

TOOLKIT

EEN NETWERK VAN LGBTI+
PERSONEELSLEDEN





Deze toolkit werd ontwikkeld door KliQ vzw in samenwerking met Vlerick Business School en VOKA in het kader van een project van het Europees Sociaal Fonds 'Focus op Talent'.

Redactie: Thomas Jans, Alex De Greef

Eindredactie: Jeroen Borghs

Ontwerp: Virginie Soetaert

TOOLKIT

EEN NETWERK VAN LGBTI+ PERSONEELSLEDEN

Contacten hebben met je collega's en je thuis voelen op het werk is voor veel mensen erg belangrijk. Je spendeert immers heel wat tijd van je leven op je job. Een professioneel netwerk uitbouwen kan belangrijk zijn voor je carrière of om je werk tot een goed einde te brengen.

Door de bestaande (machts)structuren en mechanismen rond gender kan het zijn dat je door je seksuele oriëntatie en/of genderidentiteit en -expressie niet altijd dezelfde kansen krijgt op de werkvloer of dat je drempels tegenkomt om je netwerk uit te bouwen en je thuis te voelen.

Het geeft me een goed gevoel dat het netwerk bestaat en dat het bedrijf het ondersteunt. Ik ben er trots op dat inclusie voor mijn werkgever zo belangrijk is.

**Natalia, 26,
Pride@Accenture**

KliQ vzw werkt onder de naam KliQ Works samen met werkgevers en werknemers om organisaties meer inclusief te maken zodat iedereen er zich thuis kan voelen. Een netwerk van personeelsleden die LGBTI+ zijn, kan een belangrijk middel zijn om deze inclusiviteit te bereiken.

Een personeelsnetwerk kan heel diverse vormen aannemen. Elk bedrijf of elke organisatie is immers anders. Misschien wil je vooral een gesloten groep die een veilige omgeving biedt voor werknemers die LGBTI+ zijn en waarbij misschien niet iedereen uit de kast is? Of je wil net heel open activiteiten organiseren met aanwezigheid van zoveel mogelijk *allies* of bondgenoten uit je organisatie. De meeste netwerken hebben een werking die verschillende elementen combineert.

Wil je zelf een netwerk opstarten, maar weet je niet hoe je anderen erbij betrekt? Wil je als bedrijfsleider het netwerk van je werknemers ondersteunen? Deze toolkit van KliQ Works helpt je op weg met tips, tricks, getuigenissen en goede voorbeelden.

Deze toolkit geeft je een antwoord op:

- **Waarom is een netwerk belangrijk?**
- **Hoe start ik zelf een netwerk op?**
- **Hoe overtuig ik mijn bedrijf mijn netwerk te steunen?**
- **Hoe maak ik anderen enthousiast om mee te werken?**
- **Hoe kan ik mijn netwerk bestendigen en uitbreiden?**
- **Hoe zorg ik voor meer diversiteit in mijn netwerk/in mijn bedrijf?**
- **Hoe kan ik invloed hebben op het beleid van mijn bedrijf?**
- **Hoe kan ik externe impact hebben?**

Deze toolkit is er zowel voor werknemers die een netwerk willen opstarten als managers, HR- of diversiteitsmedewerkers die een netwerk willen stimuleren.

Waarom een netwerk opstarten?

Misschien ben je nog niet helemaal overtuigd en vraag je je af waarom een personeelsnetwerk interessant kan zijn?

Is er nog een probleem op de werkvloer?

“Bij ons is er geen probleem, iedereen kan zichzelf zijn,” zegt een HR-manager, die dit nooit bevroegd heeft.

“Je seksuele oriëntatie behoort tot je privé,” zegt een collega, waarna ze zelf vertelt over wat ze in het weekend met haar man en kinderen is gaan doen.

Ondanks alle juridische evoluties en een stijgende acceptatie hebben LGBTI+personen nog steeds te maken met drempels om werk te vinden of promotie te maken, kunnen ze een verminderd welzijn hebben door negativiteit te internaliseren en vaak gewoon door niet helemaal zichzelf te kunnen zijn op de werkvloer. Expliciete vooroordelen zijn impliciete vooroordelen geworden door juridische en sociale veranderingen.

De werkvloer is een plaats waar de meeste mensen een groot deel van hun leven doorbrengen. Dat deze plek de algemene maatschappelijke tendensen reflecteert, hoeft niet te verbazen. Als mensen niet voldoen aan de genderstereotiepe verwachtingen of ze identificeren zich noch als man, noch als vrouw, dan daalt de aanvaarding door de omgeving, ook op de werkvloer. Daarnaast zorgt het stigma rond seksuele minderheden en genderdiversiteit in bepaalde gevallen voor (in)directe discriminatie, pestgedrag en vaak onbewuste vooroordelen. Door binaire genderstereotypen zien we een focus op verwachtingen en vooroordelen rond mannen en vrouwen in plaats van een focus op talent. Dergelijke focus leidt tot minder kansen, bijvoorbeeld op promotie, en tot een assimilatie aan verwachtingen (zelfdisciplineren). Hierdoor ontstaat er een artificiële homogeniteit van het personeel, wat resulteert in gemiste kansen op het vlak van innovatie en competitief voordeel van het bedrijf én een daling van het welzijn.

15,6% van de transpersonen is werkloos.
26,6% veranderde ooit van werk omwille van het trans-zijn.

(IGVM, Leven als transgender in België, 2009)

DISCRIMINATIE
WERKLOOS
JOBKEUZE
CIJFERS

1 op 10 LGBT's voelt zich gediscrimineerd bij het zoeken naar een job en op het werk

1 op 2 transpersonen voelt zich gediscrimineerd bij het zoeken naar een job

1 op 5 transpersonen voelt zich gediscrimineerd op het werk

(FRA, EU LGBT survey, 2013)

Voor 30% van de holebi's beïnvloedt hun seksuele oriëntatie hun jobkeuze.

(Vincke, Discriminatie van holebi's op de werkvloer, 2008)

72% van de respondenten die zich identificeren als 'LGBT bondgenoot' zullen meer waarschijnlijk een job aannemen bij een bedrijf dat gelijke kansen ondersteunt voor hun werknemers die holebi of transgender zijn.

(The Center for Talent Innovation, Out in the World: Securing LGBT Rights in the Global Marketplace, 2016)

Slechts 16% van de transpersonen is volledig open op de werkvloer.

(FRA, EU LGBT survey, 2013)

Bij holebi's doet maar 1 op 2 een coming-out tijdens de integratiefase.

(Vincke, Discriminatie van holebi's op de werkvloer, 2008)

80% van de werknemers is comfortabel met een collega die holebi is.
67% van de werknemers is comfortabel met een transpersoon als collega.
(Eurobarometer 437, Discrimination in the EU, 2015)

**OUT
AT
WORK**

Inzetten op een inclusieve werkvloer is goed voor iedereen

Kiest je bedrijf ervoor om in te zetten op diversiteit en inclusie dan is dat een slimme zet. Niet alleen de werknemers, ook het bedrijf of de organisatie zelf haalt er voordeel uit. Goed nieuws dus ook voor de werkgever!

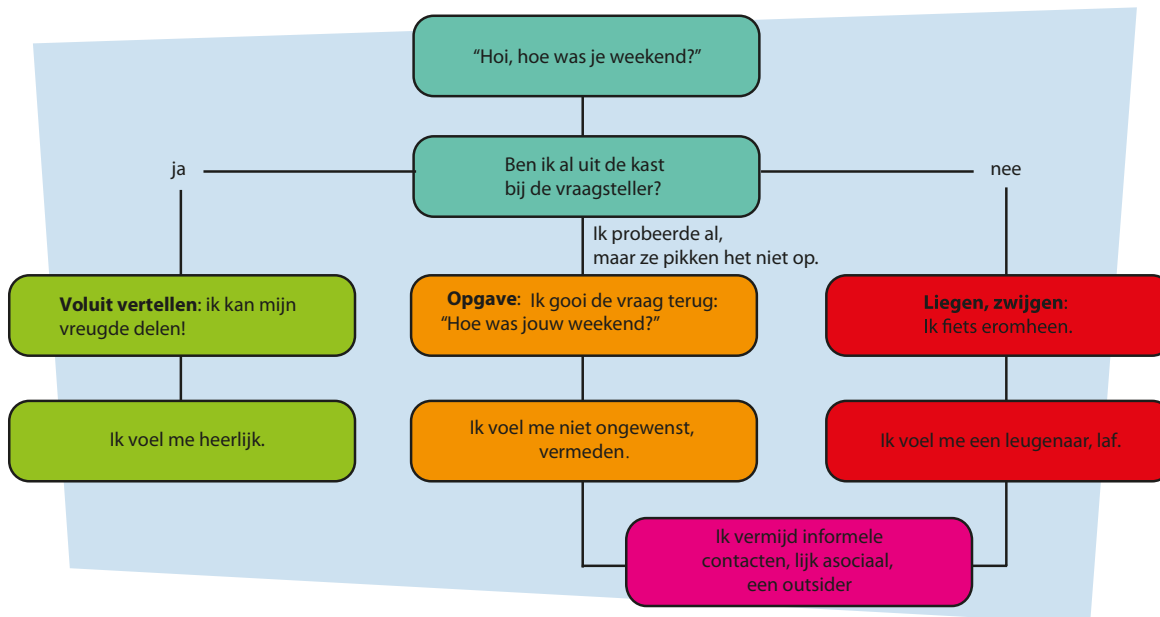
Twee overzichtsstudies tonen het verband aan tussen inzetten op inclusie van holebi's en transgenders, en betere prestaties van economieën, bedrijven en individuele werknemers op allerlei indicatoren zoals innovativiteit, (mentale) gezondheid, tevredenheid, motivatie, samenwerking, aantrekken van talent en imago.

