat (en kan zich daar al dan niet in vinden). Er is geen twijfel mogelijk over hoe çavaria zich positioneert tegenover deze bepaalde case. Verschaft duidelijkheid aan achterban.

Nadelen:

Kan hevige (interne) discussies veroorzaken. In dergelijke situaties moet je er rekening mee houden dat je niet voor iedereen goed kunt doen, en dat er sowieso kritiek zal komen vanuit een bepaalde

hoek. Daarom mag deze strategie niet té vaak of te snel gebruikt worden, anders timmer je verder aan polarisering, zowel intern als extern. Dat kan gevolgen hebben voor geloofwaardigheid, subsidiëring,... Çavaria krijgt zo ook (nog meer) het imago of verwijt niet neutraal genoeg te zijn.

Aangewezen in:

De uitzonderingen. Alleen wanneer het écht nodig blijkt, over zaken waar geen discussie over mogelijk is. Eerder reactief dan proactief, maar indien we vanuit de situatie merken dat het nodig is. Als iets een grove schending van onze meest fundamentele waarden (waar consensus over bestaat) betekent. Op zo'n moment is dialoog niet productief.

Voorbeeld:

Gaybashing op homokoppel. In dat geval moeten we een sterk signaal uitzenden: geweld is nooit oké.

ROL 4: DE SLAAPWANDELAAR

Wat houdt het in:

Simpelweg: çavaria reageert niet.

Voordelen:

Het is geen reactief werken. Het risico om een (té) sterke emotionele reactie te geven is uitgesloten. Het partijdigheidsverwijt valt weg, we blijven neutraal. De slaapwandelaar probeert conflict te vermijden.

Nadelen:

Verlies van geloofwaardigheid. Als we te vaak voor deze optie kiezen verliest çavaria zijn kracht en zijn inherente missie, namelijk het opkomen vóór. Bijgevolg kan het kritiek ontluiken van aangesloten verenigingen, die in bepaalde cases wel een vorm van reactie gaan verwachten. In die zin kan onpartijdigheid in het nadeel werken. Er heerst onduidelijkheid bij de achterban over waar de breekpunten bij çavaria liggen, wat de principes zijn. Een slaapwandelaar loop op een bepaald moment tegen de muur: zo kan het niet verder. Door teveel het conflict te willen vermijden, zullen er op een bepaald moment té veel onderhuidse spanningen leven die onhoudbaar worden.

Aangewezen in:

Enkel in de zaken die buiten de voorgaande situaties vallen. Dit zullen zaken zijn die niet op de prioriteitenlijst voorkomen of waar we geen onderzoek over hebben. In een enkel geval kan het ook toegepast worden als er écht geen interne consensus gevonden wordt, maar we proberen deze situaties te vermijden.

Voorbeeld:

Discussie over het al dan niet toelaten dat NGO's migranten redden op zee. Zelfs al tonen we ons solidair met minderheidsgroepen, toch is het minder aan te raden dat çavaria zich actief mengt in dit debat, ook al hebben we er een duidelijke mening over. Maar: het is niet onze core business, behoort niet tot onze lijst van prioriteiten en is een zeer gepolariseerd debat. Het gevolg van reageren zou net het vergroten van de kloof zijn. In zo'n situatie is het beter om als organisatie niet te sterk naar de voorgrond te treden.

Aandachtspunten:

- De basis voor onze positionering is te vinden in onze missie, visie en strategie. We moeten duidelijkheid hebben over onze waarden en het mensbeeld van waaruit wij ageren.

Beleidsuitdaging 5 – çavaria en intersectionaliteit

Iedere persoon heeft veel verschillende identiteitskenmerken, zoals leeftijd, nationaliteit, geloof, huidskleur, bezit, genderidentiteit, seksuele voorkeur en genderexpressie. In de werking van çavaria focussen we ons op alles wat met gender en seksuele voorkeur te maken heeft - maar een intersectionele blik stelt, dat het onmogelijk is om de verschillende eigenschappen van een persoon los van elkaar te zien. Door het feit dat we opkomen voor LGBTI personen en ons voor hun belangen inzetten, nemen wij ook andere assen mee. Hoe kan çavaria bewust op een intersectionele manier werken?

