



Stichting FAM! Jaarplan 2022

Lokaal en online aan de slag



provincie limburg
gesubsidieerd door de Provincie Limburg

Inhoud

Inleiding	2
FAM! in het kort	2
Missie:	2
Visie:	2
Kernwaarden:	2
Het DNA:	3
Eerste & tweede lijn:	3
Kader:	3
Good governance:	3
Pijler 1: De gezonde en zelfredzame moeder	4
1.1. Tip van de maand	4
1.2. De vrouwen van de Baandert	4
1.3. Het gezicht van de alleenstaande moeder	5
1.4. Communicatie toolkit rondom je kind	5
Pijler 2: Bewezen succes	6
2.1. Kweekvijver ‘meer vrouwen in de politiek’	6
2.2. Limburg kiest	7
Pijler 3: Vrouwen en techniek	7
3.1. Samenwerking Vrouwen in de Techniek	7
3.2. Conferentie de impact van kunstmatige intelligentie op (on)gelijkheid	8
Pijler 4: Taboes & vooroordelen	8
4.1. Het persoonlijke verhaal	8
4.2. Taboes en vooroordelen weerlegd	9
4.3. TaboeTalk	9
Pijler 5: De weg naar werk	10
5.1. Sjoen dingskes	10
5.2. Van onderwijs naar werk	11
Pijler 6: Kennis	11
6.1. Onderzoek	11
6.2. Korte colleges	12
Door alle pijlers heen	12
Limburgers aan het woord	13
Bestuursfunctie SMOL	13
Platform 4VO	14
Internationale vrouwendag	14
Nieuwjaarsbijeenkomst	14

Inleiding

Het afgelopen jaar zijn wij aan de slag gegaan met de uitvoer van ons nieuwe meerjarenbeleidsplan. De structuur van dit plan, met haar zes pijlers, de kernwaarden en de beschreven doelgroepen, houden wij ook in dit jaarplan aan.

Het eerste jaar waarin wij ons meerjarenplan van papier naar de praktijk vertaalden zit er bijna op. Tijdens zo'n vertaling moet altijd blijken wat goed werkt, wat minder werkt en wat de impact is van actualiteiten en onverwachte andere zaken. Daar bovenop komt nog het feit dat FAM! zoveel mogelijk vraag gestuurd wilt werken. Vrouwen weten immers vaak zelf het beste waar behoefte aan is. De praktijk van afgelopen jaar heeft laten zien dat een groot gedeelte van ons plan in lijn is met deze behoefte, maar dat met een paar aanpassingen er nog meer impact bereikt kan worden. Pijler 1 'De gezonde & zelfredzame moeder' laat zien dat, in plaats van Limburg overkoepelend aan de slag te gaan, er vooral behoefte is aan laagdrempelige en concrete projecten in de buurt, waar de doelgroep woont. Er is in dit jaarplan dan ook een verschuiving gemaakt van provinciaal naar meer lokaal.

Een andere verschuiving is dat pijler 3 'Vrouwen en Techniek' op een lager pitje komt te staan. Dit om twee redenen. Ten eerste omdat de organisatie Vrouwen in de Techniek het afgelopen jaar is opgezet en er daarmee reeds extra aandacht komt voor dit thema. Ten tweede omdat de behoefte èn noodzaak voor pijler 1 'De gezonde & zelfredzame moeder' en pijler 5 'De weg naar werk' nog groter is dan gedacht en we daarom besloten hebben hier extra aandacht aan te geven.

Pijler 2 'Bewezen succes', pijler 4 'Taboes & vooroordelen' en pijler 6 'Kennis' blijven het komende jaar in lijn met het afgelopen jaar.

Wat zeker ook blijft zijn de online activiteiten. Met het nieuwe meerjarenbeleidsplan, en daarmee het jaarplan van vorig jaar, kwam er een nieuwe werkwijze binnen FAM! en zijn we aan de slag gegaan met online activiteiten. Dit betekende dat we onder andere online content hebben gemaakt. Dit is een andere tak van sport beoefenen en het duurde dan ook even voordat we dit onder de knie hadden. Deze online activiteiten, net als online kennisoverdracht, blijven en gaan ook in 2022 een plek innemen bij de activiteiten van FAM!. Hiermee 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. Daarnaast zijn online activiteiten een stuk laagdrempeliger, aangezien o.a. fysieke en financiële beperkingen worden weggenomen. Tot slot kunt u in dit jaarplan zien dat FAM!, zoals reeds in het nieuwe meerjarenbeleidsplan staat beschreven, veel waarde hecht aan samenwerking. Ook het komende jaar worden bestaande samenwerkingen verdiept en nieuwe samenwerkingen aangegaan.

