



**INTERFEDERAAL
GELIJKEKANSENCEENTRUM
SAMENVATTING &
AANBEVELINGEN**

MANAGEMENTSUMMARY - NL

(NAAM)BEKENDHEID

- ▲ De Belgische bevolking heeft algemeen genomen weinig kennis van organisaties die zich bezighouden met de strijd voor gelijke kansen en tegen discriminatie. 58% van de respondenten kan spontaan geen enkele organisatie opnoemen, terwijl 74% geen idee heeft wie als eerste te contacteren wanneer hij/zij zou worden geconfronteerd met een vraag of probleem rond discriminatie. Geconfronteerd met een lijst van dergelijke organisaties, kent nog steeds 22% van de respondenten geen enkele.
- ▲ Het landschap van verenigingen en organisaties die opkomen voor gelijke rechten, integratie, tegen discriminatie en racisme, blijkt heel versnipperd met haast talloze VZW's, stichtingen, samenwerkingsverbanden van vzw's... Vaak gaat het om heel kleinschalige en lokale initiatieven, maar ook internationale en buitenlandse organisaties worden genoemd. De interpretatie van zowel 'organisaties die strijden tegen discriminatie' als van 'discriminatiegronden' is bovendien heel breed: het gaat zowel om organisaties die deze strijd als 'core business' hebben als om organisaties voor wie dit een nevenaspect is; maar ook campagnes, onderzoeksfondsen ... worden gezien als 'organisaties'. Daarnaast worden ook organisaties genoemd die zich bezighouden met geletterdheid, dierenrechten ...
- ▲ Het is dan ook niet verwonderlijk dat ook het Interfederaal Gelijkekansencentrum (IG) algemeen redelijk weinig bekend is: 15% kent het IG spontaan, 9% zegt als eerste het IG te contacteren bij vragen/problemen rond discriminatie. Daarmee is het IG wel de meest genoemde organisatie op haar domein. 21% herkent het IG in een lijst met organisaties. Hier halen alleen de Liga voor de mensenrechten, de Brailleliga en het Kinderrechtencommissariaat een hogere bekendheidsscore (bij Nederlandstalige respondenten halen ook de CAW's een hogere score, bij Franstalige respondenten halen AWIPH en MRAX ook een hogere score). Het IG is beter bekend bij oudere respondenten (55+), hoger opgeleiden en in haar vestigingsplaats Brussel.

MANAGEMENTSUMMARY - NL

- ▲ De exacte naambekendheid is erg laag. De term ‘Interfederaal Gelijkekansencentrum’ of een afkorting komt haast nooit voor. Het IG lijkt ook beter bekend onder zijn vorige benaming ‘Centrum voor Gelijkheid van Kansen en Racismenestrijding’. Ook hier is het echter veelal een verhaal van klok en klepel, met termen die duidelijk maken dat de respondent het centrum bedoelt, zonder het exact te kunnen benoemen. Ook de verschillende bevoegdheden en soms bijhorende namen (vb. Centrum voor armoedebestrijding) vertroebelen de bekendheid van het IG.
- ▲ De vertakkingen van het IG in de Meldpunten Discriminatie in de Vlaamse centrumsteden en in de Espaces Wallonnie zijn nauwelijks bekend.
- ▲ Het IG is niet beter bekend onder de naam van zijn (voormalige) directeurs. Vooral in Wallonië doen weinig van de namen een belletje rinkelen.
- ▲ Al deze zaken maken dat het moeilijk lijkt voor het IG om nadrukkelijk gezien te worden als de absolute referentie op haar actieterrein.

KENNIS BEVOEGDHEDEN

- ▲ De kennis over het IG is hoofdzakelijk gemedieerde kennis uit ‘tweede hand’, waarbij vooral de media belangrijk zijn: 76% van de respondenten kent het IG via berichten in de media; 12% hoorde van het IG via familie, vrienden of collega’s en 13% werd over het IG geïnformeerd door een andere organisatie. Slechts 6% van de respondenten die het IG kennen, heeft al persoonlijk contact gehad met het centrum.
- ▲ Aangezien het IG relatief weinig bekend is en de respondenten weinig concreet in aanraking komen met het centrum, is ook de kennis van het IG vrij beperkt. Op een schaal van 0 (‘Ik ken het IG alleen van naam’) tot 10 (‘Ik ben op de hoogte van alles wat ze doen’) is het gemiddelde 3/10, waarbij 24% score 0 geeft en 67% een score lager dan 5.

