

KAZOU BANGELIJK GOE!



BELEIDSNOTA 2022 - 2025

INHOUD

| | |
|--|-----------|
| 1. INLEIDING | 1 |
| 2. DOELSTELLINGENKADER | 5 |
| Strategische doelstelling 1: Kazou is een hedendaagse vrijwilligersorganisatie | 8 |
| Strategische doelstelling 2: Kazou heeft een sterk en kwalitatief vormingsbeleid op maat van alle vrijwilligers | 14 |
| Strategische doelstelling 3: Kazou engageert zich voor alle kinderen en jongeren | 18 |
| Strategische doelstelling 4: Kazou heeft een kwalitatief vakantieaanbod | 23 |
| Strategische doelstelling 5: Kazou heeft een actieve en onderbouwde identiteit en draagt deze uit | 27 |
| Strategische doelstelling 6: Kazou heeft een toekomstgerichte organisatiecultuur | 31 |
| 3. KAZOU IN SAMENWERKING | 36 |
| 4. HET BEREIK VAN KAZOU | 38 |
| 5. GELIJKEKANSENBELEID | 42 |
| 6. STEDELIJKHEID | 44 |
| 7. BEGROTING EN PERSONEELSINZET | 46 |
| 8. IMPACT VAN HET CORONAVIRUS | 51 |



1. INLEIDING

VISIE EN MISSIE

Kazou, dat is een sterke vrijwilligersorganisatie die kwaliteitsvolle vakanties voor alle kinderen en jongeren mogelijk maakt. 8.400 vrijwilligers die elk jaar opnieuw meer dan 42.000 kinderen en jongeren de vakantie van hun leven bezorgen. Kazou is spelen, leren, je amuseren, ontdekken en nieuwe vrienden maken. Voor alle kinderen en jongeren. Daarom maken we al jaren werk van vakanties voor iedereen en gaan we geen uitdaging uit de weg. Die bruisende vrijwilligerswerking? Daar bouwt Kazou het hele jaar aan via een stevig (kader)vormingsaanbod en een inspirerende jaarwerking.

Het pedagogisch project van Kazou vertrekt steeds vanuit onze vijf krachtlijnen:

IN GROEP... want samen ben je nooit alleen. **GROEI...** kansen geven, krijgen en nemen. **RESPECT...** in vertrouwen samenleven. **ZIN SPELEND...** er zin in hebben, er zin aan geven. **SOLIDARITEIT...** er zijn voor elkaar. Onze uitgebreide visietekst vind je ook terug op www.kazou.be.

ONTSTAANSGESCHIEDENIS EN KERNTAKEN

In 2022 bestaat Kazou 75 jaar. In 1947 vertrokken de eerste meisjes en jongens op reis met Preventieve Luchtturen. Kinderen van leden van de mutualiteit kregen de kans om een luchtvaart aan zee of op de buiten te beleven. Naast de beleving voor kinderen werd vorming voor de begeleiders een belangrijk aspect van de verdere ontwikkeling van de dienst Preventieve Luchtturen. Tussen 1955 en 1968 werd het vormingsaanbod verder uitgebreid.

Mei '68 zorgde ook bij Preventieve Luchtturen voor verandering. In 1970 veranderde de naam naar Jeugd & Gezondheid. Vrijwilligers kregen meer inspraak en kregen ook ruimte voor experimenten. Jeugd & Gezondheid profileerde zich steeds meer als een beweging. Er kwam een jaarwerking, een themagericht aanbod en een verruimde jongerenwerking. Vanaf de jaren '80 ziet het JOMBA-aanbod, initiatieven voor kinderen en jongeren met bijzondere aandacht, het licht.

Vanaf de jaren '90 breidde het aantal bestemmingen uit in het binnen- en buitenland. Het concept evolueerde van traditionele speelvakanties naar themavakanties. In de jaren 2000 speelde J&G in op maatschappelijke tendensen bij deelnemers. De organisatie hervormde het vormingsaanbod, trok resoluut de kaart van inclusie en bouwde het JOMBA-aanbod verder uit. In 2004 werd de keuze gemaakt om sterker in te zetten op het pedagogisch beleid, dichterbij de vrijwilligers te komen en werd er een nationale bestuurswerking uitgebouwd. Om dit kracht bij te zetten werd J&G omgedoopt tot Kazou, een organisatie waarin iedereen mee mag doen.

Sinds 2016 maakte Kazou heel wat evoluties door op het vlak van organisatiecultuur en -structuur. Waar in het verleden het lokale ziekenfonds de middelen van Kazou bepaalde en beheerde, is deze verantwoordelijkheid sinds 2019 volledig verschoven naar de Raad van Bestuur en de Directie van Kazou vzw. Dit heeft zich doorgetrokken op hertekeningen en rationalisering op het vlak van de personeelspuzzel en de budgetten. Sinds januari 2020 is het personeel niet langer verdeeld in verbondelijke werkingen maar in provinciale werkingen. Een vaste werkgroepenstructuur en heel wat projecten zorgen voor meer betrokkenheid en grotere verantwoordelijkheid van alle collega's. De sterke resultaten die we de afgelopen jaren neerzetten qua communicatie en vakantieaanbod zijn hier een sprekend voorbeeld van. Dit geldt ook voor de enorme groei aan Kazou Lokal-initiatieven. Met deze diverse initiatieven wordt een aanbod voorzien voor intussen bijna 1000 kinderen en jongeren vanuit zeer verschillende kwetsbare contexten. Kazou ging de afgelopen jaren ook verder met JOMBA. Kinderen en JOngeren Met Bijzondere Aandacht hebben bij Kazou al lang een streepje voor. Jaarlijks bereikt Kazou hiermee ongeveer 2000 deelnemers. Daarnaast kiest Kazou ook al vele jaren voor inclusie. Een vakantieaanbod voor kinderen en jongeren die nood hebben aan extra ondersteuning is geen evidentie en soms is het JOMBA-aanbod niet het gepaste antwoord. Daarom is bij Kazou elke vraag bespreekbaar.

KAZOU IN DE SAMENLEVING

Kazou is een vakantieorganisatie met een sterke traditie in de vakantiecultuur. We zijn echter niet zomaar een vakantieorganisatie. Als landelijk erkende jeugdvereniging is de inzet van vele vrijwilligers hierbij cruciaal. Al bijna 75 jaar kunnen kinderen en jongeren, begeleid door goed opgeleide en ervaren vrijwilligers elk jaar opnieuw genieten van een verblijf in binnen- en buitenland. Kazou is ook de jeugddienst van CM. Met diens vakantiewerking wil Kazou kinderen en jongeren inspireren, hen op adem laten komen en inzetten op welzijn én gezondheid; thema's die hoog op de agenda van kinderen en jongeren staan.

We werken aan een meer solidaire samenleving voor elk kind en elke jongere. Dit doen we door vakanties toegankelijk te maken voor iedereen. Binnen onze vrijwilligerswerking zetten we sterk in op groei via vorming, een bruisende jaarwerking met groepsvormende activiteiten... Omdat Kazou veel kinderen en jongeren bereikt, worden we ook dagdagelijks uitgedaagd door maatschappelijke thema's zoals psychisch welzijn en gezondheid, recht op vakantie, gelijke kansen en duurzame ontwikkeling.

ONS ORGANIGRAM

Tot 2018 werkte Kazou met een algemeen secretaris en een adjunct algemeen secretaris. Deze structuur is omgevormd naar één algemeen directeur en twee teamcoördinatoren (vakanties en communicatie).

Kazou kan rekenen op een menselijk kapitaal van meer dan 8400 vrijwilligers en 77 beroepskrachten. Op vlak van HR, boekhouding en IT werken we via uitzendkrachten en externe expertise.

Algemene vergadering

RVB / DB

Directeur

| Nationaal Team | | 5 provinciale teams | |
|---|--|--|---|
| Team Vakanties coördinator 4 VTE admin 5 VTE staf | Team Communicatie coördinator 2 VTE admin 1.5 VTE staf | Team West-Vlaanderen diensthoofd 4 VTE admin 10 VTE educatieven | Team Oost-Vlaanderen diensthoofd 4 VTE admin 11 VTE educatieven |
| Team Beleid 3 VTE staf | Financiële Cel 0.5 VTE admin | Team Limburg diensthoofd 2 VTE admin 4 VTE educatieven | Team Antwerpen diensthoofd 3 VTE admin 7 VTE educatieven |
| | | Team Vlaams Brabant en Brussel diensthoofd 2 VTE admin 6 VTE educatieven | |

ONZE BELEIDSWERKING

Het **Klein Kongres** heeft beslissingsbevoegdheid omtrent pedagogische thema's van Kazou en komt ongeveer 4 keer per jaar samen. Het Klein Kongres bestaat uit 2 nationale voorzitters, 2 vrijwilligers per beleidsgroep, aangevuld met beroepskrachten ter ondersteuning. De agendapunten worden voorbereid door de **Agenda Commissie**, die bestaat uit de 2 pedagogische voorzitters én de stafmedewerker beleid. Hier wordt de werking zoals vastgelegd op Het Kongres verder vormgegeven en opgevolgd.

Daarnaast zijn er 16 **verbondelijke beleidsgroepen**. Dat zijn de overleg- en uitwisselingsorganen van de lokale werkingen. Beleidsgroepen vertegenwoordigen de vrijwilligers van een regio en behartigen hun belangen. Beleidsgroepen komen ongeveer één keer per maand samen en bestaan gemiddeld uit een tiental vrijwilligers. Samen met de educatieve medewerkers geven ze vorm aan de lokale werking, zijn ze de spreekbuis van de vrijwilligers en zorgen ze voor een goede afstemming.

Één keer per jaar is er het **Kongresweekend** met alle vrijwilligers uit de 16 verbondelijke beleidsgroepen, maar evengoed voor alle vrijwilligers die interesse hebben. Dit geldt als de start van het beleidsjaar. Dit is hét startmoment van onze beleidscyclus: tijdens dit weekend bepalen we met alle beleidsgroepen samen hoe we aan de slag gaan met de beleidsnota-doelstellingen en andere thema's die zich aandienen. Hier worden de lijnen en projecten uitgezet waar rond het komende beleidsjaar zal worden gewerkt.

DEMOCRATISCH PROCES BELEIDSNOTA

| Periode | Fase |
|----------------------|--|
| januari | Opstart & samenstelling stuurgroep |
| februari - maart | Onderzoek: Bevraging doelgroep, stakeholders en partners |
| april - juni | Omgevingsanalyse & verwerking van resultaten onderzoek |
| juli - augustus | Formuleren van beleidsuitdagingen |
| september - november | Doelstellingenkader, acties en indicatoren |

Opstart

In aanloop naar het beleidsplanningsproces werd er een stuurgroep bestaande uit een mix van vrijwilligers en beroepskrachten. Deze stuurgroep had de opdracht om het komende jaar het proces vorm te geven. Bij aanvang werden er criteria vastgelegd om

tot een beleidsplan te komen: creatieve methodieken, participatief en in verbinding met stakeholders, vertrekken vanuit kracht en sterktes.

Onderzoeksfase

Wededenaankritischzelfonderzoek. Beroepskrachten werden bevestigd via enquêtes en focusgroepen. We hebben gedroomd over de toekomst. Vanuit dit droomsценario kwamen we tot een verbeterkader met concrete en realistische actiepunten.

- Digitale enquête met input van 54 beroepskrachten
- Werkgroep beroepskrachten focusgroep 20/2 met 40 beroepskrachten
- Focusgroep met nationale staf en diensthoofden

Via verschillende methoden zijn onze stakeholders bevestigd over de sterktes en uitdagingen waar Kazou voor staat de komende jaren. Welke meerwaarde kan Kazou spelen binnen de huidige maatschappelijke context en uitdagingen? Waar kan Kazou een extra bijdrage leveren? Waar kan Kazou in diens rol een pionier zijn?

De bevestiging van vrijwilligers gebeurde via een uitgebreide digitale bevestiging naar vrijwilligers en oud- vrijwilligers. Na de digitale bevestiging gingen we dieper in op diverse topics via focusgroepen.

- Digitale enquête naar 167 oud-vrijwilligers
- Digitale enquête waarmee 914 vrijwilligers werden bevestigd: 771 monitoren, 302 vakantieverantwoordelijken, 176 kookvrijwilligers, 17 verpleegkundigen, 18 coördinatoren, 45 skimonitoren, 124 instructeurs.
- Focusgroep 12/2 met 5 kookvrijwilligers
- Focusgroep 15/2 op de vormingsdag 'Met volle goesting' met 10 vrijwilligers
- Focusgroep 19/2 op het Klein Kongres met 31 vrijwilligers
- Focusgroep 9/3 met 4 coördinatoren

Externe audit van de vrijwilligerswerking. In 2019 werd opdracht gegeven aan een externe auditeur om de vrijwilligerswerking van Kazou kritisch onder de loep te nemen. Deze audit kadert in het engagement dat Kazou aanging in de huidige beleidsperiode (2018-2021) om het vrijwilligersbeleid onder de loep te nemen. Dit resulteerde in een uitgebreid aanbevelingsrapport. De audit spitste zich toe op het totale vrijwilligersbeleid zowel in de vakantiewerking als in de jaarwerking en alle activiteiten die daaraan werden gelinkt.

Bevestiging van deelnemers

We analyseerden de resultaten van de tevredenheidsenquête die jaarlijks na elke vakantie naar elke deelnemer wordt verstuurd. De algemene tevredenheidsscores van deelnemers over Kazou liggen hoog. In 2020 kwam uit de analyse dat 82% actieve Kazou-promotor is én dus zonder onze tussenkomst positief praat over Kazou bij vrienden. De parameters die de meeste impact hebben op de algemene tevredenheid zijn de profileringsactiviteiten, de begeleiding door de monitoren én de verblijfscentra. Zowel de profilering als de begeleiding scoren jaar na jaar hoog. Opvallend is dat wat eten betreft de deelnemers liever kiezen voor én meer tevreden zijn over initiatieven waar gekookt wordt door vrijwilligers in plaats van het verblijfscentrum. Deelnemers kiezen vooral voor Kazou omdat ze samen met vrienden op vakantie kunnen gaan (51%). Andere zaken die hen overtuigen zijn eerdere ervaringen met Kazou (49%), interessant programma en activiteiten (48%) en vertrouwen in Kazou als organisatie (40%). Trendwolves deed voor ons een omgevingsanalyse met betrekking tot trends bij de huidige en aankomende generatie kinderen en jongeren en we verwerkten deze adviezen doorheen het beleidsplan.

Bevestiging (vakantie)partners

Er werden 12 vakantieorganisaties en 7 vakantiecentra bevestigd via kwalitatieve interviews. Daarnaast werd ook vormingspartner Oetang bevestigd en was er een uitgebreid interview met Iedereen Verdient Vakantie.

Beleidsuitdagingen en doelstellingenkader

| Periode | Proces |
|---|--|
| 7, 8 & 10 september: 16 beleidsgroepen | 3 webinars met toelichting resultaten onderzoek |
| 11- 28 september: 16 beleidsgroepen | 16 beleidsgroepen methodisch aan de slag met 3 beleidsuitdagingen |
| 29 september: Klein Kongres | aan de slag met 3 beleidsuitdagingen |
| 30 september: nationaal stafteam | Voorstelling resultaten onderzoek en input op beleidsuitdagingen |
| 6 oktober: provinciale teams | Voorstelling resultaten onderzoek en input op beleidsuitdagingen |
| 10 oktober: Kongres | Vrijwilligers geven per beleidsgroep feedback op het voorgestelde doelstellingenkader |
| 9-23 november: 16 beleidsgroepen | 16 beleidsgroepen lezen het uitgewerkte doelstellingenkader, acties en indicatoren en beoordelen via een google form |
| 25 november: Klein Kongres | Voorstelling hoe feedback verwerkt is + goedkeuring van het voorgestelde en uitgewerkte doelstellingenkader voor 2022-2025 |

ANALYSE EN BELEIDSUITDAGINGEN

Onze sterktes

- Kazou heeft een sterk, goed georganiseerd en hedendaags vakantieaanbod.
- Kazou heeft een sterk gepersonaliseerd communicatieaanbod op maat van de deelnemers.
- Kazou heeft een sterk lokaal verankerde vrijwilligerswerking, de drijvende kracht achter Kazou.
- Kazou heeft een sterk kwalitatief kadervormingsaanbod.
- Werken aan diversiteit is een realiteit bij Kazou. #iedereenmee zijn geen loze woorden.
- JOMBA, Kazou Lokal en inzetten op inclusie voor die deelnemers die wat extra ondersteuning nodig hebben, vinden hun plaats in het vakantieaanbod.
- Kazou heeft een sterk extern communicatiebeleid, communiceert gepersonaliseerd én op maat.

Onze uitdagingen

Eén gedeelde visie op vrijwilligersbeleid mét een sterke lokale werking. De historisch gegroeide lokale werking van Kazou zorgt ervoor dat er per lokale werking een andere visie op vrijwilligersbeleid is. Een audit van de vrijwilligerswerking in 2019 gaf ons meer inzicht over de toekomstige uitdaging om naar één centrale en gedeelde visie op vrijwilligersbeleid te gaan. Bestaande vrijwilligers of kandidaat-vrijwilligers worden geconfronteerd met een verschillende aanpak.

Digitalisering en databeheer en rekrutering van vrijwilligers. Kazou staat voor de uitdaging om komende jaren te werken aan een actueel beeld van het volledige vrijwilligersbestand. Het gebrek aan een actuele CRM maakt het moeilijk om gericht te rekruteren en gericht te werken op de retentie van vrijwilligers en aan klantgericht en op maat communiceren.

Vorming op maat voor alle vrijwilligers, vanuit één centrale visie op het vormingsbeleid. De verbondelijke werking maakt dat er een sterke lokale vertaling is met vormingsnoden van vrijwilligers. Maar een meer centrale visie heeft potentieel door kosten en inspanningen te optimaliseren, het globale vormingsaanbod van heel Kazou te evalueren en hieraan verbeterpunten te koppelen.

Participatie en betrokkenheid organiseren met een brede groep vrijwilligers. De afgelopen beleidsperiode werd de voormalige participatiestructuur onder de loep genomen. Ondanks de recente wijzigingen blijkt uit de bevraging dat dit niet leidde tot een bredere of verhoogde betrokkenheid van vrijwilligers. De centrale vraag is hoe we vanuit een meerderheidsparticipatie kunnen evolueren naar een manier om ook de stem van de minderheid een plaats te geven.

#iedereen mee: kinderen en jongeren uit stedelijke en superdiverse contexten. We zijn er echter niet in geslaagd om de afgelopen beleidsperiode ook het regulier aanbod toegankelijk te maken voor een meer diverse doelgroep en een werking uit te bouwen in stedelijke contexten. Uit de bevragingen blijkt dat de perceptie sterk leeft dat Kazou in het reguliere aanbod voornamelijk kinderen en jongeren bereikt uit een witte, Vlaamse, middenklasse plattelandscontext. Met deze uitdaging willen we de komende beleidsperiode actief aan de slag.

Sterker inzetten op psychisch welzijn en gezondheid. 60% van de vrijwilligers geven expliciet aan dat ze de afgelopen jaren meer geconfronteerd worden met welzijnsvragen bij deelnemers. Zowel vrijwilligers als beroepskrachten vragen om extra ondersteuning bij deze welzijnsvragen. Kazou ziet het als een uitdaging om sterker in te zetten op gezonde voeding en gezonde levensstijl. Psychisch welzijn en gezondheid is een thema dat transversaal doorheen de beleidsnota zal worden opgenomen.

Een visie op duurzame ontwikkeling creëren en vertalen in de organisatie. Vanuit de verschillende stakeholders komt de verwachting om met Kazou sterker in te zetten op duurzame ontwikkeling. Een gebrek aan centrale visie op duurzame ontwikkeling zorgt ervoor dat er op dit moment zeer ad hoc voorstellen gelanceerd worden. Van duurzame aankoop van materialen en gadgets, duurzame voeding en mobiliteit tot inspelen op dierenwelzijn, verminderen van onze ecologische voetafdruk, koppeling van de werking aan de duurzame ontwikkelingsdoelstellingen ... Het thema duurzame ontwikkeling zal door de globale werking heen worden opgenomen door middel van concrete actiepunten.

2. DOELSTELLINGENKADER

Strategische doelstelling 1: Kazou is een hedendaagse vrijwilligersorganisatie.

- OD 1. Kazou ontwikkelt en implementeert een gedeeld en gedragen vrijwilligersbeleid over de verschillende provincies heen, met aandacht voor lokale eigenheid.
- OD 2. Kazou gebruikt participatiestrategieën die betrokkenheid creëren met een brede groep vrijwilligers.
- OD 3. Kazou hanteert een sterke vrijwilligerscommunicatiestrategie die de dynamiek van vrijwilligers versterkt en zichtbaar maakt.
- OD 4. Kazou werkt actief aan diens toegankelijkheid voor een diverse groep van vrijwilligers.
- OD 5. Kazou ontwikkelt een gedragen visie op een duurzame vrijwilligerswerking en implementeert deze.

Strategische doelstelling 2: Kazou heeft een sterk en kwalitatief vormingsbeleid op maat van alle vrijwilligers.

- OD 1. Kazou heeft een integraal en kwaliteitsvol vormingsbeleid over de provincies heen.
- OD 2. Kazou heeft een laagdrempelig, divers en talentgericht vormingsaanbod op maat van alle vrijwilligers.
- OD 3. Kazou zet binnen het vormingsbeleid in op maatschappelijke uitdagingen en tendensen.

Strategische doelstelling 3: Kazou engageert zich voor alle kinderen en jongeren.

- OD 4. Kazou heeft een vakantieaanbod voor alle kinderen en jongeren.
- OD 5. Kazou bevordert actief de gezondheid en het mentale welzijn van kinderen en jongeren.
- OD 6. Kazou werkt actief aan de toegankelijkheid en laagdrempeligheid van diens reguliere werking voor kinderen en jongeren uit stedelijke en/of superdiverse contexten.
- OD 7. Kazou vzw bouwt verder aan de werking via Kazou Lokal.
- OD 8. Kazou vzw blijft sterk inzetten op de JOMBA-werking.

Strategische doelstelling 4: Kazou heeft een kwalitatief vakantieaanbod.

- OD 1. Kazou zet in op een kwalitatieve vakantiebeleving.
- OD 2. Kazou heeft een hedendaags en innovatief vakantieaanbod dat toegankelijk is voor een diverse groep kinderen en jongeren.
- OD 3. Kazou ontwikkelt en implementeert een gedragen visie op duurzame vakanties.

Strategische doelstelling 5: Kazou heeft een actieve en onderbouwde identiteit en draagt deze uit.

- OD 1. Kazou voert een effectief, laagdrempelig en klantgericht communicatiebeleid.
- OD 2. Kazou bouwt verder aan een herkenbare identiteit en draagt deze uit.
- OD 3. Kazou viert 75 jaar Kazou in 2022.
- OD 4. Kazou draagt vanuit diens visie bij aan het jeugdbeleid en het maatschappelijk debat.

Strategische doelstelling 6: Kazou heeft een toekomstgerichte organisatiecultuur.

- OD 1. Kazou heeft een gedeelde organisatiestructuur en -cultuur om beroepskrachten en vrijwilligers toekomstgericht te ondersteunen en het welzijn te bevorderen.
- OD 2. Kazou werkt aan een uniform ondersteuningskader van beroepskrachten.
- OD 3. Kazou heeft een uniform en performant financieel beleid.
- OD 4. Kazou heeft een diversiteitsbeleid binnen het beroepskrachtenkader.
- OD 5. Kazou heeft een geïmplementeerd integriteitsbeleid.
- OD 6. Kazou implementeert de visie op duurzame ontwikkeling doorheen de hele organisatie.

BEGRIPPENKADER

Diversiteitscharter: Een diversiteitscharter is een document waarin de einddoelen staan van het diversiteitsbeleid waartoe Kazou zich engageert. Het is een verklaring waarin we ons inzetten voor alle kinderen en jongeren ongeacht kleur, afkomst, leeftijd of geaardheid. In dit document spreken we ons uit tegen elke vorm van racisme en discriminatie.

Lokale werking: Laagst mogelijke lokale werking.

Diens: Genderinclusief bezittelijk voornaamwoord om de werking van Kazou te duiden.

Zinspeling: Een frisse, creatieve manier voor zinging.

Integraal: Allesomvattend, geheel.

'Groeitjes': Een tool ontwikkeld door Kazou in samenwerking met Oetang om coaching en groei te stimuleren.

Draagvlak: Steun of bereidheid om een bepaald plan uit te voeren.

Peer learning: Leren van elkaar zonder tussenkomst van een instructeur of begeleider.

TOM-tool: Tool ontwikkeld voor vrijwilligers in een Traject Op Maat.

LGBTQIA+: Staat voor lesbian, gay, bisexual, trans, queer, intersex, asexual, (+ alle andere seksuele oriëntaties, genders en geslachten die niet onder de andere letters vallen) en is een term die vooral wordt gebruikt als symbool voor de rechtenbeweging die erachter schuilgaat, maar is ook een handig geheugensteuntje om geen (groepen) personen over het hoofd te zien wanneer we het hebben over seksuele en genderdiversiteit.

Wit privilege: Is een vertaling van de Engelse term 'white privilege'. Het wijst op het voordeel dat witte mensen hebben door hun huidskleur. Witte mensen hoeven niet na te denken over hun huidskleur. Een witte huidskleur wordt in onze maatschappij als dé norm gezien. Daarom zijn witte mensen zich vaak niet bewust van de witte bril waardoor ze kijken naar de samenleving.