Een personeelsnetwerk van personen die LGBTI+ zijn, speelt een belangrijke rol om te komen tot een inclusieve werkvloer.

▶▶ Je seksuele identiteit en genderidentiteit zijn niet beperkt tot je privéleven. ◀◀

Ieder personeelslid toont aspecten van wie ze zijn op de werkplaats. De werkplaats krioelt van kleine hints over iemands persoonlijkheid of iemands leven die op zich niets te maken hebben met de job die men doet. Dat kan gaan van een informeel gesprek aan de koffiemachine over een hobby of een weekendactiviteit, tot een familiefoto op je bureau. De meeste mensen geven indirect of direct hints over wie ze zijn. Open kunnen zijn op de werkplek is voor velen dan ook een vanzelfsprekendheid. Moeten verbergen wie je bent of wat de naam is van je partner omdat je niet zeker bent of het veilig is om deze informatie prijs te geven, kan enorm isolerend zijn. Het kan een negatieve impact hebben op je welzijn op het werk en zelfs ten koste gaan van retentie, productiviteit en engagement.

Het coming-out dilemma of de *cost of thinking twice* illustreert dit duidelijk. Een lesbische collega is tijdens het weekend haar 10-jarig samenzijn met haar vriendin gaan vieren. Maandagochtend vraagt haar collega wat ze dat weekend gedaan heeft. Onderstaand schema toont het hele denkproces dat op deze vraag volgt en de negatieve consequenties die een simpele vraag kan hebben:



▶▶ **Werknemers die zichzelf kunnen zijn, zijn gelukkiger.** ◀◀

Door het oprichten van een LGBTI+-netwerk bied je een platform waar ruimte is om jezelf te zijn. Dat kan binnen de beslotenheid van het netwerk zijn of in de bredere omgeving van de organisatie. Het louter bestaan van een netwerk kan op zich al steun bieden en zichtbaarheid geven aan een onderwerp dat nog vaak in een schaduwzone zit op de werkvloer. Mensen kiezen helemaal zelf of ze een coming-out doen of niet. LGBTI+personen moeten voor zichzelf uitmaken of de omgeving waarin ze zich bevinden veilig is voor ze de beslissing nemen om een deel van hun identiteit prijs te geven. Maar wie open is, voelt zich vaak gelukkiger en gaat beter presteren. Een netwerk kan de openheid creëren om mensen de kans te geven zich te outen. Zo kan je elkaar steunen, maar ook van elkaar leren.

▶▶ **Bij ons is er geen probleem. Ik voel me als LGBTI+persoon prima op de werkvloer.** ◀◀

Het kan zijn dat je zelf nooit problemen ervaart op de werkvloer. Toch weet je niet altijd of je dezelfde kansen krijgt als je collega's. Er is de laatste jaren veel veranderd, maar vaak genoeg speelt het zogenaamde Old Boys Network nog een bepalende rol. Een LGBTI+-netwerk kan kansen bieden aan werknemers die LGBTI+ zijn, maar ook aan hun bondgenoten, om ook te beschikken over een netwerk en zo meer mensen te kennen op de werkvloer en je eigen carrière te ondersteunen.

Maar je eigen situatie is sowieso niet de maat voor de situatie van iedereen. In vele bedrijven waar openlijke LGBTI+personen aanwezig zijn, zijn vaak heel wat mensen onzeker om een coming-out te doen en heb je dus geen juist beeld van de problemen. Denk er ook aan

dat het voor sommigen vandaag net moeilijker is om uit de kast te komen. Net omdat het idee leeft dat dit geen probleem meer is, hebben zij die twijfelen het nog moeilijker om de stap te zetten. Met een netwerk kan je daar verandering in brengen.

Of je een voorbeeldrol wil opnemen of niet is je eigen keuze. Maar denk eraan dat je in die rol het leven van anderen positief kan beïnvloeden.

►► **Mijn seksuele oriëntatie en genderidentiteit is maar een deeltje van wie ik ben.** ◀◀

Een netwerk streeft ernaar dat je dezelfde kansen krijgt als iedereen en net als iedereen jezelf kan zijn op de werkvloer. Zo kan je tot bloei komen in je organisatie ondanks de drempels die je seksuele oriëntatie en genderidentiteit soms met zich meebrengen.

Uiteraard bestaat ieders identiteit uit vele verschillende aspecten. Het stigma dat nog steeds hangt rond LGBTI+ maakt dat niet iedereen even trots is of kan zijn op dit aspect van hun identiteit. Door met je netwerk bij te dragen aan een heel open en inclusieve organisatie, kan je dit stigma doorbreken en kunnen mensen weer trots zijn op hun eigen identiteit.

►► **Een eigen netwerk dat leidt tot meer inclusiviteit.** ◀◀

Het werk dat een netwerk doet, leidt er vaak toe dat de hele organisatie meer open en inclusief is. Het komt dus niet alleen de werknemers die LGBTI+ zijn te goed maar ook alle andere werknemers. Door niet gebonden te zijn aan stereotypen en (onbewuste) vooroordelen kan iedereen talenten maximaal ontplooiën. Door een groter welzijn bij de doelgroepen verbetert de samenwerking binnen teams. Algemeen zal de productiviteit, innovativiteit en competitiviteit van het bedrijf een positieve uitkomst kennen.

►► **Een meerwaarde voor het bedrijf of de organisatie.** ◀◀

Een netwerk van LGBTI+personen in je bedrijf of organisatie kan een grote meerwaarde zijn om te komen tot een inclusieve organisatie. Het netwerk kan duidelijk maken dat er plaats is in het bedrijf voor seksuele diversiteit en genderdiversiteit, ook naar klanten, partners en toekomstige werknemers, en kan expertise delen binnen de organisatie. Werknemersgroepen die divers zijn kunnen betere en meer weloverwogen keuzes maken. In een bedrijf waar diversiteit gevierd wordt, durven mensen vaak assertiever te zijn om hun unieke visie in te brengen en hun talenten volop in te zetten. Zichtbare diversiteit in je personeel zie je ook weerspiegeld in de doelgroep die je aanspreekt en draagt bij tot een sterk imago.

Het bestaan van .beproud! geeft erkenning aan LGBTI-personen bij de federale overheid en indirect erkenning aan mezelf als LGBTI-persoon. Door lid te zijn ben ik me beter gaan voelen op het werk omdat we de kans hebben om over diversiteit te spreken met de collega's.

Anoniem, .beproud! (netwerk binnen de federale overheid)

Simpelweg door te bestaan helpt mijn regenboognetwerk mij. Door de specifieke discriminatie in de spotlights te brengen en te doen verdwijnen, waardoor de bedrijfsleiders van de spoorwegbedrijven nu een diversiteitscharter hebben ondertekend. Door een platform aan te bieden waar wij, holebi's, bij elkaar terecht kunnen met ons verhaal als dat op het werk niet altijd gaat. Door aan te tonen dat we bijlange niet alleen zijn.

Anoniem, 28, Trainbow Belgium (netwerk van de spoorwegen)

Ik ben lid om te netwerken. Om iets te doen voor mijn mede LGBTI-collega's en om meer aandacht te verkrijgen voor het welzijn van LGBTI-personen op de werkvloer.

Ik voel me nu beter in mijn vel en durf opener praten over mijzelf. Bestuurslid zijn van Trainbow geeft mij meer voldoening in mijn job.

Stijn, 30, Trainbow Belgium

EGALITE heeft mij en mijn collega's geholpen om ons beter te voelen op de werkvloer en om de zichtbaarheid van LGBTI+personeesleden te vergroten. Daardoor steeg niet alleen de tolerantie, maar ook de acceptatie. Ook al waren de EU-instellingen altijd een respectvolle werkgever, toch zijn ze in de afgelopen jaren meer open geworden en veel meer uitnodigend voor LGBTI+collega's.

Slaven, EGALITE (netwerk binnen de instellingen van de Europese Unie)

Ik werd lid van het holebi- en transgendernetwerk binnen mijn bedrijf omdat ik wilde bijdragen aan de werking van het netwerk en een inclusieve werkomgeving. Het gaf me ook een gevoel van erkenning voor wie ik ben en een zekere steun. Lid zijn van een netwerk geeft je een 'veilig' en 'vertrouwd' gevoel, wetende dat mensen rondom je die ook ally zijn en discriminerend gedrag gaan veroordelen.

Sven, Accenture

Als heteroseksueel persoon heeft mijn lidmaatschap van het netwerk me geholpen om diversiteit en onbewuste vooroordelen op de werkvloer beter te begrijpen en te zien waarom we moeten werken aan het bewustzijn rond aanvaarding van LGBTI-personen op de werkvloer.

Natalia, 26, Accenture

Het feit dat dit netwerk bestaat, geeft een goed gevoel naar aanvaarding en ondersteuning door de werkgever. Zowel privé als beroepsmatig is er nog veel discriminatie t.a.v. seksualiteits- en gendervariante personen. Aansluiting bij een LGBTI-netwerk doet ons sterker staan en biedt een informeel forum om te praten over onderwerpen gerelateerd aan seksuele oriëntatie en genderidentiteit en -expressie, ideeën uit te wisselen over het beleid en mensen te leren kennen.

Anoniem, .beproud!

Ik ben bestuurslid van het regenboognetwerk omdat ik geloof in de noodzaak om het huidige 'normaal' aan te passen naar het nieuwe 'normaal'!

