

	1
1. Voortraject	2
2.1 Succesfactoren & voorwaarden	2
2.2 Aanvraagdossier	9
2.3 Partners	10
2.4 Merkenbeleid	14
2. Implementatie	16
3.1 Werkgroepenstructuur	16
3.2 Communicatie & marketing	25
3.3 Integratie andere passen en lidmaatschappen	30
3.4 Hardware & software	31
3.5 Partnerwerking	36
3.6 Helpdesk	41
3.7 Opleidingen en kennisdeling	42
3.8 Overeenkomsten	44
3. Operationeel	45
4.1 Meer, trouwer en nieuw publiek	45
4.2 Sociale duurzaamheid	49
4.3 Regionale uitbreiding	56
4. Bijlagen	59
5.1 Aanvraagdossier	59
5.2 Richtlijnen kaartontwerp	70
5.3 Werkgroepenstructuur	73



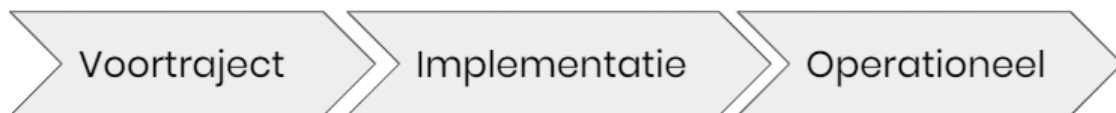
1. Inleiding

Bedankt voor je interesse in UiTPAS. Met deze map heb je een leidraad in handen voor het vervolledigen van het aanvraagdossier om het UiTPAS-programma op te starten in je gemeente, stad of regio.

We loodsen je door alle facetten van UiTPAS en geven zo veel mogelijk tips, praktijkvoorbeelden en inspiratie.

Model UiTPAS-traject

Voor een goede opstart en opvolging van UiTPAS moet je een aantal fases doorlopen. Onderstaand model toont de verschillende fases van het UiTPAS-traject. In deze map bespreken we per fase de belangrijkste stappen die erin uitgevoerd moeten worden.



Heb je na het lezen van deze map nog vragen? Neem contact op met publiq via contact@uitpas.be.

2. Voortraject

De fase van het voortraject is het moment om alles op een rijtje te zetten en te onderzoeken of je als gemeente, stad of regio aan de voorwaarden voldoet en over de noodzakelijke kritische succesfactoren beschikt om het project te doen slagen. Beide komen samen in het aanvraagdossier dat een gemeente/regio indient om te starten met UiTPAS.

2.1 Succesfactoren & voorwaarden

De Vlaamse Regering heeft een aantal **specifieke voorwaarden** opgesteld om te kunnen starten met UiTPAS.

Als je als gemeente, stad of regio voldoet aan een deze voorwaarden, met name:

- *solidaire kostendeling 20-40-40;*
- *doelgroepcriteria gebaseerd op het statuut verhoogde tegemoetkoming en collectieve schuldenregeling;*
- *aanwezigheid van een lokaal netwerk (afsprakennota vrijetijdsparticipatie van mensen in armoede);*
- *voldoende aanbod en een regionale intentie en visie;*

dan zal jouw aanvraag tot de implementatie van UiTPAS worden goedgekeurd en kan je versneld starten. Afwijkingen zijn in beperkte mate mogelijk, maar moeten gemotiveerd worden.

Daarnaast zijn er een aantal **factoren** die je helpen om van UiTPAS een succes te maken. Namelijk het hebben van:

- *een geïntegreerd vrijetijdsbeleid*
- *een geïntegreerd participatiebeleid*
- *een divers en uitgebreid aanbod*
- *een projectplan*
- *een visie op intergemeentelijke samenwerking*

1. Geïntegreerd vrijetijdsbeleid

Om UiTPAS alle kansen op slagen te geven is het vereist dat de betrokken lokale besturen werk maken van een geïntegreerd vrijetijdsbeleid. In lijn met het geïntegreerd planningsinstrumentarium dat de Beleids- en beheerscyclus (BBC) biedt, veronderstelt dit dat de verschillende vrijetijdsdiensten van het lokaal bestuur optimaal hun beleid en acties op elkaar afstemmen. Ook de

communicatie over UiTPAS dient op een geïntegreerde manier aangepakt te worden.

Strategische en operationele afstemming

Bedenk hoe elke dienst betrokken kan worden bij het vrijetijdsbeleid en het gebruik van UiTPAS. Organiseer een informatiemoment voor elke dienst en/of spreek met elke dienst apart af om UiTPAS specifiek per sector toe te lichten. Zorg voor een partner in elke dienst die het project zal opvolgen en het aanspreekpunt zal zijn voor andere ambtenaren en inwoners van je stad of gemeente.

Deze diensten moeten minstens betrokken worden:

- *Cultuurdienst*
- *Jeugddienst*
- *Sportdienst*
- *Welzijn: OCMW, Sociaal Huis, niet-gemeentelijke armoedeorganisaties*
- *Communicatie*
- *IT*

Denk bv. ook aan de volgende diensten:

- *Lokale Ouderenadviesraad*
- *Toerisme*
- *Feestelijkheden / evenementen*
- *Erfgoed*

2. Geïntegreerd participatiebeleid

UiTPAS is een hefboom voor een geïntegreerd en inclusief vrijetijdsparticipatiebeleid, vertrekkend vanuit de noden van mensen in armoede.

UiTPAS streeft hierbij naar een lokaal of regionaal netwerk tussen meerdere actoren waarin het vrijetijdsbeleid op een interactieve wijze wordt opgebouwd vanuit hun gezamenlijke expertise. Dit netwerk bestaat uit minstens de volgende actoren:

- *bestuurlijke actoren (gemeentelijke vrijetijdsdiensten, OCMW)*
- *vrijetijdsorganisatoren*
- *organisaties met als doelgroep mensen in armoede*

Op die manier worden bestaande en nieuwe inspanningen inzake participatiebevordering en toeleiding efficiënter op elkaar afgestemd.

Betrokkenheid van mensen in armoede

Het wegnemen van de financiële drempel, het stigma en het verlagen van participatiedrempels voor mensen in armoede zijn belangrijke doelstellingen van UiTPAS. Om aan te sluiten op de reële noden en behoeften van deze doelgroep is het belangrijk om hen tijdens alle fasen van het project te betrekken.

Via gerichte acties en partners kunnen mensen in armoede betrokken worden:

- ***Lokaal netwerk vrijetijdsparticipatie van mensen in armoede***

De Vlaamse overheid moedigt gemeenten aan om op lokaal vlak een dynamisch beleid uit te bouwen voor personen in armoede. Participatie aan cultuur, jeugdwerk en sport vormt een integraal onderdeel van dat beleid. Op het terrein zelf ervaart men doorgaans zeer sterk de nood om meer samen te werken en te overleggen. Daarom zet de Vlaamse overheid via het Participatiedecreet in op de creatie van lokale netwerken personen in armoede. Deze netwerken krijgen als opdracht de participatiedrempels voor personen in armoede op het vlak van cultuur, jeugdwerk en sport weg te werken.

In overleg tussen de gemeente (gemeentelijke diensten bevoegd voor vrije tijd), het OCMW en organisaties en/of verenigingen die mensen in armoede in hun werking als doelgroep hebben, wordt een afsprakennota opgemaakt en ingediend bij de Vlaamse overheid. Die nota is een bondig document waarin beschreven wordt welke acties worden opgezet en hoe de middelen zullen worden verdeeld. Dēmos kan je helpen om dat overleg te stroomlijnen en tot een gezamenlijke visie te komen. In het kenniscentrum kan je voorbeelden vinden van verschillende lokale netwerken.

Het is de bedoeling om lokale afstemming en wederzijdse bevruchting te stimuleren voor de initiatieven en de middelen die worden ingezet voor mensen in armoede. Daarom wordt aan de gemeenten gevraagd een bedrag in te brengen dat minstens het dubbele is van de jaarlijkse subsidie van de Vlaamse overheid. Het bedrag waarop elke gemeente recht heeft, wordt bepaald door het trekkingsrecht dat gebaseerd is op het aantal inwoners dat recht heeft op verhoogde tegemoetkoming of maatschappelijke integratie.

Lokale overheden kunnen – kosteloos – beroep doen op Dēmos voor informatie en concrete ondersteuning m.b.t. het oprichten, coachen en bijsturen (evalueren) van de lokale netwerken. Geregeld brengen ze lokale netwerken samen voor netwerkbijeenkomsten, praktijkuitwisseling en discussie. Ze zetten dialoog op tussen deskundigen met verschillende invalshoeken, benaderingen en visies. Dat moet lokale dynamieken scherp en efficiënt houden.

Solidaire kostendeling

Eén van de steunpilaren van UiTPAS is het principe van de solidaire kostendeling tussen organisator, lokale overheid en persoon in armoede. Dit betekent dat de kostprijs voor de deelname aan een vrijetijdsactiviteit verdeeld wordt tussen drie partijen. Mensen in armoede kunnen hierdoor steeds aan een transparant en eenduidig kansentarief deelnemen met hun UiTPAS. De duidelijkheid over het kansentarief voor de pashouder staat hierbij centraal.

Als best practice wordt een 20/40/40-verdeling meegegeven, met de vraag om het aantal uitzonderingen zo veel mogelijk te beperken. Mensen in armoede mogen nooit meer dan 25% van de ticketprijs betalen en de organisator moet minstens 10% eigen bijdrage leveren.

Indien het toepassen van het kansentarief omwille van budgettaire ontoereikendheid bij een van de partijen niet langer haalbaar is, zijn er beperkingen mogelijk om het toch beheersbaar te maken. Belangrijk is dat elke afwijking van het basisprincipe gemotiveerd en goedgekeurd wordt in het sturend orgaan van UiTPAS, waarbij mensen in armoede altijd mee betrokken worden.

UiTPAS biedt de mogelijkheid om een beperking in het aantal participaties per persoon bij een specifieke organisatie of een specifieke activiteit in te stellen. Deze beperking kan ook per periode vastgelegd worden. Bijv. 4x/jaar naar de cinema of 1x/maand naar de ijspiste.

Doelgroepbepaling voor mensen in armoede

UiTPAS wordt aan mensen in armoede aangeboden op voldoende laagdrempelige locaties in de gemeente, stad of regio (welzijnsorganisaties, Sociaal Huis, OCMW, bibliotheek, ...). Je kan er bovendien voor opteren (als de gekozen criteria dat toelaten) om elke rechthebbende standaard een brief op te sturen met de informatie over UiTPAS en de melding dat ze die brief als bewijs kunnen afgeven om hun UiTPAS te verkrijgen.

In overleg met het bestuur, vrijetijdsorganisatoren en doelgroeporganisaties wordt er bepaald wie recht heeft om deel te nemen aan kansentarief.

