

Het hart van Blauw-Zwart ■

➤ MOMENTEN SPRAK MET PETER GHEYSEN, COMMUNITYCOÖRDINATOR VAN ALLEMOALE THOPE

➤ TEKST: TATJANA VAN DRIESSCHE

Open Stadion, de kracht van voetbal. Voetbalclubs in eerste maar ook tweede klasse bouwen een communitywerking uit, waarbij een samenspel ontstaat tussen voetbal en samenleving. Elke club doet dit op zijn eigen manier, afhankelijk van de lokale context, de partners en de sporen die worden gelegd. Momenten nam een communitywerking onder de loep en trok daarvoor naar de groene velden van een blauwe ploeg. Peter Gheysen, communitycoördinator van Allemoale Thope, liet Momenten een kijkje nemen in het hart van Blauw-Zwart. Op dat moment een leeg stadion, maar met een levendige sociale werking. FCB olé olé!

Momenten: “Peter, jij bent twee jaar communitymanager en ondertussen werd de werking in 2010 versterkt met een communitymedewerker. Wat is jullie rol in de communitywerking van Club Brugge?”

Peter: “We werken op verschillende sporen. We ontwikkelen nieuwe ideeën en werken die in partnerschappen uit. We implementeren het sociale luik van Allemoale Thope in de bestaande werking. Hierbij is het belangrijk om te communiceren, zowel naar je bestuur maar ook naar je supporters. Onze werking gaat ook ruimer dan de projecten die we indienen. We ondersteunen goede doelen en lokale initiatieven. De job van communitycoördinator vraagt veel coördinatiewerk.”

Momenten: “Welke partners binnen en buiten de club maken deel uit van jullie netwerk?”

Peter: “Partners zijn projectspecifiek. Per project gaan we op zoek naar de meest geschikte partner. Zo was voor ‘Voetbalkraks’ een school voor kinderen met autisme bijvoorbeeld een geschikte partner. MPI Het Anker beschikt over de nodige kennis en knowhow. Je moet het warm water niet opnieuw uitvinden als het naast je stroomt. Eén plus één is drie. Synergie opbouwen met deskundige partners zorgt voor succesvolle projecten, waardoor we dan ook duurzame samenwerkingen met hen uitbouwen. Bijvoorbeeld met Recreas, de verenigingen voor mensen met een beperking, VDAB, inloophuis ‘t Sas...”

Momenten: “Nemen jullie zelf contact op of zetten organisaties de stap naar jullie toe?”

Peter: “Beide! Het initiatief wordt niet altijd vanuit de club genomen. Organisaties stappen ook naar ons toe met vragen of ideeën. De samenwerking met Recreas is zeer spontaan gegroeid. Onze topschutter zocht een organisatie om geld aan te doneren. Een G-ploeg, de Brugse Sjotters, kwam in het vizier. Vandaar is het verder gegroeid: Recreas kwam met het idee om de ploeg te koppelen aan de club. En zo spelen de Brugse Sjotters nu competitie in truitjes van Club Brugge.”

STERKE PARTNERS

Momenten: “Jullie netwerk bestaat uit verschillende partners die werken rond verschillende thema’s. Op welke projecten zetten jullie momenteel in?”

Peter: “Het ‘Homeless Team’, waar we erg trots op zijn, is een samenwerking met inloophuis ‘t Sas. Toen we een Homeless Team wilden oprichten, hebben we potentiële partners uitgenodigd om mee in zee te gaan, waaronder het CAW, vzw Wieder, een Vereniging waar armen het woord nemen, het inloophuis... inloophuis ‘t Sas bleek daarbij de ideale partner, die ook onmiddellijk op de kar wilde springen. Een dynamische en geschikte partner.

Onder tewerkstelling hebben we een luik ‘begeleid werken voor mensen met een mentale beperking’ in samenwerking met vzw Oranje. Met de preventiedienst hebben we een samenwerking rond autonome werkstraffen binnen de club.

Met het OCMW werken we samen in verband met artikel 60. We koppelen logische en sterke partners aan de projecten, anders sterven ze op termijn toch een stille dood. Grote structurele partners zijn de stad Brug-

ge en zijn diensten, waaronder de preventie- en sportdienst.”

