



NIEUWKOMERS DUURZAAM
ALS PERSONEEL EN PUBLIEK
BETREKKEN

VERSIE 2021

NEW FACES

TOOLKIT

ALUMNI NEW FACES



Amsterdam Dance Event



Amsterdam Roots Festival



CityProms



Eurosonic Noorderslag



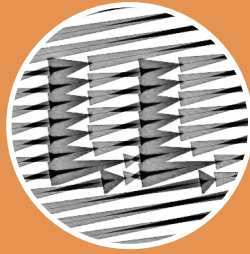
Explore the North



Into The Great Wide Open



Le Guess Who?



Lowlands



LUNA/Media Art Festival



Nederlands Film Festival



Nederlandse Dansdagen



Neushoorn



Noordelijk Film Festival



Oerol



Oranjewoud Festival



Peergroup



Pier21



Poppodium Grenswerk



Popronde Nederland



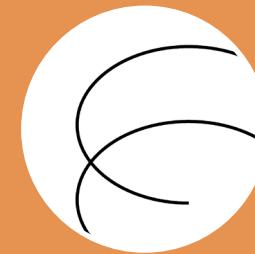
Rewire Festival



RMT/Museumfabriek



September Me



Strijkkwartet Biënnale



Welcome to the Village

**“De oorlog heeft me veel ontnomen.
Maar ik ben vastbesloten weer te gaan reizen
en mijn leven hier op te pakken.
Tot die tijd werk ik als vrijwilliger.
Ik voel me nu soms een beetje nutteloos.
Daarom heb ik op het festival meegeholpen.
Het geeft me weer het gevoel dat ik ertoe doe.”**

Deelnemer New Faces

WAT IS NEW FACES?

New Faces ondersteunt culturele organisaties om nieuwkomers als personeel en publiek in te zetten en duurzaam binnen de organisatie te laten groeien. Hiervoor is niet veel nodig. Uit onze ervaring, heb je maar deze toolkit nodig om nieuwkomers te betrekken.

Waar nodig, ondersteunen we organisaties om de samenwerking met nieuwkomers op te starten en kennis te verduurzamen zodat we zo snel mogelijk niet meer nodig zijn.

In samenwerking met VSBfonds, doelen we erop om tot eind 2021 in elke provincie van Nederland minimaal één trotse alumni te hebben, die hierdoor als regionaal aanspreekpunt voor je organisatie kan dienen. We hopen dat hierdoor kennis en contacten gedeeld kan worden.

> Alle alumni kun je op onze webpagina www.newfaces.ngo vinden of op de laatste pagina van dit bestand. We zullen dit blijven updaten zodat je ook rechtstreeks contact kunt zoeken met onze alumni.

New Faces is vooral geschreven en bedoeld voor non-profit culturele organisaties.

> Maar de tips die je in deze toolkit leest zijn absoluut van toepassing voor allerlei organisaties in elke sector. Dit hebben we zelf bewezen door samenwerkingen aan te gaan met o.a. de nationale eenheid van de Politie.

New Faces is geen vrijwilligerscentrale. We delen geen gegevens van nieuwkomers.

> Maar we helpen je graag om je eigen netwerk met nieuwkomers op te bouwen. Hierdoor wordt inclusie meteen deel van de processen binnen je organisatie.



Door de corona pandemie is de urgentie groter geworden om nieuwkomers te betrekken door de groeiende sociale isolatie. Maar ook veel culturele organisaties moesten door de pandemie opnieuw organiseren en innoveren – we waren verrast dat de vraag wel is gestegen en we veel gesprekken hebben gevoerd over het betrekken van nieuwkomers. Er is dus ruimte ontstaan bij veel organisaties in de sector om nu diversiteit en inclusie een hogere prioriteit te geven. In deze gids, lees je hoe.

Origineel uitgebracht in 2018

Update zomer 2021: Nieuwe geleerde lessen en samenwerkingen met meer dan 30 culturele organisaties (festivals, theaters, schouwburgen, poppodia enz.) in Nederland

New Faces heeft in 2019 alleen al meer dan 1.000 nieuwkomers weten te betrekken bij culturele organisaties als vrijwilligers, artiesten, publiek, betaald personeel, bestuursleden – en in elke positie die een geboren en getogen Nederlander ook zou kunnen invullen.

Heb je nog vragen?

Neem contact op met initiatiefnemer Hooman Nassimi via +31 6380 668 23 of hoomannassimi@societyinmotion.nl

INHOUD

<u>DE AANLEIDING</u>	<u>5</u>
<u>NEW FACES BEKNOPT TOEGELICHT</u>	<u>6</u>
<u>DE DRIJFVEREN</u>	<u>7</u>
<u>WIE BETREK JE</u>	<u>8</u>
<u>FINANCIERING</u>	<u>9</u>
<u>WERVING</u>	<u>10</u>
<u>WERVING - IN HET KORT</u>	<u>11</u>
<u>WERVING - IN DETAIL</u>	<u>12</u>
<u>TIJDENS DE WERKZAAMHEDEN</u>	<u>15</u>
<u>LOSSE ELEMENTEN OM BIJ STIL TE STAAN</u>	<u>16</u>
<u>INTERCULTURELE COMMUNICATIE</u>	<u>17</u>
<u>COMMUNICATIE & PR</u>	<u>18</u>
<u>DUURZAAM VERVOLG</u>	<u>19</u>
<u>IMPACTONDERZOEK</u>	<u>20</u>
<u>COLOFON</u>	<u>22</u>
<u>ALUMNI</u>	<u>23</u>



DE AANLEIDING



“Door het werken bij een festival leer ik belangrijke mensen kennen en komen mijn toekomstdromen dichterbij.”

Deelnemer New Faces

“Mijn hoofd die altijd maar door raast, had eindelijk even vakantie.”

Deelnemer New Faces

“Ik heb voor het eerst contact gehad met Nederlandse mensen.”