Het is de bedoeling dat de doelgroep van rechthebbenden op het kansentarief zo gedefinieerd wordt dat mensen in armoede op de best mogelijke manier toegang krijgen tot het vrijetijdsaanbod. Hierbij zorg je er bij voorkeur voor dat de administratieve bewijslast om toekenning te verkrijgen zo laag mogelijk is en er zowel rekening gehouden wordt met de objectieve inkomensgrens als met het werkelijk besteedbaar budget van de aanvrager.

Als best practice wordt de minimale afbakening van het statuut Verhoogde Tegemoetkoming zowel als Collectieve Schuldenregeling meegegeven. De lokale

overheid specificeert op welke manier de criteria zullen bepaald worden en welke factoren hier een rol in spelen.

Drempelverlaging en toeleiding

Binnen UiTPAS worden heel wat organisaties en sectoren betrokken. Vaak kan UiTPAS verder worden aangewend als instrument binnen hun werking en doelstellingen. Daaruit ontstaan vaak toeleidende en drempelverlagende initiatieven en instrumenten.

- ***Drempelverlaging: het aanbod naar de mensen brengen***

Als lokale overheid en/of organisator kan je inzetten op het aanbod naar de mensen brengen door drempelverlagend te werken. Hierbij is het cruciaal om dit te doen in dialoog met mensen in armoede om een goed beeld te krijgen van de drempels die worden ervaren. Om deze dialoog rond drempelverlaging te faciliteren werd het visueel vormingspakket Er op Uit ontworpen. Meer info op <https://www.publiq.be/nl/projecten/kenniswerking/begeleidingen-op-maat/er-op-uit>.

Zo kunnen er initiatieven genomen worden waarbij er specifiek aandacht is voor de communicatie over aanbod van UiTPAS naar kansengroepen toe. Je kan hierbij rekening houden met laagdrempelig taalgebruik, de digitale kloof of de rijke set aan zoekvaardigheden die je nodig hebt om je door het brede en vaak onbekende aanbod te loodsen.

Daarnaast kan je ook inzetten op zichtbare (praktische) drempels die er misschien zijn zoals vervoer, kinderopvang, fysieke toegankelijkheid,...

- ***Toeleiding: de mensen naar het aanbod brengen***

Sommige drempels die mensen ervaren, vergen een intensere en meer persoonlijke begeleiding. Hiervoor zijn toeleiders in verschillende sociale organisaties en/of diensten nodig. Zij kunnen inzetten op een zeer gerichte tot erg persoonlijke communicatie over de werking en bedoeling van UiTPAS en de perspectieven die het instrument biedt. Ook voor de meest geïsoleerde mensen is die informatie soms niet voldoende en kunnen toeleiders van grote waarde zijn door het organiseren van groepsuitstappen, sociaal-artistieke projecten en individuele begeleiding naar de activiteit.

Concrete praktijkvoorbeelden vind je terug op www.publiq.be/uitpas.

3. Divers en uitgebreid aanbod

UiTPAS beoogt de bevordering van deelname aan het **gehele vrijetijdsaanbod in al zijn diversiteit**. Enkel op die manier kan elke potentiële participant aangesproken worden.

Pashouders moeten toegang kunnen krijgen tot een divers en breed aantal vrijetijdsactiviteiten, met aanbod van zowel gemeentelijke actoren als private actoren zoals verenigingen en commerciële organisaties. Daarnaast moeten ook de verschillende domeinen (cultuur, jeugd, sport) vertegenwoordigd zijn.

Er wordt verwacht dat bij de lancering minimaal het gemeentelijk cultuur-, jeugd-, en sportaanbod opengesteld wordt voor UiTPAS.

Elke organisator die instapt, moet voor zijn volledige aanbod het kansentariaf aanvaarden, naar best vermogen punten laten sparen en voordelen aanbieden.

4. Projectplan

In samenwerking met publiek werk je een projectplan uit voor de introductie van UiTPAS. Het projectplan bevat onder meer de volgende aspecten:

- een **organisatieplan** voor de werking van UiTPAS (o.m. aanvraagdossier en infomomenten voorbereiden, lokale/regionale afspraken voor het kansentariaf, aanstelling lokale/regionale coördinator, organisaties aansluiten, installatie van stuurgroep en werkgroepen, uitrusting, communicatie- en marketingacties)
- een **financieel plan** (o.m. bestaande en bijkomende financieringsbronnen, communicatie en marketing, tussenkomsten mensen in armoede, hardware). Neem contact op met publiek voor een gedetailleerde kosteninschatting.
- een **planning** met voorziene datum van lancering en eventuele extra instapmomenten voor bijkomende organisaties en verenigingen of gemeenten die zullen aansluiten (reken op minimaal zes maanden om de voorbereiding tot lancering tot een goed einde te brengen)

5. Intergemeentelijke samenwerking

Door intergemeentelijke samenwerking kan je veel meer mensen bereiken, creëer je een werkingsgebied met een ruimer en meer uitgebreid vrijetijdsaanbod en stimuleer je participatie over de grenzen van de gemeenten heen. Bekijk daarom met welke gemeenten je kan samenwerken binnen de regio en hoe die samenwerking in een formele of informele werkingsstructuur gegoten kan worden. Misschien maak je wel aanspraak op subsidies via het Decreet

Bovenlokale Cultuurwerking? Hierbij kan het [OP/TIL](https://www.cultuuroptil.be/) je op weg helpen (<https://www.cultuuroptil.be/>).

Onderzoek eveneens hoe zal worden omgegaan met de toetreding van nieuwe besturen tot de UiTPAS-regio. Zie ook [4.3 Regionale uitbreiding](#) (p. 56).

Als je UiTPAS wil introduceren als een regionale vrijetijdskaart, dan kan het handig zijn om ook al na te denken hoe er op het vlak van communicatie en aanbod in de regio kan samengewerkt worden. Neem contact op met publiek indien je meer informatie wenst over regionale vrijetijdscommunicatie.

2.2 Aanvraagdossier

Wanneer je als stad, gemeente of regio voldoet aan de voorwaarden, kan je een dossier indienen om te starten met UiTPAS. Je kan twee maal per jaar een dossier indienen om toe te treden tot UiTPAS. Een beoordelingscommissie bepaalt op basis van de ingediende dossiers welke gemeenten, steden of regio's in aanmerking komen. De beoordelingscommissie zal een gemotiveerd advies aan de Raad van Bestuur van publiek formuleren, die op haar beurt de eindbeslissing neemt en de volgorde van de uitrol bepaalt.

Op <https://www.publiek.be/nl/projecten/uitpas/uitpas-in-jouw-stad-of-gemeente> vind je de indiendata en meer informatie over de procedure.

Neem contact op met publiek voor ondersteuning bij de invulling van het dossier.

Je kan een blanco versie van het dossier raadplegen via [5. Bijlagen](#), op p. 59.

2.3 Partners

Aan al de toelatingsvoorwaarden voldoen lijkt misschien een onbegonnen zaak. Staat jouw gemeente, stad of regio nog niet zo ver of ondervind je nog een aantal struikelblokken vooraleer je aan de slag kan?

Deze organisaties staan voor je klaar om je op weg te helpen:

1. publiq

publiq is **specialist in vrijetijdscommunicatie en vrijetijdsmarketing**.

Onze ambitie: (meer) mensen (meer) goesting in (meer) cultuur en vrije tijd geven.

Meer mensen actief betrekken bij het vrijetijdsleven. Bij publiq maken we met veel passie werk van deze prikkelende missie.

publiq trekt de uitrol van UiTPAS over Vlaanderen. Naast de ontwikkeling en het onderhoud van het technisch platform, voorzien wij ook in gratis begeleiding om jouw gemeente op weg te helpen of door te verwijzen binnen het brede UiTPAS-landschap.

Meer info op www.publiq.be/uitpas

2. Dēmos

Dēmos is het kenniscentrum voor participatie van kansengroepen aan cultuur, jeugd en sport. Dēmos draagt via onderzoek, ontmoeting, publicaties, vormingen, bij aan de ontwikkeling van beleid en praktijken, vooral met een focus op groepen en praktijken die ondervertegenwoordigd en onderbelicht zijn in onze samenleving.

UiTPAS wil als integraal programma de vrijetijdsparticipatie verbreden en verdiepen. Daarbij worden extra inspanningen geleverd naar mensen in armoede, een uitdaging waarvoor al veel ervaring werd opgebouwd, verzameld én ontsloten via Dēmos .

Binnen het participatiedecreet is **Dēmos o.a. actief rond het ondersteunen van steden & gemeenten bij het uitbouwen van de lokale netwerken vrijetijdsparticipatie**. Het is een manier om via een stevig samenwerkingsverband na te denken en afspraken te maken om de vrijetijdsparticipatie van mensen in armoede aan te pakken. Het is meteen een stevige basis om een geïntegreerd participatiebeleid op poten te zetten, een van de criteria die afgetoetst wordt bij de invoering van een UiTPAS. De Vlaamse Overheid stimuleert deze manier van werken via een trekkingsrecht uit de

Vlaamse participatiemiddelen.

Bij Dēmos kan je ook terecht voor advies en ondersteuning in het uitwerken van specifieke participatieprojecten voor kansengroepen. De Vlaamse Overheid ondersteunt jaarlijks initiatieven waarvoor een dossier wordt ingediend met een projectsubsidie van maximaal 3 jaar. Meer info op <https://demos.be>.

3. Netwerk tegen Armoede

In het Netwerk tegen Armoede werken 59 **verenigingen waar mensen in armoede het woord nemen**, in Vlaanderen en Brussel samen met het uiteindelijke doel armoede en sociale uitsluiting uit te bannen. In de verenigingen staan mensen die in armoede leven centraal. Zij nemen er op alle niveaus het woord. Deze verenigingen kunnen voor ondersteuning van hun werking beroep doen op het team van het Netwerk tegen Armoede. Ook de onderlinge uitwisseling van ervaringen, visies, succesverhalen en leerprocessen tussen de verenigingen is een belangrijke opdracht voor het Netwerk. Op basis van de ervaringen en de meningen van de mensen maken de verenigingen en het Netwerk dossiers op en stappen daarmee naar de overheid, de betrokken diensten, het brede middenveld en de publieke opinie. Ook op juridisch vlak ondernemen ze acties. Dit alles met het oog op armoedebestrijding! Het Netwerk tegen Armoede werkt ook aan de verbetering van de beeldvorming rond mensen in armoede en het wegwerken van vooroordelen.

Bij het Netwerk tegen Armoede kan je terecht voor:

- *Advies over het betrekken van (ervaringen van) mensen in armoede in het project: vanuit het Vlaams Netwerk of via doorverwijzing naar een lokale vereniging.*
- *Inhoudelijke ondersteuning van de lokale vereniging waar armen het woord nemen.*
- *Signaleren van knelpunten naar het Vlaams beleid bij de uitrol met betrekking tot het kansenverhaal voor mensen in armoede.*
- *Vorming voor vrijetijdsorganisatoren via een jaarlijkse vorming.*
- *Vorming op vraag door een vereniging via de expo Er op Uit.*

Meer info op <http://www.netwerktegenarmoede.be/ons-aanbod>.