Momenten: “Wanneer vind je een partner sterk?”

Peter: “Die partner hoeft daarom niet de grootste te zijn, maar moet wel de juiste ingesteldheid hebben. Het Anker is bijvoorbeeld niet de grootste voorziening, want dan zouden we met de Vlaamse stichting voor Autisme werken. Maar het is nuttiger om de school zelf te betrekken. De bereidwilligheid is daardoor groter: ze stellen bijvoorbeeld een personeelslid voor enkele uren vrij. Je merkt gauw of het de juiste partners zijn, waarmee je een initiatief uitbouwt. Logische partners zijn organisaties die de doelgroep bereiken.”

“De jobbeurs met de VDAB is een jaarlijks initiatief, dat dit jaar super is verlopen! We haalden bijna het dubbele aantal deelnemers vergeleken met vorig jaar: 520 personen, met bovendien goede profielen. De 31 standhouders, die talrijker aanwezig waren, zijn allemaal tevreden. Dit is een voorbeeld van een initiatief dat zich niet enkel richt op kansengroepen. Met dit initiatief maken we gebruik van de aantrekkingskracht van het voetbalstadion, het gebouw. De 35.000 geregistreerde fans kunnen we bereiken en stimuleren om naar een jobbeurs te komen op een plaats die ze kennen. Ook de werzoekenden van de VDAB worden aangeschreven, en via verschillende media bereiken we een zeer breed publiek.”

DIVERSITEIT

Momenten: “Jullie zetten duidelijk in op verschillende doelgroepen: werklozen, mensen met een beperking, mensen in armoede...”

Peter: “En we hebben een blindentribune. Vzw Intro stapte naar de club toe. We vingen reeds signalen op van blinde supporters: ‘We hebben gehoord dat Anderlecht dat ook heeft. Kunnen wij daar niks mee doen?’ Vanuit twee richtingen werd de club gestimuleerd om een blindentribune op te richten. Vanuit de supportersfederatie groeide ook FCB On Wheels, een organisatie die supporters met een beperking groepeerst.”

“We nemen verschillende initiatieven, waaronder ook schoolvoetbaltornooien en sinds dit jaar ook het project ‘Gezond Scoort’, ondersteund vanuit vzw Open Stadion. We hebben ook een internationaal project: met verschillende internationale clubs die in hun land hoog staan aangeschreven op het vlak van community wisselen we ervaringen en knowhow uit.”

Momenten: “Als je de keuze maakt voor een project hou je rekening met het gehele aanbod van de communitywerking. Kies je bewust voor een gedifferentieerde werking?”

Peter: “We proberen zo divers mogelijke projecten op te zetten en maken ook steeds de afweging in het geheel. Bijvoorbeeld: we hebben een voetbalploeg voor kinderen met autisme, dus dan gaan we geen ander initiatief opzetten voor een andere groep met autisme. Hoe mooi of leuk dat ook kan zijn, de focus zou te veel op één bepaalde groep komen te liggen. We zetten nu in op sociale groepen via tewerkstelling en sportaanbod. We hechten veel belang aan andere groepen die we niet bereiken, bijvoorbeeld de buurtbewoners en de jeugd. Dat is een belangrijke pijler binnen de community. De buurt zetten we bijvoorbeeld in beweging via ‘Start to

Run’. Sponsor Puma schenkt ons materiaal, en we hebben trainers en mensen gezocht die interesse hadden. Iedere woensdag lopen ongeveer honderd mensen met ons mee: buurtbewoners en ook supporters. Soms loopt er een speler mee, of de mascotte. We werken ook rond het thema gezondheid. De vraag bepaalt waar we naartoe gaan. We bekijken de modaliteiten en mogelijkheden.”

Momenten: “Hoe bekend is Allemoale Thope en zijn communitywerking?”

Peter: “Pepijn en ikzelf zijn bereikbaar. Zaken betreffende het sociale luik worden intern afgestemd door ons. Wij fungeren als aanspreekpunt. Via verschillende kanalen, zoals de website, leggen we links naar de projecten. Communiceren over de dingen die je doet, die gedaan worden: dat is belangrijk! De hoofdsite bereikt 17.000 mensen per dag. We zorgen ervoor dat ook nieuws van Allemoale Thope in het algemene nieuws komt. Bezoekers die gerichte info willen over de communitywerking kunnen doorklikken op het luik sociaal.”