MANAGEMENTSUMMARY - NL

- ▲ Als de belangrijkste taken van het IG worden dan ook vooral vrij algemene taken vermeld, al is ook hier een grote versnippering merkbaar, die wijst op een weinig duidelijk beeld van de taken en bevoegdheden van het IG.
- ▲ Die onduidelijkheid wordt bevestigd wanneer de respondenten wordt gevraagd aan te geven met welke problemen ze volgens hen kunnen aankloppen bij het IG. Het IG wordt in eerste instantie gezien als een instelling waartoe men zich wendt met problemen rond de tweespalt 'autochtoon/allochtoon' en religie/levensbeschouwing.
- ▲ Daarnaast is het niet duidelijk welke bevoegdheden wel en niet onder het IG vallen: geslacht en taal worden verkeerdelijk wel geacht tot de bevoegdheid van het IG te behoren, terwijl effectieve bevoegdheden als leeftijd, gezondheidstoestand en inkomen niet worden gezien als behorend tot het IG takenpakket.
- ▲ Opvallend (en problematischer) is dat ook de specifieke doelgroepen van het IG niet significant beter op de hoogte zijn van het feit dat ze zich bij discriminatie met betrekking tot hun specifieke situatie tot het IG kunnen wenden.

EVALUATIE

- ▲ In lijn met de beperkte bekendheid is de algemene indruk over het Interfederaal Gelijkekansencentrum vrij neutraal. Op een schaal van 0 ('zeer negatief') tot 10 ('zeer positief') ligt het gemiddelde bij 5,6. Wie al persoonlijk contact had met het IG heeft een significant betere indruk (7/10). Het IG laat ook een betere indruk na op wie zich in het centrum of veeleer links in het politieke spectrum situeert en toleranter is tegenover de discriminatiegronden waarop het IG zich richt. Ook jongere en hoger opgeleide respondenten hebben een iets betere indruk.

MANAGEMENTSUMMARY - NL

- ▲ De ‘Net Promotor Score’ (NPS) geeft aan in welke mate de respondenten het IG zouden aanbevelen aan anderen wanneer die zouden geconfronteerd worden met problemen of vragen rond discriminatie of gelijke kansen. De NPS wordt uitgedrukt in een cijfer tussen -100 en +100. Bij de Belgische bevolking bedraagt die score -25. Ook dit cijfer duidt op een veeleer neutrale houding met weinig uitgesproken voor- of tegenstanders.
- ▲ Het IG wordt uitgesproken positief geassocieerd met de begrippen ‘hedendaags’ (68%), ‘bemiddelend’ (67%), ‘deskundig’ (66%) en ‘laagdrempelig’ (65%). ‘Deskundig’ en ‘Laagdrempelig’ zijn imagobouwers, eigenschappen die het IG aandachtig moet bewaken.
- ▲ Meer gepolariseerd en problematischer zijn de associaties ‘neutraal en evenwichtig’ (58%), ‘onpartijdig’ (57%), ‘onafhankelijk’ (54%) en ‘efficiënt’ (53%). Dit is een aandachtspunt omdat respondenten deze kenmerken nadrukkelijk als ‘heel belangrijk’ bestempelen voor een instelling als het IG. Deze eigenschappen zijn samen met ‘dichtbij de mensen’ imagobrekers, eigenschappen die het IG proactief moet proberen te verbeteren.
- ▲ Alle respondenten kregen ook een attitudeschaal over het IG voorgelegd. 60% van de respondenten vindt dat België nood heeft aan een instelling als het IG (22% geen mening). Anderzijds vindt 43% dat het geld dat naar het IG gaat beter voor andere zaken zou worden gebruikt. Wanneer we deze items kruisen kunnen we als bijkomende maat voor relevantie van het IG de omvang van de groep ‘believers’ bepalen; dit zijn respondenten die het eens zijn met de eerste stelling en oneens met de tweede: 26% van de respondenten zit in deze groep.
- ▲ Het IG wordt ook hier ingeschat als een instelling met een grote expertise op het vlak van gelijke kansen (49%, 33% geen mening).
- ▲ Ook hier leeft de indruk dat het IG een instelling is die ‘er vooral is om allochtonen te helpen’ (51%, 27% geen mening) en wordt de neutraliteit van het IG toch in vraag gesteld (‘Het IG neemt discriminatie tegen sommige bevolkingsgroepen ernstiger dan tegen andere’: 51%, 32% geen mening). Tenslotte leeft ook de indruk dat het IG te ver af staat van de dagelijkse leefwereld van de mensen (47%, 29% geen mening).