4. OP/TIL

OP/TIL **stimuleert de geïntegreerde werking van een kwalitatief, duurzaam en divers bovenlokaal cultuurlandschap**. Het steunpunt heeft als doel individuen, organisaties en besturen te ondersteunen bij hun praktijkontwikkeling, subsidieaanvragen en beleidsvisie rond bovenlokale cultuur.

Via het decreet bovenlokale cultuurwerking kan je 2 keer per jaar projectsubsidies aanvragen voor bovenlokale cultuurprojecten. De opstart van een UiTPAS-regio kan hiervoor in aanmerking komen.

Meer info op www.cultuuroptil.be

5. Cultuurconnect

Cultuurconnect is een labo waar bibliotheken, cultuur- en gemeenschapscentra **oplossingen uitproberen voor digitale uitdagingen in het lokaal cultuurbeleid**. Cultuurconnect beperkt zich niet tot bits & bytes maar zet ze in om de doelen van het lokaal cultuurbeleid – participatie, cultuurspreiding, gemeenschapsvorming – door nieuwe technologie te optimaliseren. Als selectiemethodiek hanteert de organisatie een regelmatige projectoproep die de digitale ambities van het werkveld naar boven haalt.

Je kan bij Cultuurconnect terecht voor:

- *Het opzetten en begeleiden van vernieuwende experimenten met een digitale insteek, ook UiTPAS kan daarbij een uitgangspunt zijn.*
- *Als een lokaal proefproject succesvol wordt afgerond en opschaalbaar blijkt, kan het resultaat als een dienst aan andere gemeenten worden aangeboden. Zo help je UiTPAS uitbouwen over Vlaanderen.*

Meer info op <http://www.cultuurconnect.be>.

6. Bataljong

Bataljong (het vroegere VVJ) is een netwerk van **experts op vlak van lokaal beleid voor kinderen en jongeren**. Bataljong verbindt jeugdambtenaren, schepenen van jeugd en jeugdraden. Vanuit haar expertise en nabijheid bij het lokale jeugdbeleid levert de organisatie constructieve bijdragen aan de verschillende overheden bij het maken van beleidskeuzes. Bataljong levert een uitgebreid pakket diensten aan jeugdambtenaren, lokale en provinciale besturen en jeugdraden met onder meer vorming, uitwisseling, begeleiding, advies en publicaties.

Meer info op www.bataljong.be.

7. Netwerk Lokaal Sportbeleid (voorheen ISB vzw)

Het Netwerk Lokaal Sportbeleid (ISB) is de **ledenvereniging en het dienstverlenend kenniscentrum voor het lokaal en regionaal sport-, beweeg- en recreatiebeleid in Vlaanderen en Brussel.**

Netwerk Lokaal Sportbeleid is de ledenvereniging van gemeenten en provincies, sportcentra, zwembaden en recreatiedomeinen en organisaties actief in lokaal sport- en recreatiebeleid. Zij worden vertegenwoordigd door ambtenaren, beleidsmandatarissen en andere professionals actief in sport- en vrijetijdsdiensten of betrokken bij het beleid en beheer omtrent sport en recreatie. Netwerk Lokaal Sportbeleid biedt ook een forum aan bedrijven actief in de sport- en recreatiesector.

Netwerk Lokaal Sportbeleid is een ontmoetingsplatform voor iedereen actief in en betrokken bij lokaal en regionaal sport- en recreatiebeleid en helpt je verder op weg naar een geïntegreerd vrijetijdsbeleid.

Meer info op www.isbkennisbank.be.

2.4 Merkenbeleid

UiTPAS is een sterk en herkenbaar Vlaams label met een specifieke invulling en lokale identiteit. Deze combinatie is zichtbaar in het ontwerp van de kaart zelf, in de *look and feel* en een aantal terugkerende visuele elementen. Een uitgebreide handleiding voor het kaartontwerp is terug te vinden onder [5. Bijlagen](#) (p.70).

Een voorwaarde om gebruik te maken van UiTPAS is een **correcte vermelding van de subsidiërende overheid (de Vlaamse Regering) en het UiTPAS-label**.

De richtlijnen zijn:

- *Lettype & kleurgebruik: vrij te kiezen volgens de huisstijl van de gemeente.*
- *Beeldmerk UiTPAS en Vlaanderen: verplicht gebruik van de logo's volgens onderstaande tabel:*

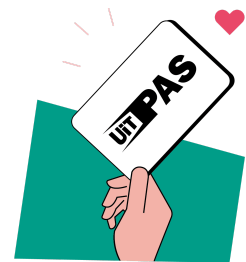
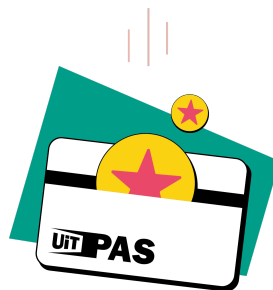
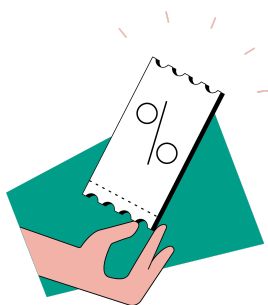
		
UiTPAS-PRODUCTEN		
UiTPAS-kaart	x	x
UiTPAS-zuil	x	/
DRUKWERK		
Affiche	x	x
Folder	x	x
Flyer	x	x
Kalender	x	/
Sticker	/	/
Drukwerk van partners met een strikt lokale werking	/	/
Drukwerk van partners met een bovenlokale werking en/of uitstraling	x	/
ONLINE		
Website	x	x
E-mail notification	x	x
E-mail nieuwsbrief	x	x

Social media	(beschrijving UiTPAS voldoende)	/
--------------	---------------------------------------	---

Opgelet:

- *Het beeldmerk UiTPAS kan alleen worden gebruikt om aan UiTPAS gerelateerde producten, diensten en (al dan niet gesponsorde) aanbiedingen te communiceren.*
- *Het gebruik van de UiTPAS-signatuur impliceert onverkort het toepassen van het kansentarief.*
- *Bij elk gebruik van het UiTPAS-logo voor de vermelding van een UiTPAS-activiteit is het verplicht om tevens het geldende kansentarief (het bedrag dat mensen in armoede voor de activiteit moeten betalen) te communiceren.*

Daarnaast hanteert publiek een **centrale huisstijl en visueel stappenplan** voor B2C-communicatie over UiTPAS. Deze mag vrij gebruikt worden in de eigen communicatiekanalen van de gemeente, stad of regio. Je kan de bestanden downloaden via www.uitpaspartner.be.



3. Implementatie

De implementatiefase is de fase in aanloop naar de lancering van UiTPAS in jouw gemeente, stad of regio. In de implementatiefase worden de verschillende stappen uit het projectplan geconcretiseerd en wordt alles in voorbereiding gebracht voor een vlotte start.

3.1 Werkgroepenstructuur

UiTPAS wordt uitgerold in gemeenten & regio's. De agenda's en onderwerpen zijn in principe dezelfde, alleen dienen bij een regionale samenwerking sommige afspraken te worden gemaakt op regionaal niveau. Naast een aantal noodzakelijke gezamenlijke afspraken bepaal je als regio zelf welke afspraken je op lokaal niveau maakt en welke regionaal worden aangestuurd. Zie ook [4.3 Regionale uitbreiding](#), p.56.

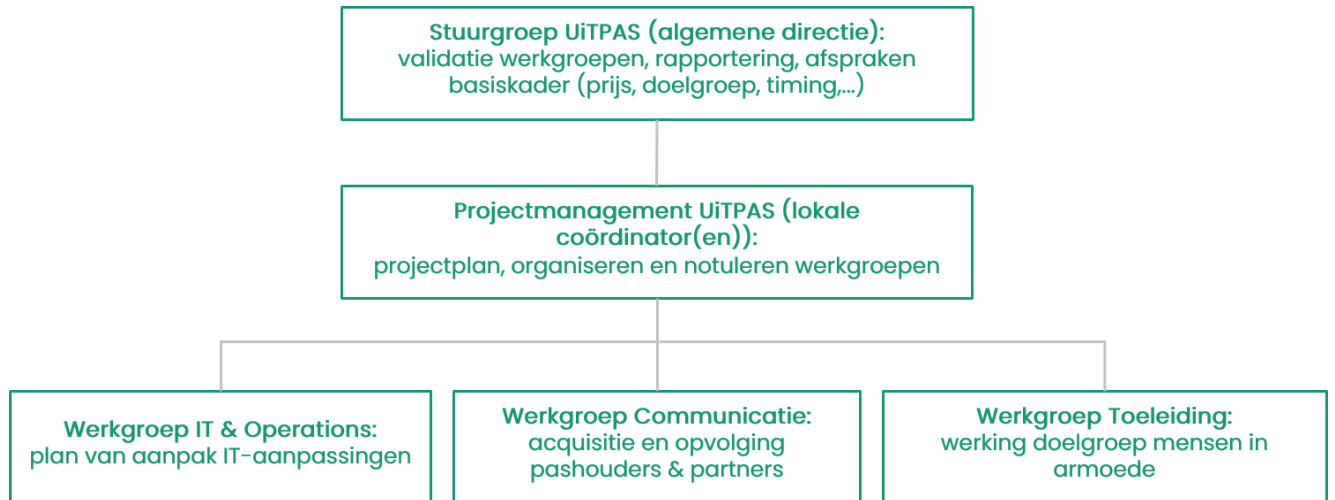
Een goede samenwerking en projectopvolging vereist aandacht voor de samenstelling van de werkgroepen. Hierin moeten de verschillende beleidsdomeinen (minstens cultuur, jeugd, sport en welzijn) vertegenwoordigd zijn. De doelgroep mensen in armoede moet ook een inspraakmogelijkheid hebben over de beslissingen die genomen worden tijdens het volledige traject.