Er is eensgezindheid over het feit dat çavaria meer gaat inzetten op intersectioneel werken in de beleidsperiode 2021-2025. Bij de discussies van deze beleidsuitdaging bleek dat intersectioneel werken op vele manieren kan worden geïnterpreteerd. Daarnaast vragen alle stakeholders om wél duidelijk de focus te houden op onze *core business*, zijnde seksuele oriëntatie, gender-identiteit en -expressie, seksekenmerken. Dit is de focus van ons werk, en dit zijn ook de identiteitskenmerken die onze zeer diverse achterban met elkaar verbinden. Het gevaar in alleen maar focussen op deze grootste gedeelte noemer is dat we kans lopen om problemen die personen op specifieke kruispunten ervaren, af te vlakken. Van de gehele groep LGBTI personen hebben de LGBTI personen die ook deel uitmaken van andere minderheidsgroepen minder vooruitgang geboekt omdat in ons beleid voorheen vooral op de grootst gemene deler werd gefocust. Het is belangrijk om bijzonder kwetsbare groepen van personen die uitsluiting ervaren op basis van meerdere identiteitskenmerken erkenning te geven en hun ervaringen als LGBTI personen in de kijker te zetten. Daarom is het óók belangrijk om wel de aandacht op specifieke kruispunten te vestigen.

Om een meer inclusieve organisatie te worden, kan çavaria op veel verschillende niveaus inzetten op intersectioneel werken. We vertrekken daarin vanuit positieve waarden en komen op voor waarden zoals inclusiviteit, diversiteit, zelfbeschikking, gelijke kansen en mensenrechten.

Vertrekkende vanuit onze missie en visie, moet çavaria bewust inzetten op kennisopbouw omtrent normgebonden denken en omzetten in sensibilisering voor het team en binnen de beweging. Op basis hiervan kan çavaria inzetten op het **bewustmaken over normgebonden denken**. Dat omvat white privilege, lichaamsnormen, heteronormen, gendernormen, cisgender normen, leeftijdsnormen, seksisme, normen rond relaties en gezinnen, normen rond economische status/armoede etc. De uitsluitingsmechanismes achter deze normen die maken dat personen meer of minder privileges ervaren op basis van bepaalde identiteitskenmerken, zijn dezelfde. Door nadenken en praten over privileges mede gangbaar te maken, zetten we in op meer bewustzijn over normgebonden denken en handelen. Sensibiliseren over intersectionaliteit en uitsluitingsmechanismes, binnen het team, de achterban en in de bredere maatschappij, is één manier van intersectioneel te werk te gaan.

Op **structureel niveau** kan çavaria inzetten op samenwerkingen en solidariteit met andere organisaties. We hoeven niet dezelfde missie en visie te hebben, maar zijn het wel eens in het feit dat solidariteit werkt tegen uitsluiting. Samen met andere gelijke kansen organisaties kan

bijvoorbeeld gekeken worden naar basiswaarden waarin we elkaar ondersteunen: wat betekent “gelijke kansen” voor een specifieke doelgroep? Wat betekent zichtbaarheid? Op deze manier wordt er al samenwerkend duidelijk hoe de organisaties elkaar kunnen steunen. Dit zal niet altijd een win-win resultaat hebben op korte termijn voor beide doelgroepen, maar de uitwisseling van kennis en een bundeling van krachten zorgt op lange termijn voor een vooruitgang van meerdere minderheidsgroepen.

