

Inspiratiedag Vlaamse Rand 2023 – gemeenschapsvorming via cultuur

We gingen op zoek naar de rijkdom van cultuur om in te zetten op gemeenschapsvorming. In deze sessie brachten we 3 cultuurpraktijken in beeld. De deelnemers gingen via rondetafelgesprekken in dialoog met de organisatoren/verantwoordelijken. In deze fiche lees je over welke praktijken het gaat en wat er aan bod kwam in de gesprekken.

Er werd aan de deelnemers gevraagd om een quote te noteren: iets dat ze verrassend vinden, iets dat hen tot nadenken aanzet, een nieuwe invalshoek, iets dat ze meenemen ...

Welke quotes werden door de deelnemers genoteerd?

- Richt je bij gemeenschapsvorming niet altijd op iedereen maar kies soms ook gericht je publiek. Werken aan gemeenschapsvorming via **subgemeenschappen** is ook waardevol.
- Werken aan gemeenschapsvorming is samen zoeken en vraagt tijd. **Experimenteer en heb geduld**. Falen is niet erg. Je leert er ook uit als er iets niet lukt.
- Denk en handel niet vanuit je eigen bril maar vanuit een **ander referentiekader**.
- Durf loslaten en heb vertrouwen in **de ander** (een partner, een vrijwilliger ...).
- De uitdaging is om **de balans** te vinden tussen je doel voor ogen houden, kwaliteit bieden en eigenaarschap extern leggen.
- **Partnerschappen** zijn onmisbaar als je op gemeenschapsvorming inzet, lokaal maar ook regionaal. Kijk over de gemeentegrenzen. Krachten bundelen op regioniveau biedt kansen.
- Vanuit gemeenschapsvorming is de organisatie van de activiteit niet het doel maar het **middel**.
- Veel doelen zijn onzichtbaar, het gaat om **zaadjes planten**.
- **Investeer** in je publiek met elkaar verbinden, dat rendeert. Ze spreken elkaar nadien misschien opnieuw aan vanuit de verbondenheid tijdens je activiteit.
- Organiseer/programmeer niet **'voor'** een publiek. Betrek je doelgroep van bij de start van je organisatie (brainstorm, eerste overleg ...), ook dat is al een stap in gemeenschapsvorming.
- Probeer jezelf heruit te vinden. Zoek **nieuwe manieren** om te stimuleren tot participatie.
- Gebruik niet alleen je eigen netwerk maar ook het netwerk van je partners en van wie je al bereikt hebt. Zo boor je **continu een nieuw publiek** aan.
- **Evalueer** niet alleen op basis van aantallen. Evalueer grondig en diepgaand, bijvoorbeeld door een dialoog met de doelgroep. Maak daar ook als beleidsmaker tijd voor.
- We kunnen op verschillende plaatsen veel meer op de ontmoeting en verbinding inzetten, bijvoorbeeld permanent het CC als open huis zien, er liggen nog veel **kansen**.
- Het is moeilijk om **middelen** te vragen voor projecten die inzetten op het proces van gemeenschapsvorming. Je weet bij het schrijven van je dossier nog niet altijd waar je zal landen. De subsidiekaders of andere financieringsmodellen zijn hierop niet voorzien.
- Wil je (nieuwe) **families** bereiken en met elkaar verbinden? Focus je op het belang van/voor het kind en spreek ouders daarop aan.
- Gemeenschapsvorming/ontmoeting/verbinding zou een **continue reflex** moeten zijn bij lokale besturen en alle partners in de Vlaamse Rand.

November wereldmaand

Gemeente: Halle

Omschrijving

- Een maand waar de thema's diversiteit en duurzaamheid centraal staan
- 40 activiteiten gedragen door een breed netwerk (440 vrijwilligers)
- 1 + 1 = 3
- Bereik van 3000 bezoekers met eigenaarschap bij de vereniging of het individu
- Het CC en stad Halle als ondersteuner

- 1. Er zijn beperkte middelen en er is beperkte tijd, hoe start je een denkoefening of concrete actie of project rond gemeenschapsvorming en cultuurparticipatie?**
 - Zoek versterking door je netwerk uit te bouwen. Vanaf de start (je brainstorm) is een netwerk belangrijk.
 - Probeer in dat netwerk verschillende profielen van je lokale bevolking te weerspiegelen.
 - Zoek naar de kracht en sterktes van je vrijwilligers en het netwerk dat zij op hun beurt ook nog eens kunnen aanspreken en gebruiken.
- 2. Wat zijn voor jou voorwaarden om met je werking/project/activiteit/organisatie een breed publiek te bereiken?**
 - Doe het niet zelf. Durf binnen een bepaald kader loslaten, al van bij de start.
 - Zorg voor eigenaarschap van derden.
- 3. Wanneer is je initiatief geslaagd?**
 - Als de eigenaars van het initiatief voldoende tevreden zijn, niet jijzelf.
 - De tevredenheid van eigenaars is vaak breed omwille van hun betrokkenheid: de algemene organisatie (voorbereiding, de dag zelf ...), de reacties van het publiek of de deelnemers, reacties van samenwerkingspartners/artiesten/begeleiders ...
- 4. Waar ben je het meest fier op? Wat is je grootste succes?**
 - De automatische reflex van vernieuwing in het netwerk. Je bent daar niet alleen enkele maanden vooraf mee bezig maar het hele jaar door.
 - De positieve vibe door ontmoetingen en omdat mensen elkaar leren kennen.
- 5. Waar bots je op of wat vind je moeilijk in je praktijk?**
 - Vrijwilligers willen soms meer van de stad dan wat ze krijgen.
 - Het is soms zoeken naar de balans tussen geven en nemen/krijgen.