Algemeen zien we nood aan drie verschillende werkgroepen: **communicatie, toeleiding en IT & operations.**

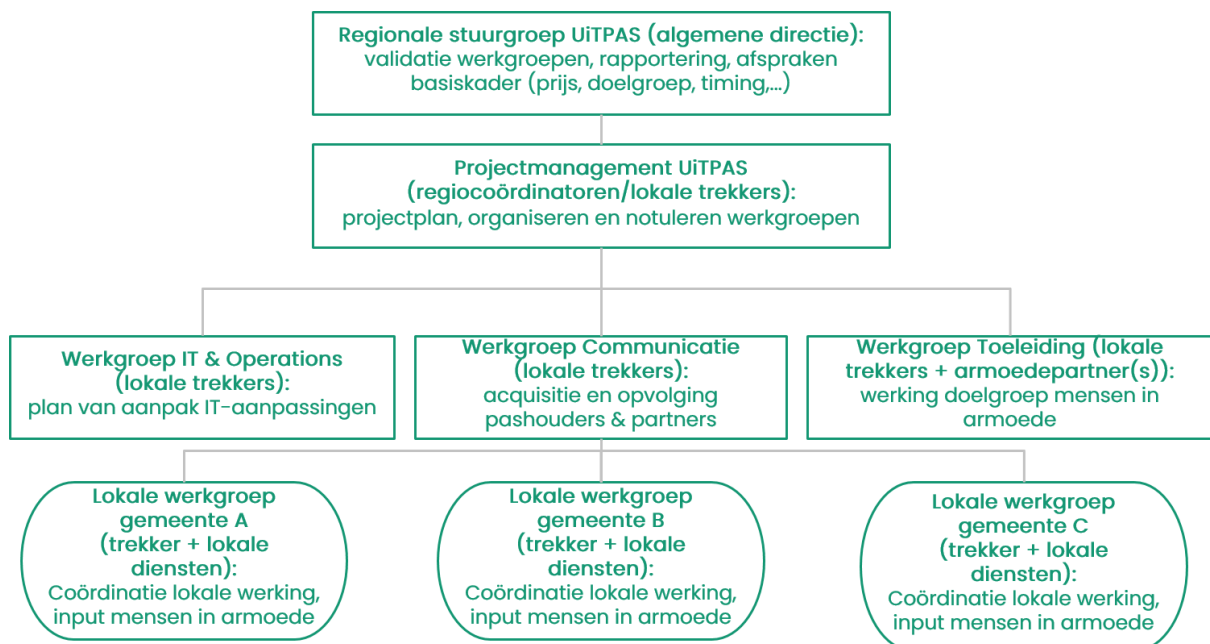
De werkgroepen worden voorbereid en geleid door een (groep van) regionale of lokale coördinatoren, zij zijn verantwoordelijk voor het project management. Een **stuurgroep** waakt over de voortgang van het project en heeft de bevoegdheid om de beslissingen en voorstellen van de werkgroepen te valideren. Wanneer nodig worden budgetvragen en bepaalde afspraken rond regionale samenwerking, doelgroepen, lancering, enz. ook (gebundeld) voorgelegd aan het schepencollege.

Hieronder een schematische voorstelling van de mogelijke werkgroepenstructuur op lokaal niveau en op regionaal niveau:

Werkgroepenstructuur lokaal



Werkgroepenstructuur regionaal



Zie [5. Bijlagen \(p. 73\)](#) voor een meer gedetailleerde versie van de schema's.

1. Stuurgroep

In de stuurgroep zullen de lokale/regionale coördinatoren van UiTPAS rapporteren over de voortgang van de werkgroepen. De stuurgroep valideert de beslissingen die in de werkgroep genomen worden en krijgt hiervoor het mandaat van de lokale overheid.

- **Samenstelling:** *De verschillende beleidsdomeinen moeten zo goed mogelijk vertegenwoordigd zijn. Dit betekent dat minstens iemand uit de cultuur-, jeugd-, sport- en welzijnssector aangeduid moet worden. Daarnaast moet er minstens één gemeentelijke en één armoedepartner uit het middenveld aanwezig zijn.*
- **Op de agenda:**

VOOR DE LANCERING:	
Thema	Taak
Opvolging	- voortgang bewaken tot de lancering
Samenwerking	- regionale afspraken definiëren - flow uitwerken voor financiële afhandeling kansenarieven en kaartverkoop - voorstel helpdesk valideren
Opzet van het systeem	- integratie van andere passen? - nood aan extra software ontwikkelingen? - oplijsting nodige hardware
Organisatoren	- bepaling van de partners en (gefaseerde) instapmoment(en) - contentscope oplistten
Marketing	- prijsbepaling van de kaarten - registratiebalies aanduiden - Voordelenaanbod en puntenkader valideren
Communicatie	- goedkeuren communicatieplan
NA DE LANCERING:	
Thema	Taak
Opvolging	- operationele opvolging, wat loopt goed, wat minder? Welke acties kunnen we hieraan koppelen? - evaluatie, cijfer rapporten, bijsturen

2. Project Management

Het project management staat in voor het opstellen en het opvolgen van het projectplan. Daarnaast zorgt het voor de organisatie van de stuurgroep en de werkgroepen en het opmaken van de verslagen. Tijdens de operationele fase zorgt het project management voor de algemene opvolging van het project.

- **Samenstelling:** de UiTPAS-coördinator(en). Wanneer regionaal: bij voorkeur in samenwerking met de lokale projectvereniging die een trekkende rol speelt en/of met de lokale aanspreekpunten per gemeente.
- **Op de agenda:**

VOOR DE LANCERING:	
Thema	Taak
Algemene opvolging	<ul style="list-style-type: none"> - single point of contact voor publiek; - single point of contact voor de regionale werking van UiTPAS - organisatie en opvolging werkgroepen en stuurgroep - opvolging beslissingen schepencollege - budgetopvolging
Communicatie	<ul style="list-style-type: none"> - uitvoeren algemeen/bovenlokaal deel communicatieplan - uitvoering draaiboek lancering
Systeem	<ul style="list-style-type: none"> - bestelling hardware en kaarten
NA DE LANCERING:	
Thema	Taak
Algemene opvolging	<ul style="list-style-type: none"> - processen rond UiTPAS bewaken en in gang houden; - single point of contact voor publiek; - single point of contact voor de regionale werking van UiTPAS - de aandacht verzekeren voor een geïntegreerde UiTPAS (het kansentariaf is inherent verbonden) met een continue reflex naar het armoedeluik binnen de verschillende processen en producten: opvolgen en bijwonen van een stuurgroep waarin mensen in armoede een vertegenwoordiging hebben - inrichten regionale werkgroep UiTPAS indien regioverhaal - aanwezigheid regionale werkgroep UiTPAS indien regioverhaal - projectverslag en evaluatiedossier opstellen
Organisatoren	<ul style="list-style-type: none"> - contact leggen en onderhouden met de verschillende (lokale) stakeholders: stedelijk, welzijn, verenigingen,

	<ul style="list-style-type: none"> privé-spelers - aanbod van verenigingen, diensten en privé-spelers vertalen voor de verschillende belanghebbenden (andere diensten, stakeholders,...) en er voor zorgen dat dit actief gecommuniceerd wordt naar alle doelgroepen; - verenigingen ondersteunen om een betere communicatie van hun aanbod te verwezenlijken naar alle doelgroepen; - verenigingen ondersteunen bij de invoer van UiTPASaanbod in UiTdatabank en bij het gebruik van het UiTPASprogramma (bv. korte opleiding bij aansluiting van een nieuwe vereniging of bij uitlenen hardware, etc.) - coördinatie van de contacten en realisatie van organisaties die UiTPAS als lidkaart/... willen gebruiken. (jeugdhuizen, scholen,...)
Marketing en communicatie	<ul style="list-style-type: none"> - opportuniteiten zoeken om de UiTPAS onder de aandacht te houden; - Voordelen bedenken en negotiëren, stakeholders coachen in het aanbieden van voordelen voor alle doelgroepen. - zorgen voor passende communicatie op ieders maat van de voordelen en UiTPAS-acties - opname verzekeren van de voordelen in de printcommunicatie van de stad/gemeente - opmaak van folder met oplistijng van voordelen - opmaak van gelegenheidsdrukwerk (flyer met tijdelijke actie) - opvolging aanpassing of aanmaak website voor UiTPAS
Toeleiding	<ul style="list-style-type: none"> - ultieme communicatiereflex rond het kansentarief en leesbaarheid - aansturen van de diensten en organisatoren rond toegankelijke communicatie voor mensen in armoede: tekstueel - aansturen van de diensten en organisatoren rond toegankelijke communicatie voor mensen in armoede: vormelijk (niet enkel digitaal) - in contacten naar organisatoren ook werken aan gedragenheid van het kansenverhaal bij de organisator (niet louter technisch) - reflex om mensen in armoede te betrekken bij het proces en de beslissingen - aandacht voor een voldoende aantrekkelijk voordelenpakket naar mensen in armoede - beheer van de onkostennota's van het kansentarief en opvolging van de uitbetaling - zoeken naar opportuniteiten rond toeleiding samen met de armoedeverenigingen in de werkgroep toeleiding
Systeem	<ul style="list-style-type: none"> - de basisinstallatie van de hardware opvolgen en eerstelijnsondersteuning bieden rond UiTPAS-soft-/hardware aan balies en verenigingen;

	<ul style="list-style-type: none"> - opleidingen organiseren rond het werken met UiTPAS-gerelateerde items (gsm's, UiTdatabank,...); - mee de invoer van activiteiten in UiTdatabank met UiTPAS-marker opvolgen en modereren (bewaken van de contentscope) - kaartbeheer: kaartstock opvolgen en bijbestellen indien nodig
--	---

3. Werkgroep Communicatie

Deze werkgroep valt uiteen in twee luiken: B2C- en B2B-communicatie. UiTPAS moet worden bekendgemaakt bij de burger en bij de stakeholders en de vrijetijdsorganisatoren. Gemeentelijke diensten, externe organisatoren, socioculturele- en sportverenigingen moeten allemaal te weten komen wat UiTPAS voor hen kan betekenen.

publiq helpt je bij de eerste vergaderingen graag op weg met de principes van UiTPAS-communicatie. Neem hiervoor contact op.

- **Samenstelling:** *in deze werkgroep zetelen minstens het diensthoofd communicatie en vertegenwoordigers uit de diensten cultuur, jeugd, sport en welzijn. Het is aangewezen om ook een medewerker uit een armoedevereniging en/of een ervaringsdeskundige uit te nodigen om steeds de reflex m.b.t. communicatie naar de doelgroep van mensen in armoede te maken*
- **Op de agenda:**

Thema	Taak
Strategie	<ul style="list-style-type: none"> - aanpak per doelgroep bepalen - Benaming van de pas?
Organisatoren	<ul style="list-style-type: none"> - communicatie-aanpak naar organisatoren bepalen: draaiboek en communicatiematrix - opleidingsmomenten voorzien + aanpak ervan uittekenen
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - verkooppunten en prijsbeleid bepalen - strategie voor events bepalen - voordelenkader uitwerken - welkomstpakket samenstellen - opstellen van marketingplan met bijhorende retroplanning
Communicatie	<ul style="list-style-type: none"> - huisstijl(gids) ontwikkelen - voorstel website ontwikkelen - manier van communicatie rond voordelen bepalen, zowel online als offline

	<ul style="list-style-type: none"> - opstellen van communicatieplan met bijhorende retroplanning
Lancering	<ul style="list-style-type: none"> - lanceringsevenement uitdenken en draaiboek voorstellen - perswerking bepalen
NA DE LANCERING:	
Thema	Taak
Opvolging	<ul style="list-style-type: none"> - operationele opvolging, wat loopt goed, wat minder? Welke acties kunnen we hieraan koppelen? - bewaken van de volledigheid en doorstroom van het aanbod via UiTdatabank - helpdeskproces - recurrente opleidingen organiseren

4. Werkgroep Toeleiding

De werkgroep toeleiding is de lokale motor én het klankbord voor de kanswerking van UiTPAS. De werkgroep formuleert voorstellen en adviezen voor de invulling van de werking van UiTPAS met kansentariaf bij de doelgroep mensen in armoede en geeft feedback op basis van het voorgestelde huiswerk van andere werkgroepen (communicatiewerkgroep / stuurgroep).