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. Tip van de maand

Deze activiteit zijn we afgelopen jaar begonnen en zetten we ook komend jaar voort. 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 sociale media uitgezet, maar tevens naar verschillende stakeholders gestuurd zodat zij deze direct bij de doelgroep onder de aandacht kunnen brengen.

Beoogde output:

In 2022 worden minimaal 12 filmpjes gemaakt en uitgezet ter bevordering van gezondheid en zelfredzaamheid van moeders.

Beoogde partners:

Nader te bepalen.

Beoogde impact:

Kwantitatief: Het uitgangspunt van FAM! is om zo SMART mogelijk te werk te gaan. In lijn met de beoogde impact is het in mindere mate mogelijk om per activiteit het bereik te achterhalen. FAM! zal daarom een overzicht gaan maken van het totaal op jaarbasis, zoals is te lezen in de jaarverantwoording van 2020. We streven naar een groei van ons online bereik van 10%, over de gehele linie genomen.

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

1.2. De vrouwen van de Baandert

Vrouwen ondervinden door meerdere rollen in hun dagelijks leven (vrouw, moeder, mantelzorg, ongelijke verdeling taken huishouden, financiële afhankelijkheid) meer obstakels op hun pad naar welzijn dan mannen. Door deel te nemen aan dit traject ontstaat bewustwording bij de deelnemende vrouwen, benoemen zij uitdagingen die zij ervaren in hun dagelijks leven en gaan we in kleine

groepjes aan de slag, middels op maat empowerment, waarbij een duurzame oplossing het einddoel is.

Beoogde output:

In 2022 worden er minimaal twee trajecten opgestart van 8 bijeenkomsten met een groep van zes vrouwen in de leeftijd van 20 – 60 jaar.

Beoogde partners:

Wijkverpleegkundige Monique van Heesch-Webers.

Beoogde impact:

Kwantitatief: Minimaal 12 vrouwen nemen deel aan het traject.

Kwalitatief:

- Ervaringen worden opgehaald bij de deelnemers om er achter te komen welke factoren van het traject succesvol waren om te komen tot duurzame oplossingen.
- Spinnenweb (Positieve Gezondheid) wordt door iedere deelnemer bij aanvang en aan het einde van het traject ingevuld.

1.3. Het gezicht van de alleenstaande moeder

Een heel groot gedeelte van de mensen die in de bijstand zit bestaat uit alleenstaande moeders. Een doelgroep met een niet al te best imago. Maar wie zijn deze vrouwen en waar lopen zij tegen aan? Is dit imago terecht? Zouden zij uit de bijstand kunnen komen en wat is daar dan voor nodig? Door minimaal drie alleenstaande moeders in de bijstand te filmen en met hen in gesprek te gaan, hopen we het taboe en vooroordeel weg te nemen. We filmen echter ook de andere kant en gaan in gesprek met de verstreckende partij, de gemeente.

Beoogde output:

In 2022 worden er minimaal drie video's opgenomen waarbij er inzichten worden gegeven over het leven van een alleenstaande moeder en de zaken waar zij tegenaan loopt, maar ook over de gemeente en haar regelgeving.

Beoogde partners:

Alleenstaande moeders en gemeentes.

Beoogde impact:

Kwantitatief: We streven naar een groei van ons online bereik van 10%, over de gehele linie genomen.

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

1.4. Communicatie toolkit rondom je kind

Als ouder dien je heel wat te communiceren met anderen die betrokken zijn in het leven van je kind: leraren op school, bij de hobby vereniging, met de ouders van vriendjes en vriendinnetjes, etc. Deze communicatie kan soms erg lastig zijn voor beide partijen. Hoe ga je daar mee om? Waar moet je op letten? Betrek je het kind in deze communicatie of juist niet? In samenwerking met Jeugdwerk Limburg wordt er een toolkit ontwikkeld met tips hoe hier mee om te gaan. Hierbij gaan we vooral inzetten op de vrijheid om anders te zijn en op respect naar elkaar.

Beoogde output:

In 2022 wordt er een communicatie toolkit ontworpen en uitgerold voor vrijwilligers van jeugd- & jongerenorganisaties en voor de ouders wiens kinderen hier actief zijn.

Beoogde partners:

Jeugdwerk Limburg.

Beoogde impact:

Drie maanden na de uitrol van de toolkit worden betrokken partijen persoonlijk benaderd en gevraagd naar hun ervaringen, de invloed die het op hen heeft gehad en naar eventuele verbeterpunten.

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 provinciale verkiezingen in 2023 is het van belang om vrouwen in 2022 al klaar te stomen om de stap naar de provinciale 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 provinciale politiek precies in?' en 'Welke eigenschappen en vaardigheden zijn binnen de politiek van belang?' worden onder andere beantwoord en de meerwaarde van feminiene eigenschappen in de politiek worden inzichtelijk gemaakt.

