



OOSTENDE ECONOMISCH HUIS

ONDERNEEMT U MEE

PROFESSIONEEL NETWERKEN VOOR MENSEN MET EEN MIGRATIEACHTERGROND



Een praktijkgerichte gids
voor begeleiders en beleidsmakers

ESF
INVESTEERT IN
JOUW TOEKOMST



INHOUDSTAFEL

1. SITUERING 5

- 1.1 Voorstelling Economisch Huis Oostende 5
- 1.2 Omschrijving van de doelgroep 7
- 1.3 Projectdoelstelling ESF 430 9

2. NETWERKEN NAAR WERK 11

- 2.1 Obstakels op de arbeidsmarkt voor mensen met een migratieachtergrond 11
- 2.2 Belang van sociaal kapitaal 12

3. PRAKTIJKGIDS 15

- 3.1 Fases 15



FACILITATIEFASE (op organisatieniveau)

- Stap 1: ken je partners aan de hand van het Quaduple Helix Model 16
- Stap 2: ken de bouwstenen van professioneel netwerken 18
- Stap 3: branding 22



ORIËNTATIEFASE (op deelnemersniveau)

- Optie A: social mapping 23
- Optie B: focusgroepen 24
- Optie C: enquête 27



INITIATIEFASE

31

- Stap 1: organisatie van een competentieversterkende module 31
- Stap 2: groepssamenstelling 31
- Stap 3: voorbereidende thema's 31
- Stap 4: kennismaking met netwerken 33
 - A. Simulatie sollicitatiegesprek met vrijwilligers 33
 - B. Jobdate met uitzendconsulenten 35



UITVOERINGSFASE

37

- Optie A: deelname aan bestaande netwerkinitiatieven 37
- Optie B: organiseer zelf als organisatie een eigen netwerkinitiatief 38
 - Oostende Koerse 38
 - Women@work 41



EVALUATIEFASE

43

- Evaluatie op organisatieniveau 43
- Evaluatie op deelnemersniveau 44

- 3.2 Netwerkmodel 46
- 3.3 Toolkit 47
- 3.4 Bijlagen 48

4. BRONNENLIJST

49



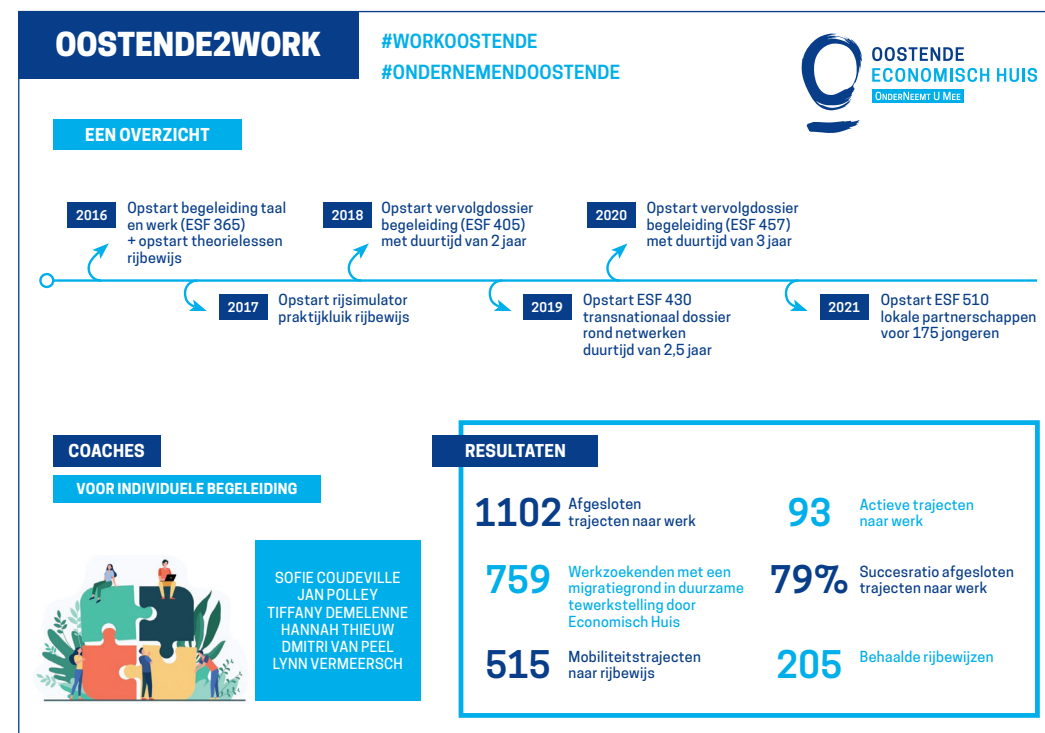
1. SITUERING

Voor we starten met het creëren van een theoretisch kader en een concrete praktijkgids, is het interessant om te duiden wie we zijn, wie de doelgroep is en waarom we aan dit project hebben deelgenomen.

1.1 VOORSTELLING ECONOMISCH HUIS OOSTENDE

Oostende beschikt sinds 1 februari 2008 over een Economisch Huis. Het Economisch Huis Oostende is opgericht als aanspreekpunt voor elk bedrijf uit de regio, voor starters, bestaande handelszaken, KMO's en industriële spelers. Daarnaast zetten we als dienstverlenende organisatie in op creatieve projecten samen met openbare besturen, werkgevers- en werknemersorganisaties met als doel het economisch leven in Oostende te bevorderen. Naast het ondersteunen van de lokale handelaar focust het Economisch Huis zich sinds 2011 op het domein tewerkstelling. We bemerkten dat de match tussen de vraag van de arbeidsmarkt en het aanbod van de werkzoekenden altijd maar moeilijker werd. Onze taak bestaat eruit om vraag en aanbod op de Oostendse arbeidsmarkt zo goed mogelijk op elkaar af te stemmen wat anno 2021 een grote uitdaging blijft.

Sinds 2016 kregen we de mogelijkheid om de werkloosheidsproblematiek in Oostende grootschaliger aan te pakken dankzij Europese steun via het Europees Sociaal Fonds. Op korte termijn werd het tewerkstellingsteam - hierna verder omschreven als Oostende2work - uitgebreid. Er werd gewaakt over de uitbouw van een multidisciplinair team met een sterke verbondenheid met de private sector. In de infographic hieronder geven we de evolutie weer van de verschillende projecten waarin we actief zijn, alsook de behaalde resultaten.



Sinds 2018 hebben we, dankzij ESF-oproep 430, de ruimte om zelf meer te experimenteren hoe we het professioneel netwerk van werkzoekenden met een migratieachtergrond kunnen versterken. In dit transnationaal project met de titel 'Netwerken voor migranten' werken we samen met Vlaamse partners (HIVA, Onderzoeksinstituut voor Arbeid en Samenleving van KU Leuven en Beyond The Horizon) en een aantal Finse universiteiten (Turku, Tampere en Lahti). Door dit project hebben we toegang tot transnationale contacten en Vlaamse connecties die op het vlak van zoeken, activeren, begeleiden en jobhunen vernieuwende inzichten bieden. Die testen we maar al te graag uit in de Oostendse context.

Oostende2work streeft ernaar door een doelgerichte en persoonlijke aanpak de werkzoekenden en werkgevers dichter bij elkaar te brengen. We willen hierin een brugpositie innemen. De grootste troef van onze huidige tewerkstellingsprojecten is het ruime netwerk dat we doorheen de jaren hebben opgebouwd. Via ons eigen netwerk kunnen we (potentiële) werkgevers sensibiliseren en hen aanzetten tot actie en het creëren van tewerkstellingsopportuniteiten. Nieuwe bedrijven die zich in Oostende willen vestigen, alsook de bestaande bedrijven, kunnen altijd bij ons terecht. Uit deze formele en informele contacten ontstaan intensieve relaties met werkgevers. Dit biedt ons de kans om niet enkel de werkzoekende als vertrekpunt te hanteren, maar ook om vanuit de behoefte van de werkgever te handelen. Wat ons team verder nog typeert, is terug te vinden in onderstaande infographic:



Succesratio afgesloten naar werk **79%**



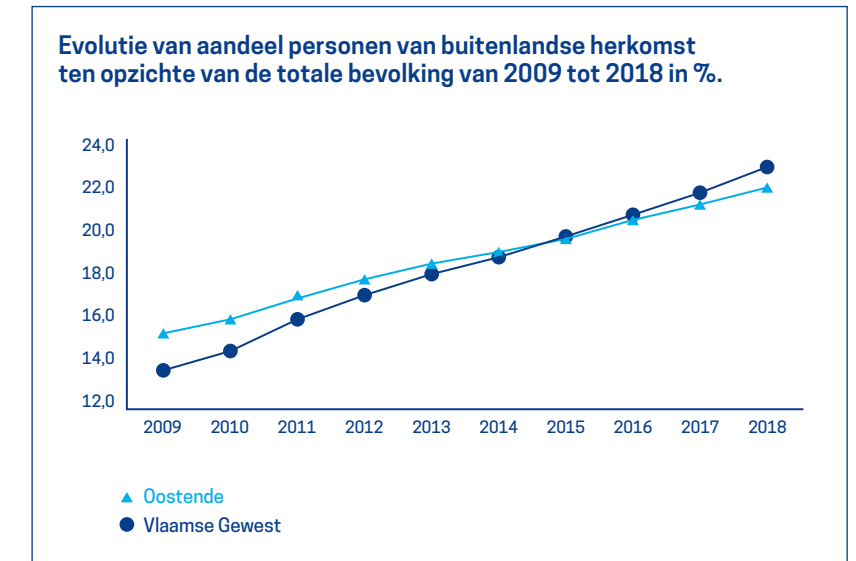
205 behaalde rijbewijzen dankzij het Economisch Huis Oostende



1.2 OMSCHRIJVING VAN DE DOELGROEP

Doorheen de tewerkstellingsprojecten van Oostende2work wordt de scope gelegd op kansengroepen. Voor dit project hebben we ons gefocust op één specifieke kansengroep waar we al jaren op inzetten, met name mensen met een migratieachtergrond. Dit is niet alleen een groeiende groep in Oostende, maar in heel Vlaanderen een kansengroep die de nodige aandacht vraagt. In dit deel duiden we met enkele cijfers wie we in deze praktijkgids voor ogen hebben.

Uit de laatste Lokale Integratie en Inburgeringsmonitor (2021) stellen we vast dat in 2018 in het Vlaams Gewest 21,9% van het totaal aantal inwoners personen waren van buitenlandse herkomst. Voor Oostende lag dit cijfer op 22,7%. Dat dit een stijgende tendens is gedurende de afgelopen jaren mag blijken uit onderstaande grafiek:



Bron: DWH AM&SB KSZ, bewerking Statistiek Vlaanderen

De vaststelling dat mensen met een migratieachtergrond het moeilijk hebben met het vinden van een job, is niet nieuw. Het blijft een prominent probleem dat wordt waargenomen in zowat alle Europese landen en dit zowel bij nieuwkomers als bij migranten van de tweede generatie. Terwijl bij personen met een Belgische herkomst de werkzaamheidsgraad 76,5% bedroeg in het Vlaamse Gewest in 2018, was dit bij mensen met een andere EU-herkomst 63,2% en slechts 54,1% bij mensen van buiten de Europese Unie (Datawarehouse AM&SB, KSZ, Bewerking Statistiek Vlaanderen). Dit vertaalt zich ook in de werkloosheidsgraad van de werkzoekenden met een migratieachtergrond. Het aandeel werklozen met Belgische herkomst in de beroepsbevolking bedroeg in 2018 3,0% in het Vlaamse Gewest. Voor werklozen met Europese herkomst in de actieve beroepsbevolking was dit 5,7% en voor de werklozen van niet-EU herkomst was dit in Vlaanderen 11,3% (Datawarehouse AM|SB, KSZ, bewerking Statistiek Vlaanderen). Ten opzichte van de werkloosheidsgraad van werklozen met een Belgische herkomst scoren de werkzoekenden met een migratieachtergrond dus beduidend zwakker.

De vaststellingen op Vlaams niveau kunnen we doortrekken naar de situatie in Oostende. Oostende heeft daarnaast nog een aantal specifieke eigenschappen door de combinatie van een centrum- en kuststad te zijn. Dit zorgt ervoor dat de werkloosheidsgraad hoger is in vergelijking met andere Vlaamse steden. In Oostende noteren we een werkloosheidsgraad van 10,5% in juli 2021, terwijl dit in Vlaanderen gemiddeld 6,3% was. De tabel hieronder bevestigt de hoge werkloosheidsgraad in Oostende en vergelijkt de situatie met Vlaanderen in 2000, 2006, 2012, 2018, 2020.

	2000	2006	2012	2018	2020
Oostende	10.7	11.2	11.2	10.8	11.0
Vlaanderen	6.4	7.7	6.9	6.4	6.3
Ratio	1.67	1.45	1.62	1.69	1.75

Evolutie van de werkloosheidsgraad in Oostende t.o.v. Vlaanderen 2000 - 2020

Daarnaast stellen we vast dat de populatie van werkzoekenden in Oostende voor een derde bestaat uit werkzoekenden met een migratieachtergrond. We merken op dat het aandeel werkzoekenden met een migratieachtergrond in Oostende in 2000 zeer laag was (9,6%), terwijl in Vlaanderen toen 13,5% van de werkzoekenden van buitenlandse origine was. Als we dit vergelijken met de cijfers van mei 2021 merken we een omgekeerde situatie. 36,4% van de werkzoekenden in Oostende is van vreemde origine terwijl in Vlaanderen 31,8% van de werkzoekenden van buitenlandse herkomst is. De stijging van de werkzoekenden met een migratieachtergrond is deels te verklaren door de demografische evolutie in Oostende en in Vlaanderen.

Tijdens dit experimentele project binnen ESF 430 hebben we ons gefocust op de grote groep van werkzoekenden met een migratieachtergrond in Oostende. Dit zijn zowel de werkzoekenden die reeds gekend zijn bij de bevoegde diensten alsook diegene die niet gekend zijn, de zogenaamde niet-actieven.

1.3 PROJECTDOELSTELLING ESF 430

Er zijn tal van obstakels die een vlotte integratie richting arbeidsmarkt kunnen verhinderen voor mensen met een migratieachtergrond. Het huidige arbeidsmarktinstrumentarium kan hier niet altijd een pasklaar antwoord op bieden. In diverse bestaande begeleidingstrajecten wordt hoofdzakelijk de nadruk gelegd op het verwerven van de juiste competenties (het spreken van de taal, het hebben van de juiste diploma's en certificaten, ervaring). Ook in onze lopende ESF-projecten betreffen we onszelf erop dat we kijken of mensen de juiste competenties hebben -wel rekening houdend met de randproblematieken van de werkzoekenden om aan de slag te kunnen. Het is eveneens tijdens het uitvoeren van deze projecten dat we merken dat er vaak meer nodig is om mensen aan de slag te krijgen en te houden. Het ontbreken van een professioneel netwerk is daarbij één van de belangrijkste factoren die in het oog springt.