- **Samenstelling:** Deze werkgroep bestaat uit vertegenwoordigers van de administratie van de lokale overheid, welzijnsorganisaties en mensen in armoede, OCMW's ad hoc aangevuld met iemand van de dienst communicatie.
- **Tip:** Het lokaal netwerk vrijetijdsparticipatie is een goede basis voor de werkgroep toeleiding.
- **Op de agenda:**

VOOR DE LANCERING:	
Thema	Taak
Doelgroepbepaling	<ul style="list-style-type: none"> - draagvlak creëren of bevestigen - concretisering doelgroepbepaling: <ul style="list-style-type: none"> - bepalen van attesten of procedure om de pas aan te vragen - wat met mensen die 'er buiten' vallen? - wat met mensen voor wie de drempel om een pas aan te vragen te hoog is? - aanvraagplaatsen vastleggen

Solidaire kostendeling	<ul style="list-style-type: none"> - draagvlak creëren of bevestigen: - concretisering solidaire kostendeling: <ul style="list-style-type: none"> - verdeelsleutel bepalen: uniform of afhankelijk van aanbod? - hoe omgaan met beperkingen/budgettaire onhaalbaarheid?
Aanbodstrategie	<ul style="list-style-type: none"> - in kaart brengen waardevol aanbod voor mensen in armoede - voorstellen aanbodstrategie van werkgroep communicatie - welzijnspartners zelf als organisator - hoe omgaan met groepsuitstappen
Communicatieplan	<ul style="list-style-type: none"> - communicatie over UiTPAS zelf - communicatie over aanbod - communicatie vanuit de stad, door de organisator en door de toeliders - mix van online - gedrukte aanbod - mix van algemene vs persoonlijke toelidingsinformatie
Lancering	<ul style="list-style-type: none"> - betrekken van mensen in armoede bij softlaunch - betrekken van mensen in armoede op lancering - lanceren in de eigen armoedeverenigingen
Vorming	<ul style="list-style-type: none"> - vorming rond armoede en tips voor balimedewerkers van aanvraagplaatsen voor een vlotte kennismaking met UiTPAS - vorming voor organisatoren rond armoede en tips om drempelverlagend te werken. - 'Er op UiT'-expo als tool om in dialoog te gaan.
NA DE LANCERING:	
Thema	Taak
Afspraken rond kansentarief	monitoring & evaluatie: <ul style="list-style-type: none"> - evaluatie Doelgroepcriteria - tarieven voor mensen in armoede - participatiegedrag - praktische werking van UiTPAS
Communicatie	evaluatie en bijsturen marketing en promotie: <ul style="list-style-type: none"> - voordelen op maat van mensen in armoede - aangepaste communicatie
Samenwerking	evaluatie van het aanbod door organisatoren en deelnemers:

	<ul style="list-style-type: none"> - bespreken van opgedane ervaringen bij participaties - opzetten van toeleidingsprojecten en sociaal-artistieke projecten - organiseren en evalueren van groepsuitstappen
--	---

5. Werkgroep IT

De werkgroep IT is een beperkte werkgroep die slechts enkele keren hoeft samen te komen in aanloop naar de lancering, maar die het project wel op continue basis mee opvolgt en zorgt voor operationele ondersteuning waar nodig.

- **Samenstelling:** *diensthofd of medewerker IT van elke betrokken stad of gemeente.*
- **Taken:**

VOOR DE LANCERING:	
Thema	Taak
Systeem	<ul style="list-style-type: none"> - kennismaking met de software en installeren van het programma bij de nodige balies - kennismaking met de hardware en installeren van de hardware op de nodige locaties - voorzien van geschikte netwerkverbindingen
Helpdesk	<ul style="list-style-type: none"> - voorstel organisatie helpdesk ontwikkelen
Na de lancering	
Thema	Taak
Systeem	<ul style="list-style-type: none"> - zorgen voor de goede werking van de hardware en de software van UITPAS - jaarlijkse werkgroep ter evaluatie en mogelijke verbetering

3.2 Communicatie & marketing

Een belangrijk onderdeel van de implementatiefase is de communicatie over UiTPAS naar je inwoners en de marketingacties die hiermee gepaard gaan.

“Vanaf wanneer kan ik een UiTPAS kopen?”, “Wat kan ik allemaal met mijn UiTPAS doen?”, “Wanneer heb ik recht op een UiTPAS aan kansentarief?”, “Waar kan ik punten sparen en voordelen opnemen?”, ... Via verschillende kanalen, op verschillende momenten en in functie van verschillende doelgroepen kan je aan deze vragen tegemoetkomen.

Onderstaande informatie bevat een **beknopt overzicht van de belangrijkste elementen van je UiTPAS-communicatie**. Wil je graag meer inzicht in de principes van UiTPAS-communicatie en de bijhorende acties? Neem contact op met publieg voor een meer diepgaande sessie over de principes van UiTPAS-communicatie.

Neem ook eens een kijkje op www.uitpaspartner.be voor praktijkvoorbeelden en documentatie.

1. Communicatiematrix

Lijst de verschillende communicatieproducten op in een communicatiematrix, zowel online als gedrukte media en zowel commerciële als non-profit uitgevers. Bekijk hoe de communicatie over UiTPAS hierin geïntegreerd zou kunnen worden en welke communicatiekanalen er eventueel bijkomen.

Hieronder vind je een voorbeeld van hoe zo'n communicatiematrix er kan uitzien:

Cluster	Kanaal/middel	doelgroepbereik	Distributie	Oplage / Bereik	Opname UiTPAS-info ?
Kanalen lokale overheid	gemeentelijk infoblad	inwoners van de gemeente	door distributiebedrijf	x aantal	elke editie
	gemeentelijke website	inwoners van de gemeente	n.v.t.	online	permanent
	social media	inwoners van de gemeente	n.v.t.	online	x aantal keer per maand
	nieuwsbrief	inwoners van de gemeente	via e-mail	online	x aantal keer per maand
	promomateriaal (flyers, folders, ...)	inwoners van de gemeente	door distributiebedrijf	x aantal	elke oplage

Kanalen regionale projectvereniging	UitTinderregio.be	inwoners van de regio	n.v.t.	online	permanent
Kanalen vrijetijdsorganisatoren	programmabrochure	bezoekers	verzending door de organisatie	x aantal	elke editie
	balie-medewerkers	bezoekers	n.v.t.	n.v.t.	bij elk contactmoment
Kanalen intermediairen (zonder aanbod)	brochures onderwijsinstellingen	leerlingen en hun ouders	door de school	x aantal	minstens jaarlijks
	brochures Sociaal Huis	cliënten	door Sociaal Huis	x aantal	minstens jaarlijks
Lokale media	lokale radio	inwoners van de regio	n.v.t.	regio	voorstel uit te werken
enz.					

2. Marketing en promotie

UiTPAS promoten kan op verschillende manieren, via verschillende kanalen en op maat van verschillende doelgroepen.

Online en offline zichtbaarheid

- **UiTkalender**

Je kan UiTPAS gebruiken als het sluitstuk van de UiT-communicatie (zowel online als offline). Het voegt een activerende factor toe aan het informerende karakter van de Uitkalender. UiTPAS heeft zodoende een gidsfunctie. Het toont bovendien aan mensen in armoede de weg naar activiteiten waar zij aan een sociaal tarief kunnen participeren.

Voor de Uitkalender betekent dit concreet dat het UiTPAS-logo en het geldende kansentariaf aan het activiteitenoverzicht wordt toegevoegd, zoals in het voorbeeld hieronder.

LABO Volwassenen : Schilderen met paletmes

↳ Cursus of workshop ↳ Meerdere kunstvormen
LABO Volwassenen met Matthieu Lobelle

INFO

Waar LABO mu-zee-um
Edith Cavellstraat 10 B
8400 Oostende
↳ Hoe geraak ik hier?

Wanneer MAANDAG 2 december 2019 VAN 10:00 TOT 12:00

Leeftijd 18+

Prijs € 12,0
Kansentariaf voor UiTPAS Oostende: € 2,4

Reservaties Bel naar 059/26.90.64
info@mu-zee-um.be
www.mu-zee-um.be



© Google

UiTPAS



Voor dit event kan je je UiTPAS gebruiken en sparen voor tal van leuke voordelen.

Haal nu je UiTPAS

- **Website**

Voorzie een pagina over UiTPAS op de gemeentelijke, stedelijke of regionale website met praktische informatie over:

- Wat is UiTPAS?
- (link naar) UiTPAS-activiteiten
- Criteria voor UiTPAS aan kansentarief
- Verkooppunten
- Organisatoren
- Welkomst- en omruilvoordelen
- Informatie voor organisatoren
- Privacy en voorwaarden

Aanvullend kan je ook doorverwijzen naar de centrale website www.uitpas.be.

- **Nieuwsbrief & social media**

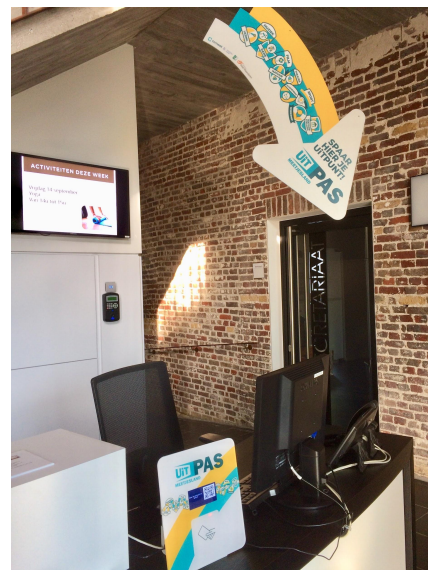
Heb je een gemeentelijke, stedelijke of regionale nieuwsbrief of sociale media-kanalen? Voorzie dan zeker items over UiTPAS, zowel in aanloop naar de lancering maar ook wanneer UiTPAS operationeel is (bijv. omruilvoordelen in de kijker, een interview met een pashouder, x-aantal pashouders of punten gespaard, ...).