MANAGEMENTSUMMARY - NL

INFORMATIE EN COMMUNICATIE

- ▲ Slechts weinig Belgen zoeken wel eens informatie op over gelijke kansen, diversiteit of discriminatie: 75% doet dit nooit of bijna nooit, 20% hooguit af en toe.
- ▲ Bijgevolg (en natuurlijk ook gezien de relatief lage bekendheid van het IG op zich) zijn de informatie- en communicatiekanalen van het IG weinig bekend. 52% geeft aan geen enkel infokanaal te kennen. De website (21%), informatiebrochures en -folders (19%) en campagnes (19%) van het IG zijn de meest gekende kanalen en communicatie-uitingen van het IG.

EENDUIDIG IN VORM
EENDUIDIG IN FUNCTIE
INCLUSIEF

IG AANBEVELINGEN

▲ EENDUIDIG IN VORM

Het Interfederaal Gelijkekansencentrum functioneert in een versnipperd landschap met erg veel kleinschalige en lokale initiatieven. Om hierin zichtbaar te blijven, heeft het centrum nood aan een eenduidige en herkenbare naam en logo, die consequent worden gebruikt. De huidige situatie -met een naam die nagenoeg niemand exact kent, een website waarvan de URL losstaat van de naam van het centrum en een weinig bekend en gebruikt logo- laat veel ruimte voor verbetering.

▲ EENDUIDIG IN FUNCTIE

Hoewel dit allicht buiten de beslissingsbevoegdheid van het IG valt, zorgt de versnippering van discriminatiegronden over verschillende instellingen dat het weinig duidelijk is waarvoor men wel of niet terecht kan bij het IG. Indien het onmogelijk is om de verschillende discriminatiegronden onder te brengen in het IG, dan moet er een manier worden gevonden om duidelijker te communiceren over de domeinen waarvoor het IG bevoegd is.

Daarnaast kan op basis van de resultaten ook de vraag worden gesteld welke rol het IG moet spelen in relatie tot de talrijke organisaties en verenigingen die op hetzelfde terrein actief zijn. Uit het onderzoek blijkt dat het IG moeite heeft zich te profileren als 'dé' referentie tussen deze eerste lijn 'concullega's' die vaak erg lokaal werken en dus dicht bij hun leden/doelgroep staan. Het IG zou met zijn erkende expertise kunnen overwegen zich (nog) meer te richten op de tweede lijn om zo deze (grassroot) organisaties te ondersteunen en/of overkoepelen.

▲ INCLUSIEF

Het Interfederaal Gelijkekansencentrum wordt in eerste instantie gezien als een instelling die zich bezighoudt met het spanningsveld 'autochtoon/allochtoon' en daarin niet altijd even neutraal, onpartijdig of onafhankelijk optreedt. Dit straalt negatief af op het imago van het centrum en maakt dat de andere taken van het centrum (cf. vorige punt) op de achtergrond verdwijnen en dat de autochtone bevolking minder het gevoel heeft dat ook zij terecht kunnen bij het centrum. Met 'inclusief' bedoelen we hier dan ook dat het centrum zich best ruimer profileert om de voeling met de 'eigen' bevolking niet te verliezen.