Als **gelijkkansenwerking en expertisecentrum** kan çavaria verschillende mediakanalen gebruiken om meer draagkracht te creëren en te sensibiliseren rond intersectionaliteit. Doelgroepspecifieke acties, workshops, informatie of artikels dragen ook bij tot sensibilisering: de focus kan telkens op een ander kruispunt liggen, bv. LGBTI en armoede, LGBTI en beperkingen. Tevens kunnen er voor zulke doelgroepspecifieke acties partnerorganisaties worden betrokken.

Op **bewegingsvlak** zien we twee verschillende tendensen: Enerzijds vragen en verwachten verenigingen en huizen hierover input van çavaria, en anderzijds kan çavaria veel leren uit de ervaring vanuit verenigingen en beweging. Er zijn groepen die een grote kennis over bepaalde assen hebben, of die zich specifiek met intersectionaliteit bezig houden. Baserend op de reeds bestaande expertise binnen de beweging, en in samenwerking met de beweging, kan çavaria workshops en materiaal over intersectionaliteit ontwikkelen, waarmee binnen het team en de beweging aan sensibilisering gedaan wordt. Uit ervaring van onze partners leren we dat het werkt om verschillende reeds bestaande initiatieven met elkaar in contact te laten treden: bijvoorbeeld, L-groepen op de T-Day uitnodigen en omgekeerd. Ook een samenwerking met lokale initiatieven rond een specifiek identiteitskenmerk valt hieronder. Met de lokale huizen moet çavaria actief contact opnemen en afstemmen, welke kennis, expertise en projecten er reeds zijn omtrent intersectionaliteit. De huizen en çavaria kunnen hierin van elkaar leren en naar een traject van intersectioneel werken geraken. Hierin is het belangrijk om onze doelgroep op maat te sensibiliseren, en ook op deelgroepen in te zetten die moeilijk voor ons bereikbaar zijn.

Op het niveau van **medewerkers** moeten we durven benoemen dat wij blinde vlekken hebben: Het grootste deel van onze medewerkers heeft bijvoorbeeld een witte huidskleur, is cisgender, spreekt goed Nederlands, is niet gelovig, heeft hogere studies gedaan en omhelst progressief denken. We hebben binnen het team weinig ervaringsdeskundigen die person of color zijn, trans zijn, gelovig zijn, lager opgeleid zijn of eerder conservatief denken. Deze expertise missen we, en maakt dat wij op een heel specifieke manier, vanuit onze eigen standpunten en denkkaders, naar de beweging en onze inhoudelijke werking kijken.

In onze organisatie hoeven we niet steeds te benadrukken dat we intersectioneel (willen) werken; de werking zelf *is* gewoon intersectioneel. Om dit doel op lange termijn te bereiken, zetten we **expliciet en impliciet** in op intersectioneel werken.

Aandachtspunten:

- Een werkgroep oprichten: bv. medewerkers en vrijwilligers die rond intersectionele thema's bezig zijn en hierover kennis opbouwen, en andere medewerkers en verenigingen sensibiliseren. We mogen niet de fout maken om hieraan mee te doen omdat we weten dat we ermee moeten bezig zijn, maar het ook echt menen en in de praktijk omzetten. We moeten erover waken dat we het begrip intersectionaliteit niet co-opteren, maar onszelf als organisatie steeds opnieuw in vraag blijven stellen.

- Bij de *start* van een denkoefening actief inzetten op het zoeken van partners en mensen uit onze eigen beweging die de nodige expertise hebben om een meer inclusief beleid uit te stippelen.

Algemene aanbevelingen

- Communicatie-reflex
- Community-reflex
- Intersectionality check

Voor iedere medewerker: maak de communicatie-reflex en de community reflex. Als je begint aan een bepaald project/ thema/ stuk van je werk: sta erbij stil hoe dit bij de community aansluit. Contacteer verenigingen/vrijwilligers die in dit thema geïnteresseerd zijn, of daar al rond hebben gewerkt. Bouw voort op hun expertise, werk samen indien mogelijk. Als je een bepaald project of thema afrondt, communiceer dan hierover: op een begrijpelijke manier, intern en naar onze doelgroep toe.