Benjamin, 38, Trainbow Belgium

Ik vind het essentieel dat LGBTI'ers gelijke kansen krijgen bij aanwerving en door-groei in een bedrijf. Maar ook fun onder 'gelijkgestemden' hoort erbij.

Christian, 53, Trainbow Belgium



De succesvolle start

Je wil als personeelslid of als groepje graag een LGBTI+netwerk oprichten binnen je organisatie. Je bent HR-medewerker of manager en je zou graag een netwerk in je organisatie hebben. Hoe ga je meteen succesvol van start?

TIP

Bottom-up of top-down? De twee succesfactoren voor een netwerk.

Twee elementen zijn vaak erg bepalend voor het goed functioneren van een netwerk. Je hebt een draagvlak nodig bij het personeel én een sponsor bij het (top)management of de directie.

Een netwerk opleggen vanuit het management, bijvoorbeeld door een actie van het internationale hoofdkwartier, werkt vaak niet. Je maakt het netwerk samen met het personeel. Het is er immers voor en door hen. Een netwerk met draagvlak maar zonder sponsor kan het dan weer erg moeilijk krijgen om activiteiten te organiseren of gehoor te krijgen bij collega's of managers. Financiële, logistieke en morele steun bieden belangrijke ondersteuning en tonen aan dat het bedrijf of de organisatie het initiatief en werk van haar personeelsleden waardeert.

Eerste stap: check of er al een netwerk bestaat

In sommige sectoren zijn bedrijven en organisaties eerder klein en kan het interessanter zijn om een sectorbreed netwerk op te richten. Check dus zeker ook of een dergelijk netwerk bestaat. In het buitenland vind je voorbeelden uit de advocatuur, zoals [Alice](#) het carrièreportaal en advocatennetwerk voor LGBTI+personen en [Interlaw Diversity Forum](#). Sommige van deze netwerken zijn ook internationaal actief, zoals [UNICORNS IN TECH](#) voor mensen uit de IT-sector.

Stel je dus volgende vragen:

- Is er al een netwerk dat we kunnen uitbreiden?
- Willen we aansluiten bij een bestaand netwerk uit de sector?
- Willen we een eigen netwerk oprichten?
- Willen we een netwerk oprichten in onze sector?

Zoek medestanders en steun

Een breed draagvlak: zoek naar medestanders voor een kerngroep

“One is the loneliest number”

Jullie zijn reeds een groepje enthousiaste collega's dat van start wil gaan. Prima zo! Een netwerk heeft nood aan meerdere mensen die de trekkende kracht zijn.

Ben je in eerste instantie alleen met het idee of ben je een manager of medewerker die graag een netwerk wil opstarten, zoek dan eerst naar medestanders. Ook als je niet meteen anderen met evenveel motivatie vindt, ga dan niet overhaast te werk. Er komt meer kijken bij het opstarten van een personeelsnetwerk dan verwacht en een duurzaam netwerk kan niet gedragen worden door één persoon.

Verspreid je oproep door het hele bedrijf en breng geïnteresseerden eens vrijblijvend samen. Zoek niet alleen binnen je eigen dienst of kennisnetwerk, maar spreek eventueel personeelszaken, de diversiteitsdienst of de interne communicatiedienst aan. Zoek breed en spreek met een duidelijke boodschap.

Veel netwerken kiezen ervoor om een open netwerk te zijn. Ook personeelsleden die zelf niet LGBTI+ zijn kunnen dan deel uitmaken van de kerngroep. Samen kan je een alliantie opbouwen en je bedrijf of organisatie meer inclusief maken. Een inclusieve organisatie komt tenslotte iedereen ten goede.

Ik ben lid geworden van het LGBTI-netwerk in mijn bedrijf uit persoonlijke overtuiging. Ik ben een heteroman, maar ik heb mijn seksualiteit niet gekozen. Ik kan niet aanvaarden dat LGBTI-personen nog steeds moeilijkheden ervaren in onze maatschappij. Door lid te worden van het netwerk wil ik mijn steun geven.

Michael, 29, Accenture (bondgenoot/ally)

Lidmaatschap bij Trainbow Belgium heeft me geholpen op opvoedkundig vlak, voor mijn dochter.

Lesley, 36, Trainbow Belgium (bondgenoot/ally)

Zodra je met voldoende medewerkers bent - een kern van 3 is een minimum – heb je een basis waarmee je verder aan de slag kan.

Heb je veel enthousiaste mensen of wil je je kerngroep verder uitbreiden, denk dan na over de samenstelling en diversiteit van de kerngroep. Welke achtergronden ontbreken? Waar liggen jullie individuele sterktes (organiseren, netwerken,...)? Hoe kunnen jullie samen de meest duurzame kerngroep bouwen?

Zorg voor een divers bestuur uit zo veel mogelijk afdelingen, zo heb je al meteen een groot netwerk en kan je sneller iets bereiken. Met een voldoende groot netwerk naar het management stappen, geeft je meer draagkracht.

Stijn, 30, Trainbow Belgium

TIP

Weet dat je er niet alleen voor moet staan.

Çavaria, de Vlaamse koepelorganisatie met meer dan 120 aangesloten LGBTI+verenigingen (waaronder bedrijfsnetwerken), en KliQ, de vormingsorganisatie rond seksuele en genderdiversiteit, staan klaar om jou te begeleiden en ondersteunen in de opstart van je netwerk.

Contacteer [çavaria](#) en [KliQ](#).

Steun van het management: zoek een sponsor

Steun (in welke vorm dan ook) vanuit het management is een onmiskenbare meerwaarde en onmisbaar als je een duurzaam netwerk wil uitbouwen. Financieel en logistiek, maar ook voor de communicatie en zichtbaarheid kan een sponsor een wereld van verschil betekenen. Sponsors komen vaak uit het directiecomité, zijn CEO, CFO, ..., met andere woorden: sponsors bepalen mee de richting van het bedrijf en hun boodschap heeft veel invloed op de erkenning van een netwerk binnen de organisatie. Zij zijn degene die deuren openen en je werk kunnen faciliteren.

Soms kan het nuttig zijn om al een concreter plan of idee te hebben om je sponsor te overtuigen (zie volgende stap). Gebruik voor dit gesprek een helder uitgewerkte business case over het wat en waarom van jouw netwerk. Leg uit dat dit netwerk deel kan uitmaken van een inclusief beleid voor iedereen in het bedrijf.

Als je je sponsor diepgaander wil engageren, kan het interessant zijn deze eerst te zoeken en vervolgens mee te laten denken over de verdere uitwerking.

KliQ Works heeft een uitgewerkte business case die aantoont dat een inclusieve werkvloer goed is voor de werknemers, maar ook economisch veel voordelen biedt voor het bedrijf.

Contacteer KliQ Works voor meer info of om een vorming hierover te geven.

Probeer zo vroeg mogelijk in het proces jouw management mee te krijgen in jouw verhaal. Pols misschien zelfs nog voor de opstart of er animo voor is bij jouw bedrijfsleiding. Staan ze open voor zo'n initiatief? Willen ze dit steunen? Of is er net geen draagvlak voor? Dan weet je bij de oprichting meteen ook waar je aan toe bent en waar de eventuele uitdagingen liggen. Of dit nu negatief of positief is, jouw beleid, acties en activiteiten kunnen er op afgestemd worden.

Ramses, 36, Trainbow Belgium

TIP

Zoek steun en inspiratie bij je internationale collega's.

Grotere internationale bedrijven hebben vaak LGBTI+netwerken die actief zijn in bepaalde landen (vaak in de Verenigde Staten of het Verenigd Koninkrijk) of die globaal opereren. Ben je actief in zo'n bedrijf, neem dan eens met hen contact op. Zij kunnen je helpen met handige tips, maar kunnen ook lobbyen bij jouw management of bij het personeel om het belang aan te tonen van het netwerk. Zo helpen ze mee een draagvlak te creëren bij de leiding en bij het personeel.

Meer informatie vind je op de internationale websites van je bedrijf.

Een sectorbreed netwerk

Heb je ervoor gekozen om niet in de eigen organisatie maar over verschillende bedrijven en organisaties in je sector heen een netwerk op te richten, dan zijn bovenstaande stappen even belangrijk.

Zorg ervoor dat je met een kerngroepje bent met voldoende draagkracht om iets uit te bouwen. Een sponsor kan je vinden in de deelnemende bedrijven of organisaties of kan je zoeken bij je sectorfederatie. Die federatie kan een faciliterende rol spelen om haar leden rond dit thema samen te brengen.

Ook als sectorfederatie kan je zelf eens polsen onder werknemers in je sector of er interesse is in een netwerk en mensen samenbrengen om een draagvlak te creëren. Zo kan je er voor zorgen dat ook in kleinere bedrijven en organisaties werknemers zichzelf zijn, gelukkiger worden en beter gaan presteren.

Door de voorbeeldrol van je sector kan je er dan ook in slagen om meer talent aan te trekken en een positief en inclusief imago te hebben bij je klanten.

Wie zijn we en wat willen we?

Met je sterke kernteam als fundering en de steun van je sponsor, kan je vervolgens vorm beginnen geven aan je netwerk.

Doelstelling

Wat wil je bereiken met je netwerk? (ontspanning bieden, focussen op netwerken, vorming geven en sensibiliseren, invloed hebben op je bedrijf, gelijkgestemden mekaar laten ontmoeten en steunen, ...)

Wat je nodig hebt, is een goede mix van enkele gemotiveerde collega's waar je een bestuur mee kunt vormen en die er echt hun schouders willen onder zetten. Gaandeweg bouw je best ook een visie uit, een toekomstplan. Stel jezelf de vraag waar je als vereniging naartoe wilt, wat je wilt bereiken en welke activiteiten je wilt organiseren.