Deelnemer New Faces

Zomaar een greep uit de reacties van de deelnemers die hebben meegedaan aan New Faces. Deelnemers uit alle windstreken die nog maar kort in Nederland wonen. Ze zijn bezig een nieuw leven op te bouwen, maar ze hebben vaak te maken met isolement, taalbarrières, cultuurverschillen en werkloosheid. Nederlandse leeftijdsgenootjes hebben over het algemeen weinig contact met deze groep. Jammer, want onderling contact is juist zo waardevol om je een beetje thuis te voelen. En waar kan je beter nieuwe mensen leren kennen dan op plekken waar je plezier hebt, zoals bij een culturele organisatie? Samen naar optredens of samen dineren, tussendoor hard werken en soms zelfs ook nog kamperen.

Het project New Faces nodigt nieuwkomers uit om werkervaring op te doen bij verschillende culturele organisaties, nieuwe vrienden te maken en Nederland op een andere manier te leren kennen. Voor culturele organisaties is het een mooie gelegenheid om hun organisatie inclusiever en interessanter te maken. Ze betrekken een nieuwe groep mensen en brengen mensen met verschillende verhalen, achtergronden en perspectieven samen.

Nederland is een cultureel land en sowieso festivalland. Ieder jaar worden er alleen al duizenden festivals georganiseerd met behulp van tienduizenden vrijwilligers. Als je alleen al naar de impact van festivals kijkt, dan kun je de impact van andere culturele organisaties goed voorstellen. Zo zijn veel culturele organisaties een soort mini-samenlevingen. Maar het publiek en organisatie zijn zelden een afspiegeling van de maatschappij. Wat nou als culturele organisaties deze groep nieuwkomers bij hun organisatie betrekken en binnen hun mini-samenleving laten zien hoe je inclusie en diversiteit ook kunt aanpakken?

In 2018 deden vier festivals mee met New Faces, daar werkten ruim 100 nieuwkomers mee met de bouw en breek, catering, beveiliging en andere taken waar vrijwilligers verantwoordelijk voor zijn. In 2019 liep dit aantal op tot boven de 1.000, en werd gekeken hoe de New Faces aanpak ook ingezet kan worden bij andere organisaties. Hier hebben nieuwkomers op allerlei vlakken van organisaties meegedraaid, zoals als artiesten, leden van het bestuur- en klankbordgroepen en als betaalde medewerkers. Ook werden honderden nieuwkomers voor het eerst toegang tot cultuur mogelijk gemaakt en een duurzame relatie gezocht door middel van het opbouwen van publiek. Alle festivals die in 2018 met New Faces hebben meegedaan willen het project voortzetten. In 2021 hebben maar liefst meer dan 30 organisaties de New Faces aanpak toegepast bij hun eigen organisatie. Met deze toolkit nodigen we alle culturele organisaties in heel Europa uit om hun voorbeeld te volgen. Net als alle sportclubs, theaters en bioscopen trouwens. Veel leesplezier en inspiratie!

NEW FACES BEKNOPT TOEGELICHT

DE POTENTIE

Culturele organisaties kunnen niet zonder personeel en publiek. Organisaties worden tijdens de organisatie versterkt door helpende handen die ondersteunen bij taken die niet complex, maar wel onmisbaar zijn. De lage drempel om mensen samen met elkaar te laten samenwerken in een energieke, positief gestemde en vaak feestelijke omgeving, biedt de ideale setting om nieuwkomers te betrekken. Ondanks dat iedere nieuwkomer anders is, van elkaar verschillen in sociaal-economische achtergrond, land van herkomst, etc., is elke nieuwkomer gedwongen om vaak lange en trage procedures te doorlopen waarbij het moeilijk is om te participeren, actief te blijven en hun netwerk te vergroten. Het opbouwen van een nieuw netwerk is voor iedereen de sleutel om een plek te krijgen in de maatschappij. Bovendien is het opdoen van deze werkervaring essentieel om aan betaald werk te kunnen komen.

“Als we met elkaar het verschil kunnen maken, of iemand wel of niet zijn of haar weg vindt in Nederland, wil ik daar met ons festival aan bijdragen. Zo kunnen we mensen met wind tegen een duwtje in de rug geven, waardoor ze er komen.”

Directeur, Oerol

New Faces staat voor inclusiviteit door gelijkwaardigheid. Dit wil zeggen dat wanneer nieuwkomers worden betrokken bij een culturele organisatie, zij worden ingezet als volwaardig lid van het team of bezoeker. Je mag als organisatie hetzelfde verwachten als wat je van andere teamleden verwacht. Zodoende kan bij nieuwkomers een gevoel van zelfstandigheid en gelijkwaardigheid gecreëerd worden.

“Een ongelooflijke ervaring. Ik heb allerlei nieuwe dingen en nieuwe mensen leren kennen. Ik heb ook nieuwe tradities, gewoontes, kunst, muziek en culturen leren kennen.”

Deelnemer, New Faces



CHECKLIST

Heb je op alle punten een antwoord?

1. Urgentie: Waarom doen we dit als organisatie?
2. Doelen: Wat willen we bereiken?
3. Draagvlak: Hoe betrekken we onze organisatie?
4. Praktische zaken & financiën: Missen we hier iets?
5. Verduurzaming: Hoe kunnen we nieuwkomers laten ontwikkelen van jaar tot jaar?

DE DRIJFVEREN

HET BEGINT BIJ EEN VISIE:

- Je wilt als organisatie je team en/of publiek diverser en inclusiever maken.
- Je wil als organisatie mensen met verschillende perspectieven en achtergronden bij elkaar brengen omdat dit een interessanter resultaat oplevert waarin meer verschillende geluiden vertegenwoordigd zijn.
- Je wil als organisatie een bijdrage leveren aan maatschappelijke uitdagingen en ziet het als een kans om als organisatie een maatschappelijke impact te hebben.

INTEGRATIE VAN NIEUWKOMERS:

- Je wil mensen met wind tegen een duwtje in de rug geven, zodat er nieuwe ontmoetingen kunnen ontstaan, die nieuwkomers uit hun isolement kunnen halen en die een duurzaam vervolg kunnen krijgen.
- Je wil nieuwkomers de kans geven om zelfstandig een positieve werkervaring op te doen.