CLUBVERANKERING

Momenten: “Allemoale Thope bestaat sinds 2007. Vanwaar is het engagement vanuit Club Brugge gegroeid?”

Peter: “We hebben een stuurgroep met diverse leden: vertegenwoordiging van de doelgroepen en het publiek (onderwijs, jeugdwerking, voetbalwerking, stadsbestuur, mensen van Club Brugge). Marianne Kelchtermans is mijn voorganger: zij heeft alles opgestart. Het is eigenlijk een initiatief van twee heren, Danny Wille en Richard Neirinck. Op basis van ervaring en kennis uit Engeland kreeg de clubwerking vorm. In 2003 werd het idee al gelanceerd om een sociaal departement in te

voegen binnen de raad van bestuur. In de beginjaren was dit vooral gestoeld op 'charity', nu kunnen we spreken van een 'community'."

Momenten: "De gevarieerde werking vergt als communitycoördinator of -manager verschillende competenties. Aan welk profiel moet een goede communitymanager voldoen?"

Peter: "Ikzelf heb de opleiding sportmanagement gevolgd, een onderdeel binnen de bachelor beleidsmanagement. Dat komt hier van pas bij het managen van projecten in de community. Mijn kennis van de sociale sector was beperkter, maar je leert netwerken opzetten en partnerschappen aangaan. Mijn gebrek aan expertise rond sociale thema's wordt op die manier weggewerkt. Door mijn ervaring in mijn richting heb ik de vaardigheden om vrijwilligers te coachen en kan ik omgaan met de grootte en omvang van onze community. Het is belangrijk dat je ook inspeelt op het beleid en bestuur van de sportclub. Zo creëer je een duurzame werking en ruime gedragenheid. Het draagvlak is groot en moeten we ook groot houden door dagelijks goed werk leveren, positieve resultaten te boeken en het groeiproces aan te tonen. En het gouden advies: flexibel te werk gaan."

"Het ideale profiel voor een community manager is een combinatie van drie zaken. Enerzijds een mensenmanager, anderzijds evenementenmanager, en daarnaast ook een sociaalvoelend persoon. Het is afhankelijk van de omvang van je club. Een groter gegeven aansturen vergt meer organisatorische vaardigheden. Het is een moeilijk profiel, er zijn al internationale onderzoeken gevoerd.

Het is moeilijk om een vast profiel op te maken, vooral het engagement en de wil om te slagen is niet afhankelijk van een opleiding. Het draait om competenties van individuen en hoe die passen in een context."

COMMUNITY GROEIT

Momenten: "Hoe komt het dat jij werd versterkt met een tweede medewerker?"

Peter: "De community groeit. Begin 2007 leefde nog de vraag of we daar iemand fulltime op moesten zetten. Dan is de bevestiging gekomen dat er goed werk werd geleverd, werd de jaarlijkse subsidie goedgekeurd, werd het contract gewijzigd van bepaalde duur naar onbepaalde duur, werd het verankerd in de statuten van Club Brugge. Iedere keer een stapje verder. Op een bepaald moment was de werking zo uitgebreid en waren er zo veel projecten. Je kan werken met vrijwilligers, maar op een bepaald moment merkten we bij de Kraks een probleem op: er was niemand dagelijks aanwezig. Het takenpakket van de communitymanager was zo uitgebreid. Dan zijn we op zoek gegaan naar manieren, naar middelen om een tweede werkkracht aan te werven. En die middelen zijn gevonden via het tewerkstellingsproject van sociale economie. En nu zijn we met twee, Pepijn en ikzelf."

Momenten: "In Engeland is het concept community oorspronkelijk gegroeid vanuit een preventief opzet: tegen hooliganisme en vandalisme. Dat is geëvolueerd naar het initiëren van maatschappelijke projecten. Blijft er ook een preventief luikje aan verbonden in Vlaanderen?"

Peter: "Voor een beperkt gedeelte wel. Eén partner is de preventiedienst, waar we in

het verleden mee werkten rond racisme en nu campagnes mee opzetten rond drugs en alcohol. Dit gaat over sensibiliseringsacties en niet over concrete projecten. Wij treden ook niet repressief op of zo, maar vertrekken vanuit positieve zaken.”

Momenten: “Waar rijzen de goede ideeën op? Heeft ‘team community’ het monopolie?”

Peter: “Mogelijke initiatieven moeten worden getoetst aan de realiteit. Ideeën worden voorgedragen aan de stuurgroep. En met de focus op resultaat. De jobbeurs, bijvoorbeeld, biedt veel resultaten. We halen onze kaas vooral bij de burens: opzoekwerk doen en eigenlijk ideeën stelen.”

Momenten: “Germinal Beerschot Downtown is gevestigd in een kwetsbare wijk, Club Brugge zit niet in een kwetsbare wijk. Dat maakt het voor jullie niet gemakkelijk. Toch zijn jullie sterk op verschillende zaken gaan inzetten.”

Peter: “We spelen in op de identiteit van de stad. Het Homeless Team is bijvoorbeeld verschillend per stad. In Brugge kampen de meeste deelnemers met alcohol- of drugsproblemen. In Brussel kan je echt spreken over daklozen die deelnemen. De aanwezige daklozen zijn hier beperkter en ook moeilijker te bereiken. Wij zetten ons sterk in voor andersvaliden, omdat Brugge een stad is met verscheidene voorzieningen. Brugge is ook de blindenstad, bijvoorbeeld met Spermalie. We spelen in op organisaties in de omgeving en beperken ons niet tot de buurt.”

DE SUPPORTERS

Momenten: “Hoe reageren supporters op dergelijk projecten?”

Peter: “Zeer positief. We hebben de meest interactieve supporters van België en organiseren verschillende meetings. Ze geloven in dit verhaal. Dat is een werk van lange adem. Ik durf zeker niet te verkondigen dat elke supporter weet wat ‘Gezond Scoort’ inhoudt, maar ze weten wel ongeveer allemaal dat Club zich inzet voor zo’n dingen. Het is belangrijk om je communityverhaal op een geloofwaardige manier te brengen en erop te blijven inzetten.”

Momenten: “Hoe vertel je je communityverhaal zonder dat het als een charityverhaal klinkt?”

Peter: “Door erop te hameren. De Voetbalkraks komen vaak aan bod. Op 2 april gingen de kinderen mee naar het Koning Boudewijnstadion. De supporters namen deel aan een veiling van Music For Life, en als winnaars mochten ze richting Brussel. De supporters hebben zelf voorgesteld om het aan de Kraks te geven. Een onderdeel van Club Brugge dat al vijf jaar leuke dingen doet: ze kennen het, en het leeft. Dat is betrokkenheid op een positieve manier. Dat is een kwestie van je verhaal te vertellen als een deel van ‘ons’. We informeren onze supporters via ClubTV en de jaarboeken, door gewoon te zeggen wat we doen.”

Momenten: “Wordt elk project op een bepaalde manier geëvalueerd?”

Peter: “Te weinig, dat is een werkpunt, een to do voor ons: registreren wat de resultaten zijn van initiatieven. Bijvoorbeeld: wat heeft het lidmaatschap van de Voetbalkraks opgeleverd voor de ontwikkeling van een bepaalde persoon? Het is niet dat we niet willen evalueren, maar momenteel hebben we de tools

nog niet. We hebben de investering nog niet gedaan. Voor sommige initiatieven wel, bijvoorbeeld de jobbeurs. Daar weten we heel concreet hoeveel mensen werk hebben gevonden via de beurs, hoeveel standen vacatures hebben ingevuld. Het is momenteel nog een hiaat, die nood aan resultaatmeting.”

DE KRACHT VAN VOETBAL

Momenten: “Zijn het telkens zeer tijdelijke projecten?”

Peter: “Eenzijds projecten per seizoen en per jaar, zoals de G-ploeg, het Homeless Team en tewerkstelling, en anderzijds evenementen. Dat is een leuke manier van werken, maar vergt een goede planning en voorbereiding.”