We stellen vast dat werkzoekenden met een migratieachtergrond vaak enkel een netwerk hebben met mensen van hun eigen origine. Ze hebben zo goed als geen informele of formele contacten met werkgevers van bedrijven. Ze weten vaak niet welke vacatures er zijn en of ze eventueel spontaan kunnen solliciteren, terwijl dit een belangrijke manier is om een job te vinden.

Dat deze vaststelling brandend actueel is, mag blijken uit het feit dat het Vlaamse inburgeringsbeleid volop bezig is aan de uitrol van de vierde pijler. In 2021 lopen er proeftuinen over heel Vlaanderen waar de lokale besturen de regisseur zijn, in overleg met de trajectbegeleider van het Agentschap Integratie en Inburgering. Hierbij gaat men op zoek naar passende trajecten van 40 uur in de vorm van buddyprojecten, kennismakingsstages bij een bedrijf, vereniging, organisatie of lokaal bestuur, of vrijwilligerswerk. In de vierde pijler staat een betere participatie en integratie van de inburgeraar alsook het creëren van een netwerk centraal.

Concreet willen we in dit project, door het samenleggen van Finse en Vlaamse expertise, op zoek gaan naar innovatieve methodes om netwerking te bevorderen bij werkzoekenden met een migratieachtergrond, zowel bij nieuwkomers als migranten van de tweede generatie. Het resultaat hiervan is terug te vinden op de website <https://networking2work.weebly.com/>. Een instrument dat in dit kader reeds opgang maakt, is 'mentoring naar werk' waarbij een nieuwkomer ('mentee') en iemand met kennis van de lokale arbeidsmarkt (mentor) aan elkaar worden gekoppeld, zodat deze laatste de 'mentee' op weg kan helpen naar tewerkstelling. Hierbij is er een derde actor die het geheel faciliteert. Hier wordt diepgaand onderzoek naar gedaan door Peter De Cuyper (HIVA). 'Mentoring naar werk' moet gezien worden als één mogelijke manier om het professioneel netwerk van de werkzoekende met een migratieachtergrond te versterken en de weg naar werk te faciliteren. Maar er zijn nog tal van andere manieren om het professioneel netwerk uit te breiden. Dit ESF-project gaf ons de kans nieuwe ideeën en modellen rond netwerken te ontwikkelen alsook in de praktijk uit te testen.

Binnen dit project ESF 430 is het de doelstelling om samen met de transnationale partners op zoek te gaan naar innovatieve instrumenten om uit te zoeken hoe je als organisatie het professionele netwerk van werkzoekenden met een migratieachtergrond kan ontwikkelen en versterken.

Hoe kan je als organisatie het professionele netwerk van mensen met een migratieachtergrond ontwikkelen en versterken?

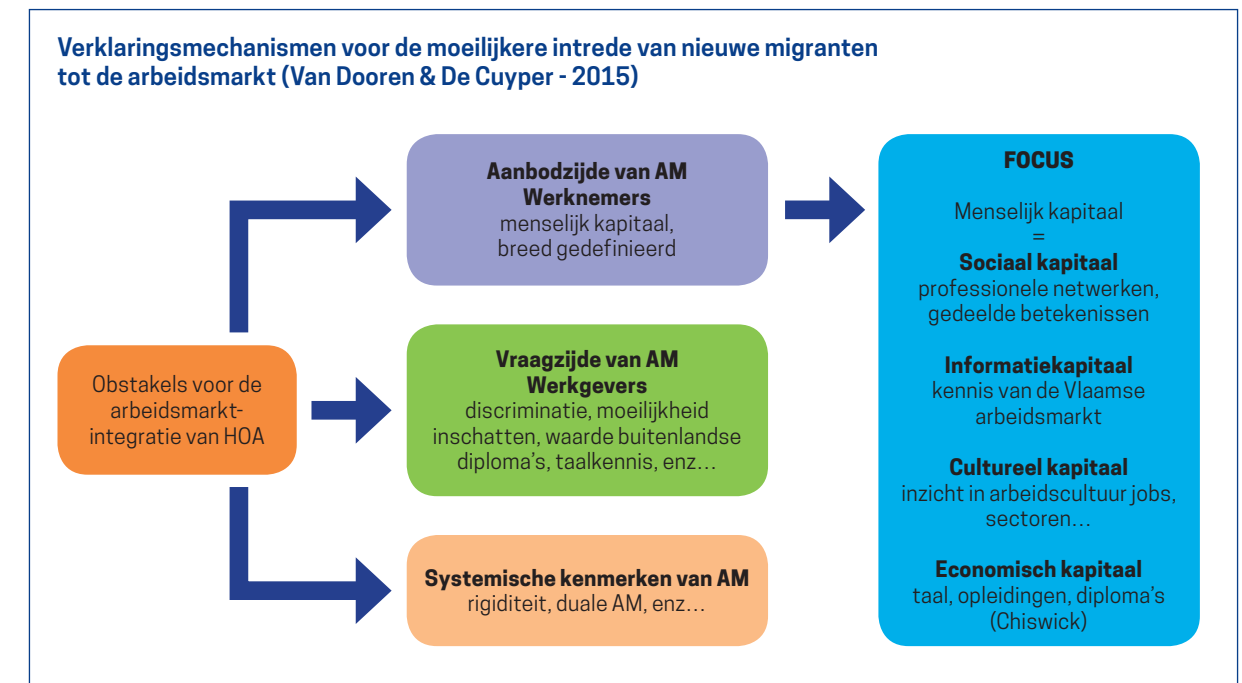


2. NETWERKEN NAAR WERK

Vooraleer we onze onderzoeksvraag 'Hoe kan je als organisatie het professioneel netwerk van mensen met een migratieachtergrond ontwikkelen en versterken?' kunnen beantwoorden, is het van belang om enkele zaken te duiden. Waarom focussen we net op dit obstakel bij mensen met een migratieachtergrond? Waarom zou een professioneel netwerk een instrument kunnen zijn om de toegang tot de arbeidsmarkt te ontsluiten? En wat is nota bene een professioneel netwerk? Op deze vragen trachten we in dit tweede deel een antwoord te bieden.

2.1 OBSTAKELS OP DE ARBEIDSMARKT VOOR MENSEN MET EEN MIGRATIEACHTERGROND

Vooreerst is het belangrijk om inzicht te krijgen in de verschillende factoren die de arbeidsmarktpositie van mensen met een migratieachtergrond beïnvloeden. Hiervoor maken we gebruik van het model van Van Dooren en De Cuyper (2015).



Deze obstakels situeren zich op verschillende niveaus. Ze zijn onder meer gelinkt aan de systemische kenmerken van de arbeidsmarkt. Verder zijn er elementen aan de vraagzijde van de werkgevers die het de doelgroep moeilijk kunnen maken (discriminatie, moeilijk inschatten van de waarde van diploma's, taalkennis). Als laatste is er de aanbodzijde van de arbeidsmarkt met name de werknemers. Om toegang te vinden tot de arbeidsmarkt is het noodzakelijk om in acht te nemen dat mensen met een migratieachtergrond over een zekere bagage moeten beschikken dat in het model van Van Dooren en De Cuyper (2015) het 'menselijk kapitaal' genoemd wordt. Dit 'menselijk kapitaal' bestaat uit een aantal elementen zoals economisch kapitaal, sociaal kapitaal, informatiekapitaal, cultureel kapitaal en psychologisch kapitaal (Vandermeerschen & De Cuyper, 2018):

- **Informatiekapitaal:** kennis van de Vlaamse arbeidsmarkt is een belangrijke factor die de positie van de werkzoekende kan versterken;
- **Cultureel kapitaal:** door cultureel kapitaal te hebben, krijg je inzicht in de normen en waarden van bedrijven en heb je voeling met de heersende arbeidscultuur in de verschillende sectoren;
- **Psychologisch kapitaal:** om zelf stappen te zetten richting werk is het van belang dat je voldoende zelfvertrouwen hebt. Solliciteren vergt namelijk wat durf en moed. Afgewezen worden is een deel van het sollicitatieproces en hiermee moet je als werkzoekende leren omgaan;
- **Economisch kapitaal:** onder economisch kapitaal kan je kennis van taal, opleidingen en diploma's verstaan (Chiswick & Miller, 2009). Gezien diploma's landenspecifiek zijn, zijn mensen met een migratieachtergrond in een nadelige positie;
- **Sociaal kapitaal:** hiermee wordt het professioneel netwerk van mensen bedoeld.

2.2 BELANG VAN SOCIAAL KAPITAAL

Met sociaal kapitaal wordt het netwerk van mensen bedoeld, zowel op persoonlijk als op professioneel vlak. Voor mensen met een migratieachtergrond is het een evidentie dat ze een stuk sociaal kapitaal verliezen. Migratie gaat nu eenmaal gepaard met een verlies aan zowel economisch, cultureel en sociaal kapitaal (Chiswick & Miller, 2009). We constateren vanuit onze ervaring en expertise dat deze mensen vaak enkel een netwerk hebben met mensen van hun eigen gemeenschap gebaseerd op origine. Dit impliceert dat de doelgroep zo goed als geen informele en formele contacten met werkgevers heeft. Bijgevolg weten ze niet welke vacatures er zijn en of er opportuniteiten zijn om spontaan te solliciteren, terwijl net deze verborgen arbeidsmarkt een belangrijke manier is om een job te vinden. Onderzoek toont aan dat meer dan 30% van de vacatures niet gepubliceerd wordt. Werkgevers of bedrijven nemen de tijd niet om de vacature te publiceren, zoeken interne oplossingen of schakelen hun netwerk in om mensen te vinden. Om toegang te krijgen tot die verborgen arbeidsmarkt is het dus zeer belangrijk om de juiste mensen te kennen. Het uitbouwen van een professioneel netwerk zorgt niet alleen voor opportuniteiten op vlak van werk, maar het levert heel wat kennis en inzichten op wat betreft de Belgische arbeidsmarkt.

Daarnaast is het niet enkel voldoende om actief een netwerk uit te bouwen en veel connecties te hebben. De kwaliteit van het netwerk bepaalt voor een groot stuk het resultaat. Het gaat bijgevolg niet om 'hoeveel mensen je kent' maar eerder om 'wie je kent'. Het uitbouwen van een professioneel netwerk is een essentieel element om sociaal kapitaal te vergroten en zo de positie in de samenleving te verbeteren.

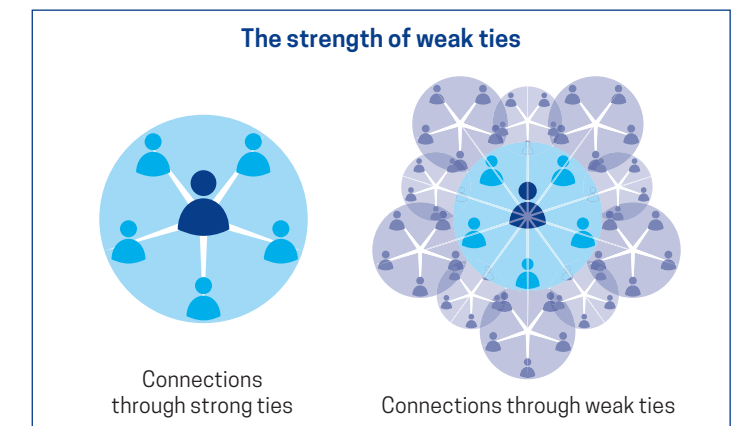
Volgens de definitie van Bourdieu verwijst sociaal kapitaal naar de sociale netwerken van individuen en alle hulpbronnen die ze via deze netwerken kunnen mobiliseren. Sociaal kapitaal is niet alleen belangrijk voor de sociale cohesie in de samenleving maar is economisch waardevol voor het individu (Bourdieu, 1980).

Vanuit deze definitie van het sociaal kapitaal kunnen we drie dimensies van sociale relaties onderscheiden:

- **Social bonding:** dit gaat over relaties met leden van de eigen gemeenschap (religieus, cultureel, taal). Deze relaties zijn meestal naar binnen gekeerd en versterken groepsinterne netwerken. Hier kunnen we als voorbeeld een goede band met de buurman van dezelfde origine aanhalen.
- **Social bridging:** deze vorm van sociale relaties verwijst naar relaties met leden van andere gemeenschappen. Deze relaties zijn vooral naar buiten gekeerd en versterken groepsexterne netwerken. Bijvoorbeeld een goede relatie tussen leerling en NT2-leerkracht.
- **Social linking:** hierbij wordt verwezen naar relaties met instanties zoals overheidsinstellingen en hulporganisaties.

'Social bonding' relaties dragen vooral bij tot de identiteitsvorming. Wie je kent, is wie je bent. Je maakt met andere woorden deel uit van een gemeenschap waaraan je jezelf gaat spiegelen. Nieuwkomers die op volwassen leeftijd naar Vlaanderen komen, verliezen een groot deel van hun sociaal kapitaal. Ze moeten vaak volledig nieuwe sociale relaties uitbouwen in een vreemde omgeving, in een andere taal, met andere regels en conventies. Tegelijk willen ze hun transnationale relaties en banden met familie en vrienden in hun land van herkomst bestendigen. Bovendien beschikt niet iedereen over dezelfde vaardigheden om bloeiende sociale netwerken uit te bouwen. Vaak hebben kwetsbare groepen, waaronder anderstalige nieuwkomers, het extra moeilijk om toegang te vinden tot sociale netwerken.

'Social bridging & linking' relaties staan in voor het verbeteren van de eigen positie op verschillende vlakken zoals op economisch en maatschappelijk vlak. Inzetten op 'bridging' met het oog op het verbreden van de relaties sluit aan op wat in de literatuur 'weak ties' wordt genoemd. Mark Granovetter maakte reeds verschillende netwerktheorieën op over 'weak ties' en 'strong ties' (Granovetter, 1977). Uit internationaal onderzoek blijkt dat jobopportuniteiten en nieuwe informatie vaker komen van mensen die verder afstaan van de betrokkene, de zogenaamde 'weak ties', eerder dan van de 'strong ties'. Als men in de eigen 'bubbel' blijft, houdt men het contact met mensen van dezelfde mening, nationaliteit en taal in stand. Dit verengt de hoeveelheid nieuwe informatie die binnenkomt. Hoe meer 'weak ties' je hebt als werkzoekende met een migratieachtergrond, hoe meer nieuwe inzichten, opportuniteiten en informatie je krijgt vanuit andere velden (Nuyts, 2017).