Dekolonisering: Het koloniale gedachtegoed is nog sterk aanwezig binnen onze samenleving en binnen heel veel organisaties, meestal zonder dat we er erg in hebben en ligt aan de basis van heel wat ongelijkheden in onze samenleving. Dekoloniseren betekent dat we gaan ontrafelen hoe het koloniale denken aanwezig is binnen onze organisatie, hoe we er bewust voor kunnen zorgen dat we stereotypes niet langer bevestigen.

Microkwetsingen: Op bijna dagelijkse basis kan je

geconfronteerd worden met schijnbaar kleine opmerkingen en daden die je laten voelen dat je 'anders' bent en niet écht tot de groep behoort. Microkwetsingen hebben op lange duur grote gevolgen voor je psychologisch welbevinden.

Belgische diasporavereniging: Vereniging van mensen met een migratieachtergrond in ons land.

Global South: Middenveldorganisaties uit het Zuiden.

Geattesteerde vorming: Hieronder verstaan we alle vormingen waarvoor je een attest krijgt. Voor Kazou is dit: Basiscursus (Animator in het jeugdwerk), HMC (Hoofdanimator in het jeugdwerk), BIC (Instructeur in het jeugdwerk).

Niet-geattesteerde vorming: Hieronder verstaan we alle vormingen waarvoor je geen attest krijgt. Enkele voorbeelden zijn: Instroomcursus, specialisatiecursussen/verdiepingscursussen, vormingsdagen binnen de lokale werkingen, enz.

SOC-Principe: staat voor Samen Opbouwend Cursus geven en wil zeggen dat we zoveel mogelijk cursus op maat willen geven. De instructeurs gaan na welke noden er in de groep zijn en passen hun vormingen hierop aan, zonder de verwachte competenties uit het oog te verliezen.

Diversiteit: De gelijkheid tussen man en vrouw alsook voor de culturele, etnische en sociale diversiteit, gendergelijkheid ... binnen de maatschappij.

JOMBA-matrix: De JOMBA-matrix is onderdeel van de vernieuwde JOMBA-normering. Via het vernieuwde normeringstraject willen we JOMBA-deelnemers op de juiste vakantie krijgen. Zo kunnen we voldoende ondersteuning en omkadering verzekeren. Om dit proces mogelijk te maken moeten deelnemers en ouders gemakkelijk kunnen zien welke vakanties beantwoorden aan hun noden. Ouders en deelnemers stellen zelf hun profiel samen op basis van 4 categorieën en 4 ondersteuningsniveaus, waarbij elk ondersteuningsniveau staat voor de mate van ondersteuning. Het eerste niveau staat voor weinig nood aan ondersteuning in een bepaalde categorie, het vierde niveau staat voor de maximale ondersteuning in die bepaalde categorie. Wanneer de ouders het profiel van hun kind kennen, gaan ze op zoek naar een geschikte vakantie. Dit doen ze ofwel op de website, ofwel aan de hand van de brochure. Elke vakantie wordt door ons ingedeeld op basis van structuur, zelfredzaamheid, mobiliteit en communicatie.

Startanimator: Is er voor iedereen die recent naar België is verhuisd en graag animator wil worden. De startanimatorcursus loopt parallel met de gewone cursus. De bedoeling is dat deze cursus een opstapje

vormt naar een verder engagement als animator en de geattesteerde animatorcursus. Vaak is dit omdat de deelnemers de taal nog niet machtig zijn of het jeugdwerk niet kennen.

Co-animator: Soms is de ondersteuningsnood van de cursist net iets te groot om het animatortest te behalen. Ook hier zoeken we samen naar een oplossing op maat. Misschien is er een rol als co-animator weggelegd voor deze persoon. Zij kunnen op hun eigen tempo de cursus volgen en op basis van hun talenten hun steentje bijdragen aan een leuke vakantie. De juiste rol vinden is maatwerk en dus voor iedere jongere verschillend.

All-inclusive brochure: Brochure met tips en tricks over het omgaan met deelnemers met extra noden.

Net Promoter Score (NPS): Is een methode om de loyaliteit van een klant te meten. Door het stellen van een simpele vraag, kan er een getal worden berekend. Dit getal is de Net Promoter Score.

Solidariteitstarief: Een tarief waarbij de bijdrage van anderen kan ingezet worden voor doelgroepen die niet de volledige bijdrage kunnen betalen.

TP: Technische Ploeg (kookploeg die meegaat op een zelfwerkzaamheidsvakantie).

User experience: Gebruikservaring van digitale tools zoals website, inschrijvingsprocedure ...

Mediawijsheid: Het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemediatiseerde wereld.

User generated content: Informatie die door gebruikers van een medium wordt aangeleverd. Met deze informatie wordt een medium (aan)gevuld, en kunnen andere gebruikers deze informatie zien en gebruiken. Bijvoorbeeld foto's delen via ons gesloten fotoalbum of beelden posten via Instagram met #kazou.

Flowchart: Verloop van het proces.

VTO-beleid: staat voor vorming, training en opleiding en betreft het geheel van activiteiten en inspanningen die het leren van medewerkers bevorderen. Het doel van een VTO-beleid is de competenties van medewerkers te ontwikkelen in de richting die nodig is voor de organisatie.

Financiële diversificatie: Inkomsten uit verschillende bronnen.

Inclusief taalgebruik: Veel woorden zijn niet neutraal maar geladen met een (vaak negatieve) betekenis. Ze duwen individuen of groepen mensen in een hokje en kleven er een etiket op: anders/ hoort er niet bij/ niet van hier/ niet zoals wij. Wie 'wij' dan ook moge zijn. Met inclusief taalgebruik bedoelen we

taalgebruik dat insluit in plaats van uitsluit en/of dat correct benoemt en neutraal is.

Genderinclusief taalgebruik: Is het overkoepelende begrip voor alle vormen van niet-seksistisch, inclusief en gendergelijk taalgebruik. Het beoogt het vermijden van woorden die als vooringenomen, discriminerend of denigrerend kunnen worden ervaren doordat zij impliceren dat een bepaald geslacht of gender de norm is. Gendergelijk en inclusief taalgebruik draagt ook bij aan de vermindering van genderstereotypering, brengt sociale verandering teweeg en zorgt voor meer gendergelijkheid.

Dilemmatraining: Training om medewerkers te leren omgaan met dilemma's en integriteit.





STRATEGISCHE DOELSTELLING 1

Kazou is een hedendaagse vrijwilligersorganisatie

Geen Kazou zonder vrijwilligers.

8400 vrijwilligers zijn onze voornaamste schakel voor een succesvol verloop van de vakanties. Dat vrijwilligers een belangrijke schakel zijn in de beleving van de deelnemers, is duidelijk in de jaarlijkse tevredenheidsbevraging. De belangrijkste parameters voor een algemene tevredenheid worden bepaald door de profileringsactiviteiten én de begeleiding door de vrijwilligers. De scores hiervoor zijn jaar na jaar erg goed. Niet alleen de begeleiding van vrijwilligers is van belang, we zien ook een sterkere tevredenheid op het vlak van maaltijden bij vakanties in 'zelfwerkzaamheid' waarbij er een technische ploeg vrijwilligers verantwoordelijk is voor het bereiden van de maaltijden. Vrijwilligers zijn echter meer dan alleen maar monitoren op vakanties. Zo zijn er ook verpleegkundigen, coördinatoren, vakantieverantwoordelijken, enz. Vrijwilligers zijn de motor achter de jaarwerking, ze zijn actief in werk- en projectgroepen, beleids- of bestuursorganen. De bevraging in aanloop van deze beleidsnota wees uit dat vrijwilligers het leuk en plezierig vinden bij Kazou én dat ze zich gewaardeerd voelen voor hun engagement. Kortom, geen Kazou zonder vrijwilligers.

Maar... het succes heeft ook tot gevolg dat het aantal deelnemers aan Kazou-vakanties jaar na jaar stijgt. De verwachtingen van vrijwilligers veranderen sneller. Zowel tijdens de enquête als tijdens de focusgroepen kwam bij de vrijwilligers de groeiende bezorgdheid terug of we er ook in de toekomst voldoende in zullen slagen om nieuwe vrijwilligers te vinden én het evenwicht tussen minder én meer ervaren vrijwilligers te bewaken.

Onze omgevingsanalyse leert ons dat er anno 2020 een enorm vrijetijdsaanbod is, waarvan vrijwilligerswerk één facet is. Ook binnen dit vrijwilligerswerk hebben jongeren een steeds groeiend aanbod aan organisaties die hen willen inzetten als vrijwilliger.

Daardoor wordt de uitdaging groter om vrijwilligers tijdig te rekruteren en ervoor te zorgen dat ze gemotiveerd blijven om zich langdurig in zetten. Als we als Kazou vrijwilligers willen aantrekken én behouden moeten we meer dan ooit nadenken over de wijze waarop we dit willen vormgeven. Vrijwilligers zijn niet langer mensen die je éénmaal binnenhaalt en voor jaren behoudt. Een engagement moet je elke dag

opnieuw verdienen.

In 2019 werd opdracht gegeven aan een externe auditeur om de vrijwilligerswerking van Kazou kritisch onder de loep te nemen. De audit spitste zich toe op het totale vrijwilligersbeleid zowel bij de vakantiewerking als bij de jaarlijkse werking en alle activiteiten die daaraan gelinkt werden. Op basis van deze aanbevelingen en de uitgebreide bevraging van onze stakeholders maakte Kazou de keuze om het versterken van de vrijwilligersorganisatie ook in dit beleidsplan als speerpunt te nemen. De recente structurele wijzigingen in de organisatiestructuur naar één Kazou maakten van de nieuwe beleidsperiode de logische volgende stap om te werken aan een centrale visie op vrijwilligersbeleid over de lokale werkingen heen.

De nood aan een gedeelde visie op vrijwilligersbeleid. De huidige lokaal verankerde vrijwilligerswerking is een sterkte van Kazou, maar zorgt er ook voor dat er geen gedeelde visie is. Iedere lokale werking heeft op dit moment een andere manier om vrijwilligers te verwelkomen, coachen, waarderen, evalueren en ga zo maar door. Dit kan verwarrend overkomen bij nieuwe vrijwilligers. We willen samen tot één gedeeld kader komen. Een werkinstrument met minimale kwaliteitseisen voor sterk vrijwilligerswerk. Een kader waarbinnen steeds ruimte is voor verdere lokale invulling en accenten. We gaan op zoek naar good practices en expliciteren wat ons bindt, wat de kern is van Kazou-vrijwilliger zijn. We willen ons beleid afstemmen op de noden van de hedendaagse vrijwilliger. Een kader waarbinnen we kunnen garanderen dat we vrijwilligers op een gelijkwaardige manier vanuit een gedeelde visie onthalen, coachen, waarderen, evalueren, laten participeren en met hen communiceren. Het gedeeld kader wordt uitgewerkt in een participatief proces. We zetten in op verdieping van de bestaande vrijwilligerswerking, op versterking van vrijwilligers en bewaken dit in functie van het aantal vakanties.

Zoals voorzien in het huidige beleidsplan werd er in 2019 gesleuteld aan **de inspraak en participatiestructuur van de vrijwilliger**. Een participatief proces werd opgestart om onze vrijwilligersstructuren nauw onder de loep te nemen. Tijdens het proces kwamen we tot nieuwe structuren. Een jaarlijks 'Congres' werd opgericht, een ijkpunt voor de organisa-



tie om jaarlijks strategie en praktijk op mekaar af te stemmen. Zo kon strategie kwalitatief blijven evolueren en kwam er meer focus in de vertaalslag naar jaaractieplannen en praktijk. Tegelijk kon op dit Kongres van vrijwilligers de strategie beïnvloed worden door kritische evaluatie, wat essentieel is in het wendbaar houden van de organisatie om maximaal organisatie-doelstellingen te bereiken. Verder werden de nationale participatieorganen geactualiseerd en kwamen er vaste werkgroepen met vrijwilligers rond vakanties en vorming. Ondanks alle inspanning blijkt uit recente evaluaties dat participatie en beleidswerking als pijnpunten naar voor komen. 43% van de vrijwilligers geeft aan dat deelname aan de beleidswerking van Kazou het gevoel van betrokkenheid niet verhoogt. Het pijnpunt van de huidige structuren is dat deze steeds vertrekken van een meerderheidsstandpunt, wat ervoor zorgt dat meningen of ideeën worden uitgevlakt. Daarbovenop verwachten we een langdurig engagement om deel te nemen aan de participatiestructuur, wat voor veel vrijwilligers niet evident is. Dit zorgt ervoor dat er een bepaald type vrijwilligers vertegenwoordigd is en anderen net niet.

In 2022-2025 willen we daarom drastische stappen zetten om de participatie en betrokkenheid van een bredere groep vrijwilligers te organiseren. We willen hierbij 'deep democracy' implementeren en de onderstromen zichtbaar maken, de stem van de minderheid laten weerklinken. Verschillende stemmen laten klinken zorgt voor duurzaam engagement, voor vernieuwing, voor flexibiliteit en voor het antwoord op de juiste vragen. We gaan op zoek naar methodieken die de betrokkenheid van een brede groep vrijwilligers mogelijk maken. We willen een cultuur ontwikkelen waarin participatie ingebakken zit en waarin iedereen zich bewust is van het grotere geheel en daaraan bijdraagt. Eenmalig of structureel.

Een sterke vrijwilligerscommunicatie is gericht en op maat van de klant. Kazou profileerde zich sterk in het communicatiebeleid naar deelnemers en ouders, mét resultaat. Als het aankomt op vrijwilligerscommunicatie, is er nog werk aan de winkel. Dit komt naar voor uit de bevragingen en uit de audit. De oorzaak hiervan is het gebrek aan een actueel en volledig beeld van het vrijwilligersbestand. We hebben geen zicht op diverse data: wanneer iemand instroomt, leeftijdsgroep, engagementsduur, regio- en competentieprofiel, interesses, attest/geen attest... Dit maakt het moeilijk om klantgericht en op maat te communiceren. Het zorgt er ook voor dat er geen globaal overzicht is van de beschikbaarheid van vrijwilligers en hun competenties.

We zullen investeren in een software/**digitaal systeem om de gegevens en interacties met vrijwilligers te beheren** (CRM). Een systeem staat

en valt met de organisatiecultuur in huis. We gaan daarom werken aan het vergroten van de skills van medewerkers zodat dataverrijking in de werking ingebakken zit. Dataverrijking zorgt voor de systematische controle, aanvulling en aanpassing van data die ervoor zorgen dat je steeds up-to-date gegevens hebt van bv. vrijwilligers, deelnemers, enz.

Een sterke communicatie vertrekt vanuit de blik van de vrijwilliger. Een aankomende vrijwilliger heeft andere noden dan een ervaren vrijwilliger. Daarom ontwikkelen we een '**volunteer journey**', communicatie op maat van het traject dat een vrijwilliger aflegt binnen de organisatie. Het traject bevat alle mogelijke contactmomenten die de vrijwilliger heeft met Kazou en hoe deze ervaren worden. Het traject en de ervaring evalueren en bijstellen op maat van de vrijwilliger zorgt voor een stijging van de tevredenheid en binding van de vrijwilliger aan de organisatie. Tot slot willen we een vrijwilligerscommunicatie die beweging toont, die meer in de verf zet wat vrijwilligers betekenen voor Kazou, ook buiten de vakanties. Want beweging zien, geeft goesting om mee te bewegen en is de beste vorm van rekrutering.

Werken aan diversiteit is één van de uitdagingen van Kazou voor deze beleidsperiode. De afgelopen jaren ondernam Kazou al heel wat stappen om te **werken aan de toegankelijkheid van een diverse groep vrijwilligers**. Zo werd er de afgelopen jaren extra ingezet op inclusie voor vrijwilligers. Dit doen we aan de hand van extra vorming op cursus en onze TOM-trajecten (Trajecten Op Maat). We gingen mee in zee met het co-animatortraject en het startanimatortraject. Naast het verdiepen van deze opstaptrajecten is het tijd om in te zetten op diversiteit binnen onze reguliere vrijwilligersploeg. Stap één is een cultuur creëren die ervoor zorgt dat een diverse groep zich welkom voelt bij Kazou. Daarom gaan we in eerste instantie kritisch kijken naar onszelf en onze eigen organisatiecultuur onder de loep nemen. Hoe toegankelijk zijn we? Waar vertrekken we te sterk vanuit ons eigen kader en zijn we ons niet bewust van onze stereotypen? Wat is belangrijk in onze begeleidershouding?

Onze tweede beleidsuitdaging is stappen zetten in het **verduurzamen van Kazou**. We zien vrijwilligers hier als intermediairen. Als we binnen onze vrijwilligerswerking een gedragen en geïmplementeerde visie hebben op duurzaamheid, straalt dit af op de vakantiewerking en de deelnemers. Om hierbinnen gerichte acties te kunnen opzetten, vertrekken we vanuit een duurzaamheidsscan, koppelen we hieraan concrete actiepunten en gaan we samen met vrijwilligers aan de slag om te kijken waar we impact kunnen genereren.

OPERATIONELE DOELSTELLING 1.1

KAZOU ONTWIKKELT EN IMPLEMENTEERT EEN GEDEELD EN GEDRAGEN VRIJWILLIGERSBELEID OVER DE VERSCHILLENDE PROVINCIES HEEN, MET AANDACHT VOOR LOKALE EIGENHEID.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou ontwikkelt samen met vrijwilligers en beroepskrachten een gedeelde visie op vrijwilligersbeleid over de lokale werkingen heen. Kazou vertrekt bij die visie van de kracht van lokaal werken.

- + Participatief proces (onder externe begeleiding) - 2022
- + Goedgekeurde visietekst - 2023
- + Aangepaste functieprofielen voor beroepskrachten - 2024
- + Jaarlijkse tevredenheidsbevraging

ACTIE 2. Kazou heeft een doelgericht hedendaags rekruteringsbeleid voor vrijwilligers, aangepast aan de noden van Kazou.

- + Analyse en onderzoek bereik potentiële vrijwilligers - 2023
- + Rekruteringsbeleid naar interne en externe doelgroepen - 2023
- + Operationeel CRM-systeem voor de vrijwilligerswerking - 2024
- + Competenties medewerkers verhoogd in het gebruik van het datasysteem - 2024
- + Jaarlijkse rekruteringsacties op lokaal niveau
- + Jaarlijkse nationale rekruteringscampagne
- + Rekruteringscampagne voor vrijwilligers met doelgroepspecifieke competenties - vanaf 2023
- + Duidelijk overzicht van onze engagementen - 2023
- + Jaarlijkse provinciale toelidingsacties i.f.v. JOMBA-vakanties en Kazou Lokal-initiatieven
- + Een bezettingsgraad van 80% voor alle vrijwilligersplaatsen 3 weken voor aanvang van de vakantie - 2024

ACTIE 3. Kazou heeft een toegankelijk onthaalbeleid om nieuwe vrijwilligers welkom te heten en wegwijs te maken in de werking.

- + Toegankelijke online inschrijvingsprocedure - 2023
- + Uniform kader voor het onthaal van nieuwe vrijwilligers - 2023
- + Groeitraject voor nieuwe vrijwilligers - 2024

ACTIE 4. Kazou hanteert gelijkwaardige principes over de lokale werkingen heen voor de toewijzing van vrijwilligers aan vakanties en maakt deze processen efficiënter.

- + Gelijkwaardige toewijzingsprincipes - 2024
- + Digitaal toewijzingsproces, gekoppeld aan het CRM-systeem - 2025

ACTIE 5. Kazou coacht en ondersteunt vrijwilligers op een gelijkwaardige manier over alle lokale werkingen heen.

- + Gedeelde begeleidingsstrategie voor vrijwilligers - 2024
- + Uniforme coachingsmethodieken - 2024
- + Alle coachingsinfo gecentraliseerd in CRM-systeem - 2025
- + 'Groeitjes'-tool op cursus/vakantie/jaarwerking - 2023
- + Talententool - 2024
- + Coachingsformulieren - 2024
- + Coaching op maat bij alle engagementen - 2025

ACTIE 6. Kazou waardeert vrijwilligers op een gelijkwaardige manier over alle lokale werkingen heen.

- + Goedgekeurde visietekst - 2023
- + Heldere waarderingsbudgetten en financiële richtlijnen - 2023

ACTIE 7. Kazou versterkt het groepsgevoel bij vrijwilligers door groepsvormende activiteiten buiten de vakantiewerking met aandacht voor zinspelende.

- + Jaarlijks minstens 3 initiatieven per lokale werking met zinspelende momenten
- + Jaarlijks minstens 1 initiatief per lokale werking open voor andere lokale werkingen

ACTIE 8. Kazou heeft een exitstrategie voor vrijwilligers die hun engagement stoppen en zet in op doorstroming naar andere engagementen.

- + Actief retentie- en behoudbeleid - vanaf 2024
- + Informeren van mogelijke engagementen binnen Kazou en CM - vanaf 2024

ACTIE 9. Kazou ondersteunt vrijwilligers met eigen welzijnsvragen en welzijnsvragen waarmee ze geconfronteerd worden.

- + Vorming psychisch welzijn voor elke beroepskracht - vanaf 2023
- + Up-to-date fiches rond psychisch welzijn - 2023
- + Samenwerking met DSI (Dringende Sociale Interventie) van het Rode Kruis - 2022

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|---|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | 3 VTE | | € 212.750,73 | |
| MIDDELEN | Jaarwerking vrijwilligers, groepsvormende activiteiten, waarderingsactiviteiten ... | | | € 92.000 |
| | Externe begeleiding centrale visie vrijwilligersbeleid | € 12.800 | | |
| | Recruteringscampagne "Ik wil je". Jaarlijks - € 5000 | € 20.000 | | |

OPERATIONELE DOELSTELLING 1.2

KAZOU GEBRUIKT PARTICIPATIESTRATEGIEËN DIE BETROKKENHEID CREËREN MET EEN BREDE GROEP VRIJWILLIGERS.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou heeft een gedeelde visie op participatie waarin een open participatiecultuur en betrokkenheid creëren met een brede groep vrijwilligers centraal staan.

- + Goedgekeurde visietekst - 2023
- + Grotere diversiteit in vrijwilligerspoule - 2025

ACTIE 2. Kazou ondersteunt de beroepskrachten en vrijwilligers in het begeleiden van participatieprocessen.

- + Jaarlijks minimum 1 nationale vorming over begeleiden van participatieprocessen
- + Participatiemethodieken - 2023

ACTIE 3. Kazou experimenteert elk jaar met nieuwe online en offline participatiemethodieken om een brede groep vrijwilligers te betrekken.

- + Jaarlijks 2 online experimenten
- + Jaarlijks 1 offline experiment met brede groep vrijwilligers

ACTIE 4. Kazou zet experimenten op om potentiële vrijwilligers te betrekken bij de participatieprocessen.

- + Jaarlijks 1 experiment

ACTIE 5. Kazou heeft een transparant beslissingskader voor de organisatie.

- + Vernieuwd beslissingskader - 2024

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|---|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | 0.5 VTE | | € 35.458,46 | |
| MIDDELEN | Externe begeleiding deep democracy 2023 | € 6.500 | | |

OPERATIONELE DOELSTELLING 1.3

KAZOU HANTEERT EEN STERKE VRIJWILLIGERSCOMMUNICATIESTRATEGIE DIE DE DYNAMIEK VAN VRIJWILLIGERS VERSTERKT EN ZICHTBAAR MAAKT.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou heeft een communicatiebeleid op maat van de verschillende vrijwilligersprofielen.

- + Uitgewerkte volunteer journey en bijhorend communicatieplan - 2024

ACTIE 2. Kazou heeft een up-to-date relatiebeheersysteem (CRM) voor vrijwilligers in functie van kennisbeheer, digitalisering en sterke vrijwilligerscommunicatie op maat van interesses en talenten.

- + Externe analyse van het huidige CRM-systeem - 2022
- + Centralisatie van vrijwilligersdata - 2024
- + Jaarlijkse update van vrijwilligersdata- vanaf 2024
- + Dataverrijksstrategie - 2025
- + Training voor beroepskrachten - 2024

ACTIE 3. Kazou werkt aan de communicatieskills van de beroepskrachten.

- + Communicatietraining in VTO-beleid - 2024
- + Communicatieverantwoordelijke per lokale werking - 2022

ACTIE 4. Kazou faciliteert vrijwilligers in het tonen van de dynamiek en beweging die leeft binnen de werking ruimer dan de vakantiewerking.

- + Socialmediastrategie voor vrijwilligers - vanaf 2023
- + Socialmediatraining voor vrijwilligers - vanaf 2023

ACTIE 5. Kazou vertaalt het beleidsplan op een leesbare manier en toegankelijke drager naar de vrijwilligers.

- + Leesbare en gebruiksvriendelijke vertaling beleidsplan - 2022

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|--|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | 0,5 VTE | | € 35.458,46 | |
| MIDDELEN | Training medewerkers gebruik CRM i.k.v. vrijwilligersdata 2024 | € 1.800 | | |
| | Communicatietraining medewerkers en beroepskrachten 2024 | € 1.800 | | |



OPERATIONELE DOELSTELLING 1.4

KAZOU WERKT ACTIEF AAN DIENS TOEGANKELIJKHEID VOOR EEN DIVERSE GROEP VAN VRIJWILLIGERS.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou organiseert het ondersteuningsaanbod voor vrijwilligers op aantrekkelijke en toegankelijke locaties.