- **Organisatoren**

De organisaties die UiTPAS aanbieden zijn vaak de eerste plaats waar mensen met UiTPAS in contact komen. Moedig balie medewerkers aan om mensen zo veel mogelijk te informeren over UiTPAS. Voorzie daarnaast extra materiaal die de zichtbaarheid van UiTPAS vergroot, zoals raamstickers, pijlen, infoborden, zuilen,



UiTPAS Mechelen



UiTPAS Meetjesland

- **Promomateriaal**

Er zijn verschillende manieren om UiTPAS in de kijker te zetten: folders, flyers, mascottes, banners, bakfietsen, ...

Enkele praktijkvoorbeelden ter inspiratie:



UiTPAS Meetjesland



UiTPAS Regio Gent



UitPAS Lier

UitPAS Zuidwest



UitPAS Oostende

- **Lanceringsevent**

Met een lanceringsevent kan je de start van UitPAS feestelijk inkluden en meteen je eerste kaarten verkopen.

Je kan een nieuw event organiseren of inhaken op een bestaand event zoals de nieuwjaarsreceptie, de jaarmarkt, een festival, een cultuurmarkt, ...

3. Communicatie op maat van mensen in armoede

Naast de informatie over en de voorwaarden voor het kansentarief die via de algemene communicatiekanalen verspreid worden (gemeentelijke website, infoblad, flyers, beschrijving van het kansentarief bij UiTPAS-activiteiten, informatie door balie-medewerkers, ...), kan je mensen zeer gericht informeren via:

- *Briefwisseling naar mensen met het statuut Verhoogde Tegemoetkoming of OCMW-cliënteel*
- *Briefwisseling of e-mails naar mensen die recht hadden op korting binnen het oude kortingssysteem (bijv. vrijetijdspas) dat UiTPAS vervangt*
- *Intermediairen (verenigingen waar armen het woord nemen, welzijnsschakels, wijkgezondheidscentra, mobiele dienstencentra, ...) en andere laagdrempelige ontmoetingsplaatsen voor mensen in armoede*
- *Vrijetijdsbeurzen en infomomenten in armoedeverenigingen*
- *Thuisbezoeken*

3.3 Integratie andere passen en lidmaatschappen

Zowel voor het lokaal bestuur als voor de inwoner kan het interessant zijn om andere passen te integreren in UiTPAS. Het zorgt voor **communicatieve en administratieve vereenvoudiging**. Pashouders hoeven slechts één kaart te gebruiken voor verschillende vrijetijdstoepassingen binnen de gemeente.

Zo is UiTPAS in Lier ook de drager voor het lidmaatschap van de vriendenkring van het cultuurcentrum, een sportpas en een jongerenkaart. De UiTPAS is er zelfs de toegangkaart voor de buitenschoolse kinderopvang én de personeelskaart van de stad.

Maak een oplijsting van eventuele andere spaar- of vrijetijdspassen die in omloop zijn (bv. de bibkaart, sportkaart, Grabbelpas, ...).

Ga na welke technologie er voor deze kaarten gebruikt wordt en wat de opties zijn tot integratie met het UiTPAS-systeem.

Meer concrete praktijkvoorbeelden vind je terug op

<https://www.publiq.be/nl/projecten/uitpas/uitpas-als-lidkaart> .

3.4 Hardware & software

1. Soorten toepassingen

Om alle transacties af te handelen, steunt het UiTPAS-programma op verschillende hardware en software toepassingen. Wie welke toepassing gebruikt en waarvoor lijsten we hieronder voor je op.

Organisatoren

Organisatoren die UiTPAS aanbieden geven hun activiteiten in via de **UiT databank**. Op basis van de organisator en de prijs van de activiteit stromen alle nodige gegevens door naar de verschillende UiTPAS-toepassingen om punten, voordelen en het kansentariaf te kunnen toekennen.

The screenshot shows the 'UiT databank' interface. On the left is a red sidebar with navigation options: Home, Invoeren, Zoeken, and a 'BEHEER' section with Valideren (27439), Gebruikers, Rollen, Labels, and Organisaties. The main content area is titled 'BASISGEGEVENS' and shows the event name 'Moppen aan de toog - Ode aan Tony Bell'. Below this is a text box for a description: 'Gebruik een sprekende titel, bv. "Fietsen langs kapelletjes", "De Sage van de Eenhoorn". Een uitgebreide beschrijving kan je in stap 5 toevoegen.' The next section is 'LAAT JE EVENEMENT EXTRA OPVALLEN' with a list of fields: Titel (filled), Beschrijving (filled with a detailed text about Tony Bell), Geschikt voor (filled), Organisatie (filled), and Prijs (filled). Below these are fields for 'Alle leeftijden', 'Vaart', 'Prijs', and 'Basistarief' (9,00 euro). A 'Wijzigen' button is visible. At the bottom, a blue box states 'Dit is een UiTPAS activiteit.'

Lokale of regionale coördinator

De lokale of regionale coördinator is verantwoordelijk voor het instellen van het kaartstelsel en wordt ook wel de kaartstelselbeheerder (KSB) genoemd. De **KSB-admin** is een online toepassing waarin de set-up van het UiTPAS-systeem gebeurt (bijv. omruilvoordelen ingeven, financiële rapporten trekken, kaartnummers genereren, ...).

UiTPAS Kaartsysteem Beheer

Aanmelden met je UiTID-account

Aanmelden

Help

Handleiding
 Contacteer helpdesk
 Status van de systemen

Partners

Basecamp



Vlaanderen
 verbeelding werkt

Baliemedewerker

Een baliemedewerker is iemand die aan het onthaal van een UiTPAS-organisatie zit en die kaarten verkoopt, punten en voordelen toekent en kansentarieven registreert. Deze acties gebeuren via de **balie-applicatie**, een toepassing die kan gedownload worden op je computer.

UiTPAS-nummer
 of Rijksregisternummer

Bevestigen

Geen kaart?
[Zoek een pashouder](#)



Scan de UiTPAS of vul het kaartnummer manueel in.

Nieuwe UiTPAS registreren?
 Start met het scannen van een lege kaart.

[Meld een probleem](#) [Help](#)

Volg ons op [Facebook](#) [Twitter](#) [Website](#)

App versie 20190315120639+sha.95e2cd7

Een baliemedewerker maakt gebruik van bepaalde toestellen om de pashouder punten toe te kennen, voordelen om te ruilen en het kansentarief te geven. Er zijn verschillende mogelijke opstellingen:

- **Computer met NFC-lezer** om punten te sparen en om te ruilen en het kansentarief toe te kennen.



- Computer met **combilezer** (= NFC-lezer + eID-lezer) om kaarten te registreren, punten te sparen en om te ruilen en het kansentarief toe te kennen.
- **Smartphone** met (ingebouwde) NFC-lezer en de geïnstalleerde balie-applicatie om punten te sparen en om te ruilen en het kansentarief toe te kennen. Een smartphone wordt voornamelijk gebruikt bij organisaties waar er geen computer is of die geen vaste locatie hebben.

Pashouder

De pashouder kan op verschillende manieren gebruik maken van UiTPAS, afhankelijk van de actie die hij/zij beoogt.

- **Punten sparen**
 - De pashouder laat zijn **UiTPAS-kaart** inlezen door de balie-medewerker via de balie-applicatie. De balie-medewerker kent het punt toe.
 - De pashouder scant zijn/haar **UiTPAS-kaart** aan een **spaarzuil**. Spaarzuilen worden doorgaans geplaatst op drukke locaties of locaties waar er geen balie-medewerker is.
 - De pashouder scant de QR-code op de **UiTPAS smartphone app** aan een **spaarzuil**.
- **Omruilvoordeel opnemen**
 - De pashouder laat zijn **UiTPAS-kaart** inlezen door de balie-medewerker via de balie-applicatie. De balie-medewerker kent het voordeel toe.
- **Kansentarief opnemen**
 - De pashouder laat zijn **UiTPAS-kaart** inlezen door de balie-medewerker via de balie-applicatie. De balie-medewerker kent het kansentarief toe en neemt het resterende bedrag in ontvangst.

2. Hardware bestellen

De nodige hardware wordt door de lokale overheid zelf besteld en aangekocht. Het staat de lokale overheid vrij een leverancier naar keuze te selecteren. publiek verwacht wel dat de hardware aan de nodige technische vereisten voldoet. Neem contact op met publiek voor meer info over de technische vereisten.

Een tabel met prijsindicaties:

Type	Leveranciers	Richtprijs (excl. BTW)
UiTPAS-kaart	- leverancier naar keuze (zie 5. Bijlagen p. 70 voor richtlijnen voor het kaartontwerp)	€ 1/kaart
Combilezer (eID+NFC)	- leverancier naar keuze	€ 60
kaartlezer (NFC)	- leverancier naar keuze	€ 36
Smartphone	- model naar keuze (minstens 3,5 inch scherm, NFC-lezer, minstens Android 4.4)	€ 120
Spaarzuil	- publiek (via groepsbestellingen op vaste momenten per jaar)	€ 500

3. Software toepassingen

Een overzicht van de software toepassingen en waar je ze kan vinden/downloaden:

Type	Link	Toegang
UiTdatabank	https://www.uitdatabank.be	UiTid
KSB-admin	https://www.uitid.be/uitid/rest/cardsystem/login	UiTid
Balie-applicatie	- Downloadbare versie (2.2.5): http://files.uitpas.be/uitpas_browser.html	UiTid

	<ul style="list-style-type: none"> - Online versie (niet compatibel met een NFC-lezer): https://balie.uitpas.be/app/login - Smartphone versie (Android): https://play.google.com/store/apps/details?id=be.cultuurnet.uitpasmobile&hl=nl - Smartphone versie (ios - apple): https://itunes.apple.com/be/app/uitpas-balie/id1117438672?l=nl&mt=8 	
Smartphone app	www.uitpas.be	pincode

3.5 Partnerwerking

“Het UiTPAS-programma is maar zo goed als de partners die deel uitmaken van de werking.”

Hiermee bedoelen we dat het in de eerste plaats de inhoud en de inzet van de organisatoren is, die ervoor gaat zorgen dat mensen hun UiTPAS zullen gebruiken. Een uitgebreid en gevarieerd aanbod van vrijetijdsactiviteiten, met voldoende spaarplaatsen en leuke omruilmogelijkheden is daarom cruciaal.

Elke organisator die aansluit bij het UiTPAS-programma, verbindt zich ertoe om het kansentariaf toe te kennen op elk van zijn activiteiten. Daarnaast voorziet hij de mogelijkheid aan pashouders om gebruik te maken van het spaar- en ruilprogramma.

Omwille van administratieve en financiële redenen staan organisatoren soms weigerachtig tegenover UiTPAS. Onderstaande tips kunnen helpen om hen te overtuigen:

Informeren

Voorzie zowel infomomenten voor de betrokken adviesraden als meer algemene infomomenten met uitleg over de basisprincipes en de werking van het systeem.