Uit een studie naar sociale netwerken voor nieuwkomers van het Agentschap Integratie en Inburgering blijkt dat het opbouwen van sociale netwerken geen individueel proces is, maar een gedeeld proces tussen het individu en de samenleving. Nieuwkomers drukken een duidelijke vraag/nood uit naar sociale contacten, maar lijken hier niet in te slagen zonder actieve en intensieve ondersteuning. Investeren in het uitbouwen van sociale netwerken (voornamelijk 'bridging', 'linking') is een essentiële stap binnen het integratiebeleid. Dit kan doorgetrokken worden naar de aansluiting tot de arbeidsmarkt. Wil je als nieuwkomer toegang krijgen tot de arbeidsmarkt, dan zijn sociale netwerken en bij uitbreiding professionele netwerken onontbeerlijk (Phulinx, 2016).

Dit hoofdstuk kunnen we bijgevolg besluiten met een interessante en allesomvattende quote:

**“Networking is not about hunting.
It is not about one-shot meetings.
Networking is about farming.
It’s about cultivating relationships.”**

(Misner, David, & Hilliard, 2010)



3. PRAKTIJKGIDS

Vanuit een cocktail van theoretische aanknopingspunten en de (praktijk)ervaring van het team Oostende2work hebben we een praktijkgids en een netwerkmodel ontwikkeld. Het model schetst een gradueel en gefaseerd proces dat je als organisatie en/of beleidsmaker zal helpen om het professionele netwerk van mensen met een migratieachtergrond te stimuleren, te verruimen en tenslotte te activeren. Het beoogde resultaat is het creëren van tewerkstellingsopportunities voor de doelgroep.

De praktijkgids is ingedeeld per netwerkfase. Elke netwerkfase bevat een uitgewerkt praktijkvoorbeeld vanuit de ervaring van Oostende2work. Hierbij verwijzen we telkens naar de toolkit. Die bevat invultemplates om zelf mee aan de slag te gaan. De templates zijn zodanig uitgewerkt dat je vanuit jouw eigen organisatie jouw eigen accenten en visie naar voren kan brengen.

Ter inspiratie verwijzen we bij sommige fases naar bijlagen en templates via een QR-code. Bijlagen zijn voorbeelden hoe wij het hebben aangepakt. De templates zijn documenten waar je als organisatie zelf mee aan de slag kan. Scan de QR-code en laat je inspireren. De documenten zijn ook toegankelijk op de website www.praktijkgids.weebly.com.

Eindigen doen we in deze praktijkgids door de verschillende fases samen te vatten in een overzichtelijk netwerkmodel.

3.1 FASES



FACILITATIEFASE

Uit het eerste deel van deze praktijkgerichte gids mag duidelijk zijn dat het voor mensen met een migratieachtergrond zeer moeilijk is om een netwerk uit te bouwen en al zeker een professioneel netwerk. We zijn ervan overtuigd dat het als organisatie van cruciaal belang is om het netwerkproces voor deze doelgroep te helpen faciliteren.

www.praktijkgids.weebly.com

In deze eerste fase zal blijken dat je dit als organisatie niet alleen kan. Je hebt met andere woorden je eigen (professioneel) netwerk nodig om dit netwerkproces kwalitatief te kunnen opstarten en uit te voeren. Daarnaast is het van belang om doorheen alle fases de bouwstenen van professioneel netwerken in gedachten te houden. Via deze weg organiseer je als organisatie onderbouwde netwerkinitiatieven voor mensen met een migratieachtergrond.

Wil je als organisatie een stapje verdergaan? Dan kan je jezelf in de kijker plaatsen of 'branden'. Via een onderbouwde brandingsmethode kan je bruggen slaan tussen potentiële werkgevers en mensen met een migratieachtergrond. Tegelijkertijd maak je je als organisatie kenbaar aan (potentiële) partners, werkgevers en aan de doelgroep.



Stap 1 ken je partners aan de hand van het Quadruple Helix Model

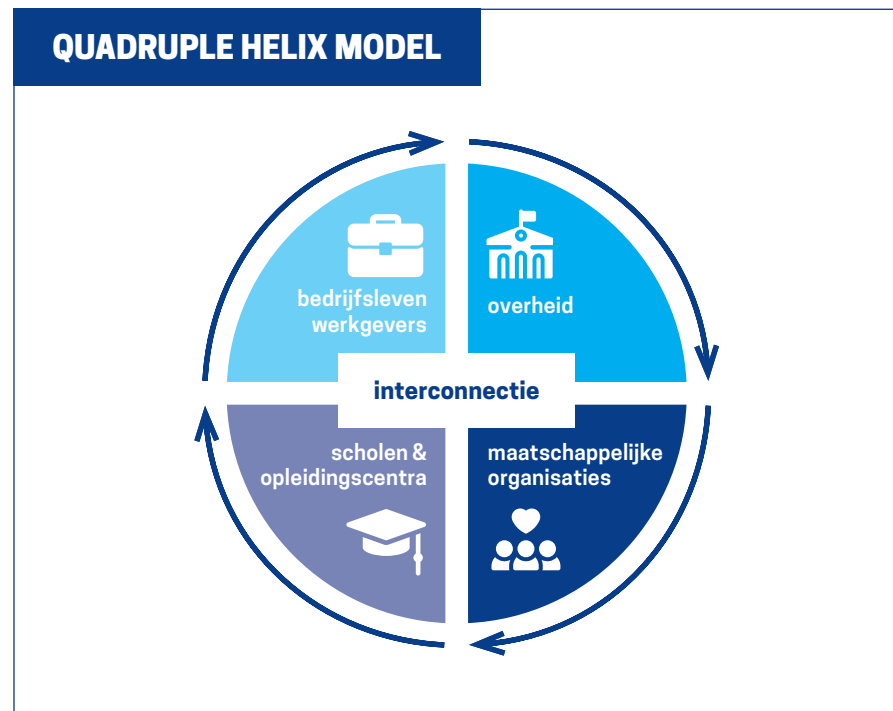
Om een overzichtelijk beeld te krijgen van de verschillende partners die vereist zijn om het netwerkproces te activeren, maken we gebruik van het Quadruple Helix Model (Carayannis & Campbell, 2009). Het model is een visualisatie-instrument, dat ons in staat stelt om op een onderbouwde en holistische wijze na te denken over (potentiële) partners.

In het model worden vier verschillende actoren in beeld gebracht:

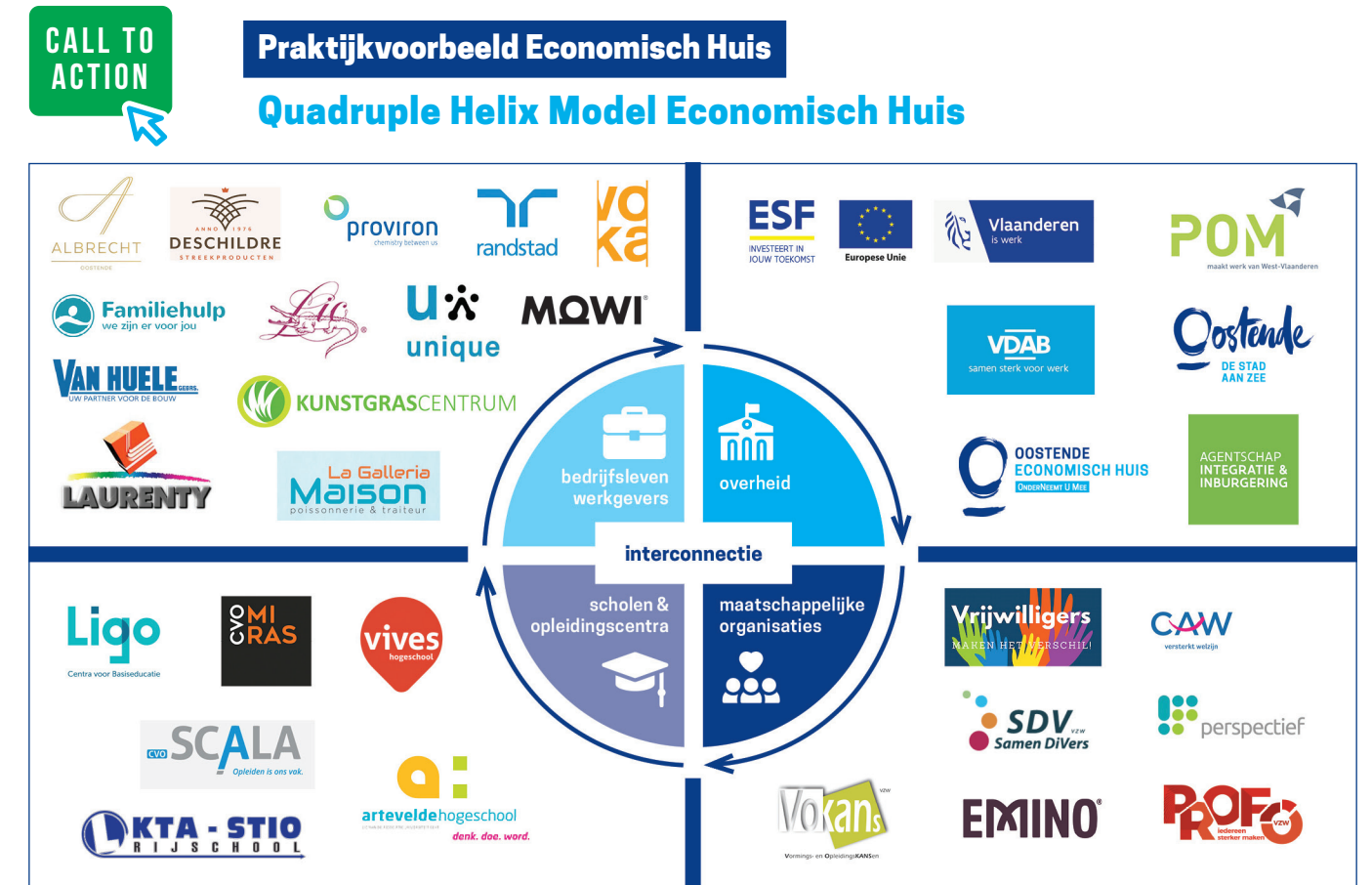
- overheidsinstanties
- het bedrijfsleven - werkgevers
- scholen en opleidingscentra
- maatschappelijke organisaties

Hoe pas je het Quadruple Helix Model toe?

- Breng het huidige arbeidsmarkt-instrumentarium in jouw regio in kaart.
- Breng je bestaande partners in kaart. Visualiseer deze op het Quadruple Helix Model.
- Zorg voor een evenwichtige verdeling van diverse partners.
- Ga nieuwe samenwerkingen aan. Contacteer potentiële partners en leg jullie visie en missie uit.
- Zorg voor voldoende engagementen uit het bedrijfsleven. Zo wordt het makkelijker als organisatie om de stap te zetten richting arbeidsmarkt.



Onderstaand vind je het eerste praktijkvoorbeeld terug. Het praktijkvoorbeeld bevat het ingevulde Quadruple Helix Model van al onze huidige partners. Vervolgens vind je een eerste verwijzing naar de toolkit om met het voorbeeldtemplate zelf aan de slag te gaan.



Ga zelf aan de slag met het Quadruple Helix model. Visualiseer jouw (potentiële) partners met de handige invultemplate. Je vindt de template terug in de toolkit.



TOOLKIT



1_Facilitatiefase_Helix Model

Stap 2 ken de bouwstenen van professioneel netwerken

Professioneel netwerken kan op verschillende manieren, met diverse partners, via verschillende kanalen. Van belang is dat er telkens rekening wordt gehouden met een aantal essentiële voorwaarden wat we in deze praktijkgids omschrijven als de bouwstenen van professioneel netwerken. Vanuit onze eigen praktijkervaring hebben we zes bouwstenen uitgewerkt die van cruciaal belang zijn voor het welslagen van een professioneel netwerkproces bij mensen met een migratieachtergrond.



BOUWSTEEN 1: COMMUNICATIE

De succesfactor doorheen het netwerkproces is communicatie, gezien het taalniveau van mensen met een migratieachtergrond enorm varieert.

- ➔ Wees bewust van het taalniveau van de deelnemers en pas je communicatie hierop aan.
- ➔ Stel een plan van aanpak op. Denk hier goed over na. Alles valt of staat met een goede voorbereiding!



Communicatietips:

- ✓ Communiceer helder & to the point
- ✓ Visualiseer: ondersteun met duidelijke afbeeldingen/pictogrammen
- ✓ Herhaal: zo blijft het netwerkinitiatief onder de aandacht
- ✓ Communiceer ruim op voorhand: zo kunnen zaken zoals kinderopvang en verplaatsingen geregeld worden.
- ✓ Gebruik een mix van communicatiekanalen: bellen, face-to-face gesprek, e-mail, flyer, WhatsApp,...

Hoe pak je dit aan?

SAVE THE DATE

1 maand

- Geef een **1e aankondiging** van het netwerkinitiatief, zodat deelnemers ruim op tijd weten welke datum ze moeten vrijhouden.
- Leg het **doel** van het evenement uit
- Indien mogelijk **visualiseer** dit met filmpjes, affiches, pictogrammen,....

UITNODIGING

2 weken

Stuur een **papieren uitnodiging** op naar alle deelnemers.

VOORBEREIDING DEELNEMER

3 à 5 dagen

Bereid de deelnemers voor. Voorbeelden:

- **Brainstorm** (individueel of groep):
- Welke werkgevers spreken je aan?
- Welke vragen stel je aan de werkgevers?
- **Praktische voorbereiding:** Wat neem je mee naar het evenement? Welke bus ga je nemen? ,....

HERINNERING

2 dagen

Stuur een **sms ter herinnering** naar alle deelnemers

NETWERK-INITIATIEF BEDANKING EVALUATIE

2 dagen

- Bedank alle deelnemers voor hun participatie via een **bedankingsmail**.
- **Evalueer** het event.
- Een **leuk extraatje** kan enkele foto's zijn van het evenement.
- Deel dit op sociale media (indien gewenst).



BOUWSTEEN 2: TOEGANKELIJKHEID

Locatie

- ✓ Centraal gelegen
- ✓ Makkelijk bereikbaar met openbaar vervoer
- ✓ Voldoende parkeermogelijkheden

Doelgroep

- ✓ Hou rekening met randvoorwaarden zoals kinderopvang en bereikbaarheid
- ✓ Denk na over wie je wil bereiken: mannen – vrouwen – gemengd – gezinnen
- ✓ Zorg voor genderneutraliteit indien mogelijk: wees alert als je bepaalde groepen niet kan bereiken => pas in de toekomst je evenement aan: evalueer & leer!

Tijdstip

- ✓ Hou hierbij rekening met mogelijke drempels: bezig met vrijwilligerswerk – volgen van Nederlandse les – geen mogelijkheid tot kinderopvang – geen vervoer
- ✓ Stel verschillende scenario's op en weeg deze af ten opzichte van elkaar.