- + Visie op infrastructuur en ontmoetingsplekken - 2022

ACTIE 2. Kazou zet jaarlijks samenwerkingen op met externe organisaties om vrijwilligers uit stedelijke en superdiverse contexten te bereiken.

- + Jaarlijks 1 samenwerking per provincie, gericht op vindplaatsgericht bereik
- + Infomomenten op maat over ons aanbod voor specifieke doelgroepen - vanaf 2023

ACTIE 3. Kazou ontwikkelt vrijwilligersengagementen om op een laagdrempelige manier kennis te maken met de werking van Kazou.

- + Aanbod kortdurende engagementen - 2023

ACTIE 4. Kazou werkt aan een open cultuur in de organisatie, door de eigen praktijken binnen de vrijwilligerswerking kritisch onder de loep te nemen.

- + Een gedragen diversiteitscharter - 2025
- + Samenwerking met externe partner rond eigen denkbeelden en interne praktijken - 2023
- + Visietekst rond uitsluiting en pesten - 2024

ACTIE 5. Kazou blijft inzetten op de verdere uitbouw van de TOM-trajecten (TOM'er, co-animator en startanimator).

- + TOM-tool (van intake tot uitstroom) - vanaf 2022
- + Vorming over TOM-tool op animatorcursus - vanaf 2022
- + Jaarlijks informeren van beroepskrachten over TOM-tool
- + Evaluatie TOM-tool - 2022
- + Per provincie één TOM-expert - vanaf 2022
- + Jaarlijkse samenwerking met partnerorganisaties i.f.v. co-animatorcursus

ACTIE 6. Kazou werkt een kwaliteitsvol startanimatortraject uit.

- + Uitgeschreven draaiboek - vanaf 2022
- + Jaarlijks overleg met Tumult - vanaf 2022
- + 30 gevormde startanimatoren tegen 2025
- + Peter- en metersysteem - vanaf 2022

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|--------------------------|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | | | | |
| MIDDELEN | Organisatie infomomenten | € 3.000 | | |

OPERATIONELE DOELSTELLING 1.5

KAZOU ONTWIKKELT EEN GEDRAGEN VISIE OP EEN DUURZAME VRIJWILLIGERSWERKING EN IMPLEMENTEERT DEZE.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou maakt een duurzaamheidsscan en koppelt hieraan een actieplan om te reduceren en te compenseren.

- + Uitgewerkt actieplan tegen eind 2023

ACTIE 2. Kazou zet samen met de vrijwilligers in op verantwoorde consumptie en productie tijdens de cursussen en jaarwerking.

- + Duurzaam aankoopbeleid - 2024
- + Kader rond consumptie en productie voor, tijdens en na cursussen en activiteiten - eind 2024
- + Printcultuur is gedaald tegen 2025
- + Duurzame voeding op cursussen en activiteiten tegen 2025

ACTIE 3. Kazou zet in op duurzame mobiliteit.

- + Uitgewerkt mobiliteitskader - 2025
- + Stijging duurzame mobiliteit - 2025
- + Carpooltool - 2025

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|-------------------|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | | | | |
| MIDDELEN | Duurzaamheidsscan | € 3.300 | | |



STRATEGISCHE DOELSTELLING 2

Kazou heeft een sterk en kwalitatief vormingsbeleid op maat van alle vrijwilligers

Kazou zet al heel lang in op vorming en ontwikkeling van diens vrijwilligers. Kazou ontwikkelende doorheen de jaren een sterk imago op het vlak van kadervorming. Algemeen geven vrijwilligers aan tevreden te zijn over de gevolgde vormingen. Zoals in het voorgaande hoofdstuk aangegeven, is de kwaliteit van de begeleiding door de vrijwilligers een bepalende parameter die impact heeft op de tevredenheid van deelnemers. De komende jaren willen we met Kazou ook sterk verder blijven investeren in een **kwaliteitsvol vormingsaanbod** en groeien als 'lerende organisatie': een organisatie waarin vrijwilligers optimaal ondersteund worden in de groei en ontwikkeling van hun competenties. We doen dit door in te zetten op zowel geattesteerde als niet-geattesteerde vorming. Kazou vertrekt hierbij vanuit het SOC-principe (samen opbouwend cursus geven) én vanuit ervaringsgericht leren, zodat de noden en talenten van vrijwilligers centraal staan.

Tijdens de huidige beleidsperiode lag de focus sterk op groei en coaching van de vrijwilligers. We investeerden in een tool: de 'Groeitjes'. Deze tool werd ontwikkeld in samenwerking met Oetang. De tool bestaat uit 30 methodieken en werkvormen die elk op een andere manier werken rond groei en coaching. Op deze manier kunnen onze vrijwilligers hun eigen groeiproces in handen nemen. In de nieuwe beleidsperiode willen we ons vormingsbeleid onder de loep nemen. In het vorige hoofdstuk gaven we aan dat we één gedeelde visie willen ontwikkelen op het vlak van vrijwilligersbeleid en dit wensen we ook te doen voor vorming. De lokale werking zal ook een belangrijke rol blijven spelen. **Een centrale visie op vormingsbeleid** zal ons meer mogelijkheden geven om de krachten te bundelen over de lokale werkingen heen. Op deze manier creëren we ruimte voor meer vormingen op maat van specifieke vrijwilligersengagements zoals TP-vrijwilligers, JOMBA en verpleegkundigen.

We maken in dit hoofdstuk ook graag een koppeling met de noodzaak aan een **centraal datasysteem voor vrijwilligers**. Het gebrek aan een goed da-

tabebeer zorgt ervoor dat we op dit moment geen accuraat beeld hebben van de competentieprofielen, vormingsnoden, gevolgde vormingstrajecten en coaching van vrijwilligers. Door vorming, coaching, enz. te koppelen aan het profiel van de vrijwilliger willen we ons vormingsbeleid optimaliseren en meer klantgericht organiseren.

Onder het motto **#ledereenmee** zet Kazou ook binnen het vormingsaanbod in op toegankelijkheid van het aanbod. De afgelopen jaren werd er extra ingezet op inclusie op cursus en de ontwikkeling van de TOM-trajecten. In de nieuwe beleidsperiode willen we nog verder gaan. We screenen ons vormingsaanbod op de 7 B's (bruikbaarheid, beschikbaarheid, betaalbaarheid, bereikbaarheid, bekendheid, begripbaarheid en betrouwbaarheid). We gaan actief op zoek naar een partner om de animatorcursus te organiseren in stedelijke en superdiverse contexten om de instroom van vrijwilligers te vergroten.

Zoals in het vorige hoofdstuk werd aangegeven, willen we ook werken aan **de toegankelijkheid van onze organisatiecultuur**. We zien vorming dan ook als een hefboom om effectief verandering te bekomen en impact te genereren. Werken aan diversiteit, duurzame ontwikkeling, psychisch welzijn en een hedendaags vrijwilligersbeleid, hebben te maken met het ontwikkelen van inzicht, vaardigheden en competenties. Maar we willen vrijwilligers ook inspireren door te werken aan wereldburgerschap om zo een internationale bril op te zetten. Hiervoor gaan we een samenwerking aan met ngo WSM (We Social Movement). We zetten in op uitwisseling met jongeren uit de Belgische diaspora en wisselen uit met jongeren uit het Globale Zuiden.



OPERATIONELE DOELSTELLING 2.1

KAZOU HEEFT EEN INTEGRAAL EN KWALITEITSVOL VORMINGSBELEID OVER DE PROVINCIES HEEN.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou voorziet jaarlijks geattesteerde cursussen conform het kadervormingsdecreet.

- + 1 animatorcursus per lokale werking, goed voor 1200 cursisten op jaarbasis.
- + Jaarlijks 4 hoofdanimatorcursussen, goed voor 200 cursisten
- + Jaarlijks 3 instructeurscursussen, goed voor 80 cursisten

ACTIE 2. Kazou voorziet jaarlijks niet-geattesteerde cursussen.

- + 2-jaarlijkse Boemerangcursus
- + Per lokale werking jaarlijks minstens 2 niet-geattesteerde vormingsinitiatieven per jaar
- + Per provincie jaarlijks een instroomcursus
- + Jaarlijkse vormings- en uitwisselingsdag voor alle vrijwilligers en beroepskrachten
- + Gerichte promotie i.f.v. aanwezigheid op verdergezette vormingen tegen 2025

ACTIE 3. Kazou ontwikkelt een centrale visie op het vormingsbeleid.

- + Een gedeeld en integraal vormingsbeleid tegen 2024
- + Evaluatie (2022) en conformiteitscontrole (2025) van bestaande cursussen i.f.v. nieuw uitvoeringsbesluit
- + Gedeeld evaluatiesysteem per cursus in 2024

ACTIE 4. Kazou vormt, begeleidt en ondersteunt vrijwilligers zodat ze een begeleidershouding hebben en activiteiten organiseren op maat van de leeftjdsclusters.

- + Herwerken, bijsturen en maken van begeleiderstoels en educatieve pakketten - 2024
- + Actieve bekendmaking van de begeleiderstoels en educatieve pakketten a.d.h.v. vorming - 2024

ACTIE 5. Kazou integreert de registratie en opvolging van gevolgde vormingen in het CRM-systeem.

- + Attesten & gevolgde vorming gekoppeld aan CRM-systeem - 2025

ACTIE 6. Kazou speelt op een innovatieve en aantrekkelijke manier in op vormingsnoden van vrijwilligers.

- + Jaarlijkse bevraging i.f.v. vormingsnoden
- + Per provincie 1 experiment inzake specialisatiecursussen met focus op 1 thema - 2023
- + Jaarlijks minstens 1 overkoepelend format voor lokale werkingen
- + Peer learning-experiment - vanaf 2023
- + Jaarlijks per lokale werking 1 initiatief rond digitaal leren

ACTIE 7. Kazou blijft inzetten op groepsbevorderende activiteiten op vakantie.

- + Jaarlijkse evaluatie van huidige aanbod tijdens cursussen
- + Relevante tips en info op vrijwilligerssite - tegen 2023

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|--|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | 3,8 VTE | | € 269.484,26 | |
| MIDDELEN | Basiscursus kosten | | | € 502.412,13 |
| | Basiscursus opbrengsten | | | - € 199.627,50 |
| | Vormingen in verbonden kosten | | | € 125.680,71 |
| | Vormingen in verbonden opbrengsten | | | - € 25.848,50 |
| | Participatief traject visie vormingsbeleid | € 1.900 | | |



OPERATIONELE DOELSTELLING 2.2

KAZOU HEEFT EEN LAAGDREMPELIG, DIVERS EN TALENTGERICHT VORMINGSAANBOD OP MAAT VAN ALLE VRIJWILLIGERS.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou heeft een vormingsaanbod dat toegankelijk is voor een diverse groep vrijwilligers.

- + Acties op basis van bruikbaarheid, beschikbaarheid, betaalbaarheid, bekendheid, begrijpbaarheid, bereikbaarheid en betrouwbaarheid - 2023
- + Jaarlijks 1 animatorcursus i.s.m. een externe partner, gericht op potentiële vrijwilligers in stedelijke en superdiverse contexten
- + Handvaten voor vrijwilligers om doelgericht promotie te voeren, online en offline - 2024
- + Handvaten voor vrijwilligers rond laagdrempelig en inclusief taalgebruik - 2024
- + Jaarlijkse acties gericht op potentiële vrijwilligers
- + Jaarlijkse samenwerking met Iedereen Verdient Vakantie voor de geattesteerde cursussen
- + Gedifferentieerde prijzen tegen 2025
- + Solidariteitsfonds

ACTIE 2. Kazou werkt een vormingstraject en vormingen uit voor specifieke vrijwilligersengagemeten.

- + Jaarlijkse vormingen op maat voor TP-vrijwilligers
- + Jaarlijkse vormingen op maat voor vakantieverantwoordelijken
- + Jaarlijkse vormingen op maat voor coördinatoren - vanaf 2024
- + Jaarlijkse vormingen op maat voor skimonitoren - vanaf 2024
- + Jaarlijkse vormingen op maat voor verpleegkundigen - vanaf 2024
- + Jaarlijks per provincie vorming voor JOMBA-vrijwilligers
- + Jaarlijks per provincie vorming voor Kazou Lokal-vrijwilligers
- + Vormingen op maat voor cursusleiding

ACTIE 3. Iedere kadervormingscursus van Kazou is opgebouwd volgens het SOC-principe (Samen Opbouwend Cursus geven), waarbij elke cursist de eigen groei in handen heeft en neemt.

- + SOC-principe toegepast op cursus

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|---|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | 0,4 VTE | | € 28.366,76 | |
| MIDDELEN | Basiscursus stedelijke context vanaf 2023 | € 16.000 | | |



OPERATIONELE DOELSTELLING 2.3

KAZOU ZET BINNEN HET VORMINGSBELEID IN OP MAATSCHAPPELIJKE UITDAGINGEN EN TENDENSEN.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. We organiseren vormen om vrijwilligers te sensibiliseren rond duurzame ontwikkeling.

- ✦ + Duurzaamheidschecklist op basis van duurzaamheidsscan - 2022
- + Actieplan i.f.v. vakanties en activiteiten - 2023
- + Jaarlijks duurzaamheidsvorming voor vrijwilligers - vanaf 2024

ACTIE 2. We ondersteunen vrijwilligers bij het begeleiden van deelnemers en vrijwilligers met een inclusievraag. We integreren ook inclusie in het vormingsaanbod.

- ✦ + Per lokale werking jaarlijks gerichte vorming voor vrijwilligers rond begeleiden van deelnemers met extra noden
- + Per provincie jaarlijks vorming rond begeleiden van vrijwilligers met extra noden

ACTIE 3. Kazou werkt aan een open cultuur en draagvlak bij vrijwilligers voor diversiteit in de organisatie.

- ✦ + Jaarlijks 1 vorming met gespecialiseerde partner (bv. Labo vzw) - vanaf 2023
- + Handvaten omtrent omgaan met racisme en discriminatie - 2024
- + LGBTQIA+-vormingen - 2023
- + Op iedere animatorcursus onderdeel m.b.t. JOMBA- en Kazou Lokal-begeleiding
- + Vorming rond begeleidershoudingen in superdiverse context - 2024
- + Training diversiteitsbeleid en non-discriminatie (met UNIA) - 2023
- + Jaarlijks 5 vormingsmomenten voor vrijwilligers rond maatschappelijke kwetsbaarheid

ACTIE 4. Vrijwilligers reageren op een gepaste manier op uitsluiting en pesten.

- ✦ + Visie rond uitsluiting en pesten in vormingsaanbod - 2024

ACTIE 5. Vrijwilligers reageren op een gepaste manier op welzijnsvraagstukken van deelnemers.

- ✦ + Per lokale werking jaarlijks 1 vorming rond psychisch welzijn - vanaf 2023

ACTIE 6. Kazou zet in op het belang van gezonde voeding en een actieve levensstijl.

- ✦ + Aanwezig op elke animatorcursus tegen 2024
- + Per provincie jaarlijks gerichte vorming voor TP
- + Acties rond gezonde voeding en actieve levensstijl - 2023

ACTIE 7. Kazou zet binnen diens vorming in op internationalisering en wereldburgerschap.

- ✦ + Pilotproject uitwisseling tussen jongeren uit Belgische diaspora en Kazou-vrijwilligers - 2024
- + Wederzijds leren tussen jongeren wereldwijd i.s.m. WSM - 2024
- + Uitwisseling met jongerenbeweging uit Globale Zuiden i.s.m. WSM - 2025

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|--|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | 0,4 VTE | | € 28.366,76 | |
| MIDDELEN | Vormingen psychisch welzijn 2023, 2024, 2025 | € 7.700 | | |
| | Vorming denkbeelden 2023, 2024, 2025 | € 2.850 | | |
| | Vormingen diversiteit 2023, 2024, 2025 | € 2.250 | | |
| | Uitwisseling jongeren diaspora 2024 | € 2.500 | | |
| | Uitwisseling global south 2025 | € 4.500 | | |





STRATEGISCHE DOELSTELLING 3

Kazou engageert zich voor alle kinderen en jongeren

Kazou, dat is **#iedereenmee**! Al enkele jaren nemen we een helder standpunt in: Kazou is er voor iedereen!

Werken aan diversiteit is een realiteit en bij Kazou willen we (via een tweesporenbeleid) jongeren de kans geven om te participeren aan jeugdwerk. We dragen deze visie niet alleen uit, maar hebben ook een aantal initiatieven in het leven geroepen om dit effectief waar te maken. Omdat niet iedereen zomaar toegang heeft tot of aansluiting vindt bij het reguliere aanbod, werden er doelgroepspecifieke initiatieven en inclusie in het leven geroepen. Bovendien blijven we deze werking constant verdiepen en verbeteren. Dit alles heeft maar één doel: kinderen en jongeren hun recht op vrije tijd en vakantie waarborgen.

JOMBA staat voor kinderen en JOngeren Met Bijzondere Aandacht. Dat zijn kinderen en jongeren met een fysieke of verstandelijke beperking, autisme of gedragsproblemen, maar ook jongeren die net dat beetje extra aandacht nodig hebben, zoals jongeren die bedplassen. Voor hen organiseren we vakanties aangepast aan hun noden en begeleid door hiervoor bekwame vrijwilligers.

De **Kazou Lokal-werking** was één van de speerpunten van de huidige beleidsperiode. JOMBA en inclusie zijn niet voor iedereen de oplossing. Denk hierbij aan kinderen en jongeren die verblijven in een asielcentrum, aan kinderen in financieel moeilijke situaties, kinderen met een langdurige ziekte ... Met Kazou Lokal nemen we de drempels weg die hen beletten deel te nemen aan een Kazou-vakantie. De Kazou Lokal-werking bestaat uit een aantal belangrijke aspecten: het zijn vakanties en activiteiten waarbij we als Kazou letterlijk en figuurlijk naar de jongeren toe gaan. De initiatieven worden meestal zeer lokaal en/of in samenwerking met een partner georganiseerd.

We zetten in op **inclusie**: deelnemers die wat extra ondersteuning nodig hebben, kunnen niet alleen terecht bij JOMBA of bij Kazou Lokal, maar in ons volledig vakantieaanbod. Bij Kazou ijveren we voor inclusie waar mogelijk. Elke vraag is bespreekbaar. Een pas-

klaar antwoord hebben we echter niet. Voor sommige kinderen is de extra omkadering, structuur en medische ondersteuning van een doelgroepspecifieke vakantie namelijk noodzakelijk. We gaan in ieder geval samen op zoek naar een gepaste oplossing op maat van de deelnemer.

Maar we zijn er nog niet. Daarom willen we deze beleidsperiode extra inzetten op de **toegankelijkheid voor een diverse groep kinderen en jongeren**. Alle bevroegde stakeholders vinden dit een belangrijke uitdaging én kans voor Kazou voor de komende beleidsperiode. Ter illustratie enkele cijfers: 87% van de vrijwilligers vindt dat iedereen een plaats moet krijgen binnen Kazou. 71% vindt dat Kazou betaalbare vakanties moet organiseren. 1 op 2 vindt dat Kazou meer moet inzetten op anti-discriminatie, inclusie en toegankelijkheid van kinderen en jongeren uit een maatschappelijk kwetsbare context.

Op dit moment bereikt Kazou voornamelijk kinderen en jongeren die in Vlaanderen wonen en die afkomstig zijn uit een plattelandsccontext en uit de middenklasse. De komende jaren willen we actief werken aan een regulier aanbod dat kinderen en jongeren bereikt in **stedelijke en superdiverse contexten**. De focus ligt hier op het werken aan de 7 B's: bruikbaarheid, beschikbaarheid, betaalbaarheid, bereikbaarheid, bekendheid, begrijpbaarheid en betrouwbaarheid van het Kazou-aanbod. Tegen het einde van de beleidsperiode willen we een stedelijke Kazou-werking in elke provincie en hiervoor gaan we samenwerkingen aan met stedelijke partners. Om de effectieve impact te meten, starten we bij het begin van de beleidsperiode met een onderzoek dat het sociaal-economisch profiel en de geografische spreiding van ons huidige doelpubliek weergeeft. We herhalen dit op het einde van de beleidsperiode. In het werken aan diversiteit willen we extra aandachtig zijn voor onze interne cultuur. We zijn ons vaak niet bewust van de drempels in onze organisatiecultuur voor mensen met een diverse achtergrond. Naima Charkaoui noemt het in haar boek 'Racisme' microkwetsingen. Op dagelijkse basis kan je geconfronteerd worden met schijnbaar kleine opmerkingen en daden



die je laten voelen dat je 'anders' bent en niet écht tot de groep behoort. Dit heeft bovendien impact op het psychologisch welbevinden.

Werken aan **psychisch welzijn en gezondheid** is al lang één van de kernthema's van Kazou. Deze beleidsperiode willen we dit terug sterker op de voorgrond plaatsen, op vraag van onze vrijwilligers. Zij geven aan dat ze meer en meer met welzijnsvragen geconfronteerd worden. Uit een recente bevraging naar aanleiding van de verkiezing van de Vlaamse Jeugdraad blijkt ook dat het thema 'Goed in je vel'

het thema is waarop jongeren het meest gestemd hebben. Kazou zal hieraan werken door enerzijds vrijwilligers te versterken in het omgaan met welzijnsvragen en pesten bij deelnemers. Anderzijds door actief de groepsdynamiek op vakanties te verhogen en te werken aan een cultuur waar discriminatie én uitsluiting geen plaats hebben. We zetten de komende jaren ook in op een gezonde levensstijl door aandacht te hebben voor gezonde voeding en beweging.

OPERATIONELE DOELSTELLING 3.1

KAZOU HEEFT EEN VAKANTIEAANBOD VOOR ALLE KINDEREN EN JONGEREN.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou vermindert de ongelijkheid door drempels van het regulier aanbod in kaart te brengen (door onder meer het sociaal-economisch profiel van de deelnemers te onderzoeken) en te verlagen, door acties te ondernemen op basis van bruikbaarheid, beschikbaarheid, betaalbaarheid, bekendheid, begrijpbaarheid, bereikbaarheid en betrouwbaarheid.

- ✦ + Jaarlijks 1 actie op basis van drempelanalyse van de 7B's
- ✦ + Onderzoek sociaal-economisch profiel - 2022

ACTIE 2. Kazou profileert zich als organisatie waar elke vakantievrage bespreekbaar is.

- ✦ + Duidelijke info op de website - 2022
- ✦ + Jaarlijkse proactieve communicatieacties naar partnerorganisaties Huis van het Kind, Rap op Stap-kantoren en Wiegwijs
- ✦ + Staf-BK met expertise - 2022
- ✦ + Per provincie aanspreekpunt inclusie - vanaf 2022

ACTIE 3. Kazou zet in op de begeleiding van maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren.

- ✦ + All-inclusive brochure op de vrijwilligerssite - vanaf 2022
- ✦ + Onderzoek naar meerwaarde infomomenten voor maatschappelijk kwetsbare gezinnen - 2022

ACTIE 4. Kazou blijft inzetten op een vaste inclusieprocedure.

- ✦ + Jaarlijkse evaluatie inclusieprocedure
- ✦ + Uitgewerkt draaiboek inclusie - 2022
- ✦ + Budget voor monitoren o.w.v. inclusie op vakanties

ACTIE 5. Kazou verdiept het partnerschap met het netwerk Iedereen Verdient Vakantie.

- ✦ + Jaarlijkse samenwerking met netwerk Iedereen Verdient Vakantie
- ✦ + Jaarlijks 2x overleg met netwerk Iedereen Verdient Vakantie
- ✦ + Jaarlijks 200 deelnemers via netwerk Iedereen Verdient Vakantie tegen 2025

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|---|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | 1 VTE | | € 70.916,91 | |
| MIDDELEN | Onderzoek sociaal-economisch profiel deelnemers | € 1.950 | | |
| | Middelen inclusiewerking | | | € 50.000 |



OPERATIONELE DOELSTELLING 3.2

KAZOU BEVORDERT ACTIEF DE GEZONDHEID EN HET MENTALE WELZIJN VAN KINDEREN EN JONGEREN.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou zet actief in op het welbevinden van kinderen en jongeren, biedt een luisterend oor en een gesprek in een veilige context.

- + Handvaten rond psychisch welzijn en pesten op de vrijwilligerssite - 2024
- + Vragen omtrent welzijn in tevredenheidsbevraging - vanaf 2023
- + Jaarlijks 1 actie i.h.k.v. pesten - vanaf 2023

ACTIE 2. Kazou blijft inzetten op groepsbevorderende activiteiten op vakantie.

- + Groepsdynamiek opgenomen in tevredenheidsbevraging - 2022
- + NPS-score met 0,1 verhoogd tegen 2025

ACTIE 3. Kazou promoot gezonde voeding en een actieve levensstijl op vakantie.

- + Jaarlijks 1 actie rond gezonde voeding tijdens vakanties - vanaf 2023
- + Ludieke campagne i.h.k.v. beweging op vakantie in 2025

ACTIE 4. Kazou blijft plezier en ontspanning op vakantie centraal stellen.

- + Jaarlijkse tevredenheidsbevraging

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project- middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|--------|---------|----------------------|----------------|----------------------------|
| MENSEN | 0,4 VTE | | € 28.366,76 | |



OPERATIONELE DOELSTELLING 3.3

KAZOU WERKT ACTIEF AAN DE TOEGANKELIJKHEID EN LAAGDREMPELIGHEID VAN DIENS REGULIERE WERKING VOOR KINDEREN EN JONGEREN UIT STEDELIJKE EN/OF SUPERDIVERSE CONTEXTEN.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou zet in op het bereiken van deelnemers uit stedelijke en/of superdiverse contexten.