Info

Marc De Coster

Medewerker CC 't Vondel

Marc.decoster@halle.be

www.halle.be/november-wereldmaand

<https://www.facebook.com/november.wereldmaand>

Pianodays

Gemeente: 13 gemeenten in de Noordrand

Omschrijving

- PianoDays laat pianomuziek klinken in specifieke buurten en op bijzondere erfgoedplekken.
- PianoDays zet professionele en amateurmusici gelijkwaardig naast elkaar op de affiche en op het podium.
- PianoDays biedt via pianoklanken schoonheid en troost.
- PianoDays brengt pianomuziek tot bij liefhebbers en passanten.
- PianoDays zet in op verbinding.

1. Er zijn beperkte middelen en er is beperkte tijd, hoe start je een denkoefening of concrete actie of project rond gemeenschapsvorming en cultuurparticipatie?

Werk samen en zorg ervoor dat je project bottom-up groeit. Je hoeft niet alles zelf te bedenken, stimuleer dat je partners ideeën aanreiken en maak daar ruimte voor. Je creëert draagvlak waardoor ze bereid zijn een deel van het werk op zich te nemen. Je spreekt op die manier ook een extra netwerk aan van mensen en middelen die het project mee kunnen realiseren.

2. Wat zijn voor jou voorwaarden om met je werking/project/activiteit/organisatie een breed publiek te bereiken?

Zoek verbinding. Zorg voor een rode draad tussen de vele activiteiten en breng een duidelijk verhaal. Stuur de communicatie centraal (bovenlokaal) aan zodat je boodschap uniform is en vraag alle partners om de eigen lokale communicatiekanalen te gebruiken zodat de boodschap zo ruim mogelijk wordt verspreid.

3. Wanneer is je initiatief geslaagd?

Wanneer je het gevoel hebt dat je samen aan het project werkt zodat de optelsom van 1 + 1 (meer dan) 3 is.

4. Waar ben je het meest fier op? Wat is je grootste succes?

Dat we met pianomuziek mensen beroeren op plekken en in buurten waar doorheen het jaar zelden muziek te horen. Je spreekt zo toevallige passanten en dus nieuwe mensen aan. Ze beleven samen met anderen een uniek moment.

5. Waar bots je op of wat vind je moeilijk in je praktijk?

Jaarlijks lokaal enthousiastelingen blijven vinden die het project mee op de rails willen zetten.

Info

Jo Sollie

Coördinator IGS Cultuur Noordrand

jo.sollie@cultuurnoordrand.be

www.cultuurnoordrand.be

Bibliotheek

Gemeente: Sint-Pieters-Leeuw

Omschrijving

- Een ontmoetingsplek voor iedereen.
- Leesbevordering en informatieverstrekking als kerntaken.
- Continue een nieuw publiek aanpreken met activiteiten.
- Een divers en vernieuwend aanbod: een terras, de Maakbib ...
- Samen met een vrijwilligersploeg.

1. Er zijn beperkte middelen en er is beperkte tijd, hoe start je een denkoefening of concrete actie of project rond gemeenschapsvorming en cultuurparticipatie?

- We zijn realistisch, we werken via projecten kleinschalig naar een specifieke doelgroep.
- We schakelen vrijwilligers in waar het kan en werken samen met andere diensten, bijvoorbeeld met cultuur (lezingen) en welzijn (e-inclusie).

2. Wat zijn voor jou voorwaarden om met je organisatie een breed publiek te bereiken?

- We werken vooral kleinere activiteiten uit voor verschillende doelgroepen. Als je alles samenneemt bereiken we in zijn totaliteit een breed publiek.
- Denk regelmatig na over nieuwe projecten/activiteiten.

3. Wanneer is je initiatief geslaagd?

- Als er algemene tevredenheid is: positieve reacties, aantal deelnemers, zichtbare impact (bijv. aanzienlijke verbetering leesniveau), nieuwe bezoekers/deelnemers ...

4. Waar ben je het meest fier op? Wat is je grootste succes?

- Enkele jaren geleden zijn we met 'Leeshelden' gestart, een project dat inzet op leesplezier voor moeilijke lezertjes van het 2^e en 3^e leerjaar. We werken voor de begeleiding samen met vrijwilligers. Dat project is hier gestart en via de provincie uitgespreid over Vlaams-Brabant.
- Sinds een jaar hebben we een MaakBib met een lasercutter, snijplotter en 3D-printer. We geven er ook kennismakingsessies en workshops. Naast ontmoeting leren mensen er ook van elkaar. We bereiken ook Franstalige Belgen, dat is voor ons een nieuwe doelgroep.

5. Waar bots je op of wat vind je moeilijk in je praktijk?

6. Door de bib als ontmoetingsplek in te zetten, bereiken we ook veel jongeren. Dat is fantastisch maar in groep storen ze soms andere bezoekers. De uitdaging is hoe we dit aanpakken zonder ze te ontmoedigen om naar de bib te komen.
- We zijn 'slachtoffer van ons eigen succes'. We doen veel omdat we veel kansen zien in onze nieuwe bib, het aantal personeelsleden is hetzelfde gebleven, waardoor de werkdruk te hoog wordt voor de bibliotheekmedewerkers.
- We hebben nog ideeën. Welke marge is er nog (personeel, middelen) om dat te realiseren? En komt onze kernopdracht dan in het gedrang? Tot waar gaat de taak van de bibliotheek?

Info

Katja Grammens

Bibliothecaris Sint-Pieters-Leeuw

katja.grammens@sint-pieters-leeuw.be

www.sint-pieters-leeuw.bibliotheek.be