



Jaarplan 2021 stichting FAM!

**Op een Gelijkwaardig,
Zelfredzaam en Gezond
2021!**



Inhoud

Inleiding	3
FAM! in het kort	3
Pijler 1: De gezonde en zelfredzame moeder	4
1.1. Stuurgroep de gezonde & zelfredzame moeder	5
1.2. Tip van de maand	5
Pijler 2: Bewezen succes.....	6
2.1. Kweekvijver Meer Vrouwen in de Politiek	6
2.2. Kweekvijver Digitaal	7
Pijler 3: Vrouwen en techniek	7
3.1. Stuurgroep Vrouwen in de Techniek.....	7
3.2. Conferentie Kunstmatige Intelligentie	8
3.3. Rolmodellen in Beeld.....	9
Pijler 4: Taboes & vooroordelen.....	9
4.1. Het persoonlijke verhaal	9
4.2. Taboes en vooroordelen weerlegt	10
Pijler 5: De weg naar werk.....	10
5.1. Covid-proof.....	10
5.2. Begrijpelijk in beeld	11
Pijler 6: Kennis	12
6.1. Onderzoek	12
6.2. Korte colleges	12
Door alle pijlers heen	13
Limburgers aan het Woord	13
Bestuursfunctie SMOL.....	13
Platform 4VO.....	14
Internationale vrouwendag.....	14
Nieuwjaarsbijeenkomst.....	15

Inleiding

Met een nieuw meerjarenbeleidsplan en vol energie en ambitie wordt er met veel plezier uitgekeken naar 2021. Zoals u in ons meerjarenbeleidsplan heeft kunnen lezen gaat FAM! zich de komende jaren voornamelijk richten op zes pijlers: de gezonde en zelfredzame moeder, bewezen succes, vrouwen en techniek, taboes & vooroordelen, de weg naar werk en kennis. Waar we u in ons meerjarenbeleidsplan per pijler meenamen in het waarom en de beoogde outcome, nemen wij u in dit jaarplan mee in het hoe. Per pijler wordt de beoogde output beschreven. Tevens zullen wij daarbij aandacht geven aan de beoogde partners en de kwalitatieve en kwantitatieve effectmeting van deze beoogde output.

U zult zien dat we in gaan zetten op duurzaamheid en een groter bereik. Lang niet iedereen is altijd even mobiel. Fysieke of financiële beperkingen, aan huis gebonden zijn in verband met kinderen of wellicht een tweede golf Covid-19 besmettingen kunnen mobiliteit beperken. Fysieke bijeenkomsten zijn daarom niet aan iedereen besteed. Wij willen voorkomen dat we hierdoor een belangrijke doelgroep niet bereiken. Door in te gaan zetten op online activiteiten, kunnen wij niet alleen een grotere doelgroep bereiken en zo meer vrouwen in hun kracht zetten, tevens zijn de meeste online activiteiten langdurig beschikbaar en daarmee duurzamer.

Samenwerking en duurzaam zelfredzaam blijven de kernbegrippen die aan de basis liggen van al onze werkzaamheden. Net als ons streven zo veel mogelijk vraaggestuurd te werken.

In het meerjarenbeleidsplan brachten wij onderscheid aan in drie verschillende doelgroepen: de kwetsbaren, de middengroep en de hoogopgeleiden, met een accentverschuiving naar de kwetsbaren en de middengroep. Deze lijn trekken wij door in dit jaarplan.

We sluiten dit jaarplan af met het hoofdstuk 'Door alle pijlers heen', waarin de activiteiten besproken worden die niet specifiek tot één pijler toebehoren.

FAM! in het kort

Missie: Kracht door samenwerking, diversiteit in haar netwerk en solidariteit tussen vrouwen; FAM! maakt een verschil.

Visie: Een Limburg zonder genderkloof.

Kernwaarden:

- Economische zelfstandigheid: een voorwaarde voor een zelfredzaam en (financieel) gezond leven is economische onafhankelijkheid.
- Gelijkwaardigheid: mannen en vrouwen zijn niet altijd gelijk, maar wel gelijkwaardig.
- Met elkaar: de aanpak van genderongelijkheid doen we vooral met elkaar. Verbinden, samenwerken en groeien.
- Respect voor verschillen: laat iedereen eigen keuzes maken in het leven, maar zorg voor bewustwording van de (eventuele) gevolgen die keuzes kunnen hebben.
- Weerbaarheid: door vrouwen sterker te maken, maken ze het ook voor zichzelf veiliger. Bewustwording van de huidige positie van vrouwen.

Het DNA: Positief en krachtig. Uitgaande van de kracht van de vrouw.

Eerste & tweede lijn: FAM! zet zich zowel eerste- als tweedelijns in. Het werkt immers het beste als er van beide kanten aan genderongelijkheid gewerkt wordt. Zo werkt FAM! enerzijds, eerstelijns,

direct met de doelgroep. Vrouwen worden, door middel van bijvoorbeeld trainingen, in hun kracht gezet en vooruit geholpen. Aan de andere kant, tweedelijns, worden de politiek en maatschappij bewust gemaakt van de genderongelijkheden die er op dit moment nog zijn, zodat ook zij hier op kunnen inspelen. FAM! zet zich daarbij in om het thema blijvend te agenderen. Op alle terreinen stimuleert FAM! om tot actie over te gaan.

Kader: FAM! zet zich voornamelijk in voor vrouwen, om hen in hun kracht te zetten. Echter is FAM! niet exclusief op vrouwen gericht, maar zien we het vrouwenvraagstuk als een onderdeel van diversiteit en inclusie.

Good governance: FAM! is een stichting die ernaar streeft om in alle gevallen aan de beginselen van de Governancecode Welzijn & Maatschappelijke Dienstverlening te voldoen.



Pijler 1: De gezonde en zelfredzame moeder

Een vrouw is als moeder vaak nog steeds de spin in het web binnen een gezin. Zij is meestal degene die bepaalt wat er gegeten wordt en waar de focus op ligt binnen een gezin. Daarnaast fungeert zij ook als voorbeeld voor haar kinderen hoe als volwassen vrouw in het leven te staan. Kortom, haar invloed op de volgende generatie is daarmee niet te onderschatten. Grote kans dat haar levensstijl ook de levensstijl wordt van haar kinderen, op z'n minst grotendeels. Dit is echter lang niet altijd de gezonde en goede levensstijl die we als maatschappij voor ogen hebben. Hoewel hierbij vaak met een verwijtende vinger wordt gewezen, is het niet altijd een gevolg van onwil, maar veel vaker nog een gevolg van onkunde. Als een ouder, in dit geval een moeder, niet weet hoe ze gezond moet koken en eten, economisch zelfredzaam kan zijn of überhaupt met geld om moet gaan, hoe kunnen we dit dan van haar kind verwachten? Door in te zetten op moeders, helpen wij niet alleen hen verder, maar wordt ook de cirkel doorbroken en wordt er tevens ingezet op een positief gezonde en zelfredzame nieuwe generatie.

Kernwaarden: economische zelfstandigheid, gelijkwaardigheid, met elkaar, respect voor verschillen, weerbaarheid.

Doelgroep: De kwetsbaren en de middengroep.

1.1. Stuurgroep de gezonde & zelfredzame moeder

Er bestaan al een hoop organisaties, initiatieven en activiteiten op dit onderwerp. Zij zijn echter lang niet altijd van elkaar op de hoogte. In 2021 worden daarom de verbindingen gelegd en een stuurgroep opgezet met de verschillende stakeholders op het gebied van gezondheid en ouderschap in Limburg. De krachten worden gebundeld en er wordt van elkaar geleerd. De vragen 'wat is er?', 'wat gebeurt er al?' en 'wat is er nog nodig?' worden beantwoord en een plan van aanpak voor de komende jaren wordt opgesteld. Het is hierbij cruciaal dat de doelgroep zelf bij het beantwoorden van de derde vraag 'wat is er nog nodig?' wordt betrokken. De Social Design Thinking methode kan hierbij helpen om dit goed in kaart te brengen.

Beoogde output:

In 2021 wordt er:

- Een overzicht gemaakt van de huidige situatie op dit gebied in Limburg, inclusief de witte vlekken.
- Een plan van aanpak SMART opgesteld, in samenwerking met belangrijke stakeholders op het gebied van gezondheid en ouderschap in Limburg.

Beoogde partners:

Beoogde partners hierbij zijn de consultatiebureaus, Limburg Positief Gezond (inclusief kernpartners), de Gezonde Basisschool, moedercentra.

Beoogde effectmeting:

In het jaar 2021 wordt er, met betrekking tot deze activiteit, voornamelijk gezaaid. Het oogsten zal in 2022 volgen, waarbij het Plan van Aanpak ten uitvoer wordt gebracht. Effectmeting zal dan ook pas in 2022 kunnen plaatsvinden.

1.2. Tip van de maand

Iedere maand wordt er een filmpje gemaakt met gezondheid tips op het gebied van voeding, welbevinden, lichaam of financiën. Denk hierbij bijvoorbeeld aan gezonde recepten voor weinig geld, waarbij tevens aansluiting wordt gezocht bij andere culturen. De filmpjes zijn laagdrempelig en

concreet en worden in samenwerking met de doelgroep zelf gemaakt. Het eindresultaat wordt vervolgens niet alleen op social media uitgezet, maar tevens naar verschillende stakeholders gestuurd zodat zij deze direct bij de doelgroep onder de aandacht kunnen brengen.

Beoogde output:

In 2021 worden minimaal 12 filmpjes gemaakt en uitgezet ter bevordering van gezondheid en zelfredzaamheid van moeders.

Beoogde partners:

SMKK, moedercentra, Stichting Lezen & Schrijven, buurthuizen, Buro Prinor.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: Per filmpje worden minimaal 10.000 mensen in Limburg bereikt.

Kwalitatief: Door middel van een online poll die wordt uitgezet, wordt bekeken in hoeverre de filmpjes daadwerkelijk impact hebben gehad.

Pijler 2: Bewezen succes

De kweekvijvers hebben de afgelopen jaren hun succes bewezen. Van de 111 deelnemers tot nu toe, zijn er inmiddels meer dan 50 vrouwen politiek actief of actief geweest. De meeste vrouwen komen oorspronkelijk uit het middenkader. Ze hebben veel in hun mars, maar niet het netwerk, het zelfvertrouwen of de juiste handvatten om dit om te zetten naar succes. De kweekvijvers gaan dan ook worden opgeschaald. Per jaar zal worden gekeken naar de behoefte van de insteek van deze kweekvijvers. In aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen van 2022 is het logisch om in 2021 deze te richten op meer vrouwen in de politiek. Andere jaren kan de insteek veel algemener zijn of juist op een specifiek ander veld. Tevens gaat er ook extra aandacht komen om vrouwen uit de kwetsbare groep hierbij te betrekken. Denk hierbij bijvoorbeeld aan vrouwelijke statushouders.

Kernwaarden: economische zelfstandigheid, gelijkwaardigheid, weerbaarheid.

Doelgroep: De kwetsbaren, de middengroep en de hoog opgeleiden.

2.1. Kweekvijver Meer Vrouwen in de Politiek

Met het oog op de gemeenteraadsverkiezingen in 2022 is het van belang om vrouwen in 2021 al klaar te stomen om de stap naar de lokale politiek te zetten. Middels een cursus van drie volle zaterdagen wordt een groep vrouwen in hun kracht gezet; politieke vaardigheden worden geleerd en handvatten en zelfvertrouwen gegeven om zichzelf verkiesbaar te stellen voor de verkiezingen. Vragen als 'Wat houdt de lokale politiek precies in?' en 'Welke eigenschappen en vaardigheden zijn binnen de lokale politiek van belang?' worden beantwoord.

Beoogde output:

In de eerste helft van 2021 wordt de Kweekvijver Meer Vrouwen in de Politiek georganiseerd, waarbij 22 vrouwen deelnemen.

Beoogde partners:

Net als voorgaande jaren zullen we dit in ieder geval in samenwerking met SMKK en Debat.nl gaan organiseren. Andere beoogde partners zijn VluchtelingenWerk en Limburgse politici.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: 22 vrouwen nemen deel aan de Kweekvijver, waaronder twee statushouders en minimaal twee vrouwen onder de 30 jaar.

Kwalitatief: minimaal 11 deelnemers stellen zich daadwerkelijk verkiesbaar voor de gemeenteraadverkiezingen van 2022.

2.2. Kweekvijver Digitaal

Naast de fysieke bijeenkomsten, komen er ook korte webinars en vlogs van ervaringsdeskundigen uit het veld. Zij geven inzicht in wat er komt kijken bij het bedrijven van (lokale) politiek, creëren bewustwording van het belang van politiek en stimuleren om ook de stap te zetten om politiek actief te worden.

Beoogde output:

In 2021 worden er minimaal zes filmpjes opgenomen en online uitgezet ter bevordering van politieke participatie.

Beoogde partners:

(Aankomende) Limburgse politici.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: Per filmpje worden minimaal 10.000 mensen in Limburg bereikt.

Kwalitatief: De ervaringsdeskundigen worden gevraagd naar de impact van hun webinar of vlog; of zij naar aanleiding hiervan door andere mensen zijn benaderd.

Pijler 3: Vrouwen en techniek

De huidige samenleving leunt voor een groot deel op techniek. Dat grotendeels mannen in deze sector werken¹ is om verschillende redenen niet bevorderlijk voor gendergelijkheid. Buiten de loonkloof heeft het bijvoorbeeld ook impact op de uitvoer van kunstmatige intelligentie.² Hoewel hier al veel projecten over zijn geweest, ging het hier vaak om losstaande projecten die vóór de doelgroep in plaats van met de doelgroep zijn bedacht. FAM! gaat dit daarom anders doen. Limburg heeft op het gebied van techniek een hoop te bieden met o.a. Chemelot, Brightlands en de vele onderwijsinstellingen. In samenwerking met verschillende partners gaan de verbindingen worden gelegd en een duurzaam meerjarenproject worden gestart.

Kernwaarden: economische zelfstandigheid, gelijkwaardigheid, met elkaar.

Doelgroep: De middengroep en de hoogopgeleiden.

3.1. Stuurgroep Vrouwen in de Techniek

Om een gezamenlijke en duurzame aanpak te realiseren, waarbij zowel de belangrijke 'technische' stakeholders, als de doelgroep zelf, vrouwen, bij betrokken zijn, wordt er een stuurgroep opgericht met de belangrijkste stakeholders in Limburg. Hierbij wordt gekeken naar wat er op dit gebied al

¹ Janssen M. (2015, 9 april) Nederland heeft minste vrouwen in de techniek. [De Ingenieur] Geraadpleegd van: <https://www.deingenieur.nl/artikel/nederland-heeft-minste-vrouwen-in-de-techniek>

² Harbers, M. (2020, 22 september) Algoritmes versterken genderongelijkheid. [Sociale Vraagstukken] Geraadpleegd van <https://www.socialevraagstukken.nl/algoritmes-versterken-genderongelijkheid/>

gedaan is en waar de behoefte precies ligt. Naar aanleiding van de uitkomst hiervan wordt er een plan van aanpak opgesteld.

Beoogde output:

In 2021 wordt er:

- Een overzicht gemaakt van de huidige situatie op dit thema in Limburg, inclusief de witte vlekken.
- Een plan van aanpak SMART opgesteld, in samenwerking met belangrijke stakeholders op het gebied van vrouwen in de techniek in Limburg.

Beoogde partners:

De Open Universiteit, Zuyd Hogeschool, Vista college, Brightlands, Chemelot, Techniekcoalitie Limburg, vertegenwoordiging middelbare scholen.

Noot: de meerderheid van deze beoogde partners hebben reeds hun samenwerking met de stuurgroep toegezegd.

Beoogde effectmeting:

In het jaar 2021 wordt er, met betrekking tot deze activiteit, voornamelijk gezaaid. Het oogsten zal in 2022 volgen, waarbij het Plan van Aanpak ten uitvoer wordt gebracht. Effectmeting zal dan ook pas op zijn vroegst in 2022 kunnen plaatsvinden.

3.2. Conferentie Kunstmatige Intelligentie

Wat kunstmatige intelligentie precies inhoud is voor een hoop mensen onbekend. Echter, kunstmatige intelligentie is de toekomst en maakt nu al deel uit van alledaagse en belangrijke zaken in de maatschappij. Iedereen, zij het vaak onbewust, heeft er mee van doen. Kunstmatige intelligentie versterkt echter gender ongelijkheid. In samenwerking met het Vista college, de Open Universiteit en Hogeschool Zuyd gaat FAM! daarom een conferentie organiseren over dit onderwerp, om zo bewustzijn te creëren op de voordelen, maar ook op de nadelen en de gevolgen van kunstmatige intelligentie.

Noot: Deze activiteit stond reeds in het jaarplan van 2020, waarbij er al verregaande voorbereidingen hadden plaatsgevonden om de conferentie op 20 november 2020 te laten plaatsvinden. In verband met Covid-19 is echter besloten om deze niet door te laten gaan. Alle betrokken partijen zijn evenwel van mening dat, gezien het belang van het onderwerp, de conferentie alsnog in 2021 georganiseerd dient te worden.

Beoogde output:

Op 24 september 2021 vindt bij Brightlands de conferentie plaats over de impact van kunstmatige intelligentie op de maatschappij.

Beoogde partners:

Vista college, de Open Universiteit, Zuyd Hogeschool en Brightlands.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: 200 personen nemen deel aan de conferentie op 24 september 2021.

Kwalitatief: door middel van een enquête worden aanwezigen gevraagd naar hun ervaring en opgedane kennis.

3.3. Rolmodellen in Beeld

Beter goed gejat, dan slecht bedacht. Waarom iedere organisatie zelf het wiel laten uitvinden, als zij kunnen leren en kopiëren van goede voorbeelden? FAM! gaat daarom een podium bieden aan vrouwvriendelijke technische bedrijven en andere rolmodellen uit de techniek. Wat er goed is aan het voorbeeld en hoe ze dit bereikt hebben wordt gefilmd. Hierbij worden ook de obstakels en fouten tijdens hun weg hiernaartoe belicht.

Beoogde output:

In 2021 worden minimaal 6 filmpjes gemaakt en uitgezet met goede voorbeelden ter bevordering van vrouwen in de techniek.

Beoogde partners:

Nader te bepalen. De partners uit de stuurgroep Vrouwen in de Techniek zullen hier uiteraard in ieder geval bij betrokken worden.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: Per filmpje worden minimaal 10.000 mensen in Limburg bereikt.

Kwalitatief: De bedrijven en rolmodellen uit de filmpjes worden gevraagd naar de impact van hun filmpje; of zij naar aanleiding hiervan door andere mensen of bedrijven zijn benaderd.

Pijler 4: Taboes & vooroordelen

Op veel vrouwenzaken liggen nog taboes, terwijl kennis en herkenning hierover veel onzekerheid en stress kunnen wegnemen. Mensen zijn zich dikwijls niet bewust over wat er komt kijken bij seksualiteit, moederschap, de overgang en vele andere zaken. Daarnaast heersen er ook veel vooroordelen in de maatschappij, die voor verwijten en onbegrip zorgen. Iemand met psychische problemen, een fulltime werkende moeder, een niet werkende moeder; zij kunnen allemaal op veel onbegrip rekenen. Het gaat echter niet alleen om vrouwenzaken. We zullen daarom dit thema breder trekken naar diversiteit en inclusie in het algemeen. Of het nu over taboes of vooroordelen gaat, het je overkomt, je het simpelweg bent of omdat het een gevolg is van een gemaakte levenskeuze; het is hoog tijd voor wat meer openheid en begrip. Door open te zijn op een persoonlijke manier, onderlegd met feiten, komt er niet alleen herkenning en rust bij de doelgroep zelf, maar ook begrip en solidariteit bij de omgeving.

Kernwaarden: gelijkwaardigheid, met elkaar, respect voor verschillen, weerbaarheid.

Doelgroep: De kwetsbaren, de middengroep en de hoogopgeleiden.

4.1. Het persoonlijke verhaal

In de huidige maatschappij, waarin het op sociale media lijkt alsof iedereen een leven leidt dat alleen maar over rozengeur en maneschijn gaat, is het nodig dat er een open, eerlijk en realistisch tegengeluid komt. Mensen die vooroordelen zelf ervaren hebben of te maken hebben met een taboe, vertellen hun persoonlijke verhaal. Deze vullen ze aan met een gouden tip, een do en een don't. Hun verhalen worden op onze website en via verschillende online kanalen verspreid. Op deze manier willen wij een hoop mensen laten weten dat zij echt niet de enigen zijn die sommige zaken anders ervaren dan dat de meesten laten blijken.

Beoogde output:

In 2021 worden er minimaal 12 persoonlijke verhalen online gedeeld over taboes of vooroordelen.

Beoogde partners:

Nader te bepalen. Dit zullen voornamelijk individuen zijn, in plaats van organisaties.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: Per online verhaal worden minimaal 10.000 mensen in Limburg bereikt.

Kwalitatief: Door middel van een online poll die wordt uitgezet, gecombineerd met reacties op online posts, wordt bekeken in hoeverre de filmpjes daadwerkelijk impact hebben gehad.

4.2. Taboes en vooroordelen weerlegd

Sommige taboes zijn te groot om mensen bereid te vinden om deze openlijk te delen, bijvoorbeeld bepaalde taboes omtrent de overgang of vrouwenbesnijdenis. Daarnaast zijn sommige vooroordelen te hardnekkig om ze met persoonlijke verhalen weg te nemen. Daarom komen er een aantal aanvullende webinars waar specialisten aan het woord komen om deze taboes te doorbreken en vooroordelen te weerleggen.

Beoogde output:

In 2021 worden minimaal 4 webinars over taboes of vooroordelen gemaakt en uitgezet.

Beoogde partners:

Nader te bepalen.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: Per webinar worden minimaal 10.000 mensen in Limburg bereikt.

Kwalitatief: Door middel van een online poll die wordt uitgezet, gecombineerd met reacties op online posts, wordt bekeken in hoeverre de webinars daadwerkelijk impact hebben gehad.

Pijler 5: De weg naar werk

Werk is niet alleen van belang voor financiële gezondheid en onafhankelijkheid, maar ook voor mentale gezondheid. Voor een hoop vrouwen is het echter niet eenvoudig om aan de slag te gaan. Zo ontbreekt bij veel vrouwen, denk bijvoorbeeld aan vrouwelijke statushouders, een netwerk of kennis hoe dit aan te pakken. Ook voor vrouwen die er, om wat voor een reden dan ook, een aantal jaar tussenuit zijn geweest, is het vaak een hele drempel om weer aan de slag te gaan. Daarnaast is er door Covid-19 nu een groep die zich zal moeten omscholen. Door vrouwen in hun kracht te zetten, zelfvertrouwen te geven en een steuntje in de rug te bieden wordt het voor hen haalbaarder om effectief aan het werk te gaan of om zich daadwerkelijk om te scholen.

Kernwaarden: economische zelfstandigheid, gelijkwaardigheid, met elkaar, respect voor verschillen, weerbaarheid.

Doelgroep: De kwetsbaren en de middengroep.

5.1. Covid-proof

Covid-19 heeft de wereld op zijn kop gezet. Wat voorheen succes gegarandeerd was, is nu niet meer van belang en andersom. Dit is ook van toepassing op de arbeidsmarkt. Juist in de sectoren waar nu

de hardste klappen vallen, zijn vrouwen oververtegenwoordigd.³ Aangezien dit niet binnen een korte tijd zal herstellen, is het van belang dat een groot gedeelte zich om gaat scholen naar sectoren waar juist krapte heerst. Hoe kunnen kwaliteiten die nodig zijn in de horeca worden toegepast in bijvoorbeeld de zorgsector? In samenwerking met verschillende partners, waaronder werkgevers, zal een omscholingstraject worden opgesteld en wordt er met een groep vrouwen aan de slag gegaan om hen ook in het nieuwe normaal weer aan het werk te krijgen of aan het werk te houden.

Beoogde output:

In 2021:

- Wordt er een omscholingstraject opgesteld voor vrouwen die werkzaam zijn of waren in de sectoren die door Covid-19 het hardst getroffen zijn.
- Start minimaal één groep aan het omscholingstraject.

Beoogde partners:

Nader te bepalen.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: Minimaal 10 vrouwen nemen deel aan het omscholingstraject.

Kwalitatief: Minimaal de helft van de vrouwen die deelneemt aan het omscholingstraject vindt een nieuwe baan.

5.2. Begrijpelijk in beeld

Er zijn al veel filmpjes en handleidingen online als het gaat over het vinden van werk. Deze zijn alleen lang niet voor iedereen te begrijpen. Een taalbarrière, maar ook een cultuurbarrière zorgen ervoor dat een belangrijke doelgroep niet online geholpen wordt. Door op een laagdrempelige manier, en in samenwerking met de doelgroep zelf, de basisbeginselen uit te leggen, wordt deze vooralsnog niet bereikte doelgroep alsnog voorzien in hun behoefte.

Beoogde output:

In 2021 worden er minimaal 4 filmpjes gemaakt en uitgezet met eenvoudige uitleg over de Nederlandse basisbeginselen van het vinden van werk. Ze zullen tevens gedeeld worden met instanties die met de beoogde doelgroep van doen hebben.

Beoogde partners:

SMKK en VluchtelingenWerk.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: Per filmpje worden minimaal 5.000 mensen in Limburg bereikt.

Kwalitatief: Een enquête wordt uitgezet naar de verschillende instanties met wie we de filmpjes hebben gedeeld. Daarnaast wordt er gekeken naar de reacties op online posts, in hoeverre de filmpjes daadwerkelijk impact hebben gehad.

³ De Nieuws BV. (2020, 26 mei) Vooral vrouwen dreigen de dupe te worden van ontslaggolf door coronacrisis. [NPO radio1] Geraadpleegd van <https://www.nporadio1.nl/binnenland/24070-vooral-vrouwen-dreigen-de-dupe-van-ontslaggolf-door-coronavirus>

Pijler 6: Kennis

Het is cruciaal om adequate kennis als basis te hebben. Waar zitten de genderongelijkheden en waar is al wel gelijkheid bereikt? Zijn er witte vlekken? Wat is de impact van Covid-19 op de gendergap in Limburg? Wat zijn vandaag de dag de vrouwenvraagstukken die in de Limburgse maatschappij spelen? Een grote valkuil in het professionele leven zijn aannames. Als werk gebaseerd wordt op aannames in plaats van gedegen kennis, is het onduidelijk of alle werkzaamheden überhaupt wel nut hebben. Tevens wordt er dan ingezet op symptoombestrijding in plaats van het aanpakken van de oorzaak. Goede kennis die voortkomt uit gedegen onafhankelijk onderzoek ondersteunt ook de bewustwording en mogelijke agendering van het gender vraagstuk.

Kernwaarden: gelijkwaardigheid.

Doelgroep: De kwetsbaren, de middengroep en de hoogopgeleiden.

6.1. Onderzoek

Hoe staat het met de genderkloof in Limburg? Om hier een goed antwoord op te krijgen is er een gedegen en onafhankelijk onderzoek nodig. Naast dat stichting FAM!, met nog geen 2fte, hier geen tijd voor heeft, zou dat ook niet objectief zijn als wij zo'n onderzoek zelf uit zouden voeren. Daarom wordt er gekeken wie dit onderzoek zou kunnen uitvoeren. Tevens worden verschillende andere organisaties in Limburg, die zich bezig houden met het diversiteit & inclusie vraagstuk of een onderdeel daarvan, gevraagd om hier bij aan te sluiten, om zo het onderzoek in een breder perspectief en context te kunnen trekken.

Beoogde output:

In 2021 vindt er een onafhankelijk onderzoek plaats met in ieder geval resultaten over de status van de genderkloof in Limburg. De resultaten van het onderzoek worden wijdverbreid in Limburg verspreid. Indien mogelijk zal dit onderzoek verbreed worden naar diversiteit en inclusie in Limburg.

Beoogde partners:

SMKK, PPD, COC Limburg en een nader te bepalen onderzoeksinstituut.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: De resultaten worden naar alle politici in Limburg en verschillende media gemaild.

Tevens worden online minimaal 25.000 mensen in Limburg bereikt.

Kwalitatief: Door middel van een online poll die wordt uitgezet, gecombineerd met reacties op online posts, wordt bekeken in hoeverre de resultaten van het onderzoek daadwerkelijk hebben bijgedragen aan grotere bewustwording op het gebied van de genderkloof in Limburg en eventueel diversiteit in het algemeen.

6.2. Korte colleges

Als organisatie krijgen we veelal de vraag of opmerking dat anno 2020 gendergelijkheid toch helemaal niet meer zo'n issue is. Met korte online colleges waarbij we specifiek ingaan op onderwerpen die ons allemaal aangaan, geven we inzicht in de impact van genderongelijkheid op het dagelijkse leven van iedereen.

Beoogde output:

In 2021 worden minimaal 4 korte colleges over onderwerpen met betrekking tot genderongelijkheid gemaakt en gedeeld.

Beoogde partners:

Nader te bepalen.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: Per college worden minimaal 10.000 mensen in Limburg bereikt.

Kwalitatief: Door middel van een online poll die wordt uitgezet, gecombineerd met reacties op online posts, wordt bekeken in hoeverre de colleges daadwerkelijk impact hebben gehad.

Door alle pijlers heen

Naast de verschillende projecten en activiteiten onder de verschillende pijlers zijn er ook een aantal activiteiten die door alle pijlers heen lopen of horen bij het zijn van een maatschappelijke organisatie dat zich richt op het gendervraagstuk.

Limburgers aan het Woord

Vaak wordt er automatisch naar de witte man van middelbare leeftijd gekeken als er een persoon wordt gezocht die een bepaalde voorbeeldfunctie vervult. Echter zijn er ook legio rolmodellen met een ander profiel. Zij zijn alleen niet altijd goed zichtbaar. FAM! vond het hoog tijd om hen voor het voetlicht te zetten en iedereen, van jong tot oud, te laten zien dat Limburg rijk is aan talloze rolmodellen die vrouw zijn of een andere achtergrond hebben. Dit wordt gedaan door middel van interviews die we online uitzetten. Wegens een groot succes het afgelopen jaar wordt dit project ook in 2021 voortgezet. De ene keer heeft het verhaal van de persoon in kwestie betrekking op techniek, de andere keer taboes en vooroordelen en weer een andere keer op werk of zelfredzaamheid.

Kortom, alle pijlers komen in dit project naar voren.

Kernwaarden: economische zelfstandigheid, gelijkwaardigheid, met elkaar, respect voor verschillen, weerbaarheid.

Doelgroep: De kwetsbaren, de middengroep en de hoogopgeleiden.

Beoogde output:

In 2021 vinden er minimaal 12 interviews plaats en worden de verhalen van deze rolmodellen online uitgezet.

Beoogde partners:

Verschillende individuen, waaronder vertegenwoordigers van diverse organisaties.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: Per interview worden minimaal 10.000 mensen in Limburg bereikt.

Kwalitatief: De geïnterviewden worden gevraagd naar de impact van het interview; of zij naar aanleiding hiervan door andere mensen benaderd zijn.

Bestuursfunctie SMOL

FAM! heeft samenwerking met andere maatschappelijke organisaties hoog in het vaandel staan.

Naast de structurele samenwerkingspartners streeft FAM! naar een intensievere en doelmatigere samenwerking op alle niveaus en beleidsthema's. SMOL heeft de ambitie om als overkoepelende organisatie de onderlinge samenwerking structureel en intensief te verbeteren en de kernwaarden van de Limburgse Maatschappelijke Organisaties naar buiten toe te vertegenwoordigen. FAM! is

daarom in het bestuur vertegenwoordigd om zo een belangrijke bijdrage te kunnen leveren aan deze ontwikkeling.

Kernwaarden: met elkaar, respect voor verschillen.

Doelgroep: De kwetsbaren, de middengroep en de hoogopgeleiden.

Beoogde output:

In 2021 wordt er geïnvesteerd in een bredere samenwerking en kennisdeling. Waarbij extra wordt ingezet op het leggen van meer verbindingen tussen maar zeker ook buiten de Maatschappelijke Organisaties. Zo wordt er ook samenwerking gezocht met het bedrijfsleven. Daarnaast levert FAM! een actieve bijdrage in het ontwikkelen van een promotieactiviteit rondom de verkiezingen om meer mensen naar de stembus te leiden.

Beoogde partners:

Alle Maatschappelijke Organisaties in Limburg en andere stakeholders op het gebied van maatschappelijke betrokkenheid.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: Er zijn tien nieuwe samenwerkingen aangegaan door bemiddeling van SMOL.

Kwalitatief: Door middel van een online poll die wordt uitgezet wordt gekeken of de promotieactiviteit rondom de verkiezingen daadwerkelijk impact heeft gehad.

Platform 4VO

Zoals bijna ieder jaar wordt ook komend jaar, gezamenlijk met de andere vrouwenorganisaties, een bijeenkomst georganiseerd. Het exacte onderwerp is nog niet bekend, maar zeker is dat de inmiddels vier vrouwenorganisaties van Limburg hun handen weer ineen gaan slaan om hier een succesvolle bijeenkomst van te maken.

Kernwaarden: gelijkwaardigheid, met elkaar, respect voor verschillen, weerbaarheid.

Doelgroep: De kwetsbaren, de middengroep en de hoogopgeleiden.

Beoogde output:

In 2021 vindt er minimaal één gezamenlijke activiteit plaats.

Beoogde partners:

SMKK, Zij Actief en LKV

Beoogde effectmeting:

Aangezien dit een gezamenlijke activiteit is, dient de activiteit nog besproken te worden, waarna er pas gekeken kan worden naar de in te zetten effectmeting.



Internationale vrouwendag

Deze historische dag die in het teken staat van vrouwenrechten kunnen we als FAM! natuurlijk niet zomaar aan ons voorbij laten gaan. Op deze dag staan wij dan ook stil bij de nog bestaande genderkloof. De exacte invulling van deze activiteit zal later ingevuld worden, waarbij we de mogelijkheid open houden om in te spelen op de actualiteit.

Kernwaarden: Nader te bepalen.

Doelgroep: Nader te bepalen.

Beoogde output:

Nader te bepalen.

Beoogde partners:

Nader te bepalen. Naar alle waarschijnlijkheid in ieder geval SMKK.

Beoogde effectmeting:

Nader te bepalen.

Nieuwjaarsbijeenkomst

Net als voorgaande jaren zal er begin 2021 een nieuwjaarsbijeenkomst plaatsvinden. De ontwikkelingen rondom Covid-19 gaan bepalen of dit een fysieke of digitale bijeenkomst gaat worden. We zullen hier ons voornamelijk ook richten op een breder publiek dan gebruikelijk; jonger en meer divers.

Kernwaarden: Nader te bepalen.

Doelgroep: Nader te bepalen.

Beoogde output:

In januari vindt er een fysieke of digitale nieuwjaarsbijeenkomst plaats met een interessante spreker.

Beoogde partners:

Nader te bepalen.

Beoogde effectmeting:

Kwantitatief: Nader te bepalen, afhankelijk of het een fysieke of digitale bijeenkomst gaat worden.

Kwalitatief: Een enquête wordt na afloop uitgezet om de deelnemers te vragen naar hun ervaringen.