- ✦ + Samenwerking met stedelijke partner - 2023
- + Per provincie een stedelijk aanbod tegen 2025

ACTIE 2. Kazou onderzoekt drempels en experimenteert met initiatieven om deze drempels voor deelnemers uit stedelijke en/of superdiverse contexten te verlagen.

- ✦ + Actieplan op basis van geïdentificeerde drempels - 2023
- + Jaarlijkse focusgroep i.f.v. vakantiewensen
- + Jaarlijks pilootproject op basis van drempelanalyse

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|---|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | 0,5 VTE | | € 35.458,46 | |
| MIDDELEN | Opstart stedelijke werking (2023,2024,2025) | € 16.000 | | € 25.000 |

OPERATIONELE DOELSTELLING 3.4

KAZOU ZVW BOUWT VERDER AAN DE WERKING VIA KAZOU LOKAL.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou Lokal blijft zich profileren als vaste waarde binnen de organisatie en daarbuiten.

- ✦ + Per lokale werking jaarlijks een Kazou Lokal-vakantie
- + Jaarlijks minstens 1 nieuwe Kazou Lokal-vakantie met partner
- + Bereik van 1300 deelnemers - vanaf 2023

ACTIE 2. Kazou Lokal-initiatieven krijgen vorm in samenspraak met zoveel mogelijk betrokkenen wat resulteert in vakanties en activiteiten op maat.

- ✦ + Jaarlijks overlegmomenten met partnerorganisaties
- + 50% van de Lokal-initiatieven uitgewerkt met vrijwilligers tegen 2025
- + Vrijwilligers houden rekening met de wensen van de deelnemers - vanaf 2023
- + Jaarlijkse evaluatie van de initiatieven met partner

ACTIE 3. Kazou initieert participatieve projecten voor en door maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren die samen met vrijwilligers hun eigen vakantie kunnen vormgeven.

- ✦ + Jaarlijks 1 participatief project
- + Jaarlijks 1 project in samenwerking met een expertiseorganisatie - vanaf 2023

ACTIE 4. Kazou bevordert de doorstroom van Kazou Lokal-deelnemers naar de reguliere werking.

- ✦ + Promo op maat voor startanimator- en animatorcursus - vanaf 2023

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|-----------------------------|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | 1,5 VTE | | € 106.375,37 | |
| MIDDELEN | Projectmiddelen Kazou Lokal | | | € 50.000 |

OPERATIONELE DOELSTELLING 3.5

KAZOU VZW BLIJFT STERK INZETTEN OP DE JOMBA-WERKING.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. JOMBA blijft zich profileren als vaste waarde binnen de organisatie en daarbuiten.

- + Jaarlijks 1 nieuw JOMBA-concept
- + Jaarlijks 2000 deelnemers

ACTIE 2. Kazou waakt permanent over een juiste afstemming tussen de zorgvraag en het vakantieaanbod.

- + Jaarlijkse screening medische fiches
- + Jaarlijkse evaluatie JOMBA-matrix
- + Jaarlijkse bevraging draagkracht vrijwilligers en tevredenheidsbevraging
- + Ondersteuning op maat i.h.k.v. inclusie
- + Jaarlijks doorverwijzing doelgroep 30+ naar alternatieve vakantieaanbieders (bv. Samana)

ACTIE 3. Kazou voorziet ondersteuning op maat voor vrijwilligers en verpleegkundigen die meegaan op JOMBA-vakantie.

- + Per provincie 1 JOMBA-aanspreekpunt voor vrijwilligers - vanaf 2022
- + Persoonlijke overlegmoment met iedere VPK voor de vakantie - vanaf 2022

ACTIE 4. Kazou bouwt een brug tussen de JOMBA-werking en de reguliere werking.

- + Jaarlijks minstens 3 vakanties met mix JOMBA-regulier - vanaf 2023
- + Jaarlijks interactie faciliteren bij vakanties die parallel lopen in hetzelfde centrum - vanaf 2023

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|--------|-------|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | 3 VTE | | € 212.750,73 | |



STRATEGISCHE DOELSTELLING 4

Kazou heeft een kwalitatief vakantieaanbod



Al 75 jaar lang is het organiseren van kwalitatieve vakanties de core business van Kazou. Kazou heeft een sterk imago op het vlak van diens **vakantieaanbod**. Dit komt zowel uit de interne als externe bevraging naar voren. Het vakantieaanbod is goed georganiseerd, partners en deelnemers ervaren Kazou als een professionele organisatie en een goed geoliede machine. Het vakantieaanbod wordt gezien als hedendaags en mee met de tijd, voldoende divers en ruim. Zowel de bestemmingen, profileringen als de kwaliteit van de begeleiding en de veiligheid van de deelnemers scoren hoog. Dit wordt bevestigd door de goede boekingscijfers en de jaarlijkse groei van het aantal deelnemers. Vanuit de bevragingen en de omgevingsanalyse zijn er enkele uitdagingen waar we met Kazou de komende beleidsperiode op willen inzetten.

De afgelopen beleidsperiode kende Kazou een stevige groei in het aantal deelnemers. We realiseerden een sterke stijging van het aantal deelnemers in de leeftijdscategorie 13-14 jaar, één van de uitdagingen uit de vorige beleidsnota.

Het succes van de vakantiewerking de afgelopen jaren heeft te maken met de voortdurende focus op innovatie wat betreft vakantieconcepten, afgestemd op de leefwereld van de doelgroep. We gingen voor een ruimer aanbod aan skivakanties door het uit te breiden met vakanties voor de jongere leeftijden met vakanties voor de jongere leeftijden (7-8 en 9-10 jaar). De grootste impact op het succes was een diepgaande professionalisering achter de schermen. We maakten de overstap van 'lokale' naar 'provinciale' vakantieplanningen. Hierdoor krijgen deelnemers ook een mooier, uitgebreider en meer gestroomlijnd aanbod in hun provincie.

We werkten aan uniforme en daadkrachtige infobundels voor vakantieverantwoordelijken en monitoren, wat impact heeft op de kwaliteit van de omkadering en begeleiding. Tot slot hebben we deze beleidsperiode ook de JOMBA-moninormering aangepakt in een stevig en langdurig traject. Hierdoor kunnen we in de toekomst ook mooie stappen zetten naar extra

monitoren bij JOMBA omwille van extra ondersteuningsnoden om zo de nodige ondersteuning te kunnen bieden aan alle deelnemers. Ook de komende jaren wil Kazou blijven investeren in een kwalitatief en inclusief vakantieaanbod voor kinderen tussen 5 en 30 jaar, met of zonder bijzondere aandacht en dat in bijna alle schoolvakanties.

Zoals reeds vermeld in de vorige hoofdstukken, brengt de sterke groei van de vakantiewerking ook uitdagingen met zich mee: is er een evenredige groei met het aantal vrijwilligers? Slagen we er voldoende in om een groeiend aantal vrijwilligers te vormen? Hoe we hiermee aan de slag willen gaan, kwam aan bod in de vorige hoofdstukken.

De komende beleidsperiode willen we blijven inzetten op **innovatie en experimenten in het ontwikkelen van nieuwe vakantieconcepten**. Hoe zorgen we ervoor dat ons aanbod hedendaags blijft? Wat verwachten aankomende generaties deelnemers en vrijwilligers? Welke impact heeft de huidige pandemie op onze visie op reizen? Trendwolves bezorgde ons een analyse op basis van recente bevragingen bij Generatie Z en Millenials. Daaruit blijkt alvast dat jongeren enthousiast blijven om te reizen. 1 op 2 jongeren uit Generatie Z en Millenials geeft aan dat ze in de toekomst méér willen reizen om de verloren tijd uit 2020-2021 in te halen. Daarnaast blijkt dat er een toegenomen interesse is voor **eenvoud en landelijk buitenleven** bij meer dan de helft van de jongeren (56%). Er zit **toekomst in lokaal reizen**. 38% geeft aan om op lange termijn vooral te reizen in eigen land, 43% geeft aan om meer nieuwe bestemmingen in hun eigen regio/land te verkennen. 46% wil meer tijd nemen om de natuurlijke schoonheid van hun eigen land te waarderen. Uit de vrijwilligersbevraging komt ook een groeiend spanningsveld naar voren tussen de vraag naar sterk geprofileerde vakanties enerzijds en de groeiende vraag naar meer ruimte om zelf als vrijwilliger activiteiten te organiseren anderzijds. In 2020 werd er omwille van Covid-19 een binnenlands aanbod voorzien als vervanging voor de buitenlandse vakanties. Aangezien dit een schot in de

roos bleek, hebben we besloten om hier verder mee te experimenteren in de komende beleidsnota. We gaan dus verder aan de slag met een betaalbaar aanbod voor plus 13-jarigen. Kazou blijft kwalitatief door in te zetten op nieuwe vakantieconcepten, steeds vanuit de vakantiebeleving van de deelnemer. We gaan gericht experimenteren met concepten op maat van specifieke doelgroepen die we meer willen bereiken of doelgroepen die we graag willen bereiken. Binnen dit aanbod willen we het evenwicht bewaken tussen de groepsdynamische spelactiviteiten en de profileringsactiviteiten.

Vakantieconcepten op maat van een divers doelpubliek. Als Kazou in het regulier aanbod een meer divers doelpubliek wil aantrekken, meer kinderen en jongeren uit de stad... moeten we ons ook de vraag stellen van welk soort vakantie ze dromen (zie SD1). Daarnaast hebben we oog voor de toegankelijkheid van ons aanbod en brengen we drempels in kaart (financieel, bereikbaarheid, genderinclusief, ste-

delijke context ...) om zo een heel divers publiek aan te spreken.

Er is een duidelijke vraag naar **visie op duurzaamheid** en vakanties en een vertaling hiervan in het vakantieaanbod. Hoe staat Kazou tegenover vliegtuigreizen, duurzame voeding, dierenwelzijn? Uit analyses blijkt ook dat reizigers milieubewuster zijn. Wereldwijd geeft meer dan de helft (53%) van de reizigers aan in de toekomst duurzamer te willen reizen. Als gevolg daarvan verwacht meer dan twee derde (69%) dat de reisindustrie duurzamere reismogelijkheden zal bieden en zullen reizigers op zoek gaan naar andere bestemmingen om te drukke plaatsen te vermijden (48%). Tegen 2025 hebben we stappen gezet in het verduurzamen van ons aanbod. We vertrekken hierbij van een duurzaamheidsscan die ons een beter zicht moet geven op onze impact en verbeterkansen. We vertalen dit naar een concreet actieplan.



OPERATIONELE DOELSTELLING 4.1

KAZOU ZET IN OP EEN KWALITATIEVE VAKANTIEBELEVING.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou bereikt 42.000 kinderen en jongeren met diens vakantieaanbod.

- + Jaarlijks 42.000 geboekte deelnemers

ACTIE 2. Kazou evalueert jaarlijks het aanbod op basis van de deelnemersaantallen per vakantie en de tevredenheidsbevraging van deelnemers en vrijwilligers.

- + NPS uit tevredenheidsbevraging bij deelnemers en vrijwilligers
- + Deelnemersaantallen per leeftijdscluster

ACTIE 3. De deelnemers en ouders/voogden ervaren een klantvriendelijke dienstverlening vanaf boeking tot afronding van een vakantie.

- + Jaarlijks gemiddelde NPS op dienstverlening is minimum 8,8/10
- + Binnen de werkdag antwoord via diverse kanalen - vanaf 2022
- + Transparante timing en uitvoering van administratieve processen - vanaf 2022
- + Permanentieprocedure tijdens vakantieperiodes
- + Jaarlijkse evaluatie boekingsproces
- + Huisbezoeken of telefonisch contact bij inclusieaanvragen of JOMBA - vanaf 2022
- + Uniforme afspraak omtrent aanwezigheid beroepskrachten bij vertrek en aankomst - vanaf 2023

ACTIE 4. Kazou voorziet een evenwichtig aanbod waar aandacht is voor groepsdynamische spelactiviteiten en hedendaagse profileringsactiviteiten op maat van de doelgroep.

- + Richtlijn voor verhouding geprofileerd aanbod vs. ruimte voor activiteiten door vrijwilligers - 2022
- + Kader voor welk soort profileringsactiviteiten per leeftijdscluster - 2023
- + Concurrentieanalyse profileringsactiviteiten - 2024

ACTIE 5. Kazou zorgt voor een kwalitatieve begeleiding door de groei van het vakantieaanbod af te stemmen op de groei van de vrijwilligerswerking.

- + Analyse evolutie in relatie aantal deelnemers vs. actieve vrijwilligers - 2023
- + Afstemming aantal basiscursisten vs. stagevakanties. - 2024

OPERATIONELE DOELSTELLING 4.2

KAZOU HEEFT EEN HEDENDAAGS EN INNOVATIEF VAKANTIEAANBOD DAT TOEGANKELIJK IS VOOR EEN DIVERSE GROEP KINDEREN EN JONGEREN.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou anticipeert in de ontwikkeling van het aanbod op trends en evoluties van de aankomende generatie kinderen en jongeren.

- ✦ + Jaarlijkse opvolging evoluties per leeftijdscluster (trends, boekingen ...)
- + Jaarlijks 2 experimenten vakantieprofilering
- + Input/betrokkenheid van moeilijk/niet-bereikte doelgroepen - 2022
- + Jaarlijks 1 experiment duurzaam vakantieconcept

ACTIE 2. Kazou verhoogt de online en offline betrokkenheid van deelnemers en vrijwilligers op de ontwikkeling van nieuwe vakantieconcepten.

- ✦ + Jaarlijks experimenteren met betrokkenheid van vrijwilligers
- + Jaarlijks inputverwerking uit tevredenheidsbevraging
- + Tool voor vrijwilligers - 2024

ACTIE 3. Kazou kiest ervoor om 30% van de vakanties door te laten gaan in zelfwerkzaamheid.

- ✦ + Werven en behouden van TP-vrijwilligers
- + NPS op eten ZWH is minimum 8,7/10

ACTIE 4. Kazou vermindert de ongelijkheid door drempels van het regulier aanbod in kaart te brengen en te verlagen.

- ✦ + Afstemming profilering op leefwereld diverse doelgroep - 2024
- + Actieve screening van tevredenheidsbevraging op drempels - 2023
- + Screening vakanties op genderinclusiviteit - 2024
- + Gedifferentieerde prijzen - 2025
- + Solidariteitsfonds - 2025

ACTIE 5. Kazou zet in op een competitief betaalbaar aanbod.

- ✦ + Per week tijdens de zomervakantie 1 binnenlandse vakantie - vanaf cluster 13-14-jarigen
- + Jaarlijkse evaluatie prijzenstrategie
- + Jaarlijkse concurrentieanalyse
- + Scherpe prijzen door duurzame relaties met vakantiepartners

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|----------|----------|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | 0,6 VTE | | € 42.550,15 | |
| MIDDELEN | Zelfkook | | | € 30.000 |



OPERATIONELE DOELSTELLING 4.3

KAZOU ONTWIKKELT EN IMPLEMENTEERT EEN GEDRAGEN VISIE OP DUURZAME VAKANTIES.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou maakt een duurzaamheidsscan en koppelt hier een actieplan aan om te reduceren en te compenseren.

- + Duurzaamheidsscan - 2023
- + Vakantieactieplan - 2024

ACTIE 2. Kazou zet samen met de vrijwilligers in op verantwoorde aankoop en verbruik voor, tijdens en na de vakantie.

- + Beleidskader voor verantwoorde aankoop en verbruik voor, tijdens en na vakantie - 2023
- + Participatief proces per provincie om acties te bepalen - 2023
- + Printcultuur is gedaald - 2025
- + Aankoopbeleid voor duurzaam TP-materiaal - 2025

ACTIE 3. Kazou zet in op duurzame mobiliteit.

- + Mobiliteitskader op basis van duurzaamheidsscan - 2023
- + Jaarlijks actieplan - 2023
- + Meer duurzame verplaatsingen tegen 2025
- + Vertrek- en opstapplaatsen bereikbaarder met openbaar vervoer tegen 2025

ACTIE 4. Kazou gaat actief samenwerken met de vakantiepartners om de duurzaamheid van de vakanties te verhogen.

- + Jaarlijks 1 actie duurzame voeding bij vakantiepartners en TP-ploegen - vanaf 2023
- + 3 vakantiecentra ondersteunen bij duurzame keuzes vanuit de duurzaamheidsscan - 2023
- + Duurzaamheid van nieuwe en bestaande profileringsactiviteiten - 2024
- + Criteria duurzaamheid voor nieuwe vakantiepartners - 2024

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|--|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | 0,4 VTE | | € 28.366,76 | |
| MIDDELEN | Duurzaamheidsscan | € 3.300 | | |
| | Actieplan duurzaam reizen | € 1.250 | | |
| | Procesbegeleiding partners | € 4.200 | | |
| | Opleiding kookploegen duurzame voeding | € 1.350 | | |





STRATEGISCHE DOELSTELLING 5

Kazou heeft een actieve en onderbouwde identiteit en draagt deze uit

Wat betreft het **communicatiebeleid** willen we de komende beleidsperiode verder bouwen op de investeringen en professionalisering van de afgelopen jaren. Kazou professionaliseerde de afgelopen jaren sterk de communicatie naar deelnemers. We blijven gaan voor deze verregerende personalisatie van onze communicatie. Deelnemers ontvangen een persoonlijke vakantiebrochure, met naam, adres, geboortedatum, groepsfoto en de naam van de bestemming van de laatste vakantie. Een aanbod gebaseerd op je leeftijd en woonplaats. Er is dus geen dikke catalogus, maar een aanbod en content die voor jou interessant zijn, op basis van leeftijd, woonplaats en Kazou-historiek. De 11- tot 14-jarigen krijgen een kaart van Europa waarop de landen staan waar ze al naartoe zijn geweest met Kazou. De 15-18-jarigen krijgen een grote kaart van Europa waar alle Kazou-bestemmingen op aangeduid zijn en de landen waar ze al naartoe zijn geweest met Kazou. Ze zien ook een tijdslijn met jaartal en Kazou-bestemming, zo kunnen ze zalig terugblikken op hun Kazou-avonturen. We spreken onze leden meteen aan met het aanbod dat hen aanbelangt, met het aanbod van hun leeftijd of indien de deelnemer een beperking heeft met het JOMBA-aanbod. Indien het CM-lid recht heeft op Verhoogde Tegemoetkoming sturen we een brochure met aangepaste prijzen (50% van de prijs met een maximum van € 150).

We werkten aan een **frisse nieuwe huisstijl** waarvan deze beleidsnota ook een voorbeeld is. Deze huisstijl hanteren we consequent in alle publicaties, op de website en sociale media. De elementen, lettertypes, kleuren... zijn beschikbaar in een handige online ontwerptool voor het dagelijkse gebruik van beroepskrachten bij het aanmaken van allerlei communicatie. Het resultaat mag er zijn: uniform, jeugdig en kleurrijk! Onze merkbekendheid werd groter door leuke en duurzame gadgets voor deelnemers én vrijwilligers: een drinkbus, bamboetandenborstel, brooddoos... We willen bij kinderen en jongeren binnenkomen met leuke en relevante items. Ook deze trend houden we aan!

Kazou behoudt een **klantvriendelijke website** voor de deelnemers. De boekingen verlopen nu

enorm vlot en alle gegevens zijn digitaal ter beschikking voor ouders en deelnemers. Per vakantie is er ook een privéfotoalbum. Deelnemers hebben toegang via hun 'Mijn Kazou'-profiel en de vrijwilligers doen dat via de vrijwilligerssite. Op deze digitalisering blijven we ook komende beleidsperiode verder inzetten en vernieuwen.

Kazou zal verder inzetten op de **social media** met foto, film en tekst. Een goede informatiestroom via Facebook met berichtgeving in de loop van het jaar en sfeerbeelden tijdens de vakantieperiodes. Kazou blinkt uit op Instagram. Met meer dan 25.000 #kazou en 18.000 volgers van onze @kazouvakanties-account zijn we koploper in het jeugdwerk. Sfeerbeelden wisselen af met informatie via zowel Instagramfeed als -story. Tijdens de zomer nemen de vrijwilligers de account dagelijks over en kunnen we zo meegenieten van de fantastische vakantie verhalen. Ook in communicatie naar onze vrijwilligers worden Instagramaccounts ingezet als handig informatie- en communicatiemiddel. Korte duidelijke boodschappen, account overnemen en laten binnenkijken, wedstrijden, enz.

Ook in 2022-2025 zullen we jaarlijks maatschappelijk relevante **persberichten** de wereld insturen en mikken op regionale en nationale pers. De pers wist Kazou te vinden als referentie én betrouwbare informatiebron, dit willen we graag zo houden.

We willen in de nieuwe beleidsperiode extra inzetten op de **laagdrempeligheid en toegankelijkheid van onze communicatie**. Dit gaat over helder en inclusief taalgebruik en doelgericht op zoek gaan naar communicatiedragers die aansluiten bij de doelgroep.

In 2022 bestaat **Kazou 75 jaar** en iedereen zal het geweten hebben! We vieren feest met vrijwilligers en beroepskrachten en laten deelnemers en ouders meevieren tijdens de vakanties. Samen met CM willen we ook een communicatiecampagne opzetten naar het brede publiek over de maatschappelijk rol en impact van de werking van Kazou.

In de beleidsperiode 2022-2025 willen we met Kazou

nog meer een stempel drukken op het **maatschappelijk debat** door heldere standpunten te formuleren over thema's die ons aanbelangen en deze ook uit te dragen. Kazou heeft een breed bereik en wil dit inzetten om belangrijke maatschappelijke thema's

mee kracht bij te zetten. Door aanwezig te zijn in relevante overlegorganen, delen we onze standpunten en onderschrijven we de standpunten van de sector.

OPERATIONELE DOELSTELLING 5.1

KAZOU VOERT EEN EFFECTIEF, LAAGDREMPELIG EN KLANTGERICHT COMMUNICATIEBELEID.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou communiceert jaarlijks het aanbod laagdrempelig en op maat naar potentiële vakantie deelnemers.

- + Gepersonaliseerde zomer- en wintercampagnes
- + Kazou communiceert kortingen gepersonaliseerd
- + Gepersonaliseerde brochures doelgroepspecifiek en leeftijdsspecifiek

ACTIE 2. Kazou communiceert op maat en klantgericht naar de deelnemers.

- + Digitale nieuwsbrieven
- + Zomer- en winterboekingen
- + Facturen, laatste richtlijnen, extra vakanties
- + Sms-dienst bij vertrek

ACTIE 3. Kazou hanteert een inclusief en laagdrempelig taalgebruik.

- + Audit i.s.m. externe partner - 2023
- + Actieplan - 2023

ACTIE 4. Kazou heeft een klantvriendelijk frontoffice boekingsproces.

- + Externe user experiencescreening frontoffice boekingsproces voor vrijwilligers en kandidaat deelnemers - 2022
- + Actieplan met verbeterpunten - 2022

ACTIE 5. Kazou herevalueert het bestaande CRM-systeem in functie van toekomstige noden, efficiëntie en gebruiksvriendelijkheid.

- + Externe analyse huidig CRM-systeem - 2022
- + Aangepast of nieuw CRM-systeem - 2025

ACTIE 6. Kazou heeft een gebruiks- en mobielvriendelijke vrijwilligerssite.

- + Mobielvriendelijke vrijwilligerswebsite - 2023
- + Alle info met betrekking tot jaarwerking, cursussen en vakanties beschikbaar op de vrijwilligerssite - 2024
- + Verhoogd aantal vrijwilligers die de vrijwilligerssite gebruiken - 2025

ACTIE 7. Kazou communiceert op maat en klantgericht naar de vrijwilligers.

- + 3-maandelijkse communicatie
- + Overzicht communicatievoorkeuren vrijwilligers
- + Communicatie verloopt via CRM-systeem
- + Digitale pagina met overzicht overkoepelende vormen

ACTIE 8. Kazou zet het vrijwilligersaanbod op een creatieve manier in de kijker.

- + 1 creatief experiment per jaar
- + Via social media worden de nationale, provinciale en lokale evenementen, vormen en engagementen belicht

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|-----------------------------------|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | 0,3 VTE | | € 21.275,07 | |
| MIDDELEN | Analyse CRM, web, user experience | € 2.000 | | |



OPERATIONELE DOELSTELLING 5.2

KAZOU BOUWT VERDER AAN EEN HERKENBARE IDENTITEIT EN DRAAGT DEZE UIT.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou heeft een socialmediastrategie die aansluit bij de leefwereld van de huidige en potentiële doelgroep.

- + Aanwezig op Facebook, Instagram, YouTube en TikTok
- + Jaarlijkse evaluatie nieuwe sociale media
- + Jaarlijkse acties in functie van promotie om nieuwe deelnemers en vrijwilligers aan te trekken

ACTIE 2. Kazou brengt activiteiten en sterktes natuurgetrouw in beeld.

- + Beelden effectieve vrijwilligers en deelnemers (activiteiten, vakanties, cursussen) in campagnes

ACTIE 3. Kazou en diens medewerkers zetten jaarlijks in op mediawijsheid van vrijwilligers en beroepskrachten.

- + Sensibilisering over mediawijsheid bij deelnemers en vrijwilligers
- + User Generated Content
- + Eigen afgesloten fotoalbum

ACTIE 4. Kazou is in de pers aanwezig met eigen nieuws en met standpunten over maatschappelijk relevante thema's.