Beoogde output:

In de eerste helft van 2022 wordt de Kweekvijver 'meer vrouwen in de politiek' georganiseerd, waarbij 22 vrouwen deelnemen.

Beoogde partners:

SMKK, ZijActief, Devotion Training en ervaren politica.

Beoogde impact:

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

Kwalitatief: Er wordt geïnventariseerd welke stappen de vrouwen daadwerkelijk hebben gezet om politiek actief te worden.

2.2. Limburg kiest

In aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen wordt er in februari 2022 een activiteit georganiseerd om het belang om te gaan stemmen onder de aandacht te brengen. De activiteit wordt begin oktober (2021) verder uitgewerkt.

Beoogde output:

In 2022 wordt er één gezamenlijke activiteit georganiseerd ter bevordering van de opkomst van de gemeenteraadsverkiezingen op 16 maart.

Beoogde partners:

Kledingbank Limburg en VKKL.

Beoogde impact:

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.

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. Samenwerking Vrouwen in de Techniek

Vrouwen in de Techniek is een net opgerichte gedreven organisatie, die samenwerkt met het bedrijfsleven en het onderwijs. Hoewel zij in Hoofddorp zijn gevestigd richten zij zich op heel Nederland. Door middel van een samenwerking tussen deze organisatie en FAM! komt er extra aandacht op dit thema in Limburg.

Beoogde output:

In 2022 wordt, in samenwerking met Vrouwen in de Techniek, in Limburg aandacht gevraagd voor het belang van meer vrouwen in de politiek. De exacte invulling hiervan wordt nog nader bepaald.

Beoogde partners:

Vrouwen in de Techniek.

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/>

Beoogde impact:

Nader te bepalen.

3.2. Conferentie de impact van kunstmatige intelligentie op (on)gelijkheid

Wat kunstmatige intelligentie precies inhoudt 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 2022 georganiseerd dient te worden.

Beoogde output:

In 2022 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 impact:

Kwantitatief: 200 personen nemen deel aan de conferentie.

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

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 2022 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. Maar ook organisaties als Aangenaam.

Beoogde impact:

Kwantitatief: We streven naar een groei van ons online bereik van 10%, over de gehele linie genomen.

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 2022 worden minimaal 4 webinars over taboes of vooroordelen gemaakt en uitgezet.

Beoogde partners:

Nader te bepalen.

Beoogde impact:

Kwantitatief: We streven naar een groei van ons online bereik van 10%, over de gehele linie genomen.

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.

4.3. TaboeTalk

Sommige taboes zijn nog groter bij bepaalde doelgroepen. Denk bijvoorbeeld aan (verschillende vormen van) seksualiteit binnen religieuze gemeenschappen. De beste manier om taboes te doorbreken is door er over te spreken. Daarom hebben vier maatschappelijke organisaties de handen ineen geslagen om een aantal thema's gezamenlijk te gaan bespreken tijdens online talkshows. Denk hierbij aan identiteit, geaardheid, SOA's of online pesten. Zo komt bijvoorbeeld Anne haar verhaal vertellen, hoe zij op haar 16^e geïnfecteerd is met het HIV virus door haar eerste vriendje.

Beoogde output:

In 2022 worden minimaal 3 talkshows over taboes of vooroordelen gemaakt en uitgezet.

Beoogde partners:

COC Limburg, PPD en SMKK.

Beoogde impact:

Kwantitatief: We streven naar een groei van ons online bereik van 10%, over de gehele linie genomen.

Kwalitatief: Door middel van een online poll die wordt uitgezet, gecombineerd met reacties op online posts, wordt bekeken in hoeverre de talkshows 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. Sjoen dingskes

Kledingbank Limburg en stichting FAM! hebben twee zaken opgemerkt:

- Een grote groep vrouwen valt tussen wal en schip, waardoor zij de stap naar de arbeidsmarkt, of überhaupt alleen al uit het isolement, niet (kunnen) maken.
- Kledingbank Limburg heeft enorm grote hoeveelheid kleding (stof) over dat ongebruikt blijft.

Hiervoor hebben wij de handen ineengeslagen en zijn wij aan het kijken of wij door heel Limburg in verschillende gemeentes naaiateliers kunnen opzetten. Dit alles met als label Sjoen dingskes.

Circulair, lokaal en sociaal verantwoord gaan wij aan de slag om mooie èn bruikbare producten te maken en om verschillende vrouwen in Limburg een trede op de participatieladder te laten zetten.

Beoogde output:

In 2022 worden in vijf verschillende gemeentes naaiateliers opgezet waar minimaal vier vrouwen per atelier aan de slag gaan. Tevens wordt er een website opgezet om de gemaakte producten te kunnen verkopen.

Beoogde partners:

Kledingbank Limburg en verschillende gemeentes.