SPECIFIEK OP HET VLAK VAN PERSENEELSBELEID:

- Je wil het personeelsbeleid van je organisatie innovatiever en/of inclusiever benaderen.
- Je wil een leeromgeving creëren voor je eigen organisatie; het betrekken van een diversere crew vraagt personeel om de ontwikkeling van 'social knowledge'. Deze 'professionaliteitsslag' kun je samen maken.

“Nieuwkomers leven vaak jarenlang in isolatie of zijn net nieuw in een vreemd land, de impact van deelnemen aan een festival is dat het opnieuw levensenergie geeft en hen uit de survival mode haalt.”

Hooman Nassimi, initiatiefnemer New Faces



**WARNING:
YOU ARE
OVERTHINKING
IT**

WIE BETREK JE

IN WELKE MATE?

Ga eerst in gesprek met nieuwkomers. Leer mensen en individuele verhalen kennen die achter deze container-term nieuwkomer staat. Hierdoor krijg je een beeld van de kracht en energie van mensen die je in je organisatie zou willen betrekken. Hierna heb je ook beter zicht op wie je in welke mate zou kunnen betrekken.

Het is wel een goed idee om vooraf een doel te zetten, zoals 10% van je vrijwilligersbestand uit nieuwkomer te laten bestaan. Hierdoor wordt de kans vergroot om daadwerkelijke impact te creëren.

LAAT DIT IN DE OVERWEGING MEESPELEN:

- Wat zijn de financiële mogelijkheden om nieuwkomers tegemoet te komen?
- Wat is de plek die dit initiatief binnen de organisatie krijgt? vls het iets dat je bovenop je andere activiteiten doet, of maak je het een integraal onderdeel van je organisatie?
- Hoeveel tijd is er vanuit de organisatie om voorbereidingen te treffen met betrekking tot werving?
- Hoeveel tijd is er binnen de organisatie (vrijwilligers- en subcoördinatoren) om de nieuwkomers met 'nieuwe' vragen te begeleiden? Of kunnen hier eventueel andere vrijwilligers voor worden ingezet?

MAKE IT WORK



WIE WIL JE BETREKKEN?

DO

Communiceer bij het werven van nieuwkomers duidelijk welke taal als basiskennis vereist is. New Faces koos samen met eerder participerende organisaties voor Engels en Nederlands. Een voorwaarde om effectief met elkaar te kunnen samenwerken is het spreken van eenzelfde taal. Stel vast welke talen binnen de organisatie gesproken worden en ingezet kunnen worden tijdens de realisatie van het project. Het spreken van dezelfde taal is niet alleen essentieel voor een vlot verloop van een goede samenwerking, maar ook om daadwerkelijk uitwisseling tussen vrijwilligers te stimuleren.

DON'T

Nieuwkomers pushen tot deelname ondanks weerstand. Intrinsieke motivatie vanuit de nieuwkomers zelf is van groot belang. Er moet interesse zijn om mee te werken. Probeer te voorkomen dat betrokkenen goed bedoelend iemand proberen te overtuigen om zich aan te melden. Daarom is het handig om nieuwkomers zichzelf te laten inschrijven tijdens het bezoek bij een inburgeringsschool – dit toont meteen dat ze er zin in hebben en er klaar voor zijn.

FINANCIERING

(Stand 2021) Je kunt simpel een aanvraag indienen op www.wijdoenmee.nu om alle kosten voor nieuwkomer-gerelateerde projecten (behalve voor je personeel) te dekken t/m € 2.500. Je hebt 30 minuten nodig om de aanvraag te schrijven en hebt uitslag binnen een week!

De kosten die kunnen komen kijken bij het betrekken van nieuwkomers zijn op te delen in twee mogelijke kosten varianten:

- 1: De kosten van praktische voorzieningen zoals catering, reis en verblijf.
- 2: Loonkosten voor personeel dat zich bezighoudt met werving van nieuwkomers en begeleiding op het festival zelf.

1: PRAKTISCHE VOORZIENINGEN

Nieuwkomers hebben vaak weinig eigen middelen ter beschikking. Dit heeft invloed op de mogelijkheden om naar een organisatie toe te reizen, er desgewenst (en wanneer van toepassing) te overnachten en gebruik te maken van catering of voorzieningen op locatie. Dit kan een belemmering zijn voor hen om zich aan te melden als vrijwilliger, personeel of publiek. Een geste vanuit de organisatie zal voor hen de drempels aanzienlijk verlagen. Idealiter draagt de organisatie zorg voor:

> REISKOSTEN

Betrek nieuwkomers in de buurt van je organisatie. Er zijn inburgeringsscholen in bijna alle grote en kleine steden van Nederland. Als bijkomend voordeel hebben deelnemers hierdoor een grotere kans om een netwerk op te bouwen dat ook na de werkzaamheden stand kan houden. Als nieuwkomers toch moeten reizen, denk eraan dat ze zeer beperkte middelen hebben. Als reiskosten niet vergoed kunnen worden, is dat vaak een reden waarom nieuwkomers niet kunnen deelnemen.

> CATERINGKOSTEN

Waar reguliere vrijwilligers/personeel/publiek vaak enkel catering voorzien krijgen wanneer zij een shift hebben, zal het nieuwkomers helpen wanneer zij dagelijks de mogelijkheid hebben om gebruik te maken van crewcatering. Dit omdat het meenemen van (goedkoper) voedsel vaak niet is toegestaan.

“Wat de extra kosten betreft, daar zijn zeker fondsen voor. Wanneer je dit echt wilt, is het niet een hele moeilijke puzzel, die kan je echt wel leggen.”

Vrijwilligerscoördinator, Welcome to the Village



ALEJANDRA

2: ARBEIDSKOSTEN

Wanneer je er als organisatie voor kiest om nieuwkomers als vrijwilligers, personeel of publiek te betrekken, vraagt dit vooral bij de eerste editie nieuwe en extra voorbereidingen. Bij vervolg edities neemt de arbeidsintensiviteit af, omdat er dan vruchten geplukt kunnen worden van eerder opgedane kennis en ervaringen. Er moet tijd vrijgemaakt worden voor - afhankelijk van de keuzes die je als organisatie maakt -, het zoeken van aanvullende financiering, het betrekken van partners, het werven van nieuwkomers en de logistieke voorbereidingen om nieuwkomers op het terrein te hosten en begeleiden. Lees hierover meer in het volgende hoofdstuk.