Momenten: “Kan je binnen een individualistische samenleving nog spreken van de kracht van voetbal? Voetbaltruitjes en sjaaltjes kleuren de laatste jaren niet meer het straatbeeld op een doordeweekse dag. Leeft voetbal nog steeds zoals vroeger?”

Peter: “Het is niet die loyaliteit die we gebruiken om een meerwaarde te genereren voor onze projecten: een gegeven als Voetbalkraks kan je perfect op andere plaatsen laten doorgaan. Wat betekent spelen in de club voor die gastjes? Het truitje van de club heeft een effect op die kinderen, ook al spelen we dit jaar geen kampioen. De kinderen hebben bij het begin van het jaar een hand gekregen van een speler, omdat hij op de foto mag, in de krant. Dat is ook de kracht, niet het straatbeeld. De meerwaarde die een club én een voetbalstadion kunnen geven is nog altijd zeer groot, en zeker bij Club Brugge. Een schooltje contacteerde ons vorige week met de vraag om ballonnen te laten opgaan tegen pesten. We hebben dan voorgesteld

om de mascottebeer langs te laten komen. De spelers waren net aan het trainen, dus zij zijn ook nog eens hallo gaan zeggen. Samen op de foto. Voor die kinderen is dat een leuke en speciale dag. Een extra troef en dimensie. De kracht ligt in alles wat het woord Club Brugge met zich mee brengt.”

Momenten: “Spelers worden heel vaak betrokken. Is dit zo opgenomen in hun contract?”

Peter: “Ja, spelers zijn verplicht om mee te werken aan representatieve sociale activiteiten. Bij ons werken ze concreet mee aan de meet & greet na de wedstrijd, wanneer een ziek kind op bezoek komt. We leggen links naar spelers via mensen van de stuurgroep. Zij zetten spelers aan om bijvoorbeeld op een wedstrijd van de G-ploeg een woordje te komen spreken. In het Verenigd Koninkrijk worden voorleesprojecten met spelers enorm gepromoot. Het is ook een kwestie van hoe je dit als club aanpakt. Wij proberen met de spelers zo veel mogelijk te doen, en dat lukt. Voor de supporters vertellen we een waardig verhaal, en we creëren op maat van de spelers betrokkenheid bij een project. De feel koppelen aan de spelers. Je kent je spelers, en je moet een kader scheppen voor elke speler. Ook dat is een blijvende denkoefening.”

VIJF PIJLERS

Momenten: “Een Utrechts onderzoek rond communitywerking van voetbalclubs toonde aan dat gemiddeld een kwart van elke communitywerking inzet op sportparticipatie, zijnde tewerkstelling, gezondheid en participatie. Hoe is jullie taart verdeeld?”

Peter: “Onze werking is gelijk verdeeld over vier pijlers: het sportieve, tewerkstelling, de lokale projecten en een internationaal luik. Het eerste, het sportieve, is het meest concrete en het meest werkintensieve: onze eigen G-ploeg, de Kraks, het Homeless Team. Die richten we zelf op, telkens gekoppeld aan de club en de supporters. En het gaat over voetbalgerelateerde zaken, natuurlijk. De supporters zouden er niet in geloven moesten wij mensen leren zwemmen. Rond tewerkstelling werken we samen met Oranje, er zijn links met de preventiedienst en natuurlijk de jobbeurs. Voor de derde pijler, de lokale projecten, hebben we de Club Brugge Cup, de computerlessen, het project Gezond

Scoort, en de links met lokale Brugse projecten rond gezondheid, educatie en preventie. Bijvoorbeeld het ‘Blauw Bloed’-project. Internationaal lopen er drie netwerkprojecten waarin we ervaringen delen. We steunen een sportcentrum voor weeskinderen in Rwanda, en er is een nieuw project in Venezuela. Een Belgische vzw is daarmee naar ons gestapt. Het omvat het aanbieden van extra-curriculaire activiteiten rond onderhandelen, diplomatie, motivatie om te studeren enzovoort. Een topspeler uit Venezuela is betrokken bij dat project.”

Momenten: “Dat belooft. Dank voor dit gesprek.”