- + 2 persberichten per jaar
- + Jaarlijks actief meewerken aan standpunten binnen de jeugdsector

ACTIE 5. Kazou vergroot diens zichtbaarheid door duurzame Kazou-gadgets en Kazou-vakantie-items.

- + 1 duurzaam gadget per jaar voor deelnemers en vrijwilligers
- + Kazou-shop met Fair Wear kleding en items - vanaf 2022

ACTIE 6. Kazou hanteert een centrale en gedeelde huisstijl.

- + Toegankelijke centrale ontwerpaccount
- + Centrale huisstijl

ACTIE 7. Kazou communiceert jaarlijks extern over de brede werking en activiteiten.

- + Overzicht van het aantal posts over JOMBA, Kazou Lokal, kadervorming, vrijwilligerswerking

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project- middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|-----------------------------------|----------------------|----------------|----------------------------|
| MENSEN | | | | |
| MIDDELEN | Analyse laagdrempelig taalgebruik | € 900 | | |



OPERATIONELE DOELSTELLING 5.3

KAZOU VIERT 75-JARIG BESTAAN IN 2022.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou zet een brede communicatiecampagne op over de maatschappelijke impact van Kazou de afgelopen 75 jaar.

- + Communicatiecampagne
- + Website onderdompelen
- + Samenwerking met CM
- + Verhalen en beeldmateriaal uit de oude doos
- + Belang van kinder- en jongerenvakanties doorheen de geschiedenis (vroeger en nu)

ACTIE 2. Kazou organiseert een nationaal evenement voor alle vrijwilligers en beroepskrachten.

- + Nationaal evenement

ACTIE 3. De Kazou-vakanties van 2022 worden ondergedompeld in het '75 jaar feestthema'.

- + Onthaal en vertrekken in thema 75 jaar
- + Gadget in thema 75 jaar voor deelnemers en vrijwilligers
- + 75 jaar aanwezig op vakanties

OPERATIONELE DOELSTELLING 5.4

KAZOU DRAAGT VANUIT DIENS VISIE BIJ AAN HET JEUGDBELEID EN HET MAATSCHAPPELIJK DEBAT.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou formuleert actief standpunten rond maatschappelijke thema's in overleg met vrijwilligers.

- + Elk jaar standpunt goedgekeurd over maatschappelijk thema
- + Flowchart standpuntbepaling

ACTIE 2. Kazou gebruikt diens communicatiedragers om diens standpunt rond maatschappelijke thema's kracht bij te zetten.

- + 6 keer per jaar artikel, standpunt, oproep rond maatschappelijk thema

ACTIE 3. Kazou is aanwezig op relevante overlegorganen.

- + Lid algemene vergadering Vlaamse Jeugdraad
- + Lid Commissie Jeugdwerk
- + Lid algemene vergadering Ambrassade
- + Lid Platform Jeugdtoerisme
- + Lid algemene vergadering werkgeversorganisatie Sociare
- + Lid algemene vergadering beweging.net
- + Deelname overlegplatform 'Goe Gespeeld!' van VDS
- + Deelname overlegplatform Iedereen Verdient Vakantie

ACTIE 4. Kazou is partner bij de Dag van de Animator.

- + Jaarlijks organiseren Kazou, VDS en Jeugddienst Don Bosco de Dag van de Animator
- + Elke vakantie- en lokale speelpleinwerking die deelneemt ontvangt een armbandje voor elke animator
- + Logo 500 organisaties op www.dagvandeAnimator.be tegen 2025
- + Jaarlijks 1 actie met rechtstreeks bereik van 4000 animatoren
- + Inzetten op opportuniteiten (pers, partnerschappen ...) om de DVDA en de boodschap zo breed mogelijk bekend te maken in de samenleving

ACTIE 5. Doorheen de beleidsperiode nemen we engagementen op voor de verdere uitbouw van Kampnet als netwerkplatform voor vakantieorganisaties.

- + Aantal overlegmomenten Kampnet
- + Aantal engagementen

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project- middelen | Peroneelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|----------|---------------------------------------|----------------------|---------------|----------------------------|
| MENSEN | 0,4 VTE | | € 28.366,76 | |
| MIDDELEN | Dag van de animator (€ 3500 per jaar) | € 14.000 | | |





STRATEGISCHE DOELSTELLING 6

Kazou heeft een toekomstgerichte organisatiecultuur

Een 'fite' organisatiestructuur

In de strategische beleidsnota 2018-2021 kozen we er als organisatie voor om een prioriteit te leggen op de interne organisatiestructuren. Een bewuste keuze. We zagen als organisatie destijds de noodzaak om ons meer flexibel te organiseren. Een nodig groot onderhoud, met andere woorden, om sterker te kunnen omgaan met maatschappelijke uitdagingen. Een stevige structuur die als grondvest moet dienen voor sterke participatie en straffe resultaten. En vooral een wendbare structuur, die ons in staat stelt om maximaal strategie te vertalen naar de operationele werking. Voor een grote organisatie als Kazou, verspreid over het hele land, is dit absoluut geen sinecure.

Tijdens het proces werd naast structuur ook cultuur onderwerp van gesprek. Logisch, want niet voor niets is de leuze "Culture eats strategy for breakfast". We ervaren doorheen het proces hoe belangrijk het is om te definiëren welke cultuur de nieuwe organisatiestructuren dienden te ademen. Want hoe fit een nieuwe organisatiestructuur ook kan zijn, ze staat en valt met de fitheid van de cultuur.

Structuren teken je op een dag, een cultuur veranderen duurt jaren. Het zou zomaar een zegswijze kunnen zijn die je op een scheurkalender vol wijsheden kan terugvinden. Maar ze klopt, en dat ervaren we binnen Kazou. Een participatieve, resultaatgerichte en gedreven cultuur is binnen Kazou terug te vinden in de lokale vrijwilligerswerkingen en in de verschillende beroepskrachtenteams regionaal en nationaal. In de gezamenlijke structuren die de organisatie over heel Vlaanderen verbinden vanuit de gezamenlijke strategie, zien we al vele jaren een bewuste en goede ontwikkeling. Tegelijk zijn er ook vele uitdagingen om verder in te groeien.

De uitdaging die Kazou al vele jaren opneemt, is om de gemeenschappelijke structuren van collega's en vrijwilligers dezelfde energie te geven die in deelstructuren van de organisatie te vinden is. Een cultuurontwikkeling volgens het principe "alles wat aandacht krijgt, groeit", maar ook volgens het principe

"gras groeit niet door eraan te trekken". We merken dat de energie die al vele jaren wordt gestopt in gemeenschappelijke cultuur onder de beroepskrachten voor sterke resultaten zorgt. De diensthooftvergadering van de organisatie geldt als operationeel management. We zetten in op gezamenlijke vormingsmomenten en groepsdynamische initiatieven. Daarnaast zorgen vaste werkgroepen met vaste thema's en heel wat projecten (communicatie, vakanties, diversiteit, vorming) voor betrokkenheid en verantwoordelijkheid van alle collega's. De gemeenschappelijke resultaten qua communicatie intern en extern en qua vakantieaanbod zijn hier een sprekend voorbeeld van, alsook de enorme groei aan bijvoorbeeld Kazou Lokal-initiatieven.

Als organisatie zijn we enorm fier op wat we neerzetten. Samen gaan we voor één doel, afgestemd op elkaar. Deze samenhangende, participatieve en gedreven cultuur wensen we naar de toekomst in de beroepskrachtenstructuren te blijven ontwikkelen.

Ook de bestuursorganen kregen een facelift. Het evaluatie-instrument inzake goed bestuur van de Koning Boudewijnstichting werd ingezet. Vanuit de groeipunten werd gezorgd voor meer continuïteit en werd een voorzitter gezocht en gevonden. Daarnaast kwam er een Dagelijks Bestuur ter ondersteuning van het Bestuur, zo zitten er ook vrijwilligers in de cockpit van de organisatie. Dit zijn allemaal ingrepen die de participatiemogelijkheden maximaliseerden. Vrijwilligerseigenaarschap ten top.

Een cultuur in ontwikkeling

De komende jaren bouwen we verder aan deze toekomstgerichte organisatiestructuur en -cultuur die geënt is op zelforganisatie. Een structuur die uitgaat van het vertrouwen en de professionaliteit van onze medewerkers, medewerkers verantwoordelijkheid geeft en de klant centraal stelt. In een zelforganiserende structuur is een team verantwoordelijk voor de resultaten. Het team realiseert de teamdoelen, bepaalt hoe ze dat doen en heeft eigenaarschap om dit te doen. De resultaten van het team dragen bij aan de missie van de organisatie. Er zijn concrete team-

doelen, gekoppeld aan organisatiedoelen, heldere kernwaarden van waaruit we als organisatie werken en heldere rolomschrijvingen. Om te evolueren naar een topteam is elkaar feedback geven en elkaar aanspreken essentieel. Een goede omkadering is essentieel om een omgeving te creëren waarbij het welzijn van medewerkers op de werkvloer wordt bevorderd.

Deze beleidsperiode willen we extra inzetten op een **open cultuur voor diversiteit** binnen Kazou. De basis in het werken aan diversiteit ligt in de organisatiecultuur. We nemen onze eigen praktijken onder de loep via 'een dekoloniseringstraject' van onze organisatie. Dit betekent dat we gaan ontrafelen hoe het koloniale denken aanwezig is binnen de organisatie en hoe we er bewust voor kunnen zorgen dat we stereotypes niet langer bevestigen. Daarnaast willen we dat onze medewerkers zich bewust worden van

hun 'Wit Privilege'. Witte mensen hoeven niet na te denken over hun huidskleur. Een witte huidskleur is in onze maatschappij dé norm. Omdat het de norm is, zijn we ons niet bewust van de witte bril waardoor we naar de samenleving kijken. Ook bij beroepskrachten willen we aandachtig zijn voor drempels in de organisatiecultuur voor mensen met een diverse achtergrond. We werken hierbij aan microkwetsingen, pakken actief ons rekruteringsbeleid aan en zetten in op inclusief taalgebruik.

Op het vlak van **duurzame ontwikkeling** laten we naast de vrijwilligerswerking en de vakantiewerking ook onze organisatie scannen en ontwikkelen we een actieplan voor de komende jaren om te reduceren en te compenseren.

OPERATIONELE DOELSTELLING 6.1

KAZOU HEEFT EEN GEDEELDE ORGANISATIESTRUCTUUR EN -CULTUUR OM BEROEPSKRACHTEN EN VRIJWILLIGERS TOEKOMSTGERICHT TE ONDERSTEUNEN EN HET WELZIJN TE BEVORDEREN.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou bouwt verder aan een organisatiestructuur én -cultuur die geënt is op zelforganisatie.

- + Aangepast organigram - 2024
- + Uitgeschreven visie op hoe provincies en nationaal secretariaat zich structureren en organiseren - 2024
- + Jaarlijkse vorming en begeleiding in zelforganiserend werken van medewerkers
- + Open feedbackcultuur - 2025

ACTIE 2. Kazou ontwikkelt competentieprofielen voor elke functie, afgestemd op de nieuwe organisatiedoelen.

- + Competentieprofielen

ACTIE 3. Kazou faciliteert een lerende houding op individueel-, team- en organisatieniveau door resultaatgerichte coaching.

- + Resultaatgerichte coaching
- + Vormingen feedback

ACTIE 4. Kazou bouwt verder aan efficiënte, geüniformiseerde en geautomatiseerde backofficeprocessen.

- + Klikwerk verminderen - 2025
- + Uniforme geautomatiseerde processen voor bv. onkostenvergoedingen, facturatie - 2025

ACTIE 5. Kazou hanteert uniforme arbeidsvoorwaarden voor het personeel.

- + 1 arbeidsreglement voor Kazou - 2022
- + 1 reglement in het kader van mobiele telefonie - 2022

ACTIE 6. Kazou heeft een aangepaste visie op huisvesting en infrastructuur voor Kazou-personeel.

- + 1 visie en plan van aanpak met betrekking tot gebouwen, kantoren en ontmoetingsruimtes - 2023
- + Afsprakenkader met betrekking tot online en offline overleg, thuiswerk - 2022

ACTIE 7. Kazou hanteert efficiënte en duidelijke beslissingsprocedures binnen de nieuwe organisatiestructuur.

- + Analyse pijnpunten huidig beslissingskader - 2023
- + Transparante beslissingsstructuur aangepast aan nieuwe organisatiestructuur en -cultuur - 2023

OPERATIONELE DOELSTELLING 6.2

KAZOU WERKT AAN EEN UNIFORM ONDERSTEUNINGSKADER VAN BEROEPSKRACHTEN.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou maakt een intern communicatieplan op basis van de nieuwe organisatiestructuur.

- + Plan voor interne communicatie - 2024

ACTIE 2. Kazou vertaalt de organisatiedoelen in jaarplannen.

- + Jaaractieplannen

ACTIE 3. Kazou heeft vanaf 2023 een VTO-beleid en stimuleert medewerkers om te groeien binnen hun pakket.

- + Onthaaltraject voor nieuwe medewerkers
- + Leerplan per medewerker
- + Uniform coachingstraject voor personeel, 360° coaching
- + Collectieve vormingen

ACTIE 4. Kazou werkt met een persoonlijk ontwikkelingsplan om groei bij medewerkers te ondersteunen.

- + HR-cyclus
- + Persoonlijk Ontwikkelingsplan

ACTIE 5. Kazou organiseert uitwisselingsmogelijkheden om best practices te delen.

- + 3 keer per jaar werkgroepen
- + Beroepskrachten + adminday

ACTIE 6. Kazou organiseert intervisie om leren tussen medewerkers te versterken.

- + JOMBA - 2023
- + Kazou Lokal - 2023

ACTIE 7. Kazou zorgt dat beroepskrachten zich verbonden voelen met heel de organisatie door overkoepelende projecten.

- + Teambuilding
- + Werkgroepen

ACTIE 8. Kazou zet jaarlijks in op groepsvormende activiteiten.

- + Groepsdynamische dagen met het hele Kazou-team (3-daagse afgewisseld met 1-daagse)

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|----------|------------------------------------|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | | | | |
| MIDDELEN | Opstart intervisie beroepskrachten | € 1.200 | | |

OPERATIONELE DOELSTELLING 6.3

KAZOU HEEFT EEN UNIFORM EN PERFORMANT FINANCIËEL BELEID.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou ontwikkelt in 2022 budgetopvolgingstools voor medewerkers.

- + Provinciale begroting
- + Kwartaalafrekening per provincie
- + Projectbegrotingen per project

ACTIE 2. Kazou versterkt de financiële competenties van de leidinggevenden.

- + 1 vorming financieel management

ACTIE 3. Kazou ondersteunt de leidinggevenden in functie van het beheer en opvolgen van provinciale budgetten.

- + 3 keer per jaar diensthoofdenoverleg in het kader van de kwartaalafrekening
- + Ondersteuning bij de opmaak van de provinciale begroting (1 keer per jaar)
- + 1 uitwisselingsmoment per jaar tussen diensthoofden om budgetten te stroomlijnen

ACTIE 4. Kazou maakt tegen 2025 de boekhouding transparanter en efficiënter.

- + Nieuwe boekhoudkundige code
- + Meer transparante kostenstructuur
- + Digitale facturatieverwerkingssoftware

ACTIE 5. Kazou ontwikkelt tegen 2025 een centrale visie op het financieel beleid.

- + Verhouding tussen kostenstructuren

ACTIE 6. Kazou zet in op financiële diversificatie via projectfinanciering om de doelstellingen te behalen.

- + Kazou heeft middelen uit projectfinanciering - vanaf 2024

OPERATIONELE DOELSTELLING 6.4

KAZOU HEEFT EEN DIVERSITEITSBELEID BINNEN HET BEROEPSKRACHTENKADER.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou werkt aan de diversiteit binnen het beroepskrachtenkader.

- + Externe begeleiding - 2023
- + Aangepaste vacatures - 2023
- + Personeelsploeg wordt meer divers - 2025

ACTIE 2. Kazou werkt aan een open cultuur in de organisatie door de eigen praktijken kritisch onder de loep te nemen.

- + 1 vorming per jaar voor personeel over wit privilege, dekolonisering, microkwetsingen ..., bv. Labo vzw - 2023
- + Diversiteitscharter - 2024
- + Training diversiteitsbeleid en non-discriminatie, bv. Unia - 2023

ACTIE 3. Kazou werkt aan laagdrempelig en inclusief taalgebruik bij de beroepskrachten.

- + Vorming laagdrempelig en inclusief taalgebruik - 2023
- + Woordenlijst inclusief taalgebruik - 2024
- + Genderinclusief taalgebruik - 2024

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project-middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|-----------------|---------------------------------------|------------------|----------------|-------------------------|
| MENSEN | | | | |
| MIDDELEN | Training diversiteit 2022, 2023, 2024 | € 2.250 | | |
| | Training denkbeelden 2022, 2023, 2024 | € 2.250 | | |
| | Actieplan diversiteit 2023 | € 3.500 | | |



OPERATIONELE DOELSTELLING 6.5

KAZOU HEEFT EEN GEÏMPLEMENTEERD INTEGRITEITSBELEID.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou laat een audit uitvoeren op het integriteitsbeleid en koppelt hier een actieplan aan.

- + Audit - 2024
- + Actieplan - 2025

ACTIE 2. Kazou vormt het personeel over integriteit in de organisatie.

- + Vorming integriteit en dilemmatraining - 2024

ACTIE 3. Kazou heeft 2 aanspreekpersonen integriteit (API).

- + 2 API's - vanaf 2023

ACTIE 4. Kazou maakt de API's bekend bij deelnemers en vrijwilligers.

- + 2x/jaar API's onder de aandacht in een brede communicatie naar vrijwilligers en deelnemers

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project- middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|----------|------------------------|----------------------|----------------|----------------------------|
| MENSEN | 0,1 VTE | | € 7.091,69 | |
| MIDDELEN | Audit integriteit 2025 | € 2.450 | | |

OPERATIONELE DOELSTELLING 6.6

KAZOU IMPLEMENTEERT DE VISIE OP DUURZAME ONTWIKKELING DOORHEEN DE HELE ORGANISATIE.

ACTIES EN INDICATOREN



ACTIE 1. Kazou maakt een duurzaamheidsscan en koppelt hier een actieplan aan om te reduceren en te compenseren.

- + Duurzaamheidsscan in samenwerking met een externe organisatie, bv. Ecolife - 2023
- + Actieplan - 2024

ACTIE 2. Kazou hanteert een duurzaam aankoopbeleid.

- + Duurzaam aankoopbeleid - 2025

ACTIE 3. Kazou zet in op duurzame mobiliteit.

- + Cambio voor dienstverplaatsingen - 2022
- + Toegenomen gebruik fiets en openbaar vervoer - 2025

ACTIE 4. Kazou organiseert vormingen om medewerkers te sensibiliseren rond duurzame ontwikkeling.

- + Duurzaamheidschecklist op basis van duurzaamheidsscan - 2024
- + Jaarlijks vorming voor medewerkers - vanaf 2024

MENSEN EN MIDDELEN

| | | Project- middelen | Personeelskost | Jaarlijkse werkingskost |
|----------|-------------------|----------------------|----------------|----------------------------|
| MENSEN | | | | |
| MIDDELEN | Duurzaamheidsscan | € 3.300 | | |

3.

KAZOU IN SAMENWERKING

KAZOU ALS STERKE JEUGDWERKPARTNER

Kazou wil ook in deze beleidsperiode een actieve partner zijn voor sterk jeugdwerk (SD5). Als beweging met heel wat draagkracht én veerkracht, zowel op het vlak van vrijwilligers als beroepskrachten, vinden we het onze maatschappelijke rol om hier een steentje aan bij te dragen. Dit doen we door actief deel te nemen aan verschillende werkgroepen en aan de algemene vergaderingen van de Ambrassade. Kazou is al jaren lid van de algemene vergadering van de Vlaamse Jeugdraad en neemt actief deel aan de Commissie Jeugdwerk. Dit willen we ook verderzetten in de komende beleidsperiode. We engageren ons daarnaast ook in meer specifieke overlegorganen en samenwerkingen zoals het platform Jeugdtoerisme en Kampnet. Die laatste is een netwerkplatform voor vakantieorganisaties binnen het jeugdwerk. We zetten ons expliciet in om tijdens deze beleidsperiode engagementen op te nemen voor de verdere uitbouw hiervan.

Het afgelopen jaar toonde Kazou dat we samenwerken met de jeugdsector ter harte nemen. We namen een trekkersrol bij het lobbyen voor de realisatie van een coronaveilige jeugdwerkzomer. Een werkgroep bestaande uit De Ambrassade, Bataljong, KSA, minister van Jeugd Dalle en Kazou verdedigde met veel vuur het jeugdwerk. Het resultaat was dat de overheid op 22 mei groen licht gaf voor jeugdvakanties en -initiatieven tijdens de zomer tot 150 km buiten België. In samenspraak met het jeugdwerk en met medische experts werkte Kazou maatregelen uit om vakanties in de jeugdwerksector in goede banen te leiden.

Kazou is samen met VDS en Jeugddienst Don Bosco de drijvende kracht achter de Dag van de Animator. Vrijwilligers die animator zijn, worden die dag in de bloemetjes gezet en krijgen ook aandacht in de pers. Tegen 2025 willen we 500 organisaties over de streep trekken om hieraan mee te doen.

PARTNERSCHAPPEN VOOR EEN TOEGANKELIJK KAZOU

Kazou wil ook samenwerken om te leren en te werken aan toegankelijkheid. Doorheen de verschillende strategische doelstellingen geven we aan dat we de komende jaren sterk willen inzetten op de toegankelijkheid van ons aanbod voor een diverse groep kinderen en jongeren. We willen een aanbod creëren dat aansluit op de noden en verwachtingen van kinderen en jongeren uit de stedelijke en superdiverse contexten. Hiervoor willen we samenwerken met stedelijke organisaties en organisaties met expertise in het werken met kwetsbare en specifieke doelgroepen. Stedelijke jeugddiensten en jeugdwerkingen, maar ook organisaties zoals Femma Quartier, een stedelijke vrouwenwerking in Brussel. We blijven de komende beleidsperiode samenwerken met organisaties als Tumult en Uit de Marge om te werken aan onze toegankelijkheid voor kinderen en jongeren uit maatschappelijk kwetsbare contexten. In het Kazou Lokal-aanbod stappen we actief naar organisaties uit de bijzondere jeugdzorg, asielcentra ... om te kijken op welke manier we onze expertise, mensen en middelen kunnen inzetten om vakanties tot bij kinderen en jongeren te brengen.

In strategische doelstelling 3 maken we duidelijk dat we onze samenwerking met iedereen Verdient Vakantie nog verder willen versterken. Zo realiseert Kazou een lagere drempel naar diens vakantieaanbod en dat voor doelgroepen waar het financiële aspect een rem betekent. We focussen ons in de nieuwe beleidsperiode naast vakanties extra op de kadervormingen.

PARTNERSCHAPPEN BINNEN VORMING EN VAKANTIE

Kazou draagt positieve samenwerking hoog in het vaandel. Daarom zetten we in strategische doelstelling 4 in op sterke relaties met onze vakantiepartners. We willen met onze vakantiecentra, activiteitenpartners en leveranciers een duurzame relatie opbouwen. We trachten deze samenwerking ook in te zetten om onze partners mee te betrekken in het traject om ons

CM ALS HISTORISCHE PARTNER

vakantieaanbod te verduurzamen. Op deze manier vergroten we onze impact.

Wat betreft vorming (SD2) gaat Kazou al sinds jaar en dag op zoek naar externe expertise. We gaan hierbij een brede samenwerking aan met WSM (We Social Movement). Zij zullen ons de komende periode inspireren en begeleiden om een meer internationale bril op te zetten. We zetten een uitwisseling op met jongeren uit de Belgische diaspora en tegen het einde van de beleidsperiode organiseren we een uitwisseling met jongeren uit de Global South. We ontwikkelen een traject om de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen te implementeren in onze organisatie en starten hiervoor een samenwerking op met bijvoorbeeld Ecolife (SD 1, 4, en 6). We laten een duurzaamheidsscan uitvoeren op de vrijwilligerswerking, de vakantieworking en de organisatie Kazou. Op basis hiervan zullen ze ons begeleiden in de opmaak van een actieplan om te reduceren en te compenseren.

We zullen deze beleidsperiode expliciet inzetten op organisaties die ons en onze vrijwilligers kunnen versterken in de groei naar een meer open cultuur waar kinderen en jongeren met diverse achtergronden zich welkom voelen. We denken hierbij onder andere aan Labo vzw en Unia.

Tot slot heeft Kazou een historische partner, CM. Kazou is gegroeid vanuit de schoot van het gezondheidsfonds. Kazou kan in dit hedendaags samenwerkingsverband een beroep doen op de expertise die CM in huis heeft. Voor de ondersteuning van de JOMBA-werking en met vraagstukken over het inclusief werken kan Kazou terecht bij medische experts. Ook in de brede ondersteuning van het realiseren van het vakantieaanbod, rekent Kazou op CM. Zo zijn er, indien nodig, medewerkers van CM ter beschikking bij persgevoelige situaties of juridische vraagstukken. Omgekeerd is Kazou voor CM een duidelijke partner om gezondheid onder de aandacht te brengen en te houden. In de meest brede zin van de betekenis heeft Kazou aandacht voor thema's die ook het gezondheidsfonds beroeren. Thema's als psychisch welzijn, burn-out of balans werk-privé bij beroepskrachten, een gezonde werkomgeving, gezonde voeding voor kinderen en jongeren op vakanties. Door het specifiek introduceren van gezondheidsthema's in nieuwe vakantieconcepten blijven Kazou en CM aan elkaar verbonden. Deze thema's zijn verweven in deze beleidsnota.