Een *coalition of the willing* binnen de eigen regio of ervaringsdeskundigen uit andere regio's laten vertellen over de meerwaarde van UiTPAS kan helpen om bezorgdheden te counteren en drempels weg te nemen.

Aansluitend op infomomenten is persoonlijk contact belangrijk voor bijkomende uitleg en vragen. Zorg dus voor een duidelijk aanspreekpunt.

Voorzie ook aparte informatie voor verenigingen op je website of via gedrukte kanalen.

Publieksverdieping en -verbreding

UiTPAS kan het middel zijn waardoor je als vereniging je leden en 'klanten' in de watten legt. Je laat hen immers toe om punten te sparen op evenementen van de vereniging.

Wanneer je een omruilvoordeel aanbiedt, bied je enerzijds een cadeautje aan je bestaande leden of bezoekers, anderzijds is je aanbod misschien aanlokkelijk

genoeg om nieuwe mensen over de vloer te krijgen. Zonder veel extra inspanningen, kan er een heel groot potentieel van klanten bereikt worden. Dankzij de geanonimiseerde participatiegegevens van pashouders kan je bezoekersstatistieken raadplegen. Op die manier krijgt een organisatie inzicht in bv. de leeftijd of het geslacht van de pashouder om zo meer gericht aan promotie te werken.

Extra promotie

Werken met UiTPAS vergroot je zichtbaarheid als organisatie en maakt het mogelijk om meer en nieuw publiek aan te spreken. Als lokale overheid moet je dan wel zorgen dat het UiTPAS-aanbod zo breed mogelijk en via tal van kanalen verspreid wordt. Dit kan via de gemeentelijke website, het gemeentelijk infoblad, speciale flyers en folders, een UiTPAS-gids met alle organisatoren, de lokale radio, etc.

- *De activiteiten die ingevoerd worden via de UiTdatabank worden verspreid via meer dan 500 kanalen*
- *UiTPAS-activiteiten krijgen een UiTPAS-logo in de offline en online activiteitenkalenders waardoor pashouders in één oogopslag kunnen zien waar ze hun UiTPAS kunnen gebruiken*
- *Je kan extra promotie voorzien voor UiTPAS-verenigingen via de communicatiekanalen van UiTPAS (website, facebook, artikels in het infoblad, tipsblaadjes, ...)*
- *UiTPAS-verenigingen kunnen via de segmentatietool gerichte mails sturen naar een zelfgekozen publiek (zie ook [4.1 Meer, trouwer en nieuw publiek](#), p. 45)*
- *Dankzij het spaar-en voordelenprogramma van UiTPAS beloon je je trouw publiek en trek je nieuw publiek aan (zie ook [4.1 Meer, trouwer en nieuw publiek](#), p. 45)*
- *UiTPAS kan ook dienen als lidkaart. Dit spaart kosten uit en geeft extra voordelen voor leden (zie ook [3.2 Communicatie & marketing](#), p.25)*

Sociaal engagement

Wanneer een organisator UiTPAS aanvaardt, geeft ze eigenlijk aan dat ze wil werken aan een betere wereld, waarin vrijetijdsparticipatie een recht is voor iedereen. Uiteraard is dit iets waar een organisator mee kan uitpakken. Het is een krachtig signaal dat toont dat de organisator zijn **sociaal engagement** met fierheid toont.

Administratieve vereenvoudiging

Heel vaak zien we dat de organisaties die deelnemen aan een kansenpas zelf onkostennota's moeten opmaken en (vaak per post) versturen naar de instanties die het geld opleggen. Dit werk kan door de invoering van UiTPAS automatisch

gebeuren. Er worden namelijk automatische **financiële rapporten** gegenereerd met de afrekening.

Activiteiten moeten voor UiTPAS worden ingevoerd in de **UiTdatabank**, maar dat moet in de meeste gevallen sowieso voor promotie en publicatie op de gemeentelijke UiTagenda's. Enkel voor lidmaatschappen en kampen (voor leden) is dit een extra, maar dat betreft dan slechts enkele items per jaar.

Bovendien voorziet publiek opleidingen over de invoer van activiteiten in de UiTdatabank. Meer info hierover vind je op <https://www.publiq.be/nl/projecten/kenniswerking/begeleidingen-op-maat/mee-r-publiek-op-je-activiteiten-dankzij-de-uitdatabank>.

Het gebruik van de **UiTPAS balie-applicatie** is vaak een drempel. Maar:

- *De balie app wijst zichzelf uit*
- *Opleidingen worden standaard voorzien door publieq en de UiTPAS-coördinatie*
- *De mobiele balie-applicatie (smartphone/tablet) maakt het registreren van kansentarieven op verplaatsing mogelijk*
- *Je kan ook kansentarieven registreren in bulk (nadien)*
- *Je kan in bepaalde gevallen zelfs met een kansenzuiltje werken. Dit soort zuil is ontwikkeld om het sparen van punten en de aankoop van tickets tegen kansentarief mogelijk te maken met een minimum aan werk voor de baliemedewerker. De baliemedewerker kan dan een kansentarief toekennen zonder dit manueel in de balie-applicatie op te zoeken.*

Financiële bezorgdheden wegnemen

Er zijn verschillende manieren om tegemoet te komen aan financiële bezorgdheden:

- *Wanneer er meer dan 5% leden deelnemen aan kansentarief, vervalt de derving vanuit de vereniging en staat de lokale overheid in voor de volledige derving (vanaf de eerste inschrijving tegen kansentarief na die eerste 5%)*
- *Wanneer een stad of gemeente deelname van kansengroepen als beleidskeuze naar voor schuift, kan dit ook verankerd worden in het subsidiebeleid. Het kan een uitsluitende voorwaarde zijn of net een manier zijn om punten te verdienen in het subsidiedossier.*
- *Koepelverenigingen aansporen om naar hun koepel te stappen en UiTPAS onder de aandacht brengen zodat de koepel kan instaan voor de derving van de organisator.*
- *Mogelijkheid tot beperking van het aantal participaties tegen kansentarief (bv. in Mechelen kan een pashouder met kansentarief max 3x per jaar deelnemen aan een activiteit met basisprijs tussen €100 en €200).*

Ervaring leert dat het makkelijker is om 'professionele' organisaties warm te maken dan de socioculturele- of sportverenigingen (zie ook [3.5 Partnerwerking](#), p.36). Daarom is het belangrijk om partners zo goed mogelijk te ondersteunen door de werklust te beperken of verminderen:

- **onkostennota's**

- *organisaties kunnen zelf uit hun eigen balie de onkostennota downloaden. De UiTPAS-coördinator kan een automatische mail instellen die de organisatie eraan herinnert de onkostennota na te kijken voor uitbetaling.*

- **werken met hardware**

- *je kan als UiTPAS-coördinator overwegen om enkele NFC-smartphones via de uitleendienst aan te bieden.*
- *de smartphone-applicatie wordt gratis aangeboden in de Android Appstore en de Apple Appstore (zie [3.4 Hardware & software](#), p. 31) . Zo kunnen organisaties de app zelf downloaden en op een persoonlijke smartphone installeren. Smartphones met een NFC-lezer of met een camera kunnen de pas ofwel via de NFC-chip of via de barcode uitlezen.*
- *via de browser op je smartphone kan je ook de website <https://balie.uitpas.be> bereiken om manueel het pasnummer in te tikken.*
- *organisaties met inschrijvingsmomenten kunnen het pasnummer noteren om nadien via <https://balie.uitpas.be> het kansentariaf of het aantal punten toe te kennen.*

- **punten toekennen**

Het principe van UiTPAS zegt dat je één punt per vrijetijdsparticipatie ontvangt, ongeacht het soort activiteit. Toch is er nood aan een beetje verduidelijking. Soms kan iemand omwille van praktische redenen niet op een 'normale manier' een punt sparen. Daarom hebben we onderstaand kader voor het toekennen van punten uitgewerkt:

- *Eenmalig aanbod:* *basisprincipe is dat je één punt per participatie bekomt.*
- *Recurrent aanbod:* *bij inschrijven voor een ledenvereniging of voor langlopend aanbod blijven we dit principe hanteren: je spaart tijdens effectieve deelname en niet voor betaalde lidgelden.*
 - *Als een organisator zeker kan zijn dat de pashouder blijft of aanwezig geweest is tijdens de activiteit, kan je de punten in één keer uitreiken. Bv. bij internaatskampen, sport op school, lidmaatschap jeugdbeweging.*

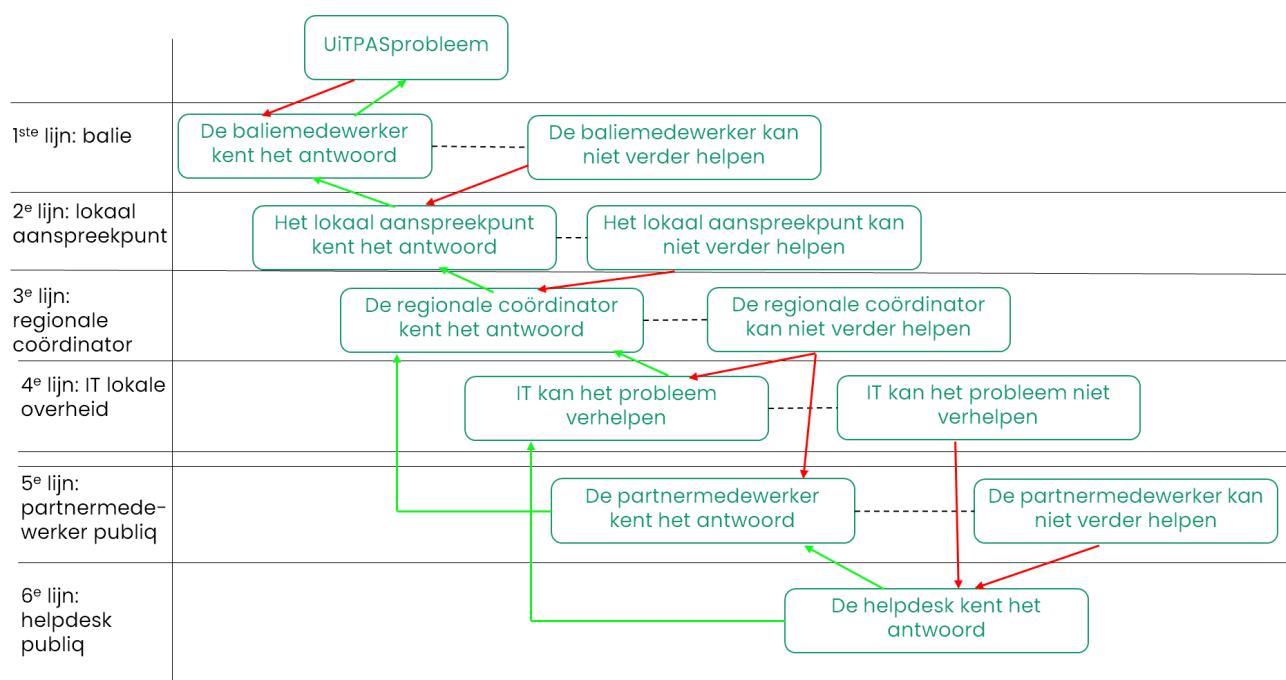
- ❑ *Als een organisator niet zeker kan zijn dat de pashouder blijft of aanwezig geweest is tijdens de activiteit, worden elke dag apart punten gegeven. Bv. bij speelpleinwerking, dagkampen, cursus, etc.*
- *Permanent aanbod:*
 - ❑ *Indien het gratis aanbod betreft, kan je één keer per week een punt sparen. Dit om fraude (en zo ook inflatie) tegen te gaan. bv. bezoek aan de bibliotheek, het lokaal dienstencentrum, de sporthal.*
 - ❑ *Indien het betalend aanbod betreft, kan je bij elke participatie een punt sparen. Je kan een permanent evenement (bv. bezoek aan het zwembad) aanmaken en selecteren op de spaarzuil. De zuil moet wel aan de kassa geïnstalleerd worden.*

Het is mogelijk om lokale afwijkingen in te bouwen, maar die moeten steeds overeenstemmen met de geest van dit reglement en moeten ter goedkeuring worden voorgelegd aan publiq.

- *Policy rond veelspaarders:* *het mag niet de bedoeling zijn dat pashouders in een bevoorrechte positie, zoals baliemedewerkers van het zwembad, elke dag een punt sparen zonder effectief te participeren. Enkel effectieve deelname aan het vrijetijdsaanbod garandeert dat je punten mag sparen. Het is de verantwoordelijkheid van de UiTPAS-coördinator om dit punt onder de aandacht te brengen van de organisatoren. De UiTPAS-coördinator zou eventuele sancties, bv. het blokkeren van de UiTPAS, kunnen treffen.*

3.6 Helpdesk

Vragen van pashouders en organisatoren zullen - wanneer de baliemedewerker zelf het antwoord niet kent - in de eerste plaats terechtkomen bij de lokale coördinator. Indien het een regio betreft, kunnen afspraken gemaakt worden zodat ook de regiocoördinator een stuk van de helpdeskopvolging op zich neemt. Bij voorkeur wordt er gewerkt met een soort van watervalstelsel waarbij de 'hulplijnen' afgelopen worden:



Wanneer het probleem niet opgelost kan worden door de lokale medewerkers, kan publiek gecontacteerd worden om dit verder te bekijken. Wanneer het een technisch probleem betreft (bv. de balie applicatie reageert niet naar behoren, de spaarzuil is defect,...) kan je rechtstreeks contact opnemen met de helpdesk van publiek via info@uitpas.be.

3.7 Opleidingen en kennisdeling

publiq helpt elke UiTPAS-coördinator om het programma te leren kennen en verbetermogelijkheden te zien en toe te passen. Dit gebeurt door middel van continue kennisdeling, begeleiding en het verzamelen van documentatie en best practices. De lokale of regionale UiTPAS-coördinator heeft op zijn/haar beurt de verantwoordelijkheid voor het delen van zijn kennis in de lokale context.

1. Lokale opleidingen

In de implementatiefase zorgen we ervoor dat enkele mensen een trainingssessie volgen om het programma en de UiTPAS-principes rond UiTPAS-communicatie onder de knie te krijgen. Op basis van deze 'train-the-trainer'-methode kunnen deze mensen dan anderen binnen de organisatie opleiden.

De trainingssessies worden éénmalig gratis aangeboden door publiq en omvatten:

- Een **opleiding voor kaartstelsysteembeheerders** waarin de KSB-admin (de backoffice van het UiTPAS-systeem) wordt uitgelegd.
- Een **opleiding voor balie-medewerkers** waarin de balie-applicatie wordt uitgelegd en de verschillende stappen worden doorlopen om kaarten aan te maken, punten en voordelen toe te kennen en kansentarieven te registreren.
- Een **inspiratiesessie rond UiTPAS-communicatie** die je door de basisprincipes van UiTPAS-communicatie loodst en die je op weg helpt voor de werkgroep communicatie.

Naast deze gratis opleidingen, voorziet publiq ook een reeks van betalende opleidingen. Meer info op <https://www.publiq.be/nl/projecten/kenniswerking/begeleidingen-op-maat>.

2. Kennisdeling

We moedigen dialoog aan door verschillende keren per werkjaar uitwisselingsmomenten te organiseren tussen de verschillende UiTPAS-coördinatoren. Deze momenten staan in het teken van overleg over de toekomst van UiTPAS, training over nieuwe features en vorming rond communicatie en marketing.

Via het online platform [Basecamp](#) worden UiTPAS-coördinatoren op de hoogte gehouden over nieuws over UiTPAS, kunnen ze documenten raadplegen en kunnen ze onderling aan kennisdeling doen.

publiq organiseert jaarlijks meerdere kennisevents over UiTPAS en vrijetijdscommunicatie, en houdt geïnteresseerden op de hoogte via de UiTPAS-nieuwsbrief. Meer info op www.publiq.be/UiTPAS en www.uitpaspartner.be

3.8 Overeenkomsten

Bij het gebruik van het UiTPAS-programma werken een hele reeks partners samen. Het is dan ook belangrijk om de wederzijdse rechten en plichten te beschrijven. Bij de aansluiting van nieuwe steden en gemeenten in het UiTPAS-programma moeten we er ook over waken dat de fundamentele afspraken en uitgangspunten van UiTPAS uniform blijven. Daartoe werden er contracten opgesteld die:

- *de relatie tussen publiq en de UiTPAS-stad of -regio beschrijven: [de Basisovereenkomst](#) en de [Algemene Voorwaarden](#)*
- *[de relatie tussen de UiTPAS-stad of -regio en de lokale organisator beschrijven: de Samenwerkingsovereenkomst](#). Aanvullend kan er ook een overeenkomst rond [het gebruiksrecht van de UiTPAS-hardware](#) afgesloten worden. Bij balies waar UiTPAS-kaarten verdeeld worden dienen de medewerkers met toegang een bijkomende [verklaring op eer](#) te ondertekenen.*
- *de relatie tussen publiq, de UiTPAS-stad of -regio en de pashouder omschrijven: de [Gebruiksvoorwaarden](#) en de [Privacyverklaring](#). De gebruiksvoorwaarden bestaan uit een gemeenschappelijk deel, [een lokaal deel](#) en [de algemene voorwaarden](#). Het gemeenschappelijke deel verwijst met een (aan te passen) link naar de andere delen.*

Wil je de overeenkomsten graag in detail doornemen? Neem contact op met publiq via contact@publiq.be.

4. Operationeel

Eenmaal UiTPAS geïmplementeerd is in je gemeente, stad of regio kan je het ten volle inzetten als participatieverhogend en drempelverlagend instrument.

4.1 Meer, trouwer en nieuw publiek

Dankzij **geanonimiseerde participatiegegevens** afgeleid uit het spaar-en ruilgedrag van pashouders leer je als organisatie of lokaal bestuur je publiek beter kennen. Dit uiteraard helemaal GDPR-proof.

De data en inzichten die UiTPAS biedt, maken het mogelijk om het aanbod bij te stellen en te communiceren op maat van elke pashouder. Daarom is het belangrijk dat je pashouders steeds aanmoedigt een punt te sparen en hun e-mailadres te registreren bij aankoop van een UiTPAS. Dit levert heel wat nuttige participatie-info op.

Zo geeft UiTPAS inzicht in:

- *Participatiefrequentie*
- *Participatievoorkeur*
- *Mobiliteit (participatie in eigen gemeente of ook buiten de gemeentegrenzen)*
- *Demografische kenmerken (leeftijd, geslacht, woonplaats, ...)*
- *Socio-economische kenmerken (kansenstatuut)*

UiTPAS biedt verschillende hulpmiddelen om je aanbod bij de juiste doelgroep in de kijker te zetten.

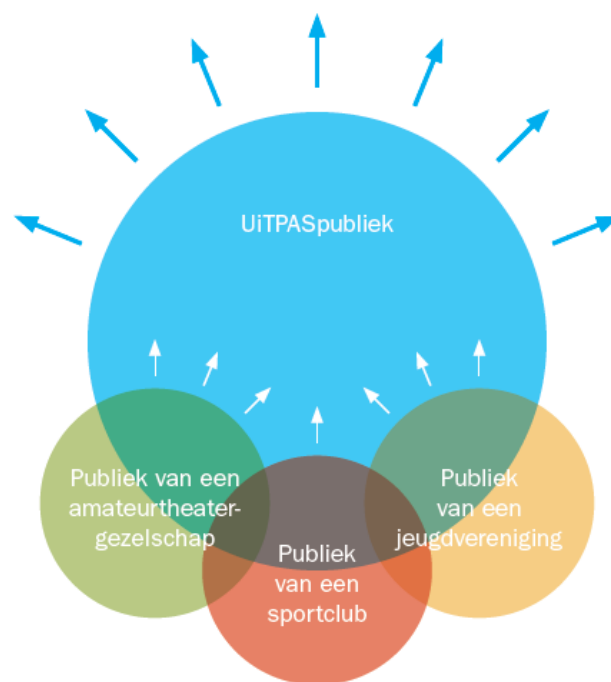
1. Omruilvoordelen

Pashouders sparen punten wanneer ze deelnemen aan vrijetijdsactiviteiten en kunnen die omruilen voor bijvoorbeeld gadgets, consumpties, kortingen en gratis tickets. Elke organisatie die aangesloten is bij UiTPAS kan zelfgekozen voordelen aanbieden en op die manier aan klantenbinding doen en kan nieuw publiek aantrekken.

Dankzij de UiTPAS-voordelen, zoals een gratis ticket of korting, spoort UiTPAS een pashouder aan om iets nieuws te proberen of om een organisatie op een andere manier te leren kennen.

Nieuw publiek aantrekken

Interessante omruilvoordelen aanbieden kan ervoor zorgen dat je uit de cocon van je bestaande publiek breekt. Dankzij de UiTPAS-kanalen communiceer je een voordeel immers niet enkel naar je trouwe publiek, maar ook naar mensen die misschien nog niet van je organisatie hadden gehoord.



Met UiTPAS motiveer je zo potentieel nieuw publiek om voor het eerst bij je organisatie langs te komen. Dit zijn mensen die jij leert kennen, die jou leren kennen en die je nadien makkelijk kan bereiken.

Trouw publiek belonen

UiTPAS is de klantenkaart van het vrijetijdsleven. Telkens wanneer een pashouder een organisatie bezoekt spaart hij een punt.