Een aantal voorbeelden:

- 's Avonds kan interessant zijn om werkgevers te bereiken, maar voor vrouwen met kinderen ligt dit moment al wat moeilijker.
- 's Middags kunnen vrouwen met kinderen komen, maar werkgevers zullen al expliciet tijd moeten vrijmaken.
- 's Morgens is het interessant voor mensen die geen Nederlandse les volgen en eventueel met een ontbijt kan je werkgevers warm maken



BOUWSTEEN 3: VERTROUWEN

Uit het theoretische gedeelte van deze praktijkgids blijkt dat immigreren naar een ander land het psychologisch kapitaal negatief kan beïnvloeden. We moeten ermee rekening houden dat niet elke persoon met een migratieachtergrond evenveel zelfvertrouwen heeft om zomaar met iemand onbekend een gesprek te starten. De taalbarrière kan voor extra onzekerheid zorgen. Vanuit het perspectief van mensen met een migratieachtergrond is vertrouwen en een veilige omgeving een belangrijk gegeven.

Zorg voor de aanwezigheid van begeleiders van jouw organisatie

- ✓ Zorg voor een warme ontvangst van alle deelnemers
- ✓ Neem een open & transparante houding aan
- ✓ Stel de deelnemers gerust

- ✓ Wees authentiek en zorg dat zowel de deelnemers als werkgevers met hun vragen bij jou terecht kunnen
- ✓ Geef de deelnemer zelf wat vrijheid om los te komen
- ✓ Bekrachtig positief de deelnemer in de keuzes die hij/zij maakt
- ✓ Zorg voor tussenstapjes in een netwerkinitiatief. De deelnemer kan steeds met jou een praatje slaan als hij/zij het even niet meer weet.
- ✓ Stel je kwetsbaar op en deel je eigen ervaringen met de deelnemers.

Deze bouwsteen is moeilijk meetbaar. Het is een continu proces. Wees aandachtig voor het psychosociale aspect doorheen alle fases.



BOUWSTEEN 4: FOCUS OP 'BRIDGING'

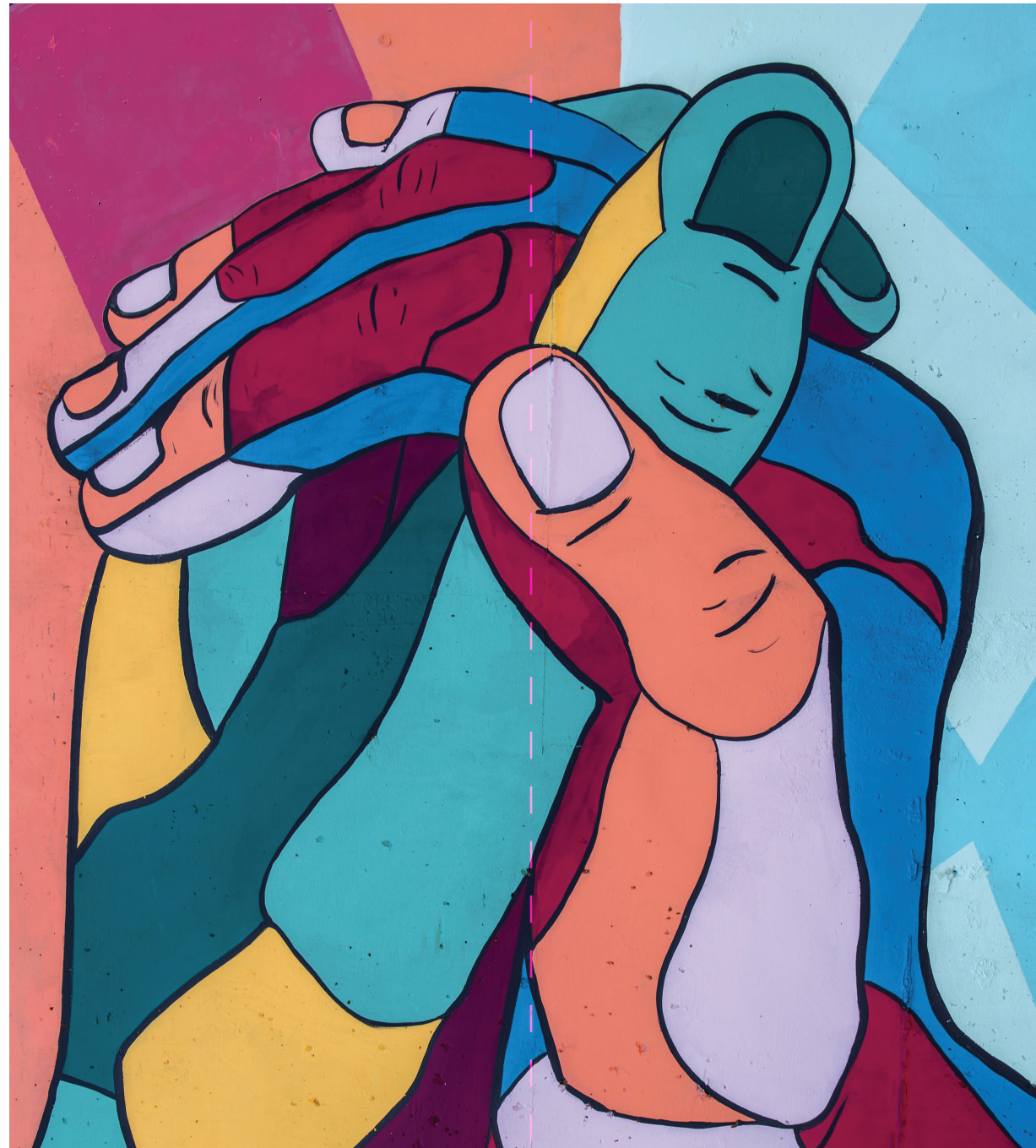
Wees als organisatie een 'bridge' tussen mensen met een migratieachtergrond en potentiële werkgevers. De doelgroep beschikt vaak over een netwerk binnen hun eigen nationale gemeenschap. Uit het theoretische luik van deze praktijkgids blijkt dat ze een extra duwtje in de rug nodig hebben om hun professioneel netwerk te ontwikkelen en te stimuleren.

Creëer een gevarieerde mix aan partners (zie Quadruple Helix Model)

Zet je eigen professioneel netwerk als organisatie maximaal in. Vraag hulp van werkgeversorganisaties die een nauwe band hebben met het bedrijfsleven: VOKA, Unizo, ... Breng hun initiatieven in kaart en sluit je aan indien mogelijk.

Neem je tijd

Een professioneel netwerkinitiatief uitbouwen gebeurt niet van vandaag op morgen. Het is een gradueel proces met vallen en opstaan. Focus je op het resultaat op lange termijn.



BOUWSTEEN 5: ADDED VALUE

Het is belangrijk dat er voor alle deelnemers een bepaald voordeel uit de deelname aan het netwerkinitiatief voortvloeit.

Creëer 'added value' voor mensen met een migratieachtergrond

- ✓ Nederlands oefenen - spreekkansen
- ✓ Sociaal isolement doorbreken - integratie bevorderen
- ✓ Zelfvertrouwen verhogen
- ✓ Zelfredzaamheid vergroten
- ✓ Inzicht krijgen in de arbeidsmarkt
- ✓ Zelfreflectie bevorderen
- ✓ Tewerkstellingsopportunities vinden
- ✓ Succesbelevingen ervaren

Creëer 'added value' voor partners & werkgevers

- ✓ Maak duidelijke afspraken over hun verwachtingen en probeer deze in te lossen
- ✓ Zorg voor een duidelijke visualisering van de samenwerking: dit is positieve branding
- ✓ Breng op voorhand hun openstaande vacatures in kaart
- ✓ Zorg voor een ruim aanbod aan kandidaten
- ✓ Zorg ervoor dat de kandidaten de nodige documenten meebrengen: cv - identiteitskaart - eventueel motivatiebrief



BOUWSTEEN 6: GELIJKHEID

Creëer een netwerkinitiatief dat gebaseerd is op gelijkheid & eerlijkheid

- ✓ Durf out of the box te denken.
- ✓ Bijvoorbeeld: een omgekeerde jobbeurs waarbij de werkgever naar de deelnemers toekomt
- ✓ Blijf aandachtig voor discriminatie

Stap 3 branding

Als organisatie is het van groot belang om je eigen professioneel netwerk te onderhouden en uit te breiden. Maar hoe pak je dit aan in de praktijk?

Door jouw organisatie te 'branden', verbind je positieve gevoelens aan jouw dienst of product. Hierdoor verhoogt de loyaliteit van jouw doelgroep en trek je mensen met een migratieachtergrond aan door een passende en aantrekkelijke visuele uitstraling.

Via een onderbouwde brandingmethode kan je als organisatie bruggen slaan tussen potentiële werkgevers en jouw doelgroep. 'Branding' kan op verschillende manieren. Het meest voor de hand liggend is met een filmpje dat je kan delen langs sociale media of een flyer die je kan verspreiden bij potentiële partners. Durf out of the box te denken - kom als organisatie naar buiten.

CALL TO ACTION



Praktijkvoorbeeld Economisch Huis

Testimonial

Om het professioneel netwerk van het Economisch Huis te vergroten in de regio Oostende, heeft het team Oostende2work ingezet op ons imago door middel van sociale media.

In diverse sectoren bij Oostendse bedrijven werden door het Economisch Huis mensen met een migratieachtergrond tewerkgesteld: van de chemische sector tot de schoonmaak, van productiemedewerker tot sushimaker. We hebben 10 getuigenissen van werkgevers en hun samenwerking met het Economisch Huis geselecteerd. Het doel van deze brandingactie was om een Oostendse werkgever en zijn werknemer in de schijnwerpers te plaatsen. Enerzijds willen we potentiële werkgevers uit de regio aantrekken om samen te werken met het Economisch Huis in het kader van rekrutering van nieuwe werkrachten. Anderzijds bieden de testimonials perspectief aan onze doelgroep.

De resultaten en reacties van deze brandingactie waren zeer positief. De werknemers met een migratieachtergrond die geïnterviewd werden, fungeerden als een voorbeeld in hun eigen gemeenschap. De werkgevers waren zeer trots om zich te kunnen presenteren als inclusieve onderneming. Wij, als team Oostende2work, ontvingen van heel wat werkgevers die de testimonials op onze sociale media hadden gezien, de vraag om te helpen zoeken naar geschikt personeel. Achteraf waren velen niet meer bevreesd om een persoon met een migratieachtergrond aan te werven. Er was een duidelijke meerwaarde voor alle partijen. Dat zorgt voor netwerkversterking voor ons als organisatie. Bovendien zet het mensen met een migratieachtergrond aan om zelf hun eigen netwerk aan te spreken en bovenal niet op te geven om werk te zoeken. Kortom, een toegevoegde waarde voor alle partijen.

Benieuwd naar het resultaat?

Laat je inspireren door het Oostende2work team.



ORIËNTATIEFASE

In de voorgaande fase hebben we ons eigen (potentieel) professioneel netwerk in beeld gebracht. We hebben de bouwstenen van hoe we professioneel netwerken het best faciliteren, nog fris in het geheugen. Daarnaast hebben we kort het belang van 'branding' aangehaald.

De volgende stap is gericht op het leren kennen van onze doelgroep en hun netwerknoden. Zo kunnen we als organisatie het netwerkproces op de deelnemers afstemmen. De hamvraag die we onszelf in deze fase moeten stellen is: 'Hoe kunnen we het netwerk en de netwerknoden van mensen met een

migratieachtergrond in beeld brengen?'. Er zijn een aantal methodieken waarvan wij er als Oostende2work drie zullen toelichten: 'social mapping', het gebruik van focusgroepen en het afnemen van een enquête.



Optie A: social mapping

Met deze optie willen we als organisatie het denkproces bij de personen met een migratieachtergrond in gang zetten door hen te laten reflecteren over de uitbouw van hun eigen (professioneel) netwerk.

Hoe begin je hieraan?

Stap 1 breng via een individueel gesprek het persoonlijk netwerk in kaart. Zo kan je nagaan wie het professioneel netwerk van de deelnemer kan versterken.

Verken het persoonlijk netwerk van de deelnemer met een migratieachtergrond door 'social mapping' toe te passen. 'Social mapping' is een manier om netwerken te analyseren en te visualiseren. Zo kan je nagaan welke contacten uit het persoonlijk netwerk kunnen worden ingezet om de stap naar het professioneel netwerk te maken. Er zijn soms meer contacten dan we op het eerste zicht denken.

- Bevraag in een persoonlijk gesprek de verschillende levensdomeinen. Bijvoorbeeld: vrije tijd, vrijwilligerswerk, opleiding, wonen, geloof.
- Visualiseer en gebruik verschillende kleuren om het netwerk in kaart te brengen



Tips

- ✓ Hou altijd rekening met de taalbarrière: pas je spreektempo aan, gebruik eenvoudige zinnen.
- ✓ Probeer de dagelijkse bezigheden van de persoon in kaart te brengen: op welke plaatsen komt de persoon met een migratieachtergrond? Met welke mensen komt iemand in contact? Wie van zijn contacten is tewerkgesteld?...

Stap 2 plaats de contacten op het Quadruple Helix Model

Door de contacten op het Quadruple Helix Model te plaatsen, wordt het duidelijk voor mensen met een migratieachtergrond dat ze meer contacten hebben dan ze op het eerste zicht denken, ook op professioneel vlak. Bijvoorbeeld: NT2-leerkracht, sociaal assistent OCMW, gebruiker vrijwilligerswerk. De kunst is om het bestaande netwerk zichtbaar te maken en aanknopingspunten te vinden om die uit te breiden.

Ga samen met de persoon met een migratieachtergrond aan de slag.

- **Breng het netwerk in beeld aan de hand van de template 2.**
- **Visualiseer (potentiële) aanknopingspunten om het professioneel netwerk uit te breiden. Hanteer de template 3.**



TOOLKIT



2_Oriëntatiefase_ Optie A_Social Mapping_Stap 1_ Individueel gesprek



3_Oriëntatiefase_ Optie A_Social Mapping_Stap 2_ template helix model



Optie B: focusgroepen

Door gebruik te maken van focusgroepen kan je als organisatie het netwerk van mensen met een migratieachtergrond in kaart brengen. Hierin speelt het groepsgebeuren en de interactie een belangrijke rol.

Hoe begin je hieraan?

Stap 1 definieer duidelijke doelstellingen

Bepaal het doel van de focusgroep en formuleer een onderzoeksvraag. Bijvoorbeeld: 'Wat is het netwerk en wat zijn de netwerknoden van mensen met een migratieachtergrond?'