EXTRA FINANCIERING AANVRAGEN?

- Begin op tijd!
- Dien een aanvraag in bij wijdoenmee.nu
- Na het eerste keer, neem kosten voor nieuwkomers mee in je reguliere fondsenwerving en financiële planning.
- Zie het hoofdstuk 'Drijfveren' voor argumenten die kunnen worden benut bij het aanvragen van extra financiering.

WERVING

HOE NIEUWKOMERS TE BEREIKEN:

- Potentiële nieuwkomers bereik je anders dan de reguliere strategie om personeel en publiek te vinden. Dit vraagt vooral tijdens de eerste editie om extra inspanning.

SUGGESTIES VOOR HET BENADEREN VAN NIEUWKOMERS:

Uit eigen ervaring is gebleken dat het voordeliger is om zelf nieuwkomers te werven en deze taak niet uit te besteden aan andere organisaties. Hierdoor zorg je ervoor dat er processen in je organisatie ingericht worden om nieuwkomers te betrekken en wordt inclusie deel van de cultuur van je organisatie. Zo gaat er geen kennis of netwerk verloren aan externe organisaties, of besluit het personeel een andere kant op te gaan. In onze ervaring kunnen externe partijen daarbovenop ook nog eens traag of ineffectief zijn in hun benaderingsvormen. Op deze manier besteedt je meer tijd aan andere organisaties dan zelf in gesprek te gaan met nieuwkomers.

Hoe vindt je deze nieuwkomers? De oplossing zit in het elkaar ontmoeten en de betrekking van inburgeringsscholen en asielzoekerscentra.

> SCHOLEN VOOR INBURGERING

Hier gaan nieuwkomers naar toe die asiel hebben gekregen en de verplichte inburgeringscursus moeten volgen. Ga eens langs tijdens een les! Docenten waarderen dit vaak en hebben goed zicht op wie er passen bij specifieke taken of het gewenste taalniveau.

> LOKALE ASIELZOEKERSCENTRA

Woonbegeleiders & programmacoördinatoren kunnen een goede inschatting maken of er enthousiaste nieuwkomers tot hun netwerk behoren. Vraag bij het asielzoekerscentrum naar een woonbegeleider of programma-coördinator. Zij kennen AZC bewoners goed en kunnen mensen voordragen die het leuk vinden om een bijdrage te leveren aan een festival. Houd daarbij in het achterhoofd dat het meewerken aan dit initiatief vaak buiten hun reguliere werkzaamheden valt. Start daarom het gesprek tijdig op.

Op de volgende pagina een kort stappenplan om het proces te verduidelijken.



WERVING - IN HET KORT

In essentie ga je een speeddate organiseren en nodig je nieuwkomers tijdens je bezoek bij de inburgeringsschool uit om hieraan mee te doen.

1) Prik een half uurtje met je organisatie om nieuwkomers te ontmoeten over 2-4 weken. Betrek zo veel mogelijk verschillende lagen van je organisatie.

2) Spreek met een inburgeringsschool. Ga langs. Neem collega's mee. Alle stappen zijn in detail hieronder omschreven.

> Effect: Je bouwt draagvlak met je team om nieuwkomers te betrekken. Je leert meteen nieuwkomers kennen en krijgt een beter beeld van mensen en verhalen.

3) Schrijf nieuwkomers in voor de functies die je wilt bieden en nodig ze uit voor de kennismaking/speeddate met je organisatie.

> Effect: Enorme tijdsbesparing.

4) Een week voor de speeddate bel of app nieuwkomers even om te checken of iedereen komt.

5) Tijdens de speeddate: zorg voor een informele sfeer en voer gesprekken op oogniveau. Hou de gesprekken persoonlijk. Informeer je team dat ze bijvoorbeeld niet de geschiedenis van je organisatie hoeven uit te leggen of hun functie, maar hou het echt persoonlijk.

> Effect: Mensen delen hun persoonlijke verhalen met elkaar, wat voor dieper begrip zorgt. Nieuwkomers worden mensen met namen en verhalen.

6) Na de speeddate bespreek je met je organisatie wie ze gesproken hebben en wat ze over nieuwkomers geleerd hebben.

> Effect: Het draagvlak om nieuwkomers inclusief te betrekken bij je organisatie is breder geworden. Je hebt een concreter beeld van nieuwkomers. Je hebt geïnventariseerd wat de talenten en dromen van mensen zijn.



**DROP BY,
SAY HELLO,
SIGN UP,
& LET'S GO!**

WERVING - IN DETAIL

Zoals we eerder hebben geschreven, is het belangrijk om elke stap te volgen – vooral als het gaat om de inschrijving van nieuwkomers. Ookal lijken details nog zo onbelangrijk, ervaring heeft geleerd dat al deze stappen belangrijk zijn om een goed resultaat te garanderen.

2.1 LANGS GAAN BIJ EEN INBURGERINGSSCHOOL OM NIEUWKOMERS UIT TE NODIGEN.

1. Zoek naar een inburgeringsschool in je stad

Ga naar: <https://www.zoekinburgerschool.nl/>

Alle inburgeringsscholen die een beetje van hun cursisten houden, zullen je niet afwijzen! Ook zij hebben er ook baat bij als nieuwkomers de taal beter leren spreken, de Nederlandse cultuur beter leren kennen en zich gewoon goed voelen!

2. Bel het nummer! Mails duren echt te lang. Wanneer je niet weet wat je moet zeggen, hieronder enige suggesties:

“Hey, ik ben (NAAM) van (ORGANISATIE) in (PLAATS). We willen graag nieuwkomers betrekken, omdat er hier veel talent is wat nu niet aan de slag kan. Daarom stellen wij ons in (JAAR) open voor nieuwkomers.”

“We willen graag langskomen om kennis te maken.../OF/ om functies aan te bieden... zoals (vrijwilligers, klankboard, enz.)”

“Dit lijkt ons een super goede kans voor nieuwkomers om hun sociaal en professioneel netwerk te ontwikkelen.”

“We willen nieuwkomers graag duurzaam betrekken binnen onze organisatie en niet alleen maar eenmalig ergens mee laten doen.”

“Ik zou graag tijdens een les, of lunch langs willen komen om hier kort over te vertellen en nieuwkomers uit te nodigen om mee te doen. Met wie kan ik dit het beste afstemmen?”

3. Ga langs, vertel in 5-10 minuten wie je bent, wat je festival/event is en waarom je hart hiervoor klopt!



4. Vraag nieuwkomers meteen & ter plekke om zich in te schrijven.

Maak een Google Forms aan en een shortlink (bijvoorbeeld via tiny.cc). Zo kun je meteen data verzamelen en achteraf nieuwkomers benaderen. Zo heb je direct contact zonder intermediairs, wat het meest belangrijke is. Hier een voorbeeld van een goed en kort inschrijfformulier.

Belangrijk: Nieuwkomers meteen ter plekke laten inschrijven. Iedereen heeft internet op zijn mobiel! Zo kun je ook meteen vragen beantwoorden.

5. Ga met een dikke glimlach naar huis, omdat je gezien hebt dat mensen enthousiast zijn om mee te doen!

2.2 EFFECTIEVE MANIER OM NIEUWKOMERS TE WERVEN

Neem collega's mee zodat jullie over meerdere klassen kunnen verdelen. Ga zoveel mogelijk klassen langs.

1. Hou het kort. Het is erg westers om veel informatie te verstrekken. Ook zijn er verschillen qua taalniveaus bij inburgeringsscholen – van beginnend tot hoog. Dus hou je uitnodiging kort en simpel.
2. Wat is je boodschap? Je hebt een leuk festival, event of organisatie. Laat een video zien, dat is makkelijker. Je wilt mensen uitnodigen om kennis te maken met je organisatie. Je wilt dat ze op XXX datum er zijn. Je wilt dat ze zich hiervoor inschrijven. Klaar. Je hoeft niet de hele geschiedenis van je organisatie uit te leggen, hoe veel mensen daar werken of wat jullie diversiteitsbeleid is. Nogmaals, hou het kort, en geef ruimte zodat mensen vragen kunnen stellen.
3. Leg uit wat mensen ervan terugkrijgen als ze komen: Leuke kans om netwerk op te bouwen netwerk is belangrijk om werk te vinden. Netwerk is ook nodig om vrienden te maken, de taal beter te leren spreken.

Het meest belangrijke punt:

Mensen zullen komen omdat ze jouw verhaal leuk vinden: omdat ze jouw energie voelen en zich welkom voelen. Uitstraling, dikke glimlach en veel energie is alles.

2.3 TIJDENS HET BEZOEK

Zorg ervoor dat zoveel mensen mogelijk uit je organisatie meedoen. Dit zorgt voor draagvlak en goede informatievoorziening binnen je organisatie. Hiermee vergroot je meteen ook de kans dat er concrete en uitvoerbare ideeën uit het proces komen.

Zorg voor gezelligheid. Bied je gasten meteen eten en drinken aan; in veel culturen is dit het absolute minimum aan respect. Dit zal mensen ook opwarmen om goede gesprekken aan te kunnen gaan.

Geef een rondleiding; laat mensen behind the scenes kijken van je organisatie, dat is gaaf!

Voor een kennismaking speeddate: Doe eerst een icebreaker.



Speeddate suggesties: Lange tafels met aan beide kanten stoelen. Een leider die na alle 5-minuten een seintje geeft om een plek op te schuiven. Iedereen heeft een bordje met zijn/haar naam erop.

Vraag elkaar: Wat zoek je? Wat kunnen we je bieden? Heb je een bepaald talent? Wat is/was je beroep? Wat zijn je dromen?

Optioneel kun je iedereen een papiertje geven met deze vragen erop zodat ze notulen kunnen maken.

Na de bijeenkomst met je team bespreken hoe het ging, en wie interessant is om verder in gesprek mee te gaan/plannen mee te maken. Bespreek ideeën en leg deze meteen vast. Gebruik de goede flow en energie.

AANMELDPROCEDURE

- Het is het meest handig gebleken om de aanmeldformulieren voor nieuwkomers en reguliere vrijwilligers/personeel/publiek zoveel mogelijk gelijk te trekken, zodat er geen verschillende administratiesystemen onderhouden moeten worden.
- WhatsApp wordt veel gebruikt bij nieuwkomers, in tegenstelling tot mail. Kies ook of het mogelijk is om alle verdere informatie via Whatsapp te communiceren.
- In Nederland mogen asielzoekers vrijwilligerswerk doen. Wel toetst de UWV of er sprake is van vrijwilligerswerk. Daarvoor moet een organisatie een vrijwilligersverklaring aanvragen bij het UWV wanneer een asielzoeker er vrijwilligerswerk gaat doen. Met "asielzoekers" bedoelen we mensen die nog in afwachting van hun asielprocedure zijn. Mensen die je op een inburgeringsschool spreekt, worden "statushouders" genoemd en hebben dit formulier niet nodig.
- Als je nog geen contact hebt gehad met de nieuwkomers die zich hebben ingeschreven, bel alle geselecteerde deelnemers even voor ze aan de slag gaan bij je organisatie. Zo heb je meteen een check op taal en motivatie.

BONUSOPTIE

Vaak melden zich meer mannen dan vrouwen aan om als vrijwilliger mee te werken. In het wervingsproces kun je vrouwen uit je eigen organisatie inzetten om nieuwkomers uit te nodigen. Dit kan extra vertrouwen creëren en verlaagt de drempel. Wanneer er in een vroeg stadium zich al heel veel mannelijke nieuwkomers hebben aangemeld, kun je er als organisatie voor kiezen om alleen nog maar tijd te besteden aan het werven van vrouwen.

Bij het aanmeldformulier kan men denken aan het toevoegen van de volgende velden. Bij New Faces wordt gebruik gemaakt van aanmeldformulieren in de Nederlandse en Engelse taal:

- Selectie: basiskennis talen (optionele talen die gesproken (kunnen) worden door de organisatie).
- Of je in het bezit bent van kampeerspullen (indien nodig).



PROMOVIDEO

We hebben [deze video](#) gemaakt met nieuwkomers om toekomstige vrijwilligers en personeel een idee te geven hoe het is om te werken binnen een culturele organisatie. Je mag deze video ook gebruiken om je team en partners nieuwsgierig te maken! Je mag het rechtenvrij gebruiken.

Feel free to spread the love!

GO FOR FULL EQUALITY

TIJDENS DE WERKZAAMHEDEN

Bij aanvang van de activiteiten is het spitsuur. Dit gaat ook op voor de nieuwkomers die arriveren. Ga er vanuit dat nieuwkomers aan het begin nog onwennig zijn en onbekend zijn met de (vaak) chaotische dynamiek binnen een culturele organisatie. Door een goede ontvangst te voorzien waarbij er in rust de gang van zaken kan worden toegelicht, wordt er een belangrijke basis gelegd die zorgt voor vertrouwen en zal bijdragen aan het snel integreren van de nieuwkomers in de sfeer van de organisatie.

BIJ AANKOMST

- Probeer nieuwkomers tijdig en in kleinere groepen gelijktijdig te laten arriveren zodat er tijd is voor een duidelijke briefing.
- Bonus-optie: betrek je organisatie bij de briefing zodat zij een 'buddyfunctie' kunnen aannemen.

OP DE WERKVLOER

Idealiter is er op de werkvloer waar een nieuwkomer is ingedeeld tijd voor een korte voorstelronde, zodat iedereen bekend met elkaar kan raken. Daarbij hoeft er geen expliciete aandacht te worden besteed aan het feit dat iemand een nieuwkomer is, maar is het wel slim om informeel te ondersteunen dat diegene kersvers aan de slag gaat en een bepaalde taal wel of niet spreekt. Dit verlaagt drempels.

DUIDELIJK AANSPREEKPUNT

Het is belangrijk dat er een duidelijk aanspreekpunt is voor de nieuwkomers gedurende de gehele werkzaamheden. Zodra het duidelijk bij wie of waar men met vragen heen kan, worden er onzekerheden weggenomen.



“De eerste twee dagen zijn vaak rommelig, maar na een tijd vindt iedereen zijn plek.”

Vrijwilligerscoördinator, Into the Great Wide Open

**IN THE
HEAT OF
THE
MOMENT**

LOSSE ELEMENTEN OM BIJ STIL TE STAAN

EXPONENTIËLE LEARNING CURVE

Verwacht tijdens de allereerste dag(en) eventuele praktische oneffenheden. De opstart van de werkzaamheden betekent altijd hectiek en voor nieuwkomers is dit vaak een totaal nieuwe ervaring waaraan ze zullen moeten wennen.

GELIJK & TOCH ANDERS

Een belangrijk uitgangspunt van New Faces is dat iedereen gelijkwaardig behandeld wordt, of je nu een "nieuwkomer" bent of niet. Daarbij is het soms ten behoeve van zowel de nieuwkomer als de totale dynamiek binnen de organisatie goed dit uitgangspunt niet 100% letterlijk te nemen. Soms is extra begeleiding tijdens de opstart een belangrijk steuntje in de rug om nieuwkomers de kans te geven zo gelijkwaardig mogelijk mee te draaien.

INFORMEER JE EIGEN CREW

Informeert medewerkers van de eigen organisatie tijdig over het initiatief en welke plek het zal krijgen binnen je culturele organisatie. Benadruk daarbij de intentie om alle nieuwkomers en personeel/publiek gelijkwaardig te behandelen.

BONUSOPTIE

Certificaat meegeven!

Voor elke deelnemer kan je een certificaat maken om aan te geven dat hij of zij vrijwilligerswerk heeft gedaan bij de organisatie. Eerdere deelnemers vonden dit een belangrijk document dat ze kunnen gebruiken bij hun zoektocht naar werk. De uitreiking van de certificaten kan een leuk moment opleveren voor crew & nieuwkomers.



“Dit waren de mooiste drie dagen van het jaar.”

Deelnemers New Faces

**CONFIDENCE
IS
POWER**

INTERCULTURELE COMMUNICATIE

Door nieuwkomers te betrekken in je organisatie biedt je iedereen die meewerkt, de kans om skills te ontwikkelen op het vlak van Interculturele communicatie. Intercultural communication trainer Noemi Mena Montes legt uit:

INVENTIEF MET COMMUNICATIESTIJLEN

Interculturele communicatie is het vermogen om met verschillende culturen te werken. Je leeft je in in iemands culturele achtergrond en waarden, en past daar je communicatiestijl op aan, zodat je boodschap niet verloren gaat. Denk aan de analogie met mensen die voor verschillende bedrijven werken. Ieder bedrijf heeft een andere cultuur, dus je past je aan op de manier waarop er binnen een bedrijf wordt gecommuniceerd. Hoewel je start vanuit het principe dat iedereen gelijk is, betekent dit niet automatisch dat je mensen op exact dezelfde manier moet behandelen. Het is belangrijk dat je mensen de ruimte geeft om zich aan te passen.

LEARNING BY DOING

Binnen de context van een culturele organisatie pas je interculturele communicatie heel concreet toe. Verwachtingen rondom timemanagement, planning, samenwerken in een team en hoe feedback gegeven wordt, kunnen uiteenlopen.

Variëren met communicatiestijlen gaat makkelijker wanneer je een beeld hebt van iemands achtergrond – dit is waarom New Face zoveel nadruk legt op een gelijkwaardige ontmoeting. Of diegene al ervaring heeft met werken in teamverband, of het een eerste keer op een festival is en hoe lang diegene bijvoorbeeld in Nederland woont. Ook kan het verschil maken of iemand man of vrouw of zich niet binair identificeert. Door te reflecteren op je eigen manier van communiceren en hoe een ander reageert, leer je al doende. Je bouwt ervaringen op die binnen iedere vorm van samenwerking relevant is.

FOCUS ON THE GOOD AND THE GOOD GETS BETTER

Als je als organisatie nieuwkomers betreft maak je diversiteit een zeer wezenlijk onderdeel van je manier van omgaan met elkaar. Je geeft je medewerkers én het publiek meer handvatten in een mondiale samenleving, een uitgangspunt: skills voor wereldburgers.



“Waar je tijdens de eerste dag nog kon spreken over buitenbeentjes, betekende het overbruggen van hele praktische drempels dat men vervolgens in no time kon ‘blenden’ en onderdeel van het festival werd.”

Vrijwilligerscoördinator, Oerol

**LET'S ROOT
FOR EACH
OTHER
AND SEE EACH
OTHER GROW**

COMMUNICATIE & PR

DO'S

- Maak als organisatie vooraf de afweging of je het initiatief om nieuwkomers te betrekken wil communiceren naar de buitenwereld.
- Vanuit de initiatiefnemers van New Faces is er de wens dat het initiatief steeds meer voor de hand liggend wordt voor culturele organisaties en daarmee steeds minder mediageniek wordt. Ze hopen dat iedereen het initiatief wil positioneren als iets dat iedere organisatie die met vrijwilligers, personeel en publiek werkt als logisch gaat beschouwen.

DON'TS

- Wanneer je aan de buitenwereld wil vertellen over het initiatief, houdt dan daarbij in het achterhoofd dat het belangrijk is om alle iedereen gelijkwaardig te benaderen. Het is belangrijk om nieuwkomers niet als 'exotisch' te positioneren. Dit draagt niet bij aan de intenties van New Faces om integratieprocessen te bevorderen.
- Wanneer er zich een incident voordoet met een negatieve bijklank, is het belangrijk om hier niet direct publieke aandacht, bijvoorbeeld via pers, voor te vragen. Hoewel het incident mediageniek kan zijn en negatieve aandacht ook aandacht is, sluit dit niet aan bij de intenties van New Faces. Het is belangrijk om goed na te denken over een positieve persbenadering waarin gelijkwaardigheid vanzelfsprekend is.



“De diversiteit onder de festivaldeelnemers en bezoekers maakte dat de atmosfeer heel positief was en vol plezier.”

Deelnemer New Faces

**SSSSTT,
SHOW!**

DUURZAAM VERVOLG

Maar liefst alle organisaties die actief betrokken waren bij New Faces gaan de komende jaren door met het New Faces. Op basis van opgedane ervaringen wordt steeds makkelijker om nieuwe edities te organiseren en nieuwkomers binnen de organisatie te ontwikkelen. Nieuwkomers die eerst als vrijwilligers hebben meegewerkt, zijn nu betaald personeel of werken mee in een klankbordgroep van de organisatie.

Na de eerste keer wordt het werven van nieuwkomers veel gemakkelijker omdat je vruchten kunt plukken van je eerdere inspanningen. Het is vanaf dat moment een kwestie van het onderhouden en updaten van de kanalen en partners die nieuwkomers (rechtstreeks) kunnen aanspreken. Daarnaast kun je trouwe nieuwkomers proactief betrekken en hen vragen om hun eigen netwerk te enthousiasmeren. Je bereik wordt daardoor steeds groter en efficiënter.

De initiatiefnemers van New Faces hopen dat deze manier van werken volstrekt normaal wordt en dat organisaties onder de nieuwkomers nieuw talent ontdekken.

- Enthousiaste nieuwkomers die zich opnieuw aanmelden kunnen worden ingezet bij complexere taken. Dit biedt voor hen groeimogelijkheden en potentie om een cv op te bouwen.
- Daarnaast kun je talent gedurende het jaar betrekken bij het treffen van voorbereidingen, zodat de samenwerking minder vrijblijvend wordt. Door nieuwkomers op meer structurele basis te betrekken ontstaat er een band en wordt ook de vaste organisatie op organische wijze inclusiever.

“Geen twijfel, we zouden het sowieso opnieuw doen.”

Directeur, Oerol



“Het gaat extra energie opleveren: het gaat leiden tot inclusiviteit.”

Coördinator, Welcome to the Village

**DREAM,
PLAN,
DO,
REDO!**

IMPACTONDERZOEK

RIJKSUNIVERSITEIT GRONINGEN

"Why should I become a volunteer? What does the organization look like? Why do we not get paid? Why do we need to sleep in a tent? Why is it all worth it?" Dit zijn enkele vragen die de initiatiefnemers van New Faces kregen. Om te weten of dit project echt verschil maakt voor de deelnemers heeft New Faces in 2018 daarom samen met Thijs Bouman van de Rijksuniversiteit Groningen een impactonderzoek opgezet.

Voor het onderzoek zijn 106 deelnemers benaderd, waarvan 65% heeft gereageerd. Zij woonden in heel Nederland; van Groningen tot Maastricht, van Amsterdam tot Almelo. De gemiddelde leeftijd was 30 jaar, de jongste was 18 jaar, de oudste 61 jaar. 66% van de ondervraagde deelnemers was man, 30% vrouw en 4% anders. De meeste deelnemers kwamen uit Syrië, Iran, Venezuela en Afghanistan. De andere ondervraagde deelnemers kwamen uit Gambia, Irak, Burundi, India, Jemen, Egypte, China (Oeigoeren), Turkije, Trinidad, Tobago, Libanon, Ethiopië en Eritrea.

Het onderzoek bestond uit een nulmeting, waarbij de deelnemers vragen hebben beantwoord voordat zij daadwerkelijk aan de slag zijn gegaan tijdens één of meerdere organisaties. Na afloop van hun taken als vrijwilliger hebben ze een serie aanvullende vragen beantwoordt. De vragen waren beschikbaar in het Nederlands, Engels en Arabisch. Naast het invullen van deze vragenlijst zijn ook alle deelnemers tijdens hun vrijwilligerswerk geïnterviewd door een onderzoeker die zelf ook recent uit Syrië naar Nederland is gekomen. De interviews werden in het Engels of Arabisch gehouden.