Ramses, 36, Trainbow Belgium

Welke naam?

Bestaande LGBTI+bedrijfsnetwerken hebben de meest uiteenlopende namen van *GALA* (ING), *GABLE* (P&G), tot het catchy *Out in space* (ruimtevaartsector), *Unicorns in tech* (technologiesector), woordspelingen als *Trainbow* (Belgische Spoorwegen) of met een inhoudelijke boodschap *.beproud!* (federale overheid), *Open&Out* (Johnson & Johnson) en *Egalité* (Europese Unie). De meeste namen geven een knipoog naar het LGBTI+zijn, maar vermijden een opsomming van deze letters.

Een duidelijke missie en communiceerbare boodschap

Zorg voor een heldere missie en boodschap die meteen duidelijk maakt waarom mensen kunnen aansluiten bij je netwerk. Schrijf deze uit en zorg dat al je (kern)leden achter deze visie staan. Communiceer deze eventueel via het intranet of een eigen website/Facebook-pagina/...

Interne communicatie en structuur

Wil je het werk binnen je netwerk zo vlot mogelijk laten verlopen, denk dan ook even na over de interne communicatie en een duidelijke taakverdeling. Wie maakt je kern uit en wie zijn 'losse' medewerkers? Welke mensen nemen de coördinatie op? Wie stuurt e-mails naar de leden, wie beheert de financiën, wie plant een activiteit en wie is contactpersoon met het management van je bedrijf? Als hier duidelijke afspraken over zijn, voorkom je dat je dubbel werk doet, of werk niet gedaan wordt. Denk na, zeker als je verder groeit, over genderverhouding, diversiteit en laagdrempeligheid.

Zorg er voor dat iedereen van de kerngroep op de hoogte is van de taken en activiteiten waar je netwerk mee bezig is. Bedenk een eenvoudige manier om informatie te delen. Dit kan offline door ergens een map aan te leggen met alle documenten, maar dit kan ook via systemen als Dropbox, Google Docs of door een Facebook-groep te maken voor intern gebruik.

Zorg er ook voor dat je makkelijk te contacteren bent en duidt iemand aan als aanspreekpunt.

Denk ook aan de praktische zaken

De situatie van elk netwerk is anders. Doorgaans zijn er twee situaties die vaak voorkomen: een netwerk is ingebed of is niet ingebed in de structuur van het bedrijf of de organisatie. Dit heeft gevolgen voor bv. financiering en verzekering.

Financiering

Hoe klein je activiteit ook is, vaak kan je ze niet organiseren zonder een minimaal budget. Probeer steeds een sponsor te zoeken in het bedrijf die een budget kan vrijmaken of lobby voor dit budget met je netwerk bij verschillende diensten.

Andere mogelijkheden om je netwerk te financieren zijn eigen fundraising of subsidies. Sluit je aan als vereniging bij çavaria, dan zijn er tijdens het jaar enkele mogelijkheden om kleine subsidies aan te vragen.

Verzekering

Een vereniging die ingebed is, is vernoemd en erkend als structuur of werkgroep binnen

het bedrijf/organisatie en is daardoor meestal verzekerd. Is het netwerk niet ingebed en dus niet erkend of ingekapseld binnen bedrijf, dan ben je vaak niet verzekerd.

Ook hier, heb je een aantal voordelen als je aansluit als vereniging bij çavaria. Je krijgt gratis de verplichte(!) verzekering burgerlijke aansprakelijkheid en rechtsbijstand voor je vrijwilligers (medewerkers). Daarnaast betaalt çavaria de helft van je verzekering lichamelijke ongevallen voor medewerkers. Je kan je als vereniging ook intekenen op diverse andere verzekeringen aan een kortingstarief van 40%.

Vzw of feitelijke vereniging?

De eerste statuten opstellen kan een hele klus zijn. Een feitelijke vereniging is vrij makkelijk op te starten, een vzw neemt wat meer werk in beslag. Maar een vzw heeft dan weer het voordeel van een betere juridische bescherming bij aansprakelijkheid. Bij een feitelijke vereniging zijn alle leden voor een even groot deel en individueel aansprakelijk, bij een vzw is het de verenging die aansprakelijk kan worden gesteld bij schadegevallen of financiële tekortkomingen.

Ramses, 36, Trainbow

TIP

Sluit je aan bij çavaria

Aansluiten bij çavaria heeft heel wat voordelen. Naast eventuele financiële steun en verzekering, kan je vormingen volgen of gebruik maken van de communicatiekanalen van çavaria om je activiteiten bekend te maken. De bewegingsmedewerkers van çavaria bieden je praktische ondersteuning (hulp bij subsidies, brainstorm, administratie, vzw, locatie, bemiddeling, ...). Bovendien maak je samen met meer dan 120 andere verenigingen deel uit van de holebi- en transgenderbeweging en krijg je inspraak in de interne structuren van die beweging.

De netwerken van o.a. Accenture, Rainbow Cops Belgium en Trainbow Belgium zijn aangesloten bij çavaria.

Tijd om jezelf bekend te maken

Hoe weten geïnteresseerde collega's dat het netwerk bestaat? Hoe kunnen jullie gecontacteerd worden? Gebeurt dit via bestaande platformen (intranet) of denken jullie erover na een Facebook-pagina op te starten of (op termijn) een nieuwsbrief uit te werken?

Er is vandaag in een bedrijf of organisatie veel beschikbare informatie en er wordt voortdurend gecommuniceerd. Vaak genoeg hoor je dat mensen niet eens weten dat er een netwerk actief is. Nadenken over je communicatie is dus belangrijk. Is de informatie enkel toegankelijk op het internet (passieve benadering) dan is de kans erg groot dat weinig mensen het bestaan van je netwerk zullen ontdekken. Een actievere communicatie is dus aan te raden. Dit zijn enkele tips om geïnteresseerden te bereiken:

- Communiceer op een specifieke dag, zoals IDAHOT (International Day Against Homophobia and Transphobia). Gebruik het intranet, de Facebook-pagina's van je leden of verspreid posters doorheen de kantoren en werkplaatsen.
- Engageer de officiële kanalen van je bedrijf of organisatie: laat je CEO of de bedrijfskanalen een specifieke boodschap verspreiden over seksuele diversiteit en genderdiversiteit. Laat hen hierbij heel duidelijk je netwerk vermelden en mensen aanmoedigen om lid te worden.
- Een eenvoudige manier om je netwerk breed bekend te maken, is door een eerste, open activiteit te organiseren (zie verder). Steek je energie in het communiceren van de activiteit en overtuig geïnteresseerden tijdens de activiteit om aan te sluiten bij het netwerk. Je bedrijf kan helpen om deze activiteit te communiceren. (Als je liever enkel een veilige omgeving met je netwerk wil creëren, waarbij collega's niet te weten komen wie LGBTI+ is, gebruik dan eerder de andere tips. Zie ook verder.)
- Een folder is altijd handig om wat meer informatie mee te geven.
- Als je aangesloten bent bij çavaria, verschijnen je gegevens in ZiZo-Magazine.
- Maak een eigen website (bijvoorbeeld via Wordpress of Google Sites) of vraag aan de ICT-dienst of de mogelijkheid bestaat een kleine webpage te maken op de pagina van het bedrijf.
- Een (digitale) nieuwsbrief die je eventueel koppelt aan je website of Facebook-pagina is een handige manier om je leden op de hoogte te houden. Weeg altijd goed af voor welk doel je je nieuwsbrief opstelt. Wil je vrijwilligers werven, je leden op de hoogte houden van de activiteiten en/of anderen van jullie diensten op de hoogte stellen? Een ander doel zorgt voor een ander publiek en dus een andere lay-out, schrijfstijl en inhoud.
- Deel een leuk gadget uit, zoals regenboogsnoepjes of regenboogvetters.

Denk ook na over je boodschap: je naam en visie zijn belangrijk, maar ook de (open en inclusieve) manier waarop je communiceert. Zo kan je ervoor zorgen dat iedereen zich welkom voelt en er een positieve sfeer hangt rond je netwerk.

TIP

Je netwerk op Facebook

Een Facebook-pagina is een makkelijke manier om snel naambekendheid te maken en momentum vast te houden. Door artikels en je activiteiten te posten en je volgers in te lichten over waar je netwerk mee bezig is, creëer je betrokkenheid en kan je je netwerk actief houden in drukere tijden. Het kan ook een lage drempel zijn voor mensen die het netwerk willen bereiken maar niet uit de kast zijn op het werk om via Facebook een berichtje te sturen. Het platform is immers minder gebonden aan de werksfeer.

- Kies een goede profielfoto die je doelpubliek aanspreekt. Bv. een logo.
- Schrijf regelmatig iets op je pagina, maar ga niet spammen. Post wanneer je publiek het meest online is. Je kan berichten inplannen zodat deze op een door jou vooraf bepaald tijdstip verschijnen.
- Reageer op de mensen die iets op je prikbord zetten. Zo moedig je hen aan vaker iets te posten. Stel ook enkele regels op voor een respectvolle omgang.

- Geef je fans regelmatig een blik achter de schermen.
- Typ op je persoonlijke pagina '@naam project/naam groep' zodat je vrienden meteen worden doorverwezen naar de pagina van je netwerk.

En dan: Je eerste activiteiten

Eén van de belangrijkste doelstellingen van netwerken is het samenbrengen van mensen. Het organiseren van activiteiten zal wellicht het meeste tijd innemen.

Denk met de andere leden eens na over welke activiteiten jullie willen organiseren en hoe vaak. Zijn het gesloten activiteiten met enkel LGBTI+werknemers (een veilige omgeving) of open activiteiten met bondgenoten (of een mix)? Wil je dat het management deelneemt aan bepaalde activiteiten of je collega's?

Maar praktische afspraken over de taken en denk ook na over een deelnameprijs, mogelijke risico's, organisatiekosten, ...

TIP

Gesloten of open activiteiten?

Als je de capaciteit hebt, organiseer dan zowel evenementen in het bedrijf als extern (bv. pride) die open zijn voor iedereen (sensibilisering, zichtbaarheid en promotie) als gesloten evenementen op andere locaties (voor ontmoeting, ondersteuning en uitwisseling) zodat personeelsleden in een veilige omgeving kunnen deelnemen. Op die manier hou je rekening met verschillende verwachtingen.

Hieronder volgen enkele voorbeelden van mogelijke activiteiten die je netwerk kunnen inspireren.

Netwerkdruk

Veel netwerken organiseren, zeker voor hun eerste activiteit, een netwerkdruk. De bedoeling is dan vooral om informeel samen te komen, elkaar te leren kennen en ervaringen uit te wisselen. Maar evengoed kan het een interessant moment zijn voor de ontwikkeling van je carrière. Soms worden sprekers uitgenodigd om een korte speech te geven. Een speech door je sponsor of een manager kan aangeven dat het bedrijf veel belang hecht aan je initiatief.

Acties

Je kan met je netwerk heel wat toffe acties bedenken om het thema van seksuele en genderdiversiteit meer zichtbaar te maken op de werkvloer. Zo hing Trainbow Belgium (het netwerk van de Belgische spoorwegen) tijdens de week van de Internationale Dag tegen Holebifobie en Transfobie (IDAHOT, 17 mei) en de Belgian Pride, in samenspraak met de NMBS, regenboogvlaggen op aan enkele Belgische stations. Het netwerk wilde daarmee haar steun betuigen aan de diversiteit in onze samenleving en aan holebi's en transgenders in het bijzonder.

Andere interessante dagen voor acties zijn: Trans Day of Visibility (31 maart), Lesbian Visibility Day (26 april), Bi Visibility Day (23 september), Coming Out Day (11 oktober), Intersex Solidarity Day (8 november), Transgender Day of Remembrance (20 november), Wereldaidsdag (1 december).

Een veilige omgeving

Soms komen netwerken samen om een veilige omgeving te bieden aan personen die LGBTI+ zijn. Het kan dan een goed idee zijn om een activiteit niet op de werkvloer, maar op een externe locatie te organiseren. Dat kan in een café zijn of je kan een zaaltje huren, bijvoorbeeld in een regenbooghuis. Communiceer duidelijk en maak duidelijke afspraken dat de activiteit voor LGBTI+personen is en dat wat er gezegd wordt en wie er aanwezig is, niet verder gecommuniceerd wordt.

Onthaal

Een nieuw personeelslid contacteert je netwerk en wil graag eens naar een activiteit komen, maar durft niet goed. Je kan nieuwe leden altijd eerst een kennismakingsgesprek aanbieden met iemand die goed kan luisteren.

Soms zitten mensen ook met heel wat vragen over zichzelf, met persoonlijke verhalen waarvoor ze een luisterend oor zoeken. In dit geval gaat het om een onthaal. Om een onthaalgesprek goed aan te pakken, heb je de juiste skills nodig en een opleiding. Verwijs de persoon dus best door naar het onthaal van een regenbooghuis, de Holebifoon of desocialekaart.be, waar deze terecht kan voor hulp van therapeuten.

Neem ook contact met de vertrouwenspersoon of preventiemedewerker om hen op de hoogte te brengen van het bestaan van het netwerk.

TIP

De Holebifoon

De [Holebifoon](#) is een initiatief van çavaria. Het is een onthaal- en infolijn waar je terecht kan met al je vragen over seksuele diversiteit en genderdiversiteit. Je kan er informatie vragen of je verhaal doen. Je kan ook een mail sturen naar vragen@holebifoon.be of chatten.

Hang een poster van de Holebifoon op of verspreid de info via de communicatiekanalen van het bedrijf of de organisatie.

Debat

Wil je een meer inhoudelijke discussie voeren, bijvoorbeeld over hoe inclusief je bedrijf is, dan kan je een debat organiseren met mensen uit verschillende afdelingen van je bedrijf of organisatie. Een externe spreker, een expert of iemand uit een ander netwerk, kan helpen om inspiratie te geven aan de discussie.

Deelname aan externe activiteiten

Als netwerk kan je uiteraard deelnemen aan bestaande activiteiten. Trek met zijn allen eens naar de kerstmarkt of ga naar een filmvoorstelling van een vereniging.

Verschillende netwerken nemen ieder jaar ook deel aan een Pride. In 2018 liepen de netwerken voor de eerste keer samen mee in de Belgian Pride achter de banner van Open@Work.

Ontmoet andere netwerken: Open@Work

[Open@Work](#) is een initiatief van Accenture, BNP Paribas Fortis en KliQ dat de netwerken van bedrijven en organisaties samenbrengt. Elk jaar zijn er verschillende Open@Work-evenementen waar je gratis aan kan deelnemen. De evenementen zijn grotendeels informeel, maar hebben vaak ook een formeler stukje met een debat, getuigenis of voorstelling van een goede praktijk rond inclusie op de werkvloer.

TIP

Organiseer zelf eens een Open@Work

Accenture, BNP Paribas Fortis, KliQ, AXA, ING, de Vlaamse Overheid, .beproud! en BELDEFAC organiseerden de afgelopen jaren al eens een Open@Work in hun eigen locaties.

Voor sommige netwerken was het meteen ook de startactiviteit. Door externen uit te nodigen, kwamen ook veel collega's een kijkje nemen en is het management aangemoedigd om ook aanwezig te zijn.

Wil jouw netwerk ook eens een Open@Work organiseren? Neem contact op met [KliQ](#).



Wees zo open van geest als je kan wanneer je een activiteit organiseert. Het kan iets klein zijn, gewoon samen iets drinken, het kan een getuigenis zijn, of iets anders. Zo lang de boodschap de juiste mensen bereikt is het al een succes.

Isalynn, 24, Accenture

Een duurzaam bestaan

Nu je netwerk is opgestart en de eerste activiteiten achter de rug zijn, is het belangrijk om je netwerk een duurzame toekomst te geven. Zo zorg je ervoor dat het enthousiasme blijft bestaan en dat personeelwissels niet het einde van het netwerk moeten betekenen.

Breid je kernteam uit

Je kernteam heeft al enkele activiteiten georganiseerd en ondertussen is wellicht duidelijk welke taken moeilijker opgevolgd worden, welke competenties ontbreken of welke afdelingen niet betrokken zijn. Je kan nu op zoek gaan naar mensen om je team mee uit te breiden. Je kan er voor kiezen dat één iemand uit het kernteam zich met deze opdracht bezig houdt.

Het is vaak minder moeilijk voor een netwerk om deelnemers te vinden voor de activiteiten dan om vrijwilligers/medewerkers te vinden in het bedrijf of de organisatie die mee willen werken aan het netwerk.

Hoe trek je hen aan en hoe zorg je ervoor dat ze graag willen blijven?

1. Alvorens te beginnen zoeken denk je best eens na over een aantal vragen: welk imago straalt je netwerk uit, waarvoor heb je vrijwilligers nodig, welk profiel moeten zij hebben, wat kan je de potentiële vrijwilligers bieden en welke middelen heb je om mensen te werven?
2. Stel een profiel op van jouw ideale vrijwilliger, zo weet je beter naar wie je op zoek bent en waar je deze persoon kan vinden. Wil je enkel LGBTI+personen aantrekken of is iedereen welkom?
3. Denk na over de boodschap die je wilt brengen. Maak op voorhand duidelijk welk engagement je verwacht en wat de persoon kan overtuigen.
4. Kies je wervingsmethode. Je kan bijvoorbeeld een oproep doen via het intranet, een Facebook-bericht plaatsen of mensen gericht aanspreken.
5. Vergeet niet om je vrijwilligers af en toe in de bloemetjes te zetten en regelmatig eens te kijken wat er bij hen leeft. Uiteindelijk vormen zij de motor van je netwerk!
6. Evalueer regelmatig. Heb je de juiste mensen op de juiste plaats? Voelen de vrijwilligers zich nog goed binnen je organisatie? Zie je in de nabije toekomst mensen weggaan, waardoor je vrijwilligerstekorten dreigt te hebben? Door op lange termijn te denken en regelmatig te evalueren, voorkom je acute problemen.

Je kan er ook voor kiezen om je netwerk meer structuur te geven. Dit kan bijvoorbeeld het moment zijn om je netwerk structureel in te bedden in het bedrijf of de organisatie, of om een vzw op te richten.

Een divers netwerk maakt iedereen enthousiast

Als netwerk dat ijvert voor diversiteit en inclusie op de werkvloer, wil je natuurlijk zelf het goede voorbeeld geven. Maar het is niet altijd zo eenvoudig om vanaf dag één je eigen netwerk een toonbeeld te maken van de diversiteit waarvoor LGBTI+ staat. Creëer een omgeving met vertrouwen, wees geduldig en open, en ga soms eens op zoek naar opbouwende kritiek die je netwerk sterker kan maken.

Rolmodellen

Je kan op zoek gaan naar rolmodellen in het bedrijf. Door hen actief te laten zijn in het netwerk, kunnen anderen zich erin herkennen en makkelijker de stap zetten naar het netwerk. Overtuig de mensen door erop te wijzen dat ze een grote rol van betekenis kunnen spelen voor anderen. Hou er wel rekening mee dat niet iedereen uit de kast is of heel openlijk deze rol wil opnemen en laat de beslissing aan henzelf.

Communicatie

De manier waarop het netwerk communiceert, bepaalt ook wie je bereikt en wie zich aangesproken voelt. Zorg ervoor dat je expliciet duidelijk maakt dat je netwerk open staat voor iedereen.

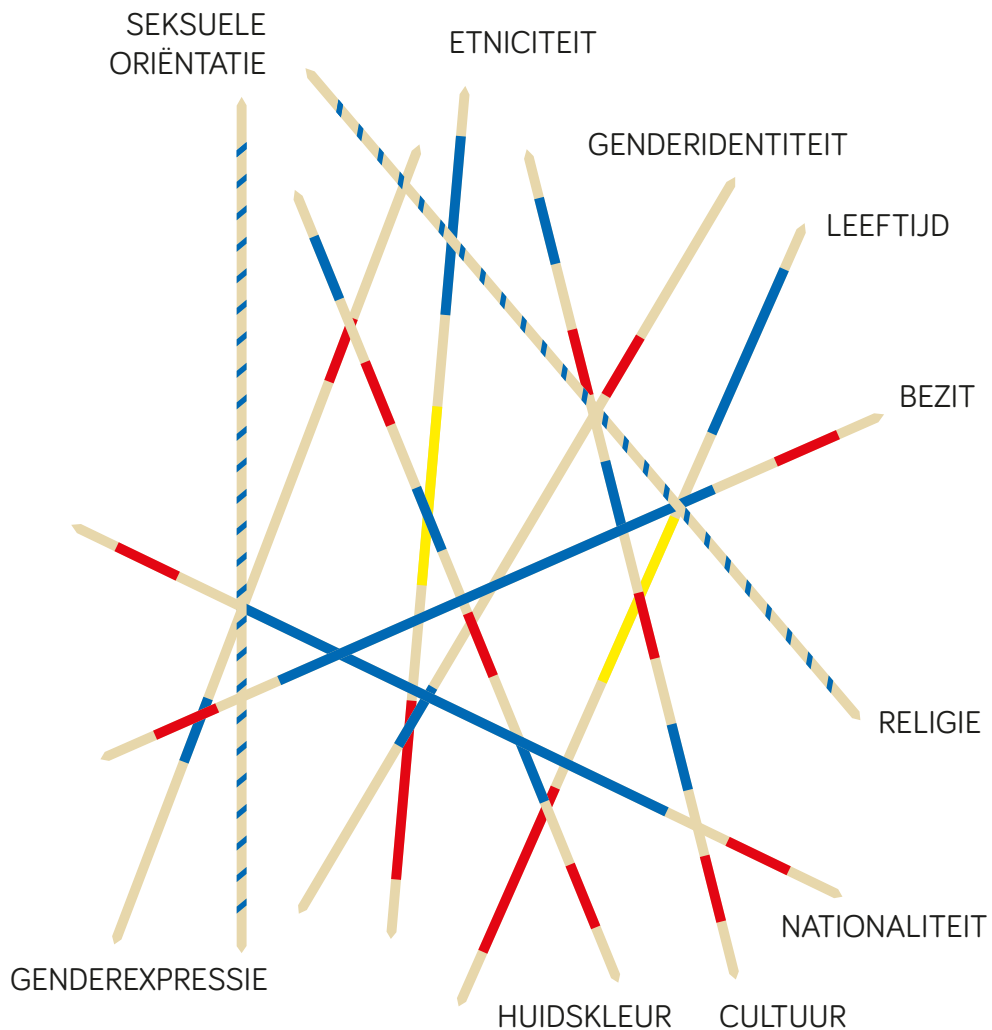
Hou ook rekening met de vraag of je iedereen bereikt. Het kan bijvoorbeeld zijn dat het intranet enkel door het middenkader gebruikt wordt. Door te diversifiëren in je communicatie, bijvoorbeeld posters verspreiden of een platform als Facebook gebruiken, kan je misschien ook de anderen bereiken.

Intersectionaliteit

Diversiteit betekent ook dat mensen verschillende identiteitskenmerken kunnen hebben die net als gender en seksualiteit een rol kunnen spelen op de werkvloer. Denk na hoe je die kruispunten of intersecties van verschillende identiteiten zichtbaar kan maken als thema of hoe je ook hier kan zorgen voor representatie. Een intersectionele aanpak kan je ook vorm geven door samen te werken met andere netwerken in je bedrijf, zoals een vrouwen netwerk of een netwerk van etnisch-culturele minderheden.

Samenwerken met deze netwerken betekent ook dat je elkaar kan versterken. Zij steunen de bestrijding van halebifobie en transfobie en jullie netwerk dat van seksisme en racisme. Door samen te werken sta je sterker en maak je echt werk van een inclusieve werkvloer.

Wees je dus bewust van de vele vormen die diversiteit kan aannemen en het feit dat je omwille van verschillende kenmerken gediscrimineerd kan worden. Maak ook hier duidelijk dat het netwerk een open netwerk is.



TIP

Toegankelijkheid

Belangrijk om zelf inclusief te zijn als netwerk is nadenken over toegankelijkheid.

Wil je met je netwerk voor iedereen toegankelijk zijn en kreeg je een concrete vraag van iemand met specifieke noden, maar weet je soms niet goed hoe je hiermee aan de slag kan? Als aangesloten vereniging helpt çavaria je op weg. Is een locatie niet rolstoeltoegankelijk? Kan je een anderstalige persoon niet antwoorden omdat je de taal niet spreekt? Wil je de promo voor een activiteit in braille communiceren? Contacteer dan je bewegingsmedewerker. Die kan tot 100 euro vrijmaken en gaat samen met het netwerk op zoek naar een geschikte oplossing.

Bouw je netwerk uit en maak van je eilandje een continent

Als opstartend netwerk is het belangrijk om een breed netwerk op te bouwen. Hierdoor zal je niet alleen sneller op de hoogte van alles wat relevant is voor jou, maar zal je waarschijnlijk ook veel (samenwerkings)kansen krijgen.

TIP

- Sluit aan bij çavaria om ondersteuning te krijgen.
- Vraag KliQ Works om een vorming te geven in het bedrijf of de organisatie.
- Neem deel aan Open@Work en leer andere netwerken kennen.
- Vraag steun aan je internationale collega's.
- Zet je sponsor in voor goede contacten met het management.
- Schakel je communicatiedienst in om te helpen met je boodschap.
- Werk nauw samen met de vertrouwenspersoon.

Nog enkele tips voor een duurzaam bestaan

TIP

- Hecht voldoende belang aan enthousiasme en een teamgeest binnen het netwerk.
- Luister naar de opmerkingen en aanmoedigingen van je leden, deelnemers en medewerkers.
- Maak de impact die het netwerk heeft zichtbaar.
- Blijf duidelijk maken waarom het netwerk belangrijk is.
- Doe eens een out-of-the-box-activiteit (een boekenclub, sportactiviteit, ...).
- Doe mee aan een benchmark met andere bedrijven en organisaties.
- Werk mee aan het diversiteitsbeleid van de organisatie.



De valkuilen die deze mensen overwonnen en die je misschien ook zal tegenkomen

In deze toolkit las je hoe je werk maakt van een succesvol netwerk. Maar ook succesvolle netwerken lopen wel eens tegen moeilijkheden aan. Laat het je niet afschrikken en laat je niet ontmoedigen als je zelf moeilijkheden tegenkomt. Hieronder lees je getuigenissen van enkele mensen uit bestaande, succesvolle netwerken. Zo leer je de valkuilen alvast herkennen en kan je erop anticiperen.

Steun en budget krijgen van het management en voorbij het imago geraken van dat is een clubje van homo's die samen iets leuks willen doen.

Sven, Accenture

Een gebrek aan interesse en energie van mensen om te organiseren en vrije tijd te investeren.

Natalia, 26, Accenture

Er kan een gemis zijn aan bewustzijn bij collega's of een algemene desinteresse. Sommige collega's zullen je misschien actief tegenwerken. Maar deze obstakels kan je overwinnen en je kan er heel wat van leren.

Slaven, EGALITE

Niet elk managementteam staat onmiddellijk open voor initiatieven als deze. Het is echter niet verboden om collega's te zien na de uren. Als jullie als groep sterk staan zonder (grote) verwachtingen, dan kan je nooit teleurgesteld geraken. Herinner je dat de geschiedenis maar evolueerde door volhouders, bij de spoorwegen ook wel eens dwarsliggers genoemd.

Benjamin, 38, Trainbow Belgium

Er zullen mensen zijn die je steunen en mensen die er niets van moeten weten. Zolang je een verschil kan blijven maken voor sommigen, moet je ervoor gaan en niet denken aan de negatieve reacties.

Isalynn, 24, Accenture

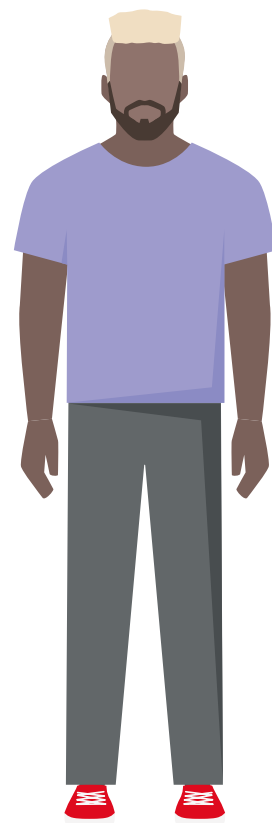
Weet dat je als individu dingen kan veranderen en je niet op je leidinggevende moet wachten voor toestemming. Je leidinggevende is dikwijls geen vragende partij.

Weet dat werken rond SOGIE-beleid (SOGIE=seksuele oriëntatie en genderidentiteit en –expressie) een weg is van vallen en opstaan. Maar laat je niet ontmoedigen, ook al heb je soms het gevoel dat je alleen staat.

Freddy, .beproud!

Een valkuil lijkt me om bij de opstart onrealistische verwachtingen te hebben. Als werknemer ken je meestal de cultuur binnen je bedrijf. Soms kan een kleine schok helpen om de zaken vooruit te helpen, maar vaak moet je meespelen en tot op een zekere hoogte meegaan in de gedachtegang van je bedrijf. Het is verleidelijk om aanvankelijk zeer hoge verwachtingen te koesteren. Een betere aanpak lijkt me om op een beperkt aantal thema's te werken.

Matthew, 30, Trainbow Belgium



Diversiteit en inclusie binnen en buiten de organisatie

*Ik stond op het punt om een kind te krijgen met mijn man, maar de regels van de EU-instellingen lieten niet toe om de regeling rond moederschapsverlof inclusief te maken voor twee vaders. Met ons werk binnen EGALITE is dit één van de zaken die we hebben kunnen aanpassen, en de interne regels zijn aangepast aan de realiteit van LGBTI+families.
Slaven, EGALITE*

Nothing about us, without us.

Jouw bedrijf of organisatie wil werk maken van meer diversiteit en inclusie op de werkvloer. De beste partner om dit te realiseren is in eerste instantie het netwerk van personeelsleden die LGBTI+ zijn.

Ook het netwerk zelf kan de stap zetten naar het management of de HR- en diversiteitsdienst om een beleid rond diversiteit en inclusie op te starten en mee vorm te geven. Naast het samenbrengen van mensen, zijn netwerken er immers ook vaak om invloed te hebben op het beleid van hun bedrijf of organisatie en inspirerend te werken voor anderen. Als netwerk wil je er mee voor zorgen dat jouw werkplek een fijne thuis wordt.

Er zijn verschillende zaken die je als bedrijfsleider, HR- of diversiteitsmedewerker of netwerk kan ondernemen om de cultuur van de organisatie te veranderen en inclusief te maken voor iedereen. Ze dragen bij tot een werkvloer zonder discriminatie en pestgedrag waar iedereen de kans krijgt om talenten maximaal in te zetten en zichzelf te ontplooien.

TIP

KliQ Works

Op onze website www.kliqworks.be vind je ons volledige aanbod aan bedrijven en organisaties.

Een charter voor diversiteit en inclusie

Spoor je bedrijf of organisatie aan om het charter 'De Inclusieve Organisatiecultuur, De kracht van genderdiversiteit en seksuele diversiteit op de werkvloer' te tekenen. Met dit charter toont je bedrijf of organisatie het engagement om werk te maken van een inclusieve werkvloer. Punt 5 van het charter vraagt om de netwerken van personeelsleden te ondersteunen en er nauw mee samen te werken. De andere punten tonen andere mogelijkheden om een werkvloer meer inclusief te maken.

Volgende bedrijven en organisaties tekenden reeds het charter: Microsoft, Coca-Cola, VDAB, Stad Gent, McDonalds, P&G, Pfizer, Accenture, de Vlaamse Overheid, IKEA, de Koninklijke Belgische Voetbalbond en Michael Page.

Het charter kan je [downloaden](#) in het Nederlands, Engels en Frans op de website van KliQ www.kliqvzw.be. Het werd ontwikkeld in samenwerking met Vlerick Business School en VOKA in het kader van een project van het Europees Sociaal Fonds *Focus op Talent*.

CHARTER

DE INCLUSIEVE ORGANISATIECULTUUR DE KRACHT VAN GENDERDIVERSITEIT EN SEKSUELE DIVERSITEIT OP DE WERKVLOER

Onze bedrijven en organisaties maken deel uit van een heel diverse maatschappij. Deze diversiteit biedt een grote verrijking. Toch krijgen verschillende groepen, waaronder vrouwen, holebi's en transgenders, door bestaande machtsstructuren en mechanismen niet altijd dezelfde kansen, ook niet op de werkvloer.

Dit charter is de aanzet naar een inclusieve organisatiecultuur waarbinnen organisaties/bedrijven belang hechten aan diversiteit bij werknemers, klanten en partners. We zetten daarbij de identiteitsaspecten genderidentiteit- en expressie en seksuele oriëntatie centraal. We houden echter ook rekening met andere aspecten, zoals etnisch-culturele achtergrond en arbeidshandicap, die deel kunnen uitmaken van de identiteit van deze personen.

Een dergelijke inclusieve organisatiecultuur laat werknemers toe hun talenten volop in te zetten en te ontwikkelen.

Dit charter erkent dat een inclusieve organisatiecultuur, met aandacht voor diversiteit en unieke talenten van de werknemers, bijdraagt aan het welzijn van alle werknemers en aan het goed functioneren en innoveren van een organisatie/bedrijf.

De inclusieve organisatiecultuur wordt pas bereikt als alle actoren in de organisatie/bedrijf meegenomen worden in het verhaal. Dit charter roept alle betrokkenen - werkgevers en werknemers en hun belangbehartigers, middenveld, en overheid - op om samen werk te maken van inclusie.

DE ONDERTEKENAARS NEMEN VOLGENDE ENGAGEMENTEN OP OM TE KOMEN TOT EEN INCLUSIEVE ORGANISATIECULTUUR:

- 1 We werken aan een inclusieve werkomgeving waar ieder zichzelf kan zijn, de eigen talenten kan inzetten en ontwikkelen, gelijke kansen krijgt en niet gediscrimineerd wordt.
- 2 We zorgen ervoor dat diversiteit en inclusie gedragen begrippen zijn doorheen het beleid van onze organisatie. Dit gaat verder dan de wettelijke bepalingen rond non-discriminatie en het welzijn van werknemers en speelt in op alle facetten en processen in de organisatie, waaronder de instroom en doorstroom van werknemers. Door in te grijpen in deze structuur veranderen we ook de cultuur van onze organisatie/bedrijf.
- 3 We duiden een vertrouwenspersoon aan en stellen een heldere klachtenprocedure op.
- 4 We willen de kennis en expertise ontwikkelen van deze vertrouwenspersoon, van leidinggevenden, HR-medewerkers, en alle relevante betrokkenen die een cruciale rol spelen om inclusie te implementeren. We doen dit ook specifiek rond de maatschappelijke gendermechanismen, die kunnen leiden tot uitsluiting, intimidatie, verminderd welzijn en talentontwikkeling op de werkvloer. Deze personen in onze organisatie/bedrijf fungeren als ambassadeur voor deze thema's en worden in deze rol ondersteund.
- 5 We ondersteunen diversiteitsnetwerken binnen het bedrijf en werken nauw met hen en belangenorganisaties samen om een inclusieve organisatie te bereiken.
- 6 In de interne communicatie aan alle werknemers communiceren we regelmatig en structureel over het diversiteits- en inclusiebeleid en rond specifieke doelgroepen en thema's.
- 7 Onze organisatie/bedrijf neemt haar maatschappelijke verantwoordelijkheid op en draagt haar beleid en goede praktijken uit in de externe communicatie. Zo bouwen we mee aan een harmonieuze en pluralistische maatschappij waarin iedereen zich thuis voelt.
- 8 Diversiteit en inclusie zijn belangrijke thema's in de samenwerking met onze partners, zoals onderaannemers en leveranciers, en we zetten hen aan om principes rond non-discriminatie, diversiteit en inclusie toe te passen en te verbeteren.
- 9 We streven ook binnen andere vestigingen van het bedrijf in binnen- en buitenland naar de inclusie van onze werknemers.
- 10 We evalueren de eigen werking rond inclusie en diversiteit, meten de resultaten en sturen bij waar nodig.



Ik kan mijn steun tonen en aan anderen duidelijk maken dat ik onverdraagzaamheid tegenover mijn collega's die LGBTI zijn niet aanvaard. Ik wil geen stille toeschouwer zijn.

Michael, 29, Accenture

Schakel je bondgenoten in

Wil je een inclusievere organisatiecultuur? Ga dan ook op zoek naar bondgenoten in je bedrijf of organisatie die dit mee ondersteunen. Soms leidt dit tot de oprichting van een netwerk van bondgenoten of een *Allies* netwerk.

Een goed voorbeeld is het concept van *LGBT-Ally* bij Accenture. Bondgenoten bij Accenture kunnen zich als zodanig herkenbaar maken door met een lanyard rond te lopen of registreren zich digitaal zodat op hun profielpagina een vermelding verschijnt. Ongeveer de helft van wie dit doet, is zelf niet LGBTI+.

Personeelsleden op alle niveaus binnen de organisatie steunen het initiatief, van de analist die pas gestart is tot de ervaren manager. (bron: Zizo)

Ook andere personeelsnetwerken kunnen een bondgenoot zijn om samen te werken aan meer inclusie.

Hoe inclusief is onze organisatie: de inclusiescan

De scan bestaat uit een online vragenlijst waarmee een bedrijf of organisatie in de eerste plaats een zelfevaluatie doet. De scan geeft zo meer inzicht over welke stappen gezet kunnen worden en welke acties je kan ondernemen om de inclusie in je bedrijf of organisatie te bevorderen (wat kan je hr-dienst doen, hoe kan je communiceren, wat kan de CEO doen, hoe zorg je voor genderinclusieve faciliteiten...). De scan behandelt:

de bedrijfsvisie en -beleid, de rol van het management en leidinggevenden, het hr-beleid, de interne communicatie, de ondersteuning en betrokkenheid van personeelsnetwerken, monitoring, externe betrokkenheid.

De scan peilt naar inclusie rond seksuele en genderdiversiteit maar heeft ook aandacht voor intersecties met andere kenmerken die leiden tot minder kansen en een verminderd welzijn.

Na het invullen ontvang je een korte kwantitatieve analyse met je resultaat. Op basis van het resultaat van de scan kan met je bedrijf of organisatie ook een diepgaander traject uitgetekend worden om te komen tot een meer inclusieve cultuur.

De scan werd eveneens ontwikkeld in samenwerking met Vlerick Business School en VOKA in het kader van een project van het Europees Sociaal Fonds 'Focus op Talent'. Elke onderneming en organisatie die in België actief is, kan er aan deelnemen. Check de website van KliQ voor meer info.

Via een bedrijfsnetwerk kan het debat aangegaan worden om openlijk te kunnen praten over seksuele oriëntatie en genderidentiteit, ook op het werk, en ook in 'vastgeroeste' bedrijven waar de openheid soms ver te zoeken is.

Joeri, 35, Trainbow Belgium

TIP

De top van meest inclusieve bedrijven en organisaties

Als je bedrijf of organisatie de inclusiescan invult, maakt ze kans om opgenomen te worden in het jaarlijkse klasement van de meest inclusieve bedrijven en organisaties. Bovendien kan je een award winnen voor een inspirerend rolmodel of diversiteitsinitiatief.

Lidmaatschap bij KliQ Works

Je bedrijf of organisatie kan een lidmaatschap aangaan bij KliQ Works. KliQ Works doet een individuele kwalitatieve analyse van de inclusiescan en ondersteunt en ontwerpt mee het traject om de organisatiecultuur inclusiever te maken.

Voor dit traject biedt KliQ Works per onderwerp uit de inclusiescan tools aan:

- **Goede voorbeelden uit andere bedrijven en organisaties.**
- **Stappenplannen voor een inclusieve communicatie.**
- **Toolkits voor genderinclusieve faciliteiten en transitie op de werkvloer.**
- **Awareness games voor het management.**
- **Vormingen rond verschillende werkvloerthema's.**
- **E-learningmodules met praktische cases voor hr-medewerkers en teamleiders.**

Het is uiteraard ook mogelijk om enkel een vorming te boeken of enkel toegang aan te kopen tot het e-learningplatform.

Reverse mentoring

Bij reverse mentoring wordt het proces van 'mentoring' omgedraaid. In plaats van dat een oudere werknemer of manager een jongere, nieuwe werknemer met minder ervaring onder de vleugels neemt, neemt de jongere, nieuwe werknemer de oudere mee op sleeptouw. Reverse mentoring komt vaak voor in sectoren die werken rond nieuwe (digitale) technologieën en zo hun personeel op de hoogte kunnen houden van de allerlaatste ontwikkelingen. Maar ook om meer te weten te komen over jonge klanten of diversiteit kan reverse mentoring een handige tool zijn.

Schakel de leden van je netwerk in om via reverse mentoring diversiteit en inclusie inzichtelijk te maken.

Zorg er ook voor dat beiden iets aan het proces hebben. Voor de persoon uit je netwerk kan het bijvoorbeeld handig zijn voor de ontwikkeling van de eigen carrière.

Laat het management alvast het goede voorbeeld geven en laat hen kennis maken met de diversiteit in jouw bedrijf of organisatie.

KliQ Works stelt binnenkort een toolkit ter beschikking om je organisatie bij reverse mentoring te ondersteunen.

Externe betrokkenheid

Ik raad vooral aan om zoveel mogelijk ervaringen te delen met andere netwerken. Als je bedrijf in eerste instantie terughoudend is naar je netwerk toe, dan kunnen succesvolle voorbeelden uit de praktijk je bedrijf misschien over de streep trekken.

**Matthew, 30,
Trainbow Belgium**

Activiteiten en conferenties

Eerder kon je al lezen over Open@Work. Kom naar de activiteiten om je eigen goede voorbeelden te delen met andere netwerken of loop met Open@Work mee in de Pride-parade om de boodschap van een inclusieve werkvloer maatschappelijke kracht bij te zetten.

Interessant zijn ook conferenties en activiteiten over seksuele diversiteit en genderdiversiteit op de werkvloer. KliQ Works organiseert regelmatig interessante activiteiten. Je kan ook altijd eens de grens oversteken voor een fijne uitstap. Workplace Pride in Nederland en Stonewall in het Verenigd Koninkrijk organiseren jaarlijks verschillende grote conferenties waar je veel inspiratie kan opdoen en interessante mensen van buitenlandse netwerken leert kennen.

Heb je zelf een goede werking, ga dan ook eens als spreker je voorbeeld delen op een conferentie.

De beweging

Je netwerk kan ook deelnemen aan de vele activiteiten van de verenigingen uit de holi-bi- en transgenderbeweging. Als je netwerk lid is van çavaria geef je zelf ook vorm aan de beweging. Je hebt de kans om deel te nemen aan de algemene vergadering van çavaria, en draagt je steentje bij om ook buiten je bedrijf of organisatie mee te werken aan maatschappelijke verandering.

Het imago van je bedrijf

Werk mee aan de marketingstrategie van je bedrijf. Zo kan je aan klanten en partners tonen dat je bedrijf of organisatie niet alleen in de externe communicatie, maar ook in het interne beleid diversiteit hoog in het vaandel draagt.

Geef het netwerk ook een zichtbare plaats op de vacaturepagina's van je bedrijf en toon zo aan toekomstige personeelsleden dat iedereen welkom is.

Producten en diensten voor iedereen

Misschien speelt je netwerk niet alleen een rol in marketing maar ook in de ontwikkeling van de diensten en producten die je bedrijf of organisatie aanbiedt. Is alles wel even inclusief voor alle klanten? Je netwerk kan vanuit de diverse achtergronden van de leden misschien wel een goede testgroep zijn.

TIP

Voorbeelden uit het buitenland

Deze toolkit geeft je alvast een idee wat je kan doen om je netwerk op te richten en succesvol te maken. De toolkit is vooral gebaseerd op ervaringen met de netwerken die actief zijn in België.

Over hoe je het best aanpakt, zijn echter nog heel wat interessante buitenlandse brochures te vinden op de websites van collegaorganisaties van KliQ.

In het Verenigd Koninkrijk vind je bij Stonewall de brochures [Maintaining Network Group Momentum](#) en [Global LGBT Employee Network Groups](#).

In Zuid-Afrika vind je info bij [The LGBT+Forum](#).

In Canada verscheen [Employee Resource Groups: Toolkit for Diversity and Inclusion Practitioners](#) van de Canadian Centre for Diversity and Inclusion



Organisaties

KliQ

KliQ is een vormingsorganisatie met expertise in de domeinen seksuele diversiteit en genderdiversiteit. Je kan bij KliQ terecht voor vorming en trajectbegeleiding rond diversiteit met een focus op (trans)gender en seksuele oriëntatie. KliQ werkt op een intersectionele manier. Dat wil zeggen dat we diversiteit niet reduceren tot één aspect van iemands identiteit maar naar het totale plaatje kijken.

Kammerstraat 22, 9000 Gent
09 223 69 29
info@kqiqvzw.be
www.kqiqvzw.be



ÇAVARIA

Çavaria is de LGBT-koepelorganisatie van meer dan 120 aangesloten verenigingen. Die krijgen ondersteuning, inspraak en vorming aangeboden en vormen samen de holebi- en transgendergemeenschap. Daarnaast richt een gelijkkansenwerking zich tot de brede maatschappij. Çavaria komt op voor holebi's en transgenders door te werken op het structurele niveau. Çavaria voert campagne, informeert, sensibiliseert, lobbyt en opinieert. De gratis en anonieme Holebifoon biedt hulp en je kunt er discriminaties melden. ZiZo-magazine is het uithangbord van çavaria, op papier en online.

Kammerstraat 22, 9000 Gent
09 223 69 29
info@cavaria.be
www.cavaria.be



HOLEBIFOON

De Holebifoon is een opvang- en infolijn voor iedereen met vragen over holebiseksualiteit en gender. Je kan bij de Holebifoon terecht met je verhaal, vragen, verwarring, verdriet of vreugde. De vrijwilligers luisteren anoniem, gratis en zonder vooroordelen. Heb je een vraag over holebi's? Twijfel je over je seksualiteit of genderidentiteit? Ben je bezorgd over je seksuele gezondheid? Dan ben je bij de Holebifoon aan het juiste adres. De Holebifoon is ook een meldpunt voor discriminatie.

0800 99 533 (gratis)
vragen@holebifoon.be
www.holebifoon.be



TRANSGENDER INFOPUNT

Het Transgender Infopunt (TIP) geeft informatie en advies over het transgenderthema. Ook voor wie geen medisch traject volgt of voor wie zelf geen transgender is.

0800 96 316 (gratis)
contact@transgenderinfo.be
www.transgenderinfo.be



ZiZo MAGAZINE

ZiZo is Vlaanderens grootste (online) magazine voor homo's, lesbiennes, bi's en transgenders. Zowel de site als het blad brengen nieuws over politiek en cultuur, straffe standpunten, stevige interviews, recensies, uitgangstips enzoverder. ZiZo is een uitgave van de holebi- en transgenderkoepel çavaria.

Kammerstraat 22, 9000 Gent
09 223 69 29
zizo@cavaria.be
www.zizomag.be