Stap 2 stel een onderbouwde vragenlijst op

Onderstaand geven wij enkele tips:

- ✓ Vermijd onduidelijke vragen. Als de deelnemers de vragen niet goed begrijpen, wat is de waarde van hun antwoorden?
- ✓ Vermijd cocktailvragen. Hierbij worden meerdere vragen in één vraag vevat. Stel één vraag tegelijk.
- ✓ Dubbele ontkenningen. Bij een dubbele ontkenning staat een ontkenning in de vraag en in het antwoord. Dit kan leiden tot het foutief beantwoorden van de vraag.
- ✓ Algemene termen. Gebruik woorden die zo concreet zijn dat er geen ruimte overblijft voor eigen interpretatie. Wat wil je precies weten? Gebruik geen spreekwoorden of spreekwoordelijke uitdrukkingen.
- ✓ Vermijd vaktermen en moeilijke woorden. Op deze manier kan elke deelnemer de vraag vlot beantwoorden zonder af te haken.
- ✓ Vermijd sturende vragen en mogelijke antwoorden. Stel de vragen en mogelijke antwoorden neutraal op. Wanneer meningen naar voren worden geschoven, zijn deelnemers geneigd om sociaal wenselijk te antwoorden.

Stap 3 bepaal de samenstelling van de focusgroep

Wie wil je in beeld krijgen? Welke informatie wil je? Is de groep die je wil bevragen representatief voor een grotere groep mensen? De achtergrondgegevens (leeftijd, geslacht, woonplaats, opleidingsniveau) van de deelnemers zijn belangrijk.

Stap 4 maak een duidelijk draaiboek

<h3>Introductie</h3>	<p>Voorzie een inleiding voor de deelnemers waar volgende punten aan bod komen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Verwelkom de deelnemers. ✓ Leg het doel van de focusgroep uit. ✓ Vertel hoeveel tijd er is voor het groepsgesprek. ✓ Vertel dat resultaten anoniem worden verwerkt. ✓ Overloop samen de relevante documenten zoals het Informed Consent en het formulier Persoonsgegevens. ✓ Maak afspraken zoals: ieders mening telt, maar er wordt niet door elkaar gesproken; er is telkens één persoon aan het woord. ✓ De moderator stelt enkele vragen om het ijs te breken. Deelnemers stellen zich kort even voor aan elkaar.
<h3>Het groepsgesprek</h3>	<p>Na de introductie kan een groepsgesprek starten. Wanneer het groepsgesprek op gang komt, zullen deelnemers hun mening uitwisselen. Dit leidt tot meer interactie tussen de deelnemers.</p> <p>Een moderator zal tijdens het groepsgesprek verschillende rollen opnemen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hij/zij stelt de vragen en is in eerste instantie een interviewer. Naast de vragenlijst zal de moderator op het gepaste moment doorvragen om een grondig antwoord te bekomen. Actief luisteren en af en toe samenvatten is van essentieel belang. Als moderator is het van belang om niet je eigen mening te laten doorsijpelen en zo het gesprek te sturen. ▪ Daarnaast is de moderator een facilitator. Hij/zij mag niet te controlerend zijn, moet zorgen dat iedereen aan bod komt en voldoende op zijn/haar gemak is om vrijuit te spreken. Soms zal hij/zij moeten afblokken en bijsturen als er te veel afgeweken wordt van de oorspronkelijke doelstelling. De focus bewaren en tot de essentie komen en dit alles binnen een afgelijnde tijdspanne, is de taak van een facilitator. ▪ Psycholoog: de deelnemers zullen zaken woordelijk vertellen, maar heel veel informatie is terug te vinden in het non-verbale gedrag van de deelnemers. Deze gedragingen interpreteren en signalen oppikken zijn van cruciaal belang.
<h3>Einde</h3>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vat het gesprek samen in enkele punten. ✓ Vertel kort wat er met de verzamelde data zal gebeuren. ✓ Bedank alle deelnemers voor hun deelname.

Onderstaand kun je lezen hoe het Oostende2work team het werken met focusgroepen heeft aangepakt.



Praktijkvoorbeeld Economisch Huis

Focusgroepen

In dit praktijkvoorbeeld willen we het persoonlijk en professioneel netwerk van mensen met een migratieachtergrond in Oostende in kaart brengen. Aan de hand van deze informatie brengen we een antwoord op de vraag: 'Wat zijn de noden en behoeften van mensen met een migratieachtergrond in Oostende om een persoonlijk en professioneel netwerk uit te bouwen?'.

Samenstelling van de focusgroepen:

We hebben tien focusgroepen samengesteld met volgende achtergronden: Afrika, Afghanistan, Armenië, Eritrea, Irak, Pakistan, Somalië, Syrië en Tibet. Daarnaast was er een groep met OKAN-leerlingen. Iedere focusgroep vond plaats in een vergaderruimte van het Economisch Huis. In totaal namen 81 personen deel aan de verschillende focusgroepen.

Verloop

Iedere focusgroep nam maximum twee uur in beslag met een pauze van 15 minuten. Per groep werden een moderator en twee observatoren aangesteld. De moderator stelde telkens een vraag. Om zoveel mogelijk correcte informatie te verzamelen, werden de vragen vertaald in de moedertaal van de deelnemers. De deelnemers hadden de mogelijkheid te antwoorden in hun moedertaal of in het Nederlands. Er was een vertaler-tolk aanwezig. Daarnaast maakten de moderator en de observatoren notities. Na iedere focusgroep is een verslag gemaakt.

Resultaten

Uit de verzamelde informatie stellen we vast dat de deelnemers sterk verbonden zijn met hun eigen gemeenschap en ze zelden deelnemen aan georganiseerde vrijetijdsbesteding buiten hun eigen gemeenschap. De algemene conclusie met betrekking tot het component professioneel netwerken luidt dat de meeste deelnemers drempels en/of problemen ervaren om een duurzame tewerkstelling te vinden. Een terugkerend element uit alle focusgroepen is de relatief beperkte kennis van de Nederlandse taal. Dat bemoeilijkt de uitbouw van sociale relaties buiten de eigen gemeenschap. Dit wijst duidelijk op een nood aan netwerkversterkende initiatieven.

Wil je als organisatie een eerste beeld krijgen over de netwerknoden van jouw deelnemers met een migratieachtergrond aan de hand van focusgroepen? Ga zelf aan de slag met onze handige templates.			Ter inspiratie neem eens een kijkje naar onze flyer focusgroep. Je vindt deze terug in de bijlagen.		
TOOLKIT				BIJLAGEN	
		SCAN ME	SCAN ME		
	4_Oriëntatiefase_ Optie B_Focusgroepen_ Informed Consent	5_Oriëntatiefase_ Optie B_Focusgroepen_ Persoonlijke Gegevens	6_Oriëntatiefase_ Optie B_Focusgroepen_ Vragenlijst		
					
				SCAN ME	
				1_Oriëntatiefase_ Optie A_Flyer focusgroep	



Optie C: enquête

Via een enquête kan je veel gegevens verzamelen over een grote doelgroep in een relatief korte tijdspanne. Een vragenlijst verschaft inzichten, motivaties en meningen van je doelgroep.

Hoe begin je hieraan?

Stap 1 definieer duidelijke doelstellingen

De meeste enquêtes vertrekken vanuit een onderzoeksvraag of een probleemstelling. Bijvoorbeeld: de lage werkzaamheidsgraad van vrouwen met een migratieachtergrond in Oostende.

Stap 2 stel een onderbouwde vragenlijst op

Bij het opstellen van de vragenlijst kun je dezelfde vragenlijst en/of tips toepassen zoals bij de focusgroepen.

Stap 3 bepaal de steekproef van de enquête

Wie wil je in beeld krijgen? Welke informatie wil je? Is de groep die je wil bevragen representatief voor een grotere groep mensen? Verzamel hiervoor volgende gegevens via bijvoorbeeld de dienst bevolking of data van de VDAB. Daarna bepaal je de steekproef en de steekproefgrootte. Wij hebben gebruik gemaakt van een selecte steekproef waarbij de personen niet bij toeval uit de populatie werden genomen. Dit kwam mede door de coronamaatregelen waardoor we de deelnemers telefonisch moesten bevragen.

Stap 4 maak een duidelijk draiboek voor het afnemen van de enquête

✓ Bepaal de deelnemersvoorwaarden

Zorg dat de deelnemer voldoet aan de voorwaarden door deze telkens goed te bevragen bij de start van de afname van de enquête.

✓ Digitale of schriftelijke tool

Zorg voor een relevante digitale of schriftelijke tool om de enquête af te nemen. Bij een digitale tool kan je sneller de resultaten analyseren. Zorg dat er geen papieren enquêtes verloren gaan. Je kan beter controleren of de documenten volledig zijn ingevuld.

✓ Informed Consent

Is de enquête digitaal opgemaakt, dan kan dit eenvoudig door vóór de start van de afname te vragen om akkoord te gaan met de algemene voorwaarden.

✓ Plaats

Zorg voor een rustige locatie om de enquête af te nemen.

✓ Anonimiteit

Zorg voor anonimiteit zodat de geënquêteerde vrijuit wil en durft te spreken.

Draiboek moderatoren

Stel een draiboek op voor de moderatoren of de mensen die helpen met de afname van de enquêtes. Schrijf het verloop van de afname van de enquête nog eens duidelijk uit.

Start enquête	Start het gesprek door jezelf kort voor te stellen. Schets vervolgens het doel en verloop van het interview aan de deelnemer. Stel de geïnterviewde op zijn gemak.
Afname	<p>Interviewhouding:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parafraseer regelmatig: toets regelmatig af met de deelnemer. ▪ Bijvoorbeeld: Begrijp ik het goed dat? Klopt het dat? ▪ Neem een open luisterhouding aan, ga een open gesprek aan met de deelnemer. ▪ Vraag ongericht door: “Hoe bedoel je?” “Kun je daar wat meer over zeggen?” “Het is mij nog niet precies duidelijk” ▪ Hou de vraagstelling zo open mogelijk, spoor de deelnemer aan om zoveel mogelijk informatie met jou te delen. ▪ Blijf neutraal, stuur de deelnemer niet in een bepaalde richting. ▪ Stel begrijpelijke vragen: <ul style="list-style-type: none"> – Gebruik de actieve vorm – Gebruik enkelvoudige zinnen, vermijd bijzinnen – Formuleer vragen zo concreet mogelijk
Einde enquête	Sluit het gesprek op een correcte manier af. Bedank de geïnterviewde voor zijn medewerking.

Stap 5 data-analyse

✓ Volledigheid ingevulde enquêtes

Eenmaal de enquêtes zijn afgenomen, is het noodzakelijk om te kijken of ze volledig zijn ingevuld. Gedeeltelijk ingevulde enquêtes kunnen een vertekend beeld geven van de resultaten.

✓ Prioritaire onderzoeksvragen

Bekijk de belangrijkste onderzoeksvragen. Het is interessant om stil te staan bij alle vragen van de enquête. Toch kan je niet onmiddellijk alle vragen in detail analyseren. Kies er dus enkele uit waar je op het eerste zicht al een antwoord op wil.

✓ Tabellen en grafieken

Probeer de resultaten overzichtelijk weer te geven in tabellen en grafieken. Dit maakt het leesbaarder voor jezelf en makkelijker om conclusies te trekken. Ook voor anderen is het een stuk duidelijker.

✓ Neem conclusies

Na het analyseren van de verzamelde cijfers en tabellen is het noodzakelijk om conclusies te trekken en daaraan eventuele acties te koppelen.



Onderstaand kun je lezen hoe het Oostende2work team de uitvoering van de enquête heeft aangepakt.



Praktijkvoorbeeld Economisch Huis

Enquête vrouwen@work

Uit de data-analyse van het deelnemersbestand van de tewerkstellingsprojecten Oostende2work stellen we vast dat het bestand uit 68% mannen en 32% vrouwen is samengesteld. Als organisatie werden we hierdoor getriggerd om iets te ondernemen omtrent de lage deelnamegraad van vrouwen met een migratieachtergrond in Oostende.

Samen met onze partner FMDO (Federatie van Mondiale & Democratische Organisaties) hadden we al een tijdje de indruk dat we non-actieve vrouwen met een migratieachtergrond in Oostende niet bereiken in de begeleidingstrajecten naar werk. FMDO had in hun informele netwerkmomenten de indruk dat heel veel vrouwen met vragen zitten over de arbeidsmarkt. Om dit te staven en beter te kunnen kaderen, hebben we samen een enquête ontwikkeld waarbij we specifiek 225 vrouwen met een migratieachtergrond in Oostende hebben bevroegd.

Hoe hebben we dit aangepakt?

Eerst hebben we samen met FMDO een duidelijke doelstelling afgesproken: een netwerkinitiatief organiseren voor vrouwen met een migratieachtergrond, gebaseerd op hun netwerknoden. Op basis van deze doelstelling hebben we een vragenlijst opgesteld die ons in staat stelt om een beeld te krijgen van de netwerknoden. De vragenlijst die is samengesteld, is terug te vinden als bijlage.

We hebben 225 vrouwen met een migratieachtergrond in Oostende bevroegd. De steekproef is aselekt samengesteld op basis van een heel concrete doelgroep. De steekproef is niet representatief voor de huidige populatie van vrouwen met een migratieachtergrond die in Oostende wonen, gezien de meeste vrouwen via FMDO gecontacteerd zijn geweest. Er is geen rekening gehouden met andere selectiefactoren zoals leeftijd en dergelijke. De nationaliteiten van de deelnemers zijn zeer divers. We hebben meer dan 50 verschillende nationaliteiten bevroegd. Door de coronamaatregelen en de timing die we hadden vooropgesteld, hebben medewerkers van FMDO alle 225 bevroegingen telefonisch afgenomen.

Iedere afname van een enquête nam ongeveer 1 uur in beslag. Telkens hebben we telefonisch eerst uitgelegd wat de doelstelling is van de enquête en verteld dat de afname anoniem is. Alle gesprekken zijn in het Nederlands gevoerd.

Resultaten

Uit de data-analyse van de enquête konden we enkele opvallende gegevens verzamelen die de aanleiding vormen voor het uitwerken van nieuwe netwerkinitiatieven. We merken op dat heel wat van de bevroagde vrouwen hoger opgeleid zijn en diploma's hebben in hun eigen land. De vrouwen hebben heel veel vragen over hoe ze de eerste stappen richting arbeidsmarkt moeten zetten. Thema's zoals de arbeidsmarkt leren kennen en opleidingen volgen blijken niet door iedereen gekend.

De resultaten hebben we toegelicht en besproken met de partner FMDO. We hebben er telkens ook enkele concrete acties aan gekoppeld. Een voorbeeld van een dergelijke actie is *women@work*. Dit praktijkvoorbeeld lichten we toe in de uitvoeringsfase.

<p>Wil je als organisatie een eerste beeld krijgen over de netwerknoden van jouw mensen met een migratieachtergrond aan de hand van een enquête? Ga zelf aan de slag met onze handige templates.</p>	<p>Wil je meer te weten komen over de enquête van het Economisch Huis? Je vindt de vragenlijst en de toelichting van onze resultaten terug in de bijlagen.</p>
<p>TOOLKIT</p>   <p>SCAN ME</p> <p>7_Oriëntatiefase_ Optie C_ Enquete_ Informed Consent</p>	<p>BIJLAGEN</p>   <p>SCAN ME</p> <p>2_Oriëntatiefase_ Optie C_ Enquete_ Vragenlijst Women@ work</p>  <p>SCAN ME</p> <p>3_Oriëntatiefase_ Optie C_ Enquete_PPT analyse resultaten_ Women@work</p>



INITIATIEFASE

Door het toepassen van de voorgaande fases wordt heel wat waardevolle informatie verzameld. Deze informatie gebruiken we om de volgende fases vorm te geven. In de initiatiefase gaat het gradueel proces van start. Er wordt een groep mensen met een migratieachtergrond samengesteld die van elkaar kunnen leren tijdens een competentieversterkende module. Deze module start met enkele voorbereidende thema's en stoopt hen klaar voor de deelname aan netwerkinitiatieven in een vertrouwde setting. De focus van de netwerkinitiatieven ligt op het versterken van het professioneel netwerk. Dit werken we gedetailleerd uit aan de hand van het praktijkvoorbeeld van Oostende2work.



Praktijkvoorbeeld Economisch Huis

Bootcamp2work

Stap 1 organisatie van een competentieversterkende module

De competentieversterkende module 'bootcamp2work' is een lessenreeks van 6,5 weken. In de voormiddag zijn er Nederlandse lessen op maat, georganiseerd door onze onderwijspartners in Oostende. In de namiddag is er een oriëntatiemodule, een openleercentrum en een IT-module. Tijdens de oriëntatiemodule komen verschillende thema's aan bod zoals competenties, sectoren, contracten en papieren, telefoon- en sollicitatiegesprekken. In het openleercentrum kunnen de deelnemers solliciteren met hulp van de begeleiders. Digitale vaardigheden zoals het opzoeken van vacatures, het versturen van sollicitatiemails, het aanmaken van e-mailadressen behandelen we tijdens de IT-module. Alle modules kunnen ook apart worden gevolgd, op maat van de persoon met een migratieachtergrond. Op het einde van de lessenreeks kunnen de deelnemers hun aangeleerde vaardigheden toepassen tijdens verscheidene netwerkinitiatieven.

Stap 2 samenstelling groep

De deelnemersgroep selecteren we op basis van screening- en intakegesprekken. Hierbij dienen VDAB en OCMW Oostende als toelidende partners. Tijdens het intakegesprek brengen we de verwachtingen en doelstellingen van de deelnemer in kaart. Ook als organisatie maken we duidelijk wat we kunnen betekenen. Het einddoel moet duidelijk zijn: het professioneel netwerk van mensen met een migratieachtergrond stimuleren en versterken.

Stap 3 voorbereidende thema's

Er zijn een aantal essentiële thema's die belangrijk zijn om te kunnen deelnemen aan een netwerkinitiatief. Na het volgen van de bootcamp2work is het de bedoeling dat de deelnemers (hun eerste) stappen richting de arbeidsmarkt zetten. Een zorgvuldige opbouw van de lessenreeks is belangrijk. Onderstaand vind je een overzicht van de lesthema's van de bootcamp2work. Deze thema's zijn zorgvuldig uitgezocht en worden regelmatig bijgesteld op basis van veranderende tendensen op de arbeidsmarkt.

Oriëntatie: bepalen van het jobdoelwit

Het is belangrijk dat de deelnemers een realistisch jobdoelwit voor ogen hebben. Voorkeuren voor een job toetsen we af met

openstaande vacatures binnen de regio en competenties van de werkzoekende. Het jobdoelwit komt in de lessenreeks voortdurend aan bod en kan wijzigen naargelang de module vordert.

Curriculum vitae

Het cv is een belangrijk instrument. Het is als het ware een toegangsticket tot een uitnodiging voor een sollicitatiegesprek of een visitekaartje tijdens netwerkevenementen. Tijdens de coronacrisis merkten we op dat de afstand tussen de doelgroep en de arbeidsmarkt alsmar groter werd. Daarom hebben we als organisatie actief ingezet op het creëren van video cv's ter vervanging en/of aanvulling van een eerste (telefonisch) screeningsgesprek van werkgevers.



Benieuwd hoe een video cv eruit ziet? Scan de QR-code hiernaast.



Elke deelnemer beschikt na het volgen van de lessenreeks over een visueel aantrekkelijk cv. Dit cv wordt langs zoveel mogelijk kanalen digitaal verspreid.

Vacatures ontleden

Tijdens de lessenreeks leren de deelnemers hoe zij vacatures moeten opzoeken en ontleden. De deelnemers kunnen vacatures selecteren die passen bij hun jobdoelwit. Uitbreiding van de professionele woordenschat is een belangrijk aandachtspunt.

Sollicitatiegesprek oefenen

De deelnemers leren gespreksvaardigheden om potentiële werkgevers aan te spreken tijdens een netwerkinitiatief. Zij leren eigen competenties kennen en krijgen inzicht in hun groeipunten. Kortom: ze leren zichzelf 'verkopen'.

Digitale geletterdheid

Digitale vaardigheden zijn cruciaal voor onze huidige maatschappij. Daartegenover is digitale geletterdheid geen evidentie voor onze doelgroep. Vaak beschikt een Oostendse deelnemer met een migratieachtergrond niet over de basis verwachte digitale vaardigheden zoals kennis van het toetsenbord, basiskennis Word of het versturen van een e-mail met bijlage. Kortom, digitale vaardigheden die nodig zijn tijdens een sollicitatieproces. Daarnaast beschikken zij vaak niet over een laptop en zijn zij van de smartphone afhankelijk. Daarom heeft het Oostende2work team beslist om standaard een IT-module toe te voegen aan het lessenpakket. In samenwerking met CVO Scala krijgen ze elke week IT-lessen om de basisvaardigheden aan te leren die essentieel zijn bij het zoeken naar werk.

Openleercentrum

Het Economisch Huis beschikt over een openleercentrum met computers. In het openleercentrum worden alle aangeleerde vaardigheden en informatie in de praktijk vertaald en toegepast. In een openleercentrum solliciteren de deelnemers zelfstandig in de mate van het mogelijke en worden ze hierbij ondersteund door de begeleiders van het team Oostende2work.

Evalueer samen met de deelnemers het lessenpakket

Na afloop van de module evalueren de deelnemers het lessenpakket. Enerzijds peilen we naar hun eigen inzicht, maar ook naar waardevolle feedback. Zo probeert het Oostende2work team de lessen af te stemmen op de doelgroep. De evaluatie van de competentieversterkende module diepen we later uit in de evaluatiefase.

Stap 4 kennismaking met netwerken

Tijdens de lessen organiseren we standaard twee netwerkinitiatieven: een simulatie van een sollicitatiegesprek met vrijwilligers en een jobdate met uitzendkantoren. Beide netwerkinitiatieven situeren zich op het einde van de lessenreeks zodat de deelnemers hun aangeleerde vaardigheden kunnen verkennen en inzetten. Beide initiatieven schetsen we hieronder.

A. Simulatie sollicitatiegesprek met vrijwilligers

Tijdens dit netwerkinitiatief creëren we een simulatieomgeving waarbij de doelgroep solliciteert voor een zelfgekozen vacature. We maken gebruik van een rollenspel waarbij de vrijwilligers de rol van werkgever aannemen. De gesprekken gebeuren binnen de - voor de deelnemers - vertrouwde omgeving van het Economisch Huis. De gesprekken worden afgenomen door onze vaste ploeg vrijwilligers.

Hoe pak je dit aan?

Bereid deelnemers voor

In de week vóór het netwerkinitiatief wordt de doelgroep grondig voorbereid.

- ✓ Print het cv van elke deelnemer verschillende keren af.
- ✓ Zorg dat de gekozen vacature realistisch is en past binnen het jobdoelwit.
- ✓ Let op de hygiëne en het voorkomen van de deelnemers en bespreek indien nodig.
- ✓ Oefen het sollicitatiegesprek op voorhand met de deelnemersgroep. Geef voorbeelden van sollicitatievragen, video's en oefeningen.

Voorzie voldoende vrijwilligers

- ✓ Spreek het netwerk van jouw organisatie aan om vrijwilligers te contacteren.
- ✓ Spreek je partners uit het Quadruple Helix Model aan.
- ✓ Publiceer een oproep op de website van de organisatie of via sociale media.
- ✓ Creëer een goede variatie in geslacht, leeftijd en professionele carrière van de vrijwilligers.
- ✓ Schrijf je als organisatie in op databanken voor vrijwilligers. Veel steden en gemeenten hebben zo'n website. Of stel een vrijwilligersvacature open via de website <https://vrijwilligerswerk.be/>

Voorzie een korte opleiding en briefing van de vrijwilligers

- ✓ Geef duidelijk het doel mee van het netwerkinitiatief: het creëren van zoveel mogelijk oefen- en spreekkansen voor de deelnemer en het inoefenen van aangeleerde gespreksvaardigheden.
- ✓ Stel een leidraad op met mogelijke sollicitatievragen.
- ✓ Ontwerp een evaluatieformulier en leg de werking hiervan uit aan de vrijwilligers. Dit is zeer waardevol om nadien terug te koppelen met de deelnemers.



Timemanagement

Maak een doorschuifschema waarbij elke deelnemer ongeveer tien minuten kan praten met een vrijwilliger. Idealiter kunnen de deelnemers vijf tot zes gesprekken voeren.

Schep een rustige omgeving

Zo kunnen de deelnemers tussen de gesprekken door even op adem komen en terugkoppelen met de begeleiders. Ook voor de gesprekken is een rustige ruimte en goede akoestiek belangrijk om de verstaanbaarheid te garanderen.

Toon appreciatie voor vrijwilligers

- ✓ Spendeer extra tijd met de vrijwilligers.
- ✓ Voorzie koffie en versnaperingen.
- ✓ Maak ruimte voor een babbeltje. Koppel nadien terug om de evaluaties te bespreken met de vrijwilligers. Zo creëer je betrokkenheid en verhoogt de kans dat ze zich verder blijven engageren.

Debrief deelnemers

- ✓ Peil naar de bevindingen van de deelnemers. Dit is voor hen meestal een eerste ervaring met solliciteren en netwerken.
- ✓ Laat hen kritisch reflecteren over zichzelf en het verloop van het netwerkinitiatief.
- ✓ Maak voldoende tijd vrij om de evaluatieformulieren te bespreken. Dit zijn leermomenten voor de deelnemers.
- ✓ Stel samen groeipunten op.

Wil je als organisatie een interactieve lessenreeks organiseren? Laat je inspireren door het Economisch Huis.
Je vindt de documenten terug in zowel de toolkit als bijlagen.



TOOLKIT



SCAN ME

8_Initiatiefase_Sollicitatienamiddag_Evaluatieformulier_Vrijwilligers



BIJLAGEN



SCAN ME

4_initiatiefase_screeningsdocument algemeen Economisch Huis



SCAN ME

5_initiatiefase_flyercompetentieversterkende lessenreeks



SCAN ME

6_initiatiefase_kalendercompetentieversterkende lessenreeks

B. Digitale of fysieke jobdate met uitzendconsulenten

Een volgende stap in het gradueel netwerkproces is een jobdate met uitzendconsulenten. De moeilijkheidsgraad verhoogt omdat het gegeven realistischer is gezien het gaat om een echte sollicitatie voor een bestaande job.

Maak contact met de uitzendkantoren in jouw regio

Doe eerst research. Ga na welke uitzendkantoren openstaande vacatures hebben voor de doelgroep van de module. Leg uit wat de doelstelling is en overtuig hen om langs te komen.

Een bijkomende optie is om Travi dé expert in opleiding van uitzendkrachten en kandidaten te contacteren. Zij kunnen je ondersteunen in de verspreiding van de communicatie en het eventuele contact met uitzendkantoren faciliteren.

Uit ervaring weten we dat uitzendkantoren bereidwillig zijn om deel te nemen aan een jobdate omwille van de added value. Het netwerkinitiatief is een win-win voor beide partijen. Zo kan de consulent de database van het uitzendkantoor uitbreiden met nieuwe klanten.

Bereid deelnemers voor

- ✓ Zorg voor een gepersonaliseerd cv.
- ✓ Zorg voor een afgedrukte vacature die realistisch is en past binnen het jobdoelwit.
- ✓ Benadruk een goede hygiëne en voorkomen.
- ✓ Ga aan de slag met de feedback van het sollicitatiegesprek met de vrijwilligers. Creëer een leermoment.

Timemanagement

Organiseer eerst een plenair gedeelte waarbij de uitzendconsulent de openstaande vacatures toelicht. Laat daarna de deelnemers één voor één een sollicitatiegesprek voeren met de consulent. Tussentijd kan de deelnemer de openstaande vacatures ontleden en een selectie maken voor zichzelf.

Debrief de deelnemers

Hierbij is het opnieuw belangrijk om te peilen naar de bevindingen van zowel de mensen met een migratieachtergrond als de consulenten. Vraag zeker feedback over de opstartmogelijkheden van bepaalde deelnemers.

Follow-up

Na één week kan je opnieuw contact opnemen met de aanwezige uitzendkantoren om een update te krijgen over de sollicitaties. Zijn er mensen opgestart? Waren ze op tijd? Begrepen ze alles? Zien de uitzendconsulenten potentieel in de deelnemer? Vraag feedback en ga hiermee aan de slag samen met de desbetreffende deelnemer.

Hoe pak je dit aan?

SAVE THE DATE

1 maand

Begeleider legt contact met desbetreffend uitzendkantoor of Travi om een afspraak in te plannen.

AFSTEMMING

1 week

Begeleider herneemt contact met uitzendconsulent. Het huidige vacatureaanbod wordt afgestemd met het jobdoelwit van de deelnemers.

VOORBEREIDING DEELNEMER

1 à 2 dagen

Deelname lessenreeks

JOBDATE

De uitzendconsulent presenteert het huidige vacatureaanbod klassikaal aan alle deelnemers. Na de presentatie kunnen deelnemers vragen stellen i.v.m. het vacatureaanbod. Geïnteresseerden kunnen direct solliciteren of zich inschrijven in het uitzendkantoor.

EVALUEER

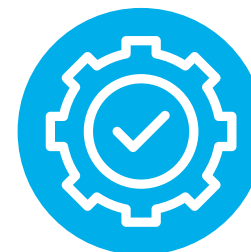
“on the spot”

Bespreek het netwerkinitiatief met de uitzendconsulent. Hij/zij kan waardevolle feedback geven over de deelnemers. Hou een klassikale nabespreking met deelnemers waarbij de feedback van de uitzendconsulent wordt teruggekoppeld.

Omwille van COVID-19 hebben wij onze aanpak van de jobdate met uitzendconsulenten gewijzigd naar een meer digitale manier.

Sinds juni 2021 verlopen de jobdates met uitzendconsulenten online. Dit is in samenwerking en met de ondersteuning van Travi. De voorbereiding voor de deelnemer en de inhoud van de gesprekken blijven ongewijzigd. Maar er is sprake van meer ‘added value’ voor alle betrokken partijen: de mensen met een migratieachtergrond, uitzendconsulenten en de begeleiders van het Oostende2work team.

Alle deelnemers van de bootcamp2work krijgen de kans om zichzelf aan de hand van een kennismakingsgesprek online voor te stellen aan verscheidene uitzendkantoren. Op die manier hoeft het uitzendkantoor zich niet te verplaatsen en hebben meerdere uitzendkantoren de kans om aan te sluiten. Tijdens de gesprekken kan de begeleider van de desbetreffende deelnemer inloggen en het gesprek meevolgen. Zo kan er achteraf constructieve feedback aan de deelnemer worden gegeven en krijgen mensen met een migratieachtergrond inzicht in hun groei en sterke punten, wat bijdraagt tot het proces van zelfinzicht. Dat heeft als gevolg dat toekomstige sollicitatiegesprekken vlotter zullen verlopen.



UITVOERINGSFASE

In de initiatiefase werden de netwerkinitiatieven georganiseerd binnen een vertrouwde setting met een veilige groep. In de uitvoeringsfase worden er concrete stappen gezet richting werkgevers, bedrijven en uitzendkantoren in een meer formele setting.

Als organisatie kan je de mensen met een migratieachtergrond laten deelnemen aan bestaande netwerkinitiatieven of zelf een netwerkinitiatief organiseren. Hieronder geven we een aantal aandachtspunten weer.

Optie A. Deelname aan bestaande netwerkinitiatieven

Breng de bestaande netwerkinitiatieven in kaart binnen jouw regio

- ✓ Jobdates bij VDAB.
- ✓ Jobbeurzen bij VDAB, werkgeversorganisaties,...
- ✓ Schrijf je in voor nieuwsbrieven en evenementenkalenders en blijf op de hoogte van evenementen in jouw buurt.

Wat is de ‘added value’ voor de doelgroep?

- ✓ Zijn er geschikte vacatures die aansluiten op de competenties van de doelgroep?
- ✓ Potentieel op (duurzame) tewerkstelling.

Bereid de doelgroep voor

- ✓ Overloop nogmaals samen het cv.
- ✓ Bereid mensen met een migratieachtergrond voor op mogelijke vragen van potentiële werkgevers.
- ✓ Sta samen stil over de vervoersmogelijkheden. Print de routebeschrijving af of stuur deze door per e-mail.
- ✓ Licht vacatures toe. Focus hierbij vooral op taal.
- ✓ Beslis of je als begeleider al dan niet meegaat met de deelnemer naar het evenement

Nabespreking

- ✓ Bespreek het verloop van het evenement achteraf met de deelnemer tijdens een individueel coachinggesprek. Wat ging goed? Welke werkgevers heeft de deelnemer aangesproken? Aan welke werkgever heeft hij/zij zijn cv afgegeven?

Communiceer en follow-up

- ✓ Contacteer eventueel de organisatoren van het evenement en de bedrijven waar de persoon heeft gesolliciteerd. Vraag feedback. Koppel die feedback terug met de deelnemer en creëer een leermoment.



Optie B. Organiseer zelf een netwerkinitiatief

Gebruik de bouwstenen van een professioneel netwerk als leidraad om je netwerkinitiatief vorm te geven. Het Oostende2work team geeft nog enkele tips.

Zoek partners

Een evenement organiseer je nooit alleen. Zorg dat er voldoende relevante partners willen instappen in jouw verhaal. Maak hierbij opnieuw gebruik van het Quadruple Helix Model.

Communiceer helder

Zorg ervoor dat het evenement duidelijk gecommuniceerd wordt zowel voor de doelgroep als voor de professionele partners. Denk hierbij aan begrijpbare visuals.

Zorg voor een toegankelijk evenement

- ✓ Locatie
- ✓ Tijdstip
- ✓ ...

Bereid goed voor

- ✓ Maak een draaiboek van het verloop van de dag.
- ✓ Bereid mensen met een migratieachtergrond voor (cv, sollicitatiegesprek, hygiëne).
- ✓ Overloop samen met de deelnemer de netwerkvragen.
- ✓ Vergezel de deelnemer tijdens de gesprekken indien nodig/gewenst.

Creëer een waardevol evenement

- ✓ Stel een gevarieerde mix aan partners en werkgevers samen.
- ✓ Creëer een voldoende en gevarieerd vacatureaanbod in functie van de doelgroep.
- ✓ Kies een professionele maar aantrekkelijke setting voor de doelgroep.
- ✓ Maak een timemanagement plan op.
- ✓ Voorzie voldoende catering.
- ✓ Wees creatief: durf 'out of the box' denken

Evalueer

Maak een kritische evaluatie: bevraag de deelnemers en de professionele partners. We diepen het evalueren verder uit in het hoofdstuk evalueren – opvolgen – verankeren.

Follow-up

Neem na 1 week contact op met de aanwezige bedrijven/uitzendkantoren om een update te krijgen over de sollicitaties. Zien de partners/werkgevers potentieel in de mensen met een migratieachtergrond? Zijn er mensen opgestart? Waren ze op tijd? Begrepen ze alles? Vraag feedback en ga hiermee individueel aan de slag tijdens coachinggesprekken.

Op de volgende pagina's tonen we twee praktijkvoorbeelden van netwerkinitiatieven die het Oostende2work team heeft georganiseerd.



Praktijkvoorbeeld Economisch Huis

Oostende Koerse

Gebaseerd op de resultaten van de focusgroepen organiseerde het Economisch Huis een netwerkevenement. Wie nam deel? Deelnemers van de competentieversterkende module, werkende mensen met een migratieachtergrond die in het verleden door het Oostende2work team zijn begeleid en twee uitzendconsulenten van Unique.

Doelstelling Oostende Koerse

Onze ambitie was om een formeel netwerkinitiatief te construeren in een informele setting:

- Een moment waarbij een ontmoeting en uitwisseling tussen tewerkgestelden en werkzoekenden met een migratieachtergrond centraal staat.
- Een gelegenheid waarin tewerkgestelde mensen met een migratieachtergrond hun succeservaringen kunnen delen. Ze fungeren als rolmodel voor mensen met een migratieachtergrond die op zoek zijn naar een job. Daaraan werd de aanwezigheid van uitzendconsulenten gekoppeld.

Het Economisch Huis en zijn medewerkers vormt de 'bridging factor' tussen de deelnemende partijen.

Samenstelling deelnemersgroep

Elke deelnemer van de lessenreeks werd verwacht op het netwerkinitiatief. Op basis van het jobdoelwit van de deelnemers hebben we voorgaande mensen met een migratieachtergrond geselecteerd en uitgenodigd voor het netwerkinitiatief.

Doordat het Oostende2work team reeds 759 personen (september 2021) heeft begeleid op weg naar een duurzame tewerkstelling, beschikken wij over een verscheidenheid aan profielen om een geschikte 'match' te maken.

Vorbereiding

Praktische voorbereiding

➤ Uitnodiging

Het evenement werd één maand op voorhand aangekondigd aan alle deelnemende partijen, telefonisch of tijdens een groepsmoment. Twee weken op voorhand ontving elke deelnemer een papieren uitnodiging.

➤ Locatie

Het netwerkinitiatief vond plaats in de evenementenhal van Oostende Koerse, waar het Economisch Huis toegang had tot een afgesloten sectie. Zo was er voldoende ruimte beschikbaar voor de deelnemers om gesprekken te voeren met elkaar.

»» Catering

Tijdens het evenement konden de deelnemers genieten van de cateringfaciliteiten van Oostende Koerse. Dit vormde opnieuw een gespreksonderwerp tijdens het netwerkiniatief.

Inhoudelijke voorbereiding mensen met een migratieachtergrond

We bereidden onze doelgroep op het netwerkiniatief voor aan de hand van een brainstormmoment tijdens de competentieversterkende module, bootcamp2work. We stonden stil bij mogelijke vragen die je kan stellen aan de tewerkgestelden. Na de brainstorm kreeg elke deelnemer een overzicht van mogelijke vragen om mee te nemen naar het netwerkiniatief.

Verloop

Zowel tewerkgestelden als werkzoekenden met een migratieachtergrond wisselden ervaringen uit over verschillende levensdomeinen: sport, hun zoektocht naar werk, integratie. Mensen met een migratieachtergrond die al eerder werden begeleid, gaven de deelnemers tips & tricks in de zoektocht naar werk. Tegelijk konden de mensen met een migratieachtergrond in een informele setting kennismaken met de uitzendconsulenten. De aanwezigheid van de begeleiders van het Economisch Huis gaf een vertrouwd gevoel bij de werkzoekenden met een migratieachtergrond die nood hebben aan dat extra duwtje in de rug.

Evaluatie Oostende Koerse

Het netwerkiniatief is voor herhaling vatbaar omdat werkenden met een migratieachtergrond fungeren als een rolmodel voor de werkzoekenden. Door in gesprek te gaan met elkaar krijgen ze concrete tips over het zoeken naar werk op de Belgische arbeidsmarkt. Een aandachtspunt voor onszelf was de genderverdeling. Het overgrote deel van de deelnemers waren mannen. Dit kan verschillende redenen hebben: het tijdstip van het evenement, zorgtaken voor de kinderen,... We moeten hiervoor extra aandacht hebben bij toekomstige evenementen. Niettemin was het evenement geslaagd in zijn opzet. Mensen met een migratieachtergrond hebben hun netwerk op persoonlijk en/of professioneel vlak kunnen uitbreiden.



Na het netwerkiniatief Oostende Koerse, wilden we ons als team extra inspannen voor vrouwen met een migratieachtergrond, die niet actief zijn op de arbeidsmarkt. Via dit netwerkiniatief wou het Oostende2work team meer instroom creëren van vrouwelijke deelnemers om zo een evenwicht te vinden bij het genderratio binnen ons deelnemersbestand. Hieronder tonen we ons praktijkvoorbeeld van het netwerkiniatief [women@work](#).



Praktijkvoorbeeld Economisch Huis

Infosessie [women@work](#)



Gebaseerd op de data-analyse van de enquête [women@work](#) organiseerde het Economisch Huis een netwerkiniatief samen met FMDO (Federatie van Mondiale en Democratische organisaties).

Doelstelling [women@work](#)

Dit netwerkiniatief had als doel om niet-actieve Oostendse vrouwen met een migratieachtergrond te inspireren om op de arbeidsmarkt de eerste stappen te zetten. De doelgroep 'outreaching' bereiken en informeren over de Oostendse en Belgische arbeidsmarkt en opleidingsmogelijkheden.

De infosessies bevatten verschillende topics, afhankelijk van het startgesprek en de kennis van de deelnemers over de Belgische en Oostendse arbeidsmarkt. Zo werken we op maat en komen we tegemoet aan de groepsnoden.

De infosessies worden door het Economisch Huis en FMDO, waarbij FMDO optreedt als de toeleider. Het Economisch Huis treedt op als facilitator en voorziet de inhoudelijke invulling. Tijdens of na elke infosessie kunnen geïnteresseerden, indien zij voldoen aan de intakevoorwaarden (Nederlands niveau 1.2 behaald, wonend in Oostende) een traject naar tewerkstelling of opleiding opstarten binnen het Economisch Huis. Het traject wordt in samenspraak en op basis van de noden van de persoon met een migratieachtergrond ingericht.

Vorbereiding

We toetsten de inhoud van de infosessies op voorhand af met de medewerkers van FMDO. Aanvankelijk was de inhoud van de presentatie te weinig visueel en te complex. We vereenvoudigden dit op het niveau van de mogelijkheden van de vrouwen. We stopten de presentatie in een volledig ander jasje. Een jasje dat visueel, eenvoudig en duidelijk is.

Verloop

In totaal organiseerden we 5 sessies, verspreid over 2 maanden. Zowel namiddag- als avondsessies, om zoveel mogelijk deelnemers te bereiken. Het verloop en de inhoud van de sessies waren afhankelijk van de groepsnood. Elke sessie startte met een kennismakingsronde waarbij elke deelnemer zichzelf voorstelde en aangaf waarom zij deelnam aan de sessie. Sommige groepen hadden vooral vragen rond tewerkstelling, andere rond opleiding, nog andere over beide onderwerpen.

Vervolgens startte een plenair groepsleergesprek. Tijdens dit gesprek bespraken we de voor- en nadelen van werk.

Op basis van de groepsnood werden de deelnemers al dan niet in 2 subgroepen gesplitst: werk en opleiding. In de subgroep waarbij het thema tewerkstelling centraal stond, werd de checklist 'basisvoorwaarden om te kunnen starten met werk' toegelicht. In de subgroep 'opleiding' was er een demonstratie over de werking van de opleidingsdatabank van de VDAB. Op die manier zijn de

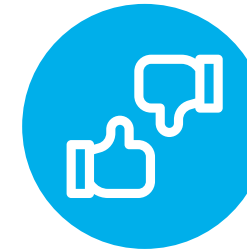
deelnemers na het volgen van de sessie zelfstandig in staat om op zoek te gaan naar een gepaste opleiding. Elke sessie eindigde met een plenair onderdeel. Hier werd het begeleidingsaanbod van het Economisch Huis toegelicht. Na afloop stond het elke deelnemer vrij om een afspraak te maken voor een screeningsgesprek. Een week na elke sessie werden de deelnemers die geen afspraak hadden gemaakt, telefonisch gecontacteerd. Zij konden toch nog een afspraak inplannen.

Evaluatie

Na afloop van elke sessie planden we een nabespreking met de projectmedewerker van FMDO en de medewerkers van het Economisch Huis. We gebruikten daarbij het formulier Evaluatiefase_Professioneel_Netwerkevent_Organisatieniveau als leidraad. Op basis van onze ervaringen voerden we al dan niet aanpassingen uit aan de inhoud van de sessie. We denken hierbij aan het gebruik van een timer in het kader van timemanagement en het opsplitsen in subgroepen. Concreet hebben we met deze actie 60 vrouwen bereikt waarvan er 24 trajecten naar tewerkstelling of opleiding werden opgestart.

Wil je als organisatie een netwerkiniatief organiseren? Laat je inspireren door het Economisch Huis. Je vindt de documenten terug in zowel de toolkit als de bijlagen

TOOLKIT	BIJLAGEN	
  SCAN ME 9_Uitvoeringsfase_Optie B_Organiseer een netwerkiniatief_Checklist	  SCAN ME 7_Uitvoeringsfase_Optie B_Organiseer een netwerkevent_Uitnodiging Oostende Koerse Flyer Oostende Koerse	 SCAN ME 8_Uitvoeringsfase_Optie B_Flyer Juni women@work
 SCAN ME 10_Uitvoeringsfase_Optie B_Organiseer een netwerkevent_Voorbeeld Netwerkvragen	 SCAN ME 9_Uitvoeringsfase_Optie B_infosessie women@work	 SCAN ME 10_Uitvoeringsfase_Optie B_Checklist - basisvoorwaarden tewerkstelling



EVALUATIEFASE

Het evalueren van de netwerkiniatieven is een continu en dynamisch proces. Een proces dat over alle fases van het netwerkmodel heen gaat.

Eenzijds kan je als organisatie het netwerkiniatief evalueren. Anderzijds kan je op deelnemersniveau kijken of de deelnemers gegroeid zijn tijdens de verschillende fases van het netwerkproces.

Evaluatie op organisatieniveau

Als organisatie is het belangrijk om continu af te stemmen met partners zowel voor, tijdens als na het netwerkiniatief. Je kan een aantal belangrijke vragen stellen om de kwaliteit van je evenement te bewaken. We doen dit aan de hand van de verschillende bouwstenen van professioneel netwerken:

- ✓ Was de communicatie duidelijk?
- ✓ Was het netwerkiniatief toegankelijk voor alle partijen qua locatie, timing?
- ✓ Was er voldoende vertrouwen? Hebben de begeleiders hier een duidelijke rol in opgenomen?
- ✓ Was er een meerwaarde/'added-value'?
- ✓ Heb je als organisatie voldoende de 'bridging' rol opgenomen?
- ✓ Hoe verliep de timing?
- ✓ Werden alle deelnemers gelijkwaardig behandeld?
- ✓ ...

Daarnaast zijn er heel wat kwantitatieve criteria die je kan hanteren om een evenement te evalueren:

- Aantal deelnemers
- Aantal partners/bedrijven/organisaties
- Aantal matches tussen werkzoekenden en werkgevers

Wil je als organisatie jouw netwerkiniatief evalueren? Laat je inspireren door het Economisch Huis. Je vindt de documenten terug in de toolkit.



TOOLKIT



SCAN ME

11_Evaluatiefase_Professioneel_Netwerkevenement_Organisatieniveau

Evaluatie op deelnemersniveau

Op deelnemersniveau moet je voldoende aandacht besteden aan evaluatie. Zo kunnen mensen groeien in hun netwerkproces en voldoende zelfinzicht verwerven in zowel hun positieve punten als hun groeipunten. Om de deelnemer zelf voldoende te laten reflecteren over zijn deelname aan de netwerkinitiatieven, is het handig een aantal zaken in acht te nemen:

- Werk met evaluatieformulieren. Laat de deelnemer zelfstandig het evaluatieformulier invullen.
- Zorg voor een uitgebreide nabespreking.
- Stel reflectieve vragen:
 - Wat ging goed? Waarom ging dit goed? Wat ging niet goed? Wat zal je de volgende keer zeker doen?
 - Wat zal je de volgende keer niet doen?
- Creëer vertrouwen en probeer het zelfbeeld van de deelnemer te versterken.
- Communiceer altijd helder en eerlijk met de deelnemer.

Naast een zelfevaluatie van de deelnemer is het voor de organisatie zinvol om over het evenement feedback te vragen aan de deelnemers. De input van de deelnemers is waardevol en kan ervoor zorgen dat toekomstige evenementen nog beter zijn uitgewerkt.

Wil je als organisatie het netwerkinitiatief door jouw deelnemer laten evalueren? Laat je inspireren door het Economisch Huis. Je vindt de documenten terug in de toolkit.



TOOLKIT



12_Evaluatiefase_ Professioneel_ Netwerkevenement_ Deelnemersniveau



Praktijkvoorbeeld Economisch Huis

Evaluatie op deelnemersniveau

Bij elk netwerkinitiatief voldoende feedback vragen én krijgen is van cruciaal belang om te groeien als organisatie. Feedback vragen lijkt soms moeilijk. Als Oostende2work team hebben we dit zo goed mogelijk aangepakt. We hebben ten eerste een feedbackterminal aangekocht. Die plaatsen we centraal bij een evenement of initiatief. Iedere deelnemer staat vrij om de vragen te beantwoorden aan de hand van smileys. We bevragen standaard twee zaken met betrekking tot algemene tevredenheid:

- Wat is jouw algemene tevredenheid?
- Wat vond je van de toegankelijkheid van het evenement?

De deelnemers kunnen een 'smiley' aanduiden. Als organisatie ontvangen we hiervan meteen een digitaal rapport na het evenement.

Daarnaast bevragen we de deelnemers via een digitale enquête. De deelnemer vult deze vragenlijst zelfstandig in om sociaal wenselijke antwoorden te vermijden. Dit gebeurt vaak bij ons op locatie. Zo kunnen we duiding geven bij bepaalde vragen. In deze digitale enquête peilen we naar volgende zaken:

- Wat vond je van de deskundigheid van begeleiders?
- Was de communicatie omtrent het netwerkinitiatief voor jou duidelijk?
- Wat was de meerwaarde voor jou als deelnemer?
- Voelde je je voldoende betrokken?
- Denk je dat jouw professioneel netwerk is vergroot?
- Heb je meer zelfvertrouwen om zelf mensen aan te spreken?
- ...

Wil je als organisatie jouw klanttevredenheid in kaart brengen? Laat je inspireren door het Economisch Huis. Je vindt ons klanttevredenheidsdocument terug in de bijlagen.



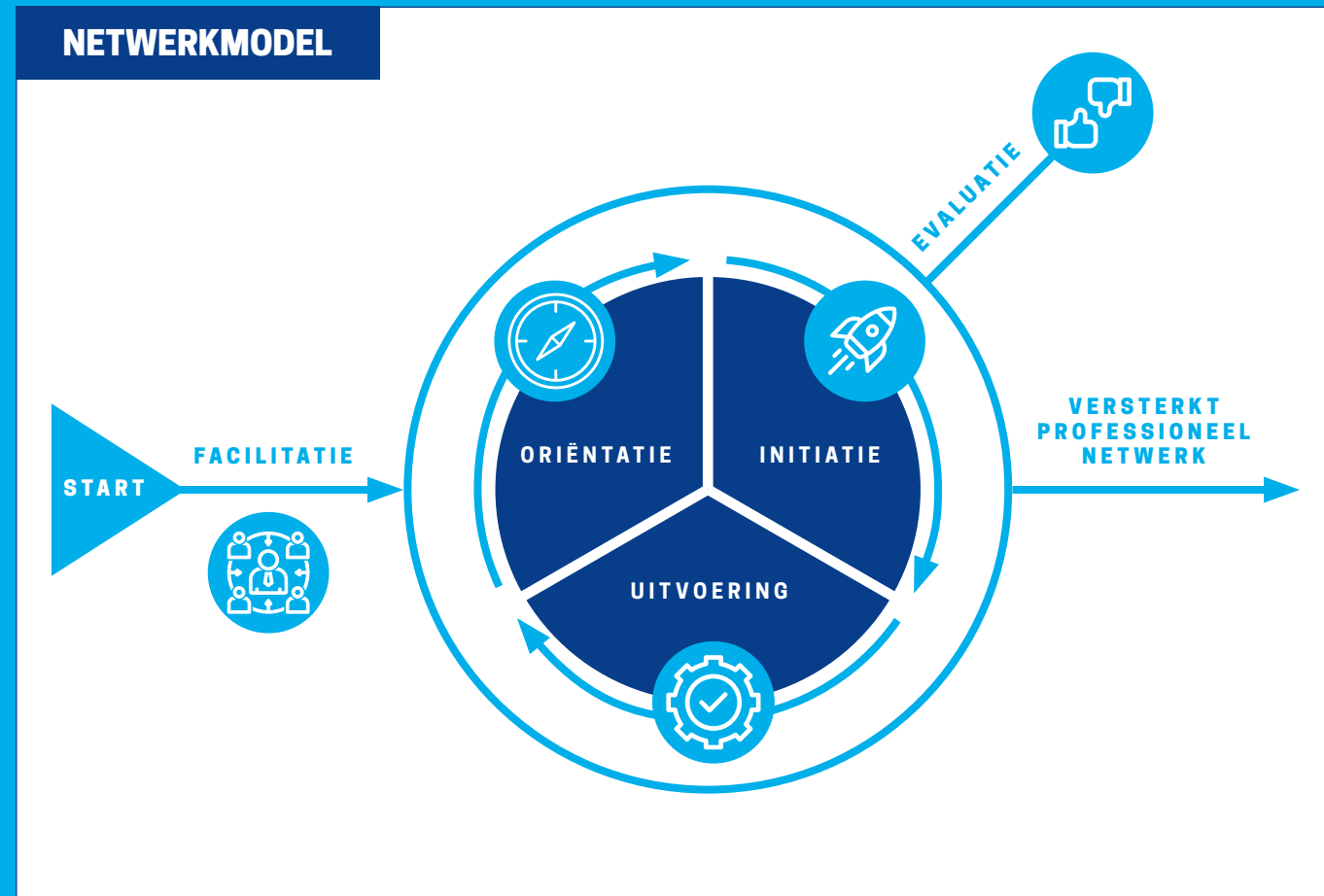
TOOLKIT



13_Evaluatiefase_ Klanttevredenheid invultemplate

3.2 NETWERKMODEL

Nu we alle fases hebben doorlopen, kunnen we het geheel samenvatten in een netwerkmodel. Het netwerkmodel biedt een overzicht van alle fases.



3.3 TOOLKIT

1. FACILITATIEFASE



1 Facilitatiefase_Helix Model

SCAN ME

3. INITIATIEFASE



8 Initiatiefase_Sollicitatienamiddag_Evaluatieformulier_Vrijwilligers

SCAN ME

2. ORIËNTATIEFASE



2 Oriëntatiefase_Optie A_Social Mapping_Stap 1_Individueel gesprek

SCAN ME



3 Oriëntatiefase_Optie A_Social Mapping_Stap 2_helix model

SCAN ME



4 Oriëntatiefase_Optie B_Focusgroepen_Informed Consent

SCAN ME



5 Oriëntatiefase_Optie B_Focusgroepen_Persoonlijke Gegevens

SCAN ME



6 Oriëntatiefase_Optie B_Focusgroepen_Vragenlijst

SCAN ME



7 Oriëntatiefase_Optie C_Enquete_Informed Consent

SCAN ME

4. UITVOERINGSFASE



9 Uitvoeringsfase_Optie B_Organiseer een netwerkevent_Checklist

SCAN ME



10 Uitvoeringsfase_Optie B_Organiseer een netwerkevent_Voorbeeld netwerkvragen

SCAN ME

5. EVALUATIEFASE



11 Evaluatiefase_Professioneel_Netwerkevenement_Organisatieniveau

SCAN ME



12 Evaluatiefase_Professioneel_Netwerkevenement_Deelnemersniveau

SCAN ME



13 Evaluatiefase_Klanttevredenheid

SCAN ME

3.4 BIJLAGEN



SCAN ME

1_Oriëntatiefase_Optie A
Flyer focusgroep



SCAN ME

2_Oriëntatiefase_Optie C
Enquete_Vragenlijst
Women@work



SCAN ME

3_Oriëntatiefase_Optie C
Enquete_PPT analyse resul-
taten_Women@work



SCAN ME

4_Initiatiefase_
Screeningsdocument
algemeen Economisch Huis



SCAN ME

5_Initiatiefase_Flyer
competentieversterkende
lessenreeks



SCAN ME

6_Initiatiefase_Kalender
competentieversterkende
lessenreeks



SCAN ME

7_Uitvoeringsfase_Optie B
Organiseer een netwerke-
vent_Uitnodiging Oostende
Koerse



SCAN ME

8_Uitvoeringsfase_Optie B
Flyer juni Women@work



SCAN ME

9_Uitvoeringsfase_Optie B
Infosessie Women@work



SCAN ME

10_Uitvoeringsfase_Optie B
Checklist_Basisvoorwaarden
tewerkstelling

4. BRONNENLIJST

Bourdieu P.(1980). Le capital social. Notes provisoires. Actes de la recherche en sciences sociales 31 (1), p. 2-3

Carayannis, E.G. and Campbell, D.F.J. (2009). “Mode 3’ and ‘Quadruple Helix’: toward a 21st century fractal innovation ecosystem”. International Journal of Technology Management. 46 (3/4): 201-234. doi:10.1504/IJTM.2009.023374.

Chiswick B.R. & Miller P.W., (2009). The International Transferability of Immigrants’ Human Capital Skills, volume 28, p. 162 – 169

De Cuyper, P., & Vandermeerschen, H. (2018). Mentoring naar werk voor personen van buitenlandse herkomst. Naar een conceptuele afbakening. Leuven: HIVA – KU Leuven

Granovetter M.S., (1977). The Strength of Weak Ties. American Journal of Sociology, Vol. 78, No. 6 (May, 1973), pp. 1360-1380
Published by: The University of Chicago Press

Misner, I., Alexander, D. & Hiliard, B. (2010) Networking like a pro: Turning contacts into connections. Paperback.

Nuyts, K. (2015) Enkele bevindingen uit de lerende netwerken krachtgericht/netwerkgericht werken. Berchem: Steunpunt Algemeen Welzijnswerk.

Van Dooren, G., & De Cuyper, P. (2015). Connect2work, mentoring naar werk. Leidraad voor het opzetten van een mentoring-project naar werk voor hooggeschoolde anderstalige nieuwkomers. Leuven: HIVAKU Leuven

Vlaamse overheid, Agentschap Binnenlands Bestuur & Statistiek Vlaanderen (2020). Lokale Integratie en Inburgeringsmonitor Gemeente Oostende.

**“Networking is not about hunting.
It is not about one-shot meetings.
Networking is about farming.
It’s about cultivating relationships.”**

(Misner, David, & Hilliard, 2010)

Veel succes

met de implementatie
van het netwerkmodel
in jullie organisatie.



COLOFON

Copyright © 2021

AUTEURS

Lynn Vermeersch
Jan Polley
Sofie Coudeville
Hannah Thieuw

Economisch Huis Oostende
Oostende2work
Hendrik Serruyslaan 48
8400 Oostende
www.economischhuis.be

JAAR VAN UITGAVE
2021

DRUK
Eerste druk

ISBN
978-94-644-4713-2

NUR
812 Interculturele communicatie

VORMGEVING
Seamoose

MET DANK AAN
ESF Vlaanderen