ENKELE UITKOMSTEN:

MOTIVATIE

De voornaamste redenen voor nieuwkomers om zich aan te melden voor New Faces:

- > Ze willen graag Nederlanders ontmoeten en nieuwe vrienden maken
- > Ze hebben de behoefte om de Nederlandse taal te leren
- > Ze willen kennis maken met de Nederlandse cultuur
- > Ze willen werkervaring opdoen en hun kansen op de arbeidsmarkt verbeteren

IMPACT: KENNIS & VAARDIGHEDEN

Na afloop gaven de deelnemers aan dat ze vooral ervaring hebben opgedaan in:

- > (Interpersoonlijke) communicatie vaardigheden
- > Oplossingsgericht samenwerken
- > Het gevoel van samenhang
- > Taalvaardigheden
- > 80% zegt dat het project heeft bijgedragen aan hun kennis over de Nederlandse maatschappij

IMPACT: NETWERK & WERK

Uit literatuuronderzoek* blijkt dat het vergroten van sociaal contact en netwerk kan bijdragen aan integratie en participatie. Het kan helpen om verder te komen in het leven. Daarbij worden contacten buiten de eigen gemeenschap in verband gebracht met bijvoorbeeld het vinden van een baan en het verbeteren van taalvaardigheden. Contacten binnen de eigen gemeenschap worden in verband gebracht met emotionele steun of praktische hulp. Sociale contacten dragen ook bij om vooroordelen en eenzaamheid te verminderen.

Op het gebied van sociale contacten en werk kende het onderzoek de volgende resultaten:

- > Alle respondenten zijn van plan om in contact te blijven met mensen die ze tijdens het vrijwilligerswerk hebben leren kennen. Gemiddeld denken ze met drie andere vrijwilligers contact te houden.
- > 72% geeft aan dat ze door New Faces een groter netwerk hebben weten op te bouwen.
- > 69% stelt dat het makkelijker is geworden om met Nederlanders om te gaan.
- > 55% heeft makkelijker ander vrijwilligerswerk kunnen vinden.
- > 55% denkt makkelijker betaald werk te kunnen vinden.

“Het project werkt goed. Ik zag de jongens van het bouwteam de hele week aan de slag. Met een glimlach van oor tot oor. Ik zou ze zo inhuren voor mijn bedrijf.”

Directeur tentenverhuurbedrijf na afloop van Oerol

“Voor nieuwkomers zoals ik was het een prachtige kans om te integreren in de Nederlandse cultuur en voor de Nederlandse festivalgangers om ons te zien als onderdeel van de samenleving.”

Amro, Deelnemer New Faces

“Dergelijke activiteiten zijn zo waardevol voor de integratie en kennismaken met een nieuwe cultuur. Met de opgedane contacten kan een azc bewoner zoveel! Zo werden Umut en Husam na Oerol ook op een feest in Utrecht uitgenodigd. Ideaal om hun netwerk uit te breiden.”

COA-medewerker



CARLOS



YXIORA

**MAKE
AN IMPACT**

COLOFON

New Faces is een initiatief van:

Hooman Nassimi

hoomannassimi@societyinmotion.nl / +31 6830 668 23

info@newfacesatfestivals.nl

www.newfacesatfestivals.nl / www.newfaces.ngo

Voor de 2021 update van deze toolkit geldt dank aan:

Marieke Schelhaas, Sociologie Student RUG

Stagiaire New Faces 2021

Het initiatief ontstond in het kader van Leeuwarden-Fryslan 2018 Culturele Hoofdstad van Europa binnen het programma IepenUP, een programma rondom maatschappelijke vraagstukken. Sinds 2018 kon New Faces groeien dank Matthea de Jong, VSBfonds & LF2028/ Provincie Fryslân.

DANK AAN TEAMS & SUPPORT DOOR:

Matthea de Jong

Leeuwarden-Fryslan 2018 Culturele Hoofdstad van Europa

VSBfonds, Romy Jochems

Provincie Fryslân

Society in Motion

Thijs Bouman, PhD | University of Groningen

Noemi Mena Montes | Co-founder Re-Starter

Ontwikkeling toolkit | Creative consultancy Cornelis Serveert -

Eva Forceville, Veerle Devreese, Sophie van Rijswijk en Ann Van Saene

DISCLAIMER

Deze toolkit bevat suggesties om organisaties te helpen bij de opstart om nieuwkomers te betrekken. De toolkit pretendeert geenszins volledig te zijn en sluit alternatieve suggesties en perspectieven niet uit. Het is aan iedere organisatie om vanuit enthousiasme en nuchter verstand op basis hiervan zelfstandig vervolgoeuzes te maken.



ALUMNI

Maak gebruik van de ervaring en het netwerk van onze alumni. Zij helpen je graag en kunnen je misschien zelfs rechtstreeks in contact brengen met nieuwkomers.

ALUMNI NEW FACES SINDS 2017

Noord-Holland

Amsterdam Roots Festival
Amsterdam Dance Event
Into the Great Wide Open
STRIJKKWARTET BIËNNALE AMSTERDAM
Lowlands

Zuid-Holland

Rewire

Utrecht

Festival September Me
Le Guess Who?
Nederlands Film Festival

Friesland

Media Art Festival/LUNA
Welcome to the Village
Pier21
Neushoorn
Oranjewoud
CityProms
Noordelijk Film Festival
Oerol
Explore the North

Groningen

Eurosonic Noorderslag

Drenthe

Peergroup

Overijssel

Rijksmuseum Twente/Museumfabriek

Limburg

Nederlandse Dansdagen
Poppodium Grenswerk

Gelderland

Popronde Nederland

Organisaties die vrijblijvend door New Faces geadviseerd werden

Friendly Fire
Museumnacht Amsterdam
CineKid
Motel Mozaique
Dancing on the Edge
Eierbal Festival Groningen
Jonas en de walvis
Happy Bachdag
Tweetakt
TheNextWeb2020
Future Festival & Mysterland
Centraal Museum Utrecht
Grachtenfestival
De Theaterwerf (Theatervoorstelling Salomonsoord)
Grote Kerk Veere
Cultuurkwadraat



“Dit jaar liep het project veel beter door goede voorbereiding en de ervaring van vorig jaar.”

Coördinator, Welcome To The Village