Beoogde impact:

Kwantitatief: Minimaal 25 vrouwen gaan aan de slag in één van de naaiateliers.

Kwalitatief: Ervaringen worden opgehaald bij de deelnemers om er achter te komen wat de impact is van hun deelname aan Sjoen dingskes en welke factoren van het traject ervoor gezorgd hebben dat zij (eventueel) een stap op de participatieladder hebben kunnen zetten.

5.2. Van onderwijs naar werk

De stap van onderwijs naar werk is groot en belangrijk, helemaal voor jonge meiden. Om de gendergap op de arbeidsmarkt te dichten is het van belang om hier aan de voorkant al op in te zetten en meiden, na hun opleiding, beslagen ten ijs te laten komen op de arbeidsmarkt. Een goede voorbereiding is het halve werk. Waar op te letten? Welke keuzes zijn belangrijk? FAM! gaat hier praktische colleges over geven.

Beoogde output:

In het laatste jaar van een aantal MBO opleidingen gaat FAM! colleges geven aan meiden waar op te letten en wat te doen om je carrière sterk te beginnen.

Beoogde partners:

Vista College en Gilde.

Beoogde impact:

Kwantitatief: Minimaal 50 meiden krijgen college van FAM!.

Kwalitatief: Er wordt na afloop een enquête uitgestuurd om na te gaan wat de meiden hier aan hebben gehad.

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? Waar zitten de witte vlekken? Waar liggen de kansen? 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 zo'n onderzoek niet objectief zijn als wij dit zelf uitvoeren. 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 plaatsen. Een volledig onderzoek naar de gehele gendergap is niet haalbaar, daarom dat er ieder jaar gekeken wordt welke onderzoeksvraag op dat moment het meest van belang is om daar goed antwoord op te krijgen.

Beoogde output:

In 2022 vindt er een onafhankelijk onderzoek plaats met in ieder geval resultaten over de status van (een specifiek gebied 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 impact:

Kwantitatief: De resultaten worden naar alle politici in Limburg en verschillende media gemaïld om aan de ene kant in ieder geval alle sleutelfiguren hiervan bewust te maken en aan de andere kant zoveel mogelijk mensen in Limburg in het algemeen hiervan bewust te maken.

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 2021 gendergelijkheid toch helemaal niet meer zo'n issue is. Dit is zorgwekkend. De verschillen zijn nog steeds verontrustend groot; in de politiek, in de top, op de werkvloer (denk aan de loonkloof), in de medische wereld (corona onderzoek is er een mooi voorbeeld van), op het gebied van veiligheidsrichtlijnen en testen (autogordels), op het gebied van kunstmatige intelligentie, enz. enz.. De vraag om gerechtigheid en een eerlijke verdeling wordt nog steeds gezien als zeuren. De samenleving en ook vrouwen zelf zijn zich vaak niet of onvoldoende bewust van de verschillen en de omvangrijke gevolgen van genderongelijkheid. 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 2022 worden minimaal 4 korte colleges over onderwerpen met betrekking tot genderongelijkheid gemaakt en gedeeld.

Beoogde partners:

Nader te bepalen.

Beoogde impact:

Kwantitatief: We streven naar een groei van ons online bereik van 10%, over de gehele linie genomen.

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 2022 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 2022 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 impact:

Kwantitatief: We streven naar een groei van ons online bereik van 10%, over de gehele linie genomen.

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 en stelt haar ruimte ter beschikking, 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 2022 wordt er geïnvesteerd in een bredere samenwerking en kennisdeling. Er wordt extra ingezet op het leggen van meer verbindingen tussen, maar zeker ook buiten de Maatschappelijke Organisaties. Zo wordt er ook samenwerking gezocht met het bedrijfsleven.

Beoogde partners:

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

Beoogde impact:

Kwantitatief: Er zijn tien nieuwe samenwerkingen aangegaan door bemiddeling van SMOL.
Kwalitatief: De bestaande samenwerkingen worden verstevigd.

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 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 2022 vindt er minimaal één gezamenlijke activiteit plaats.

Beoogde partners:

SMKK, Zij Actief en LKV.

Beoogde impact:

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:

4VO.

Beoogde impact:

Nader te bepalen.



Nieuwjaarsbijeenkomst

Net als voorgaande jaren zal er begin 2022 een nieuwjaarsbijeenkomst plaatsvinden, met dit keer als thema 'Niet sexy, wel nodig; hoe regel je eigen, jouw dochter's of jouw kleindochter's financiën en zorg je dat je, wat er ook gebeurt, financieel zelfredzaam bent en blijft?'

Kernwaarden: Nader te bepalen.

Doelgroep: Nader te bepalen.

Beoogde output:

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

Beoogde partners:

Nader te bepalen.

Beoogde impact:

Kwantitatief: Nader te bepalen.

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