4.

HET BEREIK VAN KAZOU

Kazou, dat zijn heel wat diverse vakanties voor kinderen en jongeren. We bouwden de afgelopen jaren gestaag verder aan ons kwalitatief aanbod en aan een divers keuzepalet. Dit resulteerde in een stijging van het deelnemersaantal van meer dan 10% tegenover de beleidsperiode 2014-2017. We vinden het als organisatie belangrijk een goed zicht te hebben op de deelnemersaantallen, wie we bereiken, welke leeftijden we bereiken en om inzicht te hebben in onze vrijwilligerscijfers. We gebruiken deze cijfers enerzijds om ons aanbod te analyseren en anderzijds om te bepalen waar we naartoe willen de komende jaren. Ondanks de verhoogde deelnamecijfers, is onze ambitie voor de komende beleidsperiode niet het verhogen van die aantallen, maar het verbreden en verdiepen van ons aanbod, het versterken van onze vrijwilligers en meer ruimte voorzien voor experimenten. Ook de komende jaren willen we jaarlijks straffe reguliere, JOMBA- en Kazou Lokal-vakanties aanbieden aan 42.000 kinderen, met kwalitatieve begeleiding en aandacht voor inclusie. We focussen deze beleidsperiode binnen de uitdagende context van de coronapandemie op het bestendigen van de deelnemersaantallen.

EVOLUTIE DEELNEMERS- BEREIK EN INITIATIEVEN

Gezien de positieve tendens tot 2019 en de bijzondere omstandigheden in 2020, kiezen we ervoor om de groei van het aantal initiatieven en het aantal deelnemers tegenover de beleidsperiode 2014-2017 te tonen aan de hand van de cijfers van 2019. Om een goed beeld te hebben van de impact van corona op onze werking, lichten we daarnaast de cijfers van 2020 toe. In 2019 realiseerden we een aanbod van 1086 initiatieven voor 48.465 deelnemers, een stijging van bijna 1,1% qua initiatieven (1074 in 2016 tegenover 1086 in 2019) en 10,1% qua aantal deelnemers (43.993 in 2016 tegenover 48.465 in 2019). Met een geringe stijging qua vakantieconcepten bereiken we dus een veel groter aantal deelnemers. Hierbij is het belangrijk te weten dat zowel 2018 als 2019 heel succesvolle jaren waren voor Kazou. Los van onze inzet speelt mogelijk ook het feit dat de zomervakantie

beide jaren 9 weken duurde en er daardoor één week extra op vakantie kon worden gegaan, een rol. Zoals verder zal worden meegegeven en in het bijzonder in het hoofdstuk rond corona, kiezen we ervoor onze deelnemersaantallen en initiatieven niet te laten stijgen tegenover de vooropgestelde cijfers in de vorige beleidsnota.

Waar het deelnemersaantal voor 2016 redelijk stabiel bleef, plukten we de afgelopen jaren de vruchten van onze versterkte aandacht voor het vakantieaanbod. Zowel in 2017, 2018 als 2019 groeiden we qua deelnemersaantallen. We splitsen de cijfers op in winter- en zomervakanties, waarbij 'winter' staat voor alle vakanties die doorgaan in de kerst-, krokus- en paasvakantie en 'zomer' staat voor de zomer- en herfstvakantie. In 2020 viel een groot deel van onze vakanties in het water omwille van corona. Dat zorgde voor een halvering van de cijfers ten opzichte van 2019. Voornamelijk de buitenlandse vakanties waren hier de dupe van.

| SEIZOEN | LEEFTIJD | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | |
|----------------------|---------------------|--------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| ZOMER | 05-06 | 163 | 185 | 251 | 239 | 165 | |
| | 07-10 | 10 387 | 10 661 | 11 350 | 11 646 | 10 485 | |
| | 11-12 | 8 023 | 8 132 | 8 939 | 9 213 | 6 282 | |
| | 13-14 | 7 788 | 8 095 | 8 901 | 9 010 | 3 604 | |
| | 15-16 | 7 449 | 7 588 | 7 796 | 7 837 | 2 333 | |
| | 17-18 | 1 882 | 1 802 | 1 751 | 1 648 | - | |
| | JOMBA | 2 051 | 2 014 | 1 928 | 1 779 | 1 288 | |
| | Kazou Lokal | 699 | 631 | 584 | 783 | 589 | |
| | TOTAAL ZOMER | | 38 442 | 39 108 | 41 500 | 42 155 | 24 746 |
| | WINTER | 05-06 | - | - | - | - | - |
| 07-10 | | 612 | 816 | 785 | 911 | 510 | |
| 11-12 | | 986 | 968 | 1 035 | 1 147 | 764 | |
| 13-14 | | 1 620 | 1 600 | 1 361 | 1 482 | 1 047 | |
| 15-16 | | 1 541 | 1 504 | 1 393 | 1 566 | 1 147 | |
| 17-18 | | 763 | 756 | 610 | 708 | 621 | |
| JOMBA | | 83 | 111 | 286 | 296 | 91 | |
| Kazou Lokal | | - | 185 | 248 | 200 | - | |
| TOTAAL WINTER | | | 5 605 | 5 940 | 5 718 | 6 310 | 4 180 |
| JAARTOTAAL | | | 44 047 | 45 048 | 47 218 | 48 465 | 28 926 |

De sterkste stijging zien we binnen de reguliere zomervakanties voor de clusters 7- tot 10-jarigen, 11- tot 12-jarigen en 13- tot 14-jarigen, waar de deelnemers-

aantallen stijgen met gemiddeld 1000 deelnemers op twee jaar tijd. Waar we in de vorige beleidsnota opmerkten dat Kazou het moeilijk heeft binnen de cluster 13- en 14-jarigen, zien we ook daar dus een grote stijging, dankzij de geleverde inspanningen en focus de afgelopen beleidsperiode. De enige daling vindt plaats bij de 17- en 18-jarigen (van 2585 in 2016 naar 2356 in 2019). Hier willen we de komende jaren dan ook de nodige aandacht aan besteden. We willen dit realiseren via een hedendaags en innovatief vakantieaanbod (SD4_OD2) en blijven jaarlijks ons aanbod evalueren op basis van de deelnemersaantallen per vakantie en de tevredenheidsbevraging van deelnemers en vrijwilligers.

Ondanks spelbreker corona slaagden we er toch in om 692 initiatieven te laten doorgaan voor 28.926 deelnemers. De vakanties voor 7- tot 10-jarigen speelden zich grotendeels af in het binnenland of op maximaal 150 kilometer van ons land. Bij de 11- tot 14-jarigen, die kunnen intekenen op zowel binnenlandse als buitenlandse vakanties, werden de buitenlandse vakanties zo goed als allemaal geannuleerd. De plus 13-jarigen zagen zowat heel het bestaande aanbod in het water vallen. We slaagden er echter op drie weken tijd in om 5000 extra plaatsen te creëren in een aangepast binnenlands aanbod, grotendeels voor de leeftjidscluster van plus 13-jarigen. Dit huzarenstukje verklaart de hoge deelnemerscijfers, ondanks het groot aantal geannuleerde buitenlandse reizen.

In de komende beleidsperiode wil Kazou minstens

42.000 kinderen en jongeren bereiken met het vakantieaanbod. We streven naar het bereiken van een meer diverse doelgroep kinderen en jongeren binnen het regulier vakantieaanbod van Kazou. We mikken op een grotere diversiteit op het vlak van etnisch-culturele herkomst, op sociaal-economisch vlak en op geografisch vlak – met name een hoger aantal deelnemers uit stedelijke/superdiverse contexten. We hebben hierbij specifiek aandacht voor het bereiken van kinderen en jongeren in maatschappelijke kwetsbare situaties.

GEOGRAFISCHE SPREIDING

Oost- en West-Vlaanderen blijven koplopers qua aantal deelnemers en aantal initiatieven. Provincie Antwerpen is dan weer koploper qua aantal JOMBA- en Kazou Lokal-deelnemers. Hier zien we de lokale eigenheid en focus die elke lokale werking en provincie kan leggen naar voor komen. Tegelijkertijd impliceert dit ook dat er veel kennis in de organisatie aanwezig is, die optimaal kan ingezet worden via uitwisselingen en het delen van good practices intern.

Op het vlak van JOMBA en Kazou Lokal-initiatieven zijn we erin geslaagd het aantal initiatieven te bestendigen of te verhogen. Ons ruim JOMBA-aanbod blijft stabiel (88 initiatieven in 2016 tegenover 89 in 2019 en 1831 deelnemers in 2016 tegenover 1832 in 2019). Het aantal deelnemers aan Kazou Lokal steeg met maar liefst 41% (697 in 2016 tegenover 983 in 2019). We zorgden op diverse manieren voor ontspanning

| PROVINCIE | ANTWERPEN | | LIMBURG | OOST-VLAANDEREN | | VLAAMS-BRABANT | | | WEST-VLAANDEREN | | | | |
|------------------------|-----------|-----------|-------------------|-----------------|-------------------|----------------|--------|-------------------|-----------------|----------|-----------------|----------------------|-----------------|
| | Totaal | Antwerpen | Mechelen-Turnhout | Limburg | Midden-Vlaanderen | Waas en Dender | Leuven | Sint-Michielsbond | Brugge | Oostende | Roeselare-Tielt | Zuid-West Vlaanderen | West-Vlaanderen |
| LEEFTIJD | | | | | | | | | | | | | |
| 05-06 | 239 | - | - | - | - | 92 | - | - | - | - | - | 147 | |
| 07-08 | 4.507 | 320 | 462 | 343 | 813 | 522 | 285 | 219 | 590 | 279 | 318 | 356 | |
| 09-10 | 8.050 | 601 | 583 | 765 | 1.319 | 1.094 | 612 | 631 | 897 | 327 | 553 | 668 | |
| 11-12 | 10.360 | 469 | 1.319 | 1.273 | 1.913 | 1.068 | 784 | 409 | 1.143 | 535 | 660 | 787 | |
| 13-14 | 10.492 | 767 | 1.470 | 1.311 | 1.929 | 904 | 572 | 485 | 1.119 | 447 | 738 | 750 | |
| 15-16 | 9.403 | 595 | 1.245 | 1.207 | 1.809 | 827 | 528 | 550 | 872 | 451 | 609 | 710 | |
| 17-18 | 2.56 | 147 | 322 | 296 | 399 | 314 | 85 | 176 | 140 | 145 | 168 | 164 | |
| JOMBA | 2.075 | 242 | 403 | 323 | 263 | 125 | 80 | 127 | - | - | - | - | 512 |
| Kazou Lokal | 983 | 215 | 331 | 110 | 111 | - | 50 | 95 | 8 | 40 | 8 | 15 | |
| DEELNEMERS | 48.465 | 3.356 | 6.135 | 5.628 | 8.556 | 4.946 | 2.996 | 2.692 | 4.769 | 2.224 | 3.054 | 3.597 | 512 |
| INITIATIEVEN | 1.086 | 77 | 126 | 125 | 196 | 118 | 69 | 76 | 90 | 45 | 65 | 82 | 17 |
| DEELNEMERS PROVINCIE | | 9.491 | | 5.628 | 13.502 | | 5.688 | | | 14.156 | | | |
| INITIATIEVEN PROVINCIE | | 203 | | 125 | 314 | | 145 | | | 299 | | | |

geografische spreiding 2019

| PROVINCIE | ANTWERPEN | | LIMBURG | OOST-VLAANDEREN | | VLAAMS-BRABANT | | WEST-VLAANDEREN | | | | | |
|------------------------|-----------|-----------|-------------------|-----------------|-------------------|----------------|--------|-------------------|--------|----------|-----------------|----------------------|-----------------|
| LEEFTIJD | Totaal | Antwerpen | Mechelen-Turnhout | Limburg | Midden-Vlaanderen | Waas en Dender | Leuven | Sint-Michielsbond | Brugge | Oostende | Roeselare-Tielt | Zuid-West Vlaanderen | West-Vlaanderen |
| 05-06 | 165 | | | | | 49 | | | | | | 116 | |
| 07-08 | 3 881 | 424 | 310 | 333 | 710 | 370 | 260 | 167 | 486 | 280 | 228 | 313 | |
| 09-10 | 7 114 | 517 | 499 | 783 | 1 201 | 782 | 607 | 541 | 759 | 381 | 465 | 579 | |
| 11-12 | 7 046 | 251 | 787 | 790 | 1 244 | 738 | 476 | 473 | 750 | 454 | 586 | 497 | |
| 13-14 | 4 651 | 196 | 667 | 737 | 660 | 469 | 281 | 214 | 533 | 157 | 382 | 355 | |
| 15-16 | 3 480 | 197 | 487 | 471 | 664 | 340 | 222 | 180 | 356 | 131 | 190 | 242 | |
| 17-18 | 621 | 50 | 55 | 100 | 73 | 49 | 42 | 87 | 21 | 48 | 39 | 57 | |
| JOMBA | 1 379 | 137 | 230 | 212 | 166 | 83 | 63 | 118 | | | | | 370 |
| Kazou Lokal | 589 | 108 | 200 | 50 | 22 | 46 | 50 | 95 | | 18 | | | |
| DEELNEMERS | 28 926 | 1 880 | 3 235 | 3 476 | 4 740 | 2 926 | 2 001 | 1 875 | 2 905 | 1 469 | 1 890 | 2 159 | 370 |
| INITIATIEVEN | 692 | 49 | 68 | 79 | 121 | 78 | 52 | 51 | 57 | 33 | 41 | 51 | 12 |
| DEELNEMERS PROVINCIE | | 5.115 | | 3.476 | | 7.666 | | 3.876 | | | 8.793 | | |
| INITIATIEVEN PROVINCIE | | 117 | | 79 | | 199 | | 103 | | | 194 | | |

geografische spreiding 2020

in asielcentra, bij anderstalige nieuwkomers, in de vorm van speelweken, in ziekenhuizen, als pleegzorgvakanties, in revalidatiecentra, bij kinderen uit veront- rustende opvoedingssituaties en kwetsbare wijken, met gameverslaafde jongeren... Er is echter een groot verschil per provincie en binnen de provincies qua aantal deelnemers aan de Kazou Lokal-vakanties, dit geeft dus nog ruimte voor groei. Zo bereikt provincie Antwerpen meer dan de helft van het totaal aantal Kazou Lokal-deelnemers. Als we kijken naar 2020, stellen we vast dat vooral Kazou Lokal-initiatieven en JOMBA-vakanties hebben geleden onder de impact van corona. De Kazou Lokal-initiatieven werden in hoofdzaak geannuleerd omwille van de protocollen, omdat onvoldoende kon worden voldaan aan de

voorwaarde om de vakanties veilig te laten doorgaan of omdat in gezamenlijk overleg met de partner gekozen werd om te annuleren. Bij de JOMBA-vakanties werd vooral het buitenlands aanbod geannuleerd of vakanties met meerderjarigen. De JOMBA-doelgroep werd opgenomen in de gewone protocollen; een beslissing die Kazou en de jeugdsector hard hebben toegejuicht, aangezien deze deelnemers, hoewel ze als risicodoelgroep voor corona beschouwd worden, op die manier konden deze deelnemen aan het binnenlands Kazou-aanbod. Naar volgend jaar toe zullen beide doelgroepen gevoeliger zijn voor de impact van corona, maar kunnen we met respect voor de bestaande protocollen beter inspelen op de alternatieven waar in 2020 reeds de basis voor werd gelegd.

| DOELGROEP | 2019 | | 2020 | |
|--|--------------|----------------|--------------|----------------|
| | # DLNS | # INITIATIEVEN | # DLNS | # INITIATIEVEN |
| jongeren die bedplassen | 32 | 2 | 26 | 1 |
| jongeren met autisme | 224 | 12 | 175 | 9 |
| jongeren met autisme | 94 | 5 | 78 | 4 |
| jongeren met autisme en gedragsproblemen | 79 | 4 | 58 | 3 |
| autisme en licht verstandelijke beperking | 9 | 1 | 13 | 1 |
| autisme en licht tot matig verstandelijke beperking | 23 | 1 | 26 | 1 |
| jongeren met autisme of ADHD | 19 | 1 | - | - |
| jongeren met een fysieke beperking (en of verstandelijk) | 224 | 10 | 188 | 7 |
| jongeren met een fysieke beperking | 89 | 7 | 74 | 5 |
| jongeren met een fysieke of verstandelijke beperking | 135 | 3 | 114 | 2 |
| jongeren met een verstandelijke beperking | 1558 | 65 | 990 | 40 |
| licht verstandelijk | 171 | 11 | 71 | 4 |
| licht tot matig verstandelijk | 594 | 29 | 322 | 15 |
| licht, matig tot ernstig verstandelijk | 633 | 15 | 478 | 12 |
| matig verstandelijk | 31 | 1 | - | - |
| matig tot ernstig verstandelijk | 129 | 9 | 105 | 8 |
| ernstig verstandelijk | - | - | 14 | 1 |
| bijzondere vakantie-opvang | 37 | 4 | 46 | 3 |
| ALGEMEEN TOTAAL | 2 075 | 93 | 1 425 | 60 |

JOMBA-deelnemers en initiatieven per doelgroep

VRIJWILLIGERS BINNEN DE VAKANTIEWERKING

Wat betreft het aantal vrijwilligers zien we een lichte stijging. Waar in 2016 8403 vrijwilligers meedraaiden in de vakantiewerking, gaat het in 2019 over 9042 vrijwilligers. Het aantal vrijwilligers groeit echter niet in diezelfde mate als de deelnemersaantallen (en dus vakanties) waardoor we potentieel kampen met een tekort aan vrijwilligers. In 2018 en 2019 werd er succesvol ingezet op het verhogen van de instroom van nieuwe vrijwilligers door de 'Ik wil je'-campagne, waar we hetzelfde jaar al de vruchten van konden plukken. De komende jaren blijven we inzetten op meer instroom, op het behouden van bestaande vrijwilligers en willen we een beter zicht krijgen op hoe lang vrijwilligers actief blijven, wanneer ze stoppen ... Daarnaast willen we deze beleidsperiode experimenteren met kortdurende vrijwilligersengagementen en inzetten op een meer diverse groep van potentiële vrijwilligers (zie hoofdstuk 5 en hoofdstuk 6). In 2022–2025 zullen we ons vrijwilligersbeleid grondig onder de loep nemen en zullen we investeren in het digitaal beheer van de vrijwilligersdata door te investeren in een CRM-systeem. Op deze manier willen we meer op maat kunnen communiceren en de in- en uitstroom beter kunnen monitoren. De aantallen en de vele verschillende engagementen die de vrijwilligers kunnen opnemen kunnen afgelezen worden in tabel 4.

| functie | 2019 | 2020 |
|-----------------------------|--------------|--------------|
| basiscursist | 1 268 | 987 |
| instromer | 109 | 56 |
| monitor | 4 624 | 2 949 |
| vakantieleiding | 143 | 113 |
| extra monitor voor inclusie | 137 | 140 |
| ziekenmonitor | 46 | 37 |
| profileringsmonitor | 37 | 21 |
| zinspeler | 19 | 13 |
| technische ploeg | 1 172 | 723 |
| logistieke medewerker | 45 | 46 |
| coördinatieploeg | 51 | 47 |
| dokter | 4 | 1 |
| verpleegkundige | 102 | 83 |
| instructeur ski/snowboard | 127 | 82 |
| TOTAAL | 9 042 | 6 047 |

vrijwilligers binnen vakantiewerking

De coronapandemie riep de verdere groei in 2020 een halt toe en belooft door te wegen op onze werking wat betreft de mogelijkheden om voldoende vrijwilligers kwalitatief te vormen, stages te laten lopen en te laten doorgroeien naar andere engagementen. In het hoofdstuk rond corona gaan we hier verder op in, gezien heel wat trajecten geannuleerd werden in 2020 en de trajecten die opgestart werden deels in het water vielen. We steken een tandje bij in 2021, maar houden er rekening mee dat we ook hier moeten overschakelen op een alternatief, gedeeltelijk digitaal aanbod of, indien niet anders mogelijk, cursussen (gedeeltelijk) zullen moeten annuleren. We beseffen dat onze ambitie wat betreft deelnemersaantallen, initiatieven en kwalitatieve vakanties sterk samenhangt met de in- en doorstroom van een brede groep vrijwilligers, nog meer in deze onzekere coronatijden. Daarom willen we de komende jaren focussen op een sterke vrijwilligerswerking en extra investeren in onze vrijwilligers.



5.

GELIJKEKANSENBELEID

IEDEREEN MEE!

Kazou, da's iedereen mee! In onze steeds meer diverse en complexe samenleving neemt Kazou een helder standpunt in: alle kinderen en jongeren zijn welkom bij ons. Diversiteit is realiteit en als organisatie willen we de sterkte van deze diversiteit omarmen. Momenteel spreken we met Kazou vooral een witte middenklasse aan, ook dat is realiteit. Via experimenten, een open houding én een duidelijke visie willen we drempels verlagen en onze werking breder openstellen. We nemen al geruime tijd acties om ons aanbod, onze doelgroep en onze vrijwilligers meer divers te maken om zoveel mogelijk kinderen en jongeren te laten genieten van ons spetterend aanbod. We zijn als Kazou trots op wat we al verwezenlijkt hebben, willen in de toekomst onze actiegerichte aanpak nog meer inbedden in een breed gedragen visie en kijken ernaar uit aan de slag te gaan met de kansen die de toekomst voor ons in petto heeft. Om de effectieve impact van ons beleid te kunnen meten, zetten we bij de start van de beleidsperiode een onderzoek op naar het sociaal-economisch en demografisch profiel van onze huidige deelnemers. De voorbije jaren hebben we sterk ingezet op ons doelgroepspecifiek aanbod, we bestendigden de kwaliteit van ons JOMBA-aanbod en verdiepten onze Kazou Lokal-werking. Daarnaast zetten we diverse initiatieven en projecten op om onze inclusieve werking verder uit te bouwen: we vernieuwden onze inclusieprocedure voor deelnemers, stroomlijnden de trajecten op maat (TOM) voor vrijwilligers, ontwikkelden de TOM-tool, we werkten een startanimatortraject en een co-animatortraject uit en verhoogden het aantal deelnemers via, en versterkten de samenwerking met, Iedereen Verdient Vakantie. De komende jaren willen we de uitgezette lijnen ten volle benutten en inbedden in onze werking. Verder engageren we ons om ons personeelskader meer divers te maken en willen we als Kazou meer inzetten op kansen in superdiverse contexten.

JOMBA-VAKANTIES

JOMBA-vakanties staat voor vakanties voor kinderen en JOngeren Met Bijzondere Aandacht: kinderen en jongeren met een fysieke of verstandelijke beperking, autisme, gedragsproblemen, maar ook zij die net dat beetje extra aandacht nodig hebben, zoals kinderen en jongeren die bedplassen. Met JOMBA garande-

ren we bekwame begeleiding, verblijf in een aangepast vakantiecentrum, gepaste medische ondersteuning, aangepast vervoer, spannende activiteiten en massa's sfeer in groep. Dit alles is in de deelnameprijs inbegrepen en ook elke vraag is bespreekbaar. JOMBA is en blijft een 'sterk merk'. De voorbije jaren hebben we sterk ingezet om de kwaliteit van ons JOMBA-aanbod te bestendigen. En met succes! Ook de komende jaren willen we dat blijven doen, met aandacht voor de omkadering, juiste ondersteuning, draagkracht van de vrijwilligersploegen en het vinden van vrijwilligers met gedegen kennis (SD1&2). Daarnaast willen we extra inzetten op bruggen bouwen tussen de JOMBA- en de reguliere werking, zowel bij deelnemers als bij vrijwilligers.

INCLUSIEVE VAKANTIES

Ons volledig vakantieaanbod staat open voor kinderen en jongeren met bijzondere aandacht of specifieke noden. We nemen dit zeer breed. Of het nu gaat over iemand met autisme, psychische problemen of minder kennis van het Nederlands: we zoeken voor iedereen een plek binnen onze organisatie. Elke vraag is bespreekbaar en hoewel een oplossing niet altijd voor de hand ligt, bekijken we de mogelijkheden met alle partijen. Iedere deelnemer is anders, elke vraag voor ondersteuning is dat ook. We zetten een extra vrijwilliger in, zorgen voor extra ondersteuning bij de voorziene vrijwilligers, voorzien extra vorming of informeren de hele vrijwilligersploeg. We waken over de balans tussen de noden van specifieke deelnemers, de andere deelnemers en de draagkracht van de vrijwilligers om de vakanties optimaal te laten verlopen (SD3). We zetten ook expliciet in op het tegengaan van pesten en uitsluiting (SD2&3), het aanbieden van een luisterend oor (SD1&2&3) en het welzijn (SD1&3) van de deelnemers zodat iedereen zich goed kan voelen tijdens een Kazou-vakantie. Als laatste onderzoeken we het sociaal-economisch profiel van onze deelnemers en zetten we de komende jaren in op drempels op het vlak van bruikbaarheid, beschikbaarheid, betaalbaarheid, bekendheid, begripbaarheid, bereikbaarheid en betrouwbaarheid om een heterogene groep van deelnemers te laten proeven van Kazou. Op die manier kunnen we met de verworven kennis en inzicht actieplannen opmaken en actief werken aan inclusie opdat iedereen bij Kazou niet alleen welkom is, maar zich ook welkom

KAZOU LOKAL

Niet iedereen vindt toegang tot ons regulier of JOMBA-aanbod, door een langdurige ziekte, verblijf in een asielcentrum of bijzondere jeugdzorg bijvoorbeeld. Daarom ontwikkelden we de Kazou Lokal-vakanties. Tijdens deze vakanties en activiteiten gaan we als Kazou letterlijk en figuurlijk naar kinderen en jongeren toe. Door ter plekke vakanties te organiseren en samen te werken met (lokale) partners, werken we drempelverlagend om iedereen een fantastische vakantie te geven. Onze Kazou Lokal-werking is aan een ware opmars bezig. Doordat deze initiatieven meer last minute worden georganiseerd, kunnen vrijwilligers heel wat eigenheid leggen in deze werking. Hierdoor dragen de Kazou Lokal-initiatieven bij tot de zelfontplooiing van onze vrijwilligers. We kunnen echter nog grote stappen zetten om Kazou Lokal uit te breiden en de bekendheid van de werking te verhogen, zowel intern bij beroepskrachten en vrijwilligers als extern. Komende beleidsperiode zetten we bovendien actief in op het promoten van onze (start-)animatortcursussen bij de Kazou Lokal-deelnemers (SD1).

Iedereen verdient vakantie

Voor kinderen en jongeren die een financiële drempel ervaren bij hun deelname aan Kazou-vakanties en -cursussen, werken wij al geruime tijd samen met Iedereen Verdient Vakantie, een netwerk dat vakantieaanbieders in contact brengt met (organisaties die in contact komen met) mensen die het financieel moeilijker hebben. Vanuit Kazou begroten we jaarlijks middelen om kinderen en jongeren via Iedereen Verdient Vakantie te laten genieten van ons spetterend aanbod. In de komende beleidsperiode engageren we ons om extra kinderen en jongeren te bereiken en brengen we deze samenwerking intern en extern extra onder de aandacht. Daarnaast willen we aandacht hebben voor zij die financiële drempels ervaren, maar niet bekend zijn met Iedereen Verdient Vakantie. We onderzoeken de oprichting van een solidariteitsfonds en werken tegen het einde van de beleidsperiode met een gedifferentieerd prijzenbeleid, om de deelnameprijs voor vakanties en cursussen te drukken voor wie het financieel minder breed heeft. Daarnaast vertalen we de resultaten van ons drempelonderzoek naar concrete acties (SD3).

Inclusieve vrijwilligerswerking

Ook in onze vrijwilligerswerking kiezen we voor inclusiviteit. Ook hier geldt: elke vraag is welkom en bespreekbaar, want onze vakanties zijn er voor én door iedereen. Met onze Trajecten op Maat (TOM).

ondersteunen we vrijwilligers met kleine extra ondersteuningsnoden, co-animatoren of startanimatoren. (SD1) We zetten in op doorgroeimogelijkheden binnen deze trajecten, zo zouden succesvolle startanimatortrajecten op die manier het begin van een lange Kazou-carrière kunnen betekenen. Aandachtspunten hierbij zijn voldoende ondersteuning bieden (SD 2) en rekening houden met de draagkracht van de instructeurs en moniploeg. Ook op vlak van gender en seksualiteit leveren we sinds enkele jaren extra inspanningen: vakantieconcepten en de website worden blijvend gescreend op genderinclusiviteit, we werken aan bewustzijn onder beroepskrachten en we startten een projectgroep met vrijwilligers die zich als LGBTQIA+ identificeren. We werken ook de komende jaren verder op dit elan (SD 2). Om ons bewust te worden van onze eigen denkkaders en te waken over microkwetsingen, werken we de komende beleidsperiode actief aan een open cultuur en aan een draagvlak voor diversiteit in onze organisatie. Daarnaast ontwikkelen we een diversiteitscharter (SD1&6) en zetten we ook in op begeleidershoudingen in een superdiverse context. Als laatste werken we de komende jaren aan drempels op het vlak van bruikbaarheid, beschikbaarheid, betaalbaarheid, bekendheid, begrijpbaarheid, bereikbaarheid en betrouwbaarheid om een heterogene groep van vrijwilligers te laten proeven van Kazou. Door in contact te komen met een brede waaier aan vrijwilligers die niet per se lijken op elkaar, vergroten we immers het draagvlak voor diversiteit, voor heterogeniteit, voor een maatschappij die volop in verandering is. Overkoepelend vormen we vrijwilligers rond psychisch welzijn, pesten en uitsluiting en inclusie.

Beroepskrachten

Kazou, dat zijn naast 42.000 deelnemers en 8400 actieve vrijwilligers ook 77 gepassioneerde beroepskrachten, verspreid over Vlaanderen en Brussel. We zetten al jaren actief in op een divers aanbod, inclusie bij deelnemers en trajecten op maat bij vrijwilligers, maar zien dat dit zich tot nu toe weinig vertaalt binnen ons personeelskader. Omdat we geloven in diversiteit en we belang hechten aan de kracht van rolmodellen voor vrijwilligers en deelnemers, engageert Kazou zich om het personeelsbestand de komende jaren meer divers te maken. Daarnaast werken we aan een open cultuur in onze organisatie, nemen we onze eigen praktijken kritisch onder de loep, werken we een diversiteitscharter uit en vormen we onze medewerkers op het vlak van inclusief taalgebruik.

6.

STEDELIJKHEID

Kazou wil als organisatie aanwezig zijn over heel Vlaanderen en Brussel, met zowel deelnemers uit de kleine gemeenten als deelnemers uit de grote steden. We willen de komende beleidsperiode sterk inzetten op de ontwikkeling van een aanbod dat aansluit bij kinderen en jongeren uit een stedelijke context. Dat zal ons uitdagen om te experimenteren en om uitwisseling op te zetten tussen kinderen en jongeren met verschillende culturele, sociale en economische realiteiten.

TOEGANKELIJKHEID STEDELIJKE VRIJWILLIGERS

Onder het hoofdstuk 'Gelijkekansenbeleid' wordt uitvoerig beschreven hoe we actief willen werken aan onze toegankelijkheid voor een diverse groep vrijwilligers. Om onszelf uit te dagen wat betreft stedelijkheid en om expertise en ervaring op te bouwen, engageren we ons om jaarlijkse samenwerkingen op te zetten met externe organisaties om vrijwilligers uit stedelijke contexten te bereiken. Andere contexten vragen immers een andere aanpak. We zetten zélf de stap naar de stedelijke jongeren, schuwen daarbij vindplaatsgericht werken niet en organiseren infomomenten op maat. We zetten jaarlijks een basiscursus op met een externe partner, gericht op potentiële vrijwilligers in stedelijke en superdiverse contexten.

Onze vernieuwde visie op infrastructuur en ontmoetingsplekken biedt de mogelijkheid om in meer steden en meer centraal aanwezig te zijn als Kazou. Dat verlaagt de drempel voor wie niet vertrouwd is met Kazou. Door bruggen te bouwen met organisaties die de stad in hun DNA dragen, willen we op zoek gaan naar samenwerkingen om elkaar te versterken. Stedelijke organisaties kunnen Kazou leren wat verwachtingen, wensen en dromen zijn van kinderen en jongeren uit de stad en hoe we hen kunnen bereiken. Kazou op diens beurt heeft de expertise en een netwerk met betrekking tot kadervorming en is sterk in de organisatie van vakanties.

Kazou is voor veel Vlamingen een vertrouwd concept dat al enkele generaties bekend is. Ouders, zelfs grootouders, gingen ooit mee op vakantie met Pre-

ventieve Luchtturen of Jeugd & Gezondheid. De diversiteit in de steden zorgt ervoor dat we niet verder kunnen gaan op deze bekendheid en vertrouwdheid. Daarom ontwikkelen we kortdurende vrijwilligersengagementen die kansen bieden om van Kazou te proeven, voor wie minder vertrouwd is met jeugdwerk in het algemeen en met Kazou in het bijzonder. De grote lokale verschillen waarop het vrijwilligersbeleid wordt vormgegeven, maken het op dit moment bijzonder moeilijk om als nieuwkomer je weg te vinden. De komende beleidsperiode zullen we sterk inzetten op de ontwikkeling van één centrale visie. Dat zal het mogelijk maken om een doelgericht rekruteringsbeleid op te zetten naar jongeren in de stad, die niet bekend zijn met Kazou. Door vrijwilligers gedegen en gelijkwaardig te coachen en te ondersteunen, bieden we ook stedelijke jongeren kansen om te groeien, om hun talenten in te zetten en zichzelf te ontplooien.

TOEGANKELIJKHEID KINDEREN EN JONGEREN

Als deelnemers zich herkennen in de vrijwilligersploeg, voelen ze zich sneller aanvaard en deel van het geheel. Naast aandacht voor vrijwilligers uit stedelijke contexten, zetten we de komende jaren ook expliciet in op het bereiken van stedelijke deelnemers. Ook hier geloven we in de kracht van een goed netwerk, expertisedeling en ervaringsuitwisseling. We werken samen met stedelijke partners en engageren ons om tegen het einde van de beleidsperiode een stedelijk aanbod te hebben in elke provincie. We hebben hierbij aandacht voor het wegwerken van drempels van deelnemers uit de steden. We identificeren deze drempels, organiseren focusgroepen rond vakantie-wensen en slaan aan het experimenteren. Meer inzicht in wensen en dromen geeft ons de mogelijkheid om nieuwe concepten te ontwikkelen op maat van kinderen en jongeren uit de stad. Heeft geen of beperkte buitenruimte een impact op de keuze van je vakantie? In welke mate sluit het profileringsaanbod aan bij de leefwereld van streetwise Brusselse Ketjes? Kiezen ouders liever bewust voor een vakantie waar goede luchtkwaliteit centraal staat?

**HET VERLAGEN
VAN DREMPELS**

Hoe belangrijk is het dat opstapplaatsen bereikbaar zijn met het openbaar vervoer?

Kazou start niet vanaf nul. Enkele van onze Kazou Lokal-vakanties spelen zich vandaag al af in een stedelijke context. We laten ons inspireren door de ervaringen én het enthousiasme van deze deelnemers en vrijwilligers. Het grote doel is om tijdens deze beleidsperiode stedelijkheid als een duidelijk onderdeel uit te bouwen van onze reguliere werking.

**EEN MEER DIVERSE
PERSONEELSPLOEG**

De uitbouw van een stedelijke werking vraagt ook andere denkkaders vanuit het personeel. Naast het meer divers maken van onze personeelsploeg, willen we ook in functie van stedelijkheid aandacht hebben voor onze denkkaders en praktijken. Door onze medewerkers te vormen en te begeleiden in zelforganisatie, reiken we hen tools aan om aan de slag te gaan met de uitdagende en verrijkende context die steden kunnen betekenen. Ook binnen onze eigen organisatie zetten we verder in op kennisdeling, intervisie en uitwisseling. Op die manier kunnen beroepskrachten elkaar versterken en kunnen best practices en experimenten worden gedeeld.

In het hoofdstuk over het gelijkekansenbeleid werd ingegaan op drempels qua betaalbaarheid, bruikbaarheid, beschikbaarheid, bekendheid, begripbaarheid, bereikbaarheid en betrouwbaarheid. Naast de kansen die stedelijke contexten bieden, willen we de komende jaren oog hebben voor kinderen en jongeren in maatschappelijk kwetsbare contexten in de stad. We hebben hierbij specifiek aandacht voor de drempels van kinderen en jongeren uit maatschappelijk kwetsbare contexten in de stad.



7. TOELICHTING BEGROTING EN PERSONEELSINZET

WERKINGSMIDDELEN BELEIDSNOTA 2022 - 2025

Voor de meerjarenbegroting heeft Kazou in deze beleidsnota per operationele doelstelling een bedrag begroot conform de acties die deel uitmaken van de operationele doelstelling. De personeelskost van de beroepskrachten op de payroll van Kazou vzw valt

niet onder deze werkingmiddelen.

Zo komt Kazou tot jaarlijkse specifieke kosten per strategische doelstelling. Hieronder staan per strategische doelstelling een overzicht van de financieel meest significante acties. Hiernaast zijn er in het doelstellingenkader steeds tal van acties te vinden waarvoor de investering financieel lager ligt, maar waarvan de inhoud wel van belang blijft voor het beleid van Kazou.

STRATEGISCHE DOELSTELLING 1

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---------------|-----------|----------|----------|----------|
| Kosten | € 108.100 | € 99.300 | € 96.600 | € 93.000 |

Financieel significante investeringen

- Kazou zal sterk investeren in het ontwikkelen van een centrale visie op vrijwilligersbeleid en we voorzien hiervoor externe begeleiding voor € 12.800. We ontwikkelen een participatiecultuur die vertrekt vanuit een brede betrokkenheid van vrijwilligers en we voorzien hierbij externe begeleiding m.b.t. deep democracy voor € 6.300.
- We voorzien een duurzaamheidsscan van onze vrijwilligerswerking door Ecolife voor een bedrag van € 3300.
- We werken aan de toegankelijkheid voor een diverse groep vrijwilligers door infomomenten met partnerorganisaties en we voorzien hiervoor € 1.000 per jaar vanaf 2023.
- We voorzien jaarlijks een bedrag van € 92.000 voor de organisatie van het vrijwilligersbeleid: onthaal, waarderingsinitiatieven, groepsvormende activiteiten...

STRATEGISCHE DOELSTELLING 2

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---------------|------|--------------|--------------|--------------|
| Kosten | | € 404.516,84 | € 414.716,84 | € 418.716,84 |

Financieel significante investeringen

- De voorziene kosten voor kadervormingen vormen het leeuwendeel van deze strategische doelstelling. De voorziene kost bedraagt jaarlijks € 302.784,63.
- In de verbonden zet Kazou jaarlijks heel wat middelen in voor extra vormingen. Door de kaart van de nabijheid te trekken, bereikt Kazou hiermee een groot aantal vrijwilligers. We begroten jaarlijks € 99.832,21.
- We voorzien een budget van € 1.900 in 2023 voor de ontwikkeling van een centrale visie op het vormingsbeleid.
- Om een stedelijke Kazou-werking te realiseren, zetten we in op de opstart van een basiscursus i.s.m. stedelijke organisaties. We voorzien hiervoor de komende jaren € 16.000 (€ 4.000 in 2023, € 6.000 in 2024 & 2025).
- We werken aan een open cultuur rond diversiteit via vorming en training van vrijwilligers rond denkkaders, denkbeelden, omgaan met racisme en discriminatie en we voorzien hiervoor € 5.100. We versterken vrijwilligers in het omgaan met welzijnsvragen. We plannen hiervoor vanaf 2023 vorming en we voorzien hiervoor een totaal van € 7.700.
- We gaan een samenwerking aan met WSM (We Social Movement) om te werken aan wereldburgerschap. Om uit te wisselen met diasporajongeren in België en ter voorbereiding van een internationale uitwisseling in 2024-2025, voorzien we een budget van € 7.000.

**STRATEGISCHE
DOELSTELLING 3**

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Kosten | € 126.950 | € 128.000 | € 131.500 | € 131.500 |

**Financieel
significante
investeringsen**

- Voor de jaarlijkse experimentele, solidaire initiatieven begroot Kazou € 50.000 aan kosten voor het bereik van 1300 deelnemers uit een maatschappelijk kwetsbare context.
- Jaarlijks voorziet Kazou € 50.000 aan kosten voor extra ondersteuning voor inclusief werken met deelnemers van het vakantieaanbod.
- We voorzien jaarlijks een budget van € 25.000 voor wie deelneemt aan Kazou-vakanties via iedereen Verdient Vakantie.
- We voorzien aan het begin van de beleidsperiode een budget van € 1950 voor een onderzoek naar het sociaal-economisch profiel van de deelnemers.
- Voor de opstart van een stedelijke vakantiewerking voorzien we € 16.000 gedurende deze beleidsperiode. In 2023 voorzien we een budget van € 3500 voor de organisatie van focusgroepen, vanaf 2024 en 2025 voorzien we € 6500 voor de opstart van de werking.

**STRATEGISCHE
DOELSTELLING 4**

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---------------|----------|----------|----------|----------|
| Kosten | € 33.300 | € 31.250 | € 33.450 | € 32.100 |

**Financieel
significante
investeringsen**

- Door extra in te zetten op vakanties in zelfwerkzaamheid, kunnen de kostprijzen van vakanties aardig gedrukt worden en creëert Kazou extra engagementsmogelijkheden voor vrijwilligers in technische ploegen. Voor materiaal, vormingen ... voorzien we een jaarlijkse kost van € 30.000.
- We zetten sterk in op de verduurzaming van onze vakanties. We scannen onze vakantiewerking en schrijven een concreet actieplan waar we kunnen reduceren en compenseren. We starten een proces om onze partners mee in zee te nemen. We voorzien hiervoor een totaal budget van € 8750. We voorzien vorming voor kookploegen i.h.k.v. duurzame voeding én duurzaam koken, het budget hiervoor is € 1350.

**STRATEGISCHE
DOELSTELLING 5**

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---------------|--------|--------|--------|--------|
| Kosten | € 5500 | € 4400 | € 3500 | € 3500 |

**Financieel
significante
investeringsen**

- We zijn jaarlijks partner in de organisatie van de Dag van de Animator. We voorzien hiervoor een budget van € 3500.
- Aan het begin van de beleidsperiode voorzien we € 2000 voor een UX- screening van onze website en CRM.
- We zetten in op laagdrempelig taalgebruik en laten onze externe communicatie evalueren. We voorzien hiervoor € 900 in 2023.

**STRATEGISCHE
DOELSTELLING 6**

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---------------|--------|--------|--------|--------|
| Kosten | € 4800 | € 6200 | € 1500 | € 2450 |

**Financieel
significante
investeringsen**

- We investeren met Kazou in een open cultuur, voorzien een vorming m.b.t. eigen denkbeelden en diversiteit. We voorzien hiervoor een budget van € 3750. We voorzien een budget voor het uitwerken van een actieplan rond diversiteit voor € 3500.
- We lichten ook op dit niveau onze organisatie door via een duurzaamheidsscan via Ecolife en koppelen hier een actieplan aan om te reduceren en te compenseren.
- We doen een audit op ons integriteitsbeleid en voorzien hiervoor € 2450.

PERSONEELSOVERZICHT EN -EVOLUTIE

De kosten die rechtstreeks met het vakantieaanbod te maken hebben, worden voor een groot deel opgenomen in de prijsberekening van het vakantieaanbod of worden gefinancierd met middelen uit de toelagen van CM. Dit gaat over het merendeel van de werkings- en personeelskosten van strategische doelstelling 4, interne en externe communicatie strategische doelstelling 5 en alles met betrekking tot organisatieontwikkeling en ondersteuning in strategische doelstelling 6. De investeringen voor acties waarmee Kazou haar pedagogisch project verder vormgeeft, al dan niet rechtstreeks gekoppeld aan vakanties, vormen geen onderdeel van de prijsberekening van de vakanties.

De acties en inzet voor een kwaliteitsvolle vorming (strategische doelstelling 2), een onderbouwde en sterke vrijwilligersbeweging (strategische doelstelling 1) en de acties betreffende het solidaire werk van Kazou (strategische doelstelling 3) zijn een verlengde van ons pedagogisch beleid en onze visie. Om deze te realiseren, is de subsidie-enveloppe die Kazou verkrijgt van de Vlaamse overheid noodzakelijk. Het laat Kazou toe zich te verdiepen, een bredere en meer solidaire werking te realiseren en een kwaliteitsvolle beweging te zijn waar vrijwilligers zich thuis voelen en kansen krijgen om te groeien.

De strategische ontwikkelingen binnen CM sinds 2016 hebben een impact op de werking van Kazou. Sinds 2019 is er vanuit CM nog 1 betoelaging naar Kazou per jaar. In 2016 stonden er op de payroll van Kazou 63 VTE. Anno 2020 zijn dat 77 VTE. De administratieve krachten, tot voor kort op de payroll van de verbondelijke secretariaten van CM, kwamen ook op de payroll van Kazou. Waar dus in het verleden het lokale ziekenfonds de middelen van Kazou bepaalde en beheerde, is sinds 2019 die verantwoordelijkheid doorgeschoven naar de Raad van Bestuur en de Directie van Kazou. Deze wijziging bracht nieuwe verantwoordelijkheden met zich mee.

Één van die verantwoordelijkheden is de personeelspuzzel van Kazou. Tot dan toe was de puzzel historisch en per verbond tot stand gekomen. In 2017 werd de keuze gemaakt om te starten met een brede rationaliseringsoefening om van hieruit een personeelspuzzel neer te leggen vanuit gedeelde principes. In 2019 kwamen we tot de volgende puzzel:

| Functies | VTE 2016 | VTE 2020 |
|--|-----------|-----------|
| Educatief medewerker (verbonden) | 33 | 38 |
| Diensthouders (verbonden) | 11 | 5 |
| Stafmedewerkers (nationaal) | 8,5 | 9,5 |
| Administratief medewerkers (verbonden) | // | 15 |
| Administratief medewerkers (nationaal) | 7,5 | 6,5 |
| Coördinatie | 3 | 3 |
| TOTAAL | 63 | 77 |



PERSONEELSKOST

Binnen de personeelsploeg heeft Kazou verschillende rollen voor beroepskrachten: educatief medewerkers, diensthoofden, stafmedewerkers, administratief medewerkers en algemene coördinatiesleden. De hoogste continuïteit binnen de organisatie bevindt zich bij de administratieve functies, het nationaal secretariaat en bij diensthoofden. Dit is logisch, gezien deze functies mikken op profielen met meer ervaring en vaak ingevuld worden vanuit een doorstroom binnen het huidige beroepskrachtenkader. Op niveau van de educatief medewerkers in de verbonden, tegelijk de functie waar de meeste personen bij Kazou tewerkgesteld zijn, is de gemiddelde anciënniteit een stuk lager. Kazou biedt hier vaak, als beweging, kansen aan jonge, talentvolle mensen om hun professionele carrière te starten. Deze jonge krachten zijn dan ook een troef in de contacten met het vrijwilligerspubliek van Kazou.

Onderstaande tabel biedt een overzicht, gekoppeld aan de correcte begroting van de gemiddelde kost (gerelateerd aan de gemiddelde anciënniteit) voor de periode 2022-2025. Hierbij wordt uitgegaan van een volledige berekening van de loonkost: brutoloon, eindejaarspremie, vakantiegeld, tussenkomst woon-werkverkeer, maaltijdcheques, bijdragen RSZ, verzekering, medisch secretariaat ... Kazou valt onder PC 329, maar hanteert loonbarema's van CM.

Om tot een correcte berekening te komen van de effectieve kosten doorheen de beleidsperiode, hield Kazou rekening met een jaarlijkse indexering van 2%. De meerkost voor de stijgende anciënniteit rekent Kazou niet door gezien de inschatting dat dit zal worden uitgevlakt, door in- en uitstroom van beroepskrachten.

| Beleidsjaar | VTE | Totaalkost | Gemiddelde kost |
|--|--------|----------------|-----------------|
| 2022 | 77 VTE | € 5.299.487,10 | € 68.824,51 |
| 2023 | 77 VTE | € 5.405.476,84 | € 70.201,00 |
| 2024 | 77 VTE | € 5.513.586,38 | € 71.605,02 |
| 2025 | 77 VTE | € 5.623.858,11 | € 73.037,12 |
| Gemiddelde personeelskost 2022-2025 (per VTE) | | | € 70.916,91 |
| Totaal begrote personeelskost per jaar (gemiddeld) | | | € 5.460.602,11 |

PERSONEELSINZET IN BELEIDSNOTA

In het doelstellingenkader is per operationele doelstelling, vanuit de acties, berekend hoeveel personeelsinzet nodig is om het beoogde beleid te realiseren. Kazou kiest er ook in deze beleidsnota voor om het doelstellingenkader te realiseren binnen het

huidige beroepskrachtenkader. Kazou zette de afgelopen jaren sterk in op een rationalisering van diens beroepskrachtenkader én zal dit ook de komende jaren verderzetten. De groei naar een cultuur waar zelforganisatie centraal staat, een sterk traject met betrekking tot het vrijwilligersbeleid en een centrale visie op het vormingsbeleid, zullen een impact hebben op het takenpakket van educatief medewerkers. We willen op deze manier ademruimte verwezenlijken in de takenpakketten van medewerkers om dit doelstellingenkader te verwezenlijken. We merken ook nu dat er in het huidige jeugdbeleid weinig ruimte is tot uitbreiding. Er zijn grenzen aan optimalisatie én efficiëntiewinst. Kazou rekent voor de uitvoering van het beleidsplan in het kader van diens erkenning als landelijk jeugdwerk op 16,8 VTE of 22% van diens beroepskrachtenkader van Kazou. De reële kost hiervan bedraagt € 1.191.405. We beseffen dat de loonkosten een stuk hoger liggen dan de loonkosten van de gemiddelde jeugdwerkorganisatie in PC 329.01. We zijn daarom vertrokken van het goedgekeurde bedrag voor de loonkosten van het vorige beleidsplan, dat gebaseerd was op een loonkost van PC 329.01. We pasten hierop een index toe van 2%. Dit komt neer op een totaal bedrag voor loonkost van € 738.924,16 voor 16,8 VTE of een gemiddelde van € 43.983 per VTE.

Het doelstellingenkader voor de beleidsperiode 2022-2025 is opgebouwd a.d.h.v. 6 doelgerichte focussen. In de personeelsbegroting wordt die focus als volgt vertaald:

| Strategische doelstelling | Totaalinzet per jaar | Percentage op totaal VTE | Binnen subsidie landelijk jeugdwerk |
|--|----------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| SD 1 Kazou is een hedendaagse vrijwilligersorganisatie. | 15,40 | 20% | 4 |
| SD 2 Kazou heeft een sterk en kwalitatief vormingsbeleid op maat van alle vrijwilligers. | 15,10 | 19,7% | 4,6 |
| SD 3 Kazou engageert zich voor alle kinderen en jongeren. | 12,85 | 16,6% | 6,4 |
| SD 4 Kazou heeft een kwalitatief vakantieaanbod. | 21,55 | 27,9% | 1 |
| SD 5 Kazou heeft een actieve en onderbouwde identiteit en draagt deze uit. | 3,7 | 4,8% | 0,7 |
| SD 6 Kazou heeft een toekomstgerichte organisatiecultuur. | 8,4 | 10% | 0,1 |
| Totaal | 77 VTE | 100% | 16,8 VTE |

INKOMSTEN

VIA, VIVO, Sociale Maribel

Om de personeelslasten te dragen kan Kazou rekenen op verschillende maatregelen. In de begroting is Kazou voorzichtig over de evoluties hiervan. Voor de VIA-middelen hoopt Kazou op een status quo. Voor Sociale Maribel voorzien we een behoud van de middelen, net zoals we dat ook doen voor de VIVO-middelen.

Vakantiewerking

Kazou ijvert te allen tijde voor een straf vakantieaanbod aan betaalbare prijzen. We voeren hiervoor steeds stevige onderhandelingen met alle leveranciers (centra, activiteitenpartners, logistieke partners...). Door intern de prijzen van de vakanties op mekaar af te stemmen, zorgt Kazou tevens voor solidariteit in de prijs voor een deelnemer. Zo ligt bijvoorbeeld de werkelijke kost van een vakantie voor een JOMBA-deelnemer een stuk hoger dan die voor een reguliere vakantie. De extra begeleiding, aangepast busvervoer en medische kosten zijn hier de hoofdredenen van. Vanuit het principe dat Kazou het belangrijk vindt dat een deelnemer niet hoeft te betalen voor zijn of haar extra nood aan ondersteuning, solidariseert Kazou de prijzen van haar vakantieaanbod. De hoofdbrok van de jaarlijkse omzet van Kazou situeert zich in de vakantiewerking. Kazou houdt deze kostenstructuren break-even en rekent dus niet op inkomsten uit die werking om de pedagogische werking te bekostigen.

CM als partner

Kazou kent haar ontstaan vanuit de Christelijke Mutualiteit. Ook al werkt Kazou vandaag zelfstandig, er is nog steeds een gezonde samenwerking met CM. In hoofdzaak speelt CM een rol in de vakantiekosten van Kazou gezien ze voor haar leden een kortingenstructuur op poten zet. Vanuit een derdebetalersregeling voorziet CM een extra korting voor haar CM-leden op de vakantiepreisen van Kazou. Anderzijds draagt CM ook deels bij aan de werking van Kazou door middelen te voorzien die het mogelijk maken om klantgericht te werken met voldoende personeelsbezetting per verbond. Deze middelen zijn noodzakelijk om de organisatie draaiende te houden en de stevige personeelskost te dragen. Kazou schat in dat de bijdrage van CM doorheen de komende jaren gelijk zal blijven.

Subsidievraag

In de concluderende subsidievraag van deze beleidsnota voor 2022–2025 wil Kazou aan de Vlaamse overheid een jaarlijkse subsidie vragen van € 1.425.191. We vragen hierbij € 119.170,05 meer dan het toegekende subsidiebedrag van de vorige beleidsperiode. We verduidelijken graag deze vraag tot verhoging. Om te beginnen is er de indexering van de lonen. Ten tweede willen we een jaarlijks budget voor de extra uitdagingen die we willen aangaan, zoals de opstart van een stedelijke werking, de toegankelijkheid voor kinderen en jongeren uit superdiverse contexten én een toegankelijke en hedendaagse vrijwilligerswerking. Ten derde willen we stappen zetten in het verduurzamen van de organisatie, de vrijwilligerswerking én de vakantiewerking. Daarnaast ijveren we voor een verhoging van de werkmiddelen voor projecten als Kazou Lokal, de toegang van deelnemers via ledereen Verdient Vakantie en de inclusiewerking, een werking waar we de afgelopen jaren sterk in groeiden. Kazou acht dit een realistische vraag gezien de ambities voor de gehele werking en de voortzettende noodzaak om blijvend in te zetten op onze pedagogische werking en op onze vrijwilligerswerking. Kazou hoopt deze ambities met een beperkte vraag voor extra middelen te kunnen realiseren.



8.

IMPACT VAN HET CORONAVIRUS

2020 was een jaar dat we niet snel zullen vergeten. Een jaar waarin we geconfronteerd werden met een nieuwe realiteit en waarin we bij Kazou heel wat vakanties, cursussen en bijeenkomsten geannuleerd zagen. Een jaar waarin we snel moesten schakelen en improviseren, soms ook het noorden even kwijt waren en waarvan we de naweeën nog lang zullen voelen. Dankzij een ongeziene veerkracht werden er bergen werk verzet, werd er geïnnoveerd en werden grenzen verlegd. Ook in 2021 zal niet alles zijn zoals voorheen. De gevolgen van corona zullen uiteraard nog nazinderen in de komende beleidsperiode 2022-2025. Corona zal een blijvende impact hebben op onze samenleving en dus ook op Kazou als organisatie.

De afgelopen beleidsperiode groeide Kazou als een sterke en kwalitatieve werking. In 2019 haalde Kazou sterke cijfers. We blijven ambitieus, ook in onze nieuwe beleidsnota. Toch zal je merken dat we ervoor kiezen om wat betreft deelnemersaantallen niet te groeien. Als we uitgaan van een terugval in 2020, die invloed heeft op het bereik van 2021 en de jaren die volgen, is het realistisch om te streven naar een deelnemersbereik van 42.000 en een vrijwilligersbereik van 8400.

Daarom kiezen we voor een kwalitatief, ambitieus maar haalbaar beleidsplan dat rekening houdt met de uitdagende omstandigheden die corona met zich meebrengt. Het resultaat is een beleidsplan dat strafke keuzes maakt, ondanks de onzekerheid waar we voor staan. We willen hieronder graag kaderen wat de impact vandaag is van corona op Kazou, welke gevolgen we verwachten de komende jaren en hoe we hiermee rekening houden in dit beleidsplan.

De impact van corona op Kazou in 2020

Het coronavirus was in 2020 alomtegenwoordig en hield alles en iedereen in haar greep. Aanpassen en anticiperen was de boodschap. Kazou bleef na allerlei vakantie-, cursus- en activiteitenbeperkingen echter niet bij de pakken zitten en schakelde enkele versnellingen hoger om de werking aan te passen.

VAKANTIES

Eerste tekens aan de wand

De eerste tekens aan de wand verschenen eind 2019. Toch werd Covid-19 voor ons pas een echt begrip tijdens de krokusvakantie toen we al onze partners contacteerden naar aanleiding van de eerste geruchten die opdoken. We kregen op dat moment nog mee dat alles in goede en veilige omstandigheden zou kunnen doorgaan. De echte impact van het coronavirus werd pas twee weken later duidelijk. Waar iedereen eerst nog dacht dat het om niet meer dan een griep ging, werd daar stukje bij beetje op teruggekomen tot uiteindelijk alles wat gepland stond tijdens de paasvakantie terug in de koelkast moest. Skivakanties, binnenlandse vakanties, basiscursussen, activiteiten, vormingsweekends... werden geannuleerd. Daarna volgden weken van veel gelobby en zoveel mogelijk informatie verzamelen om toch al maar vooruit te kijken.

Kazou mee aan het roer van de jeugdwerkzomer 2020

Kazou trok mee aan de kar van de jeugdwerkprotocollen en verdedigde als lid van een werkgroep, waarin ook minister van Jeugd Benjamin Dalle, viroloog Marc Van Ranst, Bataljong vzw, De Ambassade en KSA zetelden, de jeugdwerkzomer met het nodige vuur. Op 22 mei gaf de overheid groen licht voor jeugdvakanties en -initiatieven tot 150 km buiten België tijdens de zomer en werden er allerlei maatregelen uitgeschreven in samenspraak met het jeugdwerk en medische experts. Kazou zat mee aan het stuur en informeerde op diens beurt ouders, deelnemers en vrijwilligers over de gelijkvormige afspraken. De belangrijkste boodschap was dat het jeugdwerk kon doorgaan in veilige bubbels en dat er een beroep werd gedaan op ieders verantwoordelijkheid om correct om te gaan met symptomen, hygiëne en voorzorgsmaatregelen. Voor dit laatste deden we beroep op de hygiënepakketten die aangeboden werden door Colruyt. Iedere jeugdorganisatie kon hier een beroep op doen: liters handgel, ontsmettingspray, handschoenen... werden verdeeld om de jongeren met de best mogelijke omstandigheden te omkaderen. Zo kon iedereen veilig op vakantie!

20.000 deelnemers zaten zonder vakantieperspectief

Alle zomerkampen, jeugdvakanties, binnenlandse initiatieven en speelpleinwerkingen met of zonder overnachting mochten vanaf 1 juli doorgaan in contactbubbels van maximaal 50 personen, en dat tot maximaal 150 km van de Belgische grens. Die beperkte afstand van 150 km moest het haalbaar houden voor ouders om een kind dat eventueel ziek werd op te halen. Enerzijds goed nieuws, anderzijds een grote ontgoocheling voor alle jongeren die deze zomer met Kazou op vakantie zouden gaan naar het verre buitenland. Kazou moest daardoor de vakanties van meer dan 20.000 jongeren annuleren. Een moeilijke beslissing, maar de gezondheid van onze deelnemers en monitoren was en is onze belangrijkste prioriteit.

Extra vakantieplaatsen in het binnenland

Kazou stak onmiddellijk de koppen bij elkaar om te kijken hoe we ons anders konden oriënteren en organiseren. Hoewel dit gepaard ging met de nodige twijfels en er veel onzekerheid mee gemoeid was, stond een alternatief aanbod in het binnenland snel in de steigers, dankzij sterk teamwerk van de nationale en regionale collega's en vele vrijwilligers. Kazou kon zo in enkele weken tijd voor de 13-18-jarigen, de meest getroffen leeftijd door annulaties binnen Kazou, nieuwe én evenwaardige alternatieven aanbieden in het binnenland. De jongere leeftijden (7-12) verbleven overwegend in het binnenland of op maximaal 150 km van de grens. Voor deze leeftijdsgroepen werden er dus geen extra vakanties in het leven geroepen.

12.500 extra vakantieplaatsen

Die extra inspanningen wierpen hun vruchten af in de vorm van twee verschillende initiatieven. Enerzijds was er het Buitengewoon Binnenland-aanbod met overnachting. Kazou had hiervoor 3000 plaatsen in petto voor 13-14-jarigen. Voor de doelgroep 15-18-jarigen waren er 2500 plaatsen beschikbaar. Anderzijds toverde Kazou het concept 'Sowiezomer' voor 11-14-jarigen uit diens hoed en hiervoor werden er 7000 plaatsen voorzien. Op meer dan 40 locaties in Vlaanderen organiseerden we 'Sowiezomer': van maandag tot en met vrijdag, zonder overnachting, van 8.30u tot 17.30u en met de gekende Kazou-sfeer en -activiteiten.

Titanenwerk

De beroepskrachten en vrijwilligers van Kazou richtten op enkele weken tijd een titanenwerk, zoveel is zeker. Het is ongezien in onze jaarlijkse werking om een nieuw aanbod zo kort voor de start van de zomer te creëren en te verwezenlijken. Dit bracht uiteraard de nodige spanning en stress met zich mee, zo-

wel voor ouders als voor iedereen binnen Kazou. We kregen heel veel inschrijvingen binnen voor een Buitengewoon Binnenland-vakantie met overnachting. De 5000 plaatsen waren in een mum van tijd volzet. Voor het 'Sowiezomer'-concept zonder overnachting was er veel minder belangstelling, maar toch zorgde ook deze formule voor veel vakantieplezier.

Spannende zomer

Het jeugdwerk heeft zich wekenlang met man en muis voorbereid om een ontspannende en aangepaste zomer te kunnen organiseren voor kinderen en jongeren. Er werd met alle mogelijke noodscenario's rekening gehouden. Dankzij de nodige voorzorgsmaatregelen en afspraken heeft Kazou geen enkele vakantie voortijdig moeten stopzetten. Dat betekent dat bijna 30.000 kinderen, jongeren en volwassenen (24.224 deelnemers, 5539 vrijwilligers en 195 vergezellende familieleden) samen (in hun eigen bubbel) genoten van een deugddoende vakantie. Daar zijn we enorm trots op. Er werden wel deelnemers en vrijwilligers met een vermoeden van Covid-19 huiswaarts gestuurd om een test bij hun huisarts te laten afnemen. Na een periode van quarantaine bleken al deze testen negatief. De protocollen opgesteld voor het jeugdwerk werden correct nageleefd en zorgden voor een onverhoopt succes!

JOMBA & Kazou Lokal

Ook de JOMBA-vakanties en de Kazou Lokal-initiatieven vielen deels in het water. De uitgewerkte protocollen voor de zomer lieten, tot onze grote opluchting en blijdschap, toe om JOMBA-deelnemers op te nemen in de gewone protocollen met extra aandacht voor het belang van een goede hygiëne bij onder andere verzorging. Hoewel een groot deel van onze JOMBA-deelnemers als risicodoelgroep wordt beschouwd in functie van corona, konden we hen toch laten genieten van het binnenlands aanbod. Dit gold ook voor deelnemers ouder dan 18. Ook hier dienden we alle buitenlandse vakanties verder dan 150 km van de Belgische grens te annuleren. Bovendien zagen sommige deelnemers zelf af van deelname, omdat ze in een voorziening verblijven en andere bewoners niet onnodig in gevaar wilden brengen.

Ook de Kazou Lokal-werking werd beïnvloed door corona. In samenspraak met de partners waarmee deze initiatieven worden georganiseerd, werd er bekeken of de veiligheid voor alle betrokken partijen kon worden gegarandeerd. Voor heel wat initiatieven bleek de implementatie van de protocollen niet mogelijk. Deze werden tot onze grote spijt geannuleerd. Heel wat vrijwilligers werkten echter een alternatief uit voor een aantal Kazou Lokal-initiatieven. Zo ontstonden

er acties die zonder de aanwezigheid van monitoren toch spel en ontspanning mogelijk maakten.

Gesterkt het najaar in

De straffe realisaties tijdens de zomervakantie sterkten Kazou (en het jeugdwerk in het algemeen) in het opnieuw plannen van jeugdwerkactiviteiten. Dit met de nodige maatregelen op zak en vertrouwend op een gedragen verderzetting van deze aanpak. Vormingen, jaarwerking en winteraanbod gingen van start, steunend op de opgedane ervaringen en met gezondheid als prioriteit bij de organisatie ervan. Helaas kwam er toen een tweede golf van coronabesmettingen op ons af. Herfstvakantie en kerstvakantie werden gelimiteerd tot activiteiten voor min 12-jarigen zonder overnachting en Kazou diende alle cursussen en vakanties te annuleren. Opnieuw een mokerslag die we als organisatie moesten opvangen. De tweede weekends van de flexibel omgevormde cursusweken moesten opnieuw gepland te worden, wintervakanties geannuleerd en terugbetaald. Tegelijkertijd kijken we met de organisatie optimistisch naar de volgende vakantieperiodes en schakelen we voorlopig terug naar digitale activiteiten, vormingen en vergaderingen.

2021

Kazou kijkt hoopvol naar 2021, maar we zijn niet naïef. We weten wat de uitdagingen zijn en nemen de verworven kennis mee in de planning, aanpassing en organisatie van onze werking. Het doel is echter wel om vanaf 2022 opnieuw te streven naar een normale werking, naar de deelname-, vorming- en jaarwerkingscijfers die we vooropstelden de vorige beleidsperiode. Naast de algemene uitdagingen, wachten we af wat de impact zal zijn de komende jaren wat betreft de instroom en doorstroom van vrijwilligers (zie onder) en de impact van corona op onze JOMBA- en Kazou Lokal- deelnemers. Want hoewel we ook voor JOMBA-vakanties en Kazou Lokal-initiatieven volop inzetten op creatieve manieren om deze zoveel mogelijk te laten doorgaan, zijn deze - meer nog dan onze gewone vakanties - onderworpen aan de mogelijkheid om de protocollen en veiligheid te garanderen. Verschillende parameters maken deze vakanties en initiatieven uitdagend. Zoals vermeld onder het luik 'Bereik' zullen beide doelgroepen gevoeliger zijn voor de impact van corona, maar kunnen we de komende jaren met respect voor de bestaande protocollen beter inspelen op de alternatieven waar in 2020 reeds de basis voor werd gelegd.

Corona in de toekomst

We kunnen de toekomst vooralsnog niet voorspellen. Wel kunnen we rekening houden met trends en inno-

vaties die we vandaag al vaststellen. Trendwatchersbureau Trendwolves voorspelt ook de komende jaren 'Wandermust': ondanks corona blijven kinderen en jongeren reizen. Ook bij Kazou verwachten we deze trend en we willen hier zeker op inzetten. Trendwolves gaat uit van een prijsbewust publiek, 62% van de reizigers gaat een vakantie meer prijsbewust 'kopen' dan voor corona. Hier moeten we ons als organisatie zeker bewust van zijn. 46% beschouwt terugbetaalbaarheid als een must bij hun volgende reis, wat voor Kazou geen probleem betekent gezien we als organisatie de pakketreiswetgeving respecteren. Verder voorspelt het trendwatchersbureau dat binnenlandse reizen zullen blijven domineren. "Act like a local" wordt hier de leuze. Reden te meer voor Kazou om te blijven inzetten op ons #Buitengewoonbinnenland. 47% zou volgend jaar in eigen land willen reizen. Dankzij het huzarenstukje van afgelopen zomer kunnen we als Kazou de vruchten plukken van de initiatieven die werden opgezet en een groot succes bleken. Ook veiligheid blijft de komende jaren belangrijk, iets waar Kazou sowieso voor staat in het algemeen en het is bovendien de reden waarom 49% van onze deelnemers zegt opnieuw voor Kazou te kiezen. Ook duurzaamheid, één van onze speerpunten in deze beleidsnota, wordt steeds belangrijker. 69% van de bevroegden voorspelt dat de reisindustrie zal verduurzamen. 48% zal alternatieve bestemmingen bezoeken om drukke vakantiebestemmingen te vermijden. Dit sluit aan bij hoe Kazou reist gezien we meestal niet in de hotspots zitten, tenzij uitzonderlijk tijdens een daguitstap of bij citytrips. Als laatste voorspelt Trendwolves dat wandelvakanties en actieve outdoorvakanties terug helemaal in zullen worden. Ook hierop moeten we durven blijven inzetten. Er wachten ons dus spannende en uitdagende jaren!

CURSUSSEN

Vrijwilligers zijn de sleutel tot het succes en de kwaliteit die Kazou tot nu toe biedt. De tevredenheidsmeting geeft jaar na jaar aan dat kwaliteitsvolle begeleiding een belangrijke parameter is om een vakantie positief te evalueren. Een lagere instroom en minder opgeleide monitoren vergroten het risico op onvoldoende geattesteerde monitoren om onze vakanties kwaliteitsvol te begeleiden én op mogelijke annulaties van vakanties. De vraag naar vakanties vanuit de deelnemers blijft hoog. Minder instroom van vrijwilligers kan een invloed hebben op de doorstroom van onze vrijwilligers op lange termijn en kan een potentieel tekort aan vakantieverantwoordelijken, coördina-

toren en instructeurs veroorzaken. Daarom willen we in dit beleidsplan extra inzetten op het versterken van het vrijwilligers- en het vormingsbeleid. Ook de sterke investeringen in een up-to-date CRM-systeem zijn hier een belangrijk onderdeel van, zodat we een correct beeld hebben van het aantal vrijwilligers en de in- en uitstroom kunnen monitoren. We werken aan binding en betrokkenheid en willen informatie op maat aanbieden aan onze vrijwilligers.

Van annulatie naar transformatie

Ook bij de cursussen vielen de eerste 'coronagedupeerden' reeds in april, toen we de animatorcursussen in de paasvakantie dienden te annuleren. Om en bij de 900 cursisten stonden klaar om in de organisatie te worden ondergedompeld. De jaarlijks noodzakelijke instroom van nieuwe vrijwilligers kon niet doorgaan. De cursussen helemaal niet laten doorgaan was echter geen optie. Onze nieuwe lichter cursisten moest en zou van een zalige ervaring en de nodige vorming genieten om kwaliteitsvolle ondersteuning te kunnen bieden op vakantie. Beroepskrachten en vrijwilligers plooiden zich driedubbel om de cursussen in een andere vorm aan te bieden. De cursus onderging een transformatie: van één week maakten we twee spetterende weekends, eentje vóór en eentje na de zomer, en heel wat sessies werden gedigitaliseerd. Dankzij de goede afspraken met de overheid konden we deze zomer toch cursisten meenemen op stage en hen de mogelijkheid bieden hun traject te vervolledigen in de nabije toekomst. Kazou speelt niet enkel in op de moeilijke realiteit, maar blijft ook lijden onder de gevolgen en moet blijven herorganiseren en herplannen.

Instroom animatorcursussen

Kazou had gepland om in 2020 aan 1231 animatorcursisten vorming te geven. In de krokusvakantie konden de 2 voorziene cursussen doorgaan waarbij 218 cursisten de vorming volgden. Alle cursussen in de paasvakantie (voor 885 cursisten) konden echter niet plaatsvinden. We werkten hard aan een alternatief en gingen aan de slag met de uitzonderingsmaatregelen die de overheid uittekende voor de jeugdsector. Er werden weekends, met een minimum van 15 uur cursus, georganiseerd voor de start van de zomer. Tijdens de zomer liepen heel wat cursisten stage en na de zomer zou hun tweede weekend volgen (maximaal 35 uur cursus). Er tekenden 571 cursisten op deze formule in. Omdat het voor deze cursisten en hun moniploegen niet vanzelfsprekend was om met beperkte kennisbagage op vakantie te gaan, voorzagen we extra tools (filmpjes, coachingsondersteuning, livestreams ...) om hen te ondersteunen. Hun tweede cursusweekend stond gepland in de herfstvakantie,

maar viel omwille van de tweede lockdown in het water. Deze weekends worden opnieuw gepland in het voorjaar van 2021. Ook de voorziene herfstcursussen (128 plaatsen) konden niet doorgaan. Momenteel zijn we volop bezig met de herplanning van de kadervormingscursussen. Naast het focussen op het vervolledigen van de animatorcursussen uit 2020, zetten we ook volop in op het mogelijk maken van de reeds geplande cursussen in 2021. Indien nodig zullen we deze ook deels digitaal of in een alternatieve vorm uitwerken. Hiermee hopen we (deels) het tekort aan instroom van basiscursisten te beperken op lange termijn, maar op korte termijn zal de impact van de vele geannuleerde cursussen in 2020 voelbaar zijn in de werking van 2021.

Doorstroom hoofdanimator- en basisinstructeurscursussen

Kazou had het plan om in 2020 156 cursisten te vormen tot hoofdanimator (HMC) en 75 cursisten te smeden tot basisinstructeur (BIC). Dat lukte maar deels. Slechts 44 personen hebben de HMC-cursus kunnen vervolledigen en slechts 24 personen de BIC-cursus. Voor 2021 plannen we extra HMC- en BIC-cursussen in, naast de reeds geplande cursussen. Op die manier kunnen we zoveel mogelijk cursisten de kans geven in 2021 hun cursus aan te vatten en te vervolledigen en kunnen we de cursisten die hun cursus geannuleerd zagen in 2020 een nieuwe kans aanbieden in 2021.

Bij het zoeken naar een alternatieve aanpak, kozen we ervoor om het geattesteerd vormingsaanbod voorrang te geven op het niet-geattesteerd vormingsaanbod. De animatorcursussen zorgen voor een grote instroom aan vrijwilligers en bijgevolg ook voor binding met onze organisatie. De hoofdanimator- en instructeurscursussen zorgen er op hun beurt voor dat onze werking kwalitatief kan worden verdergezet.

Niet-geattesteerde vormingen

Ook bij de niet-geattesteerde vormingen moesten we tijdens de eerste lockdown een groot deel annuleren. Bij de cursussen die wel nog konden doorgaan, hebben we volop geëxperimenteerd met andere manieren van vorming geven. Zo gingen er heel wat vormingen digitaal door. Ook in 2021 zullen we focussen op de geattesteerde vormingen en waar mogelijk creatief inspelen op de mogelijkheden wat betreft niet-geattesteerde vormingen.

Corona zal ook in 2021 roet in het eten van ons vormingsaanbod gooien. Onze beroepskrachten en vrijwilligers hebben zich echter op korte tijd bijgeschoold tot digitale wizards met digitale vormingen en tools allerhande. Ook de komende maanden willen we onze instructeurs extra ondersteunen bij het online vorming geven. We blijven op zoek gaan naar creatieve manieren, weliswaar coronaproof, om dat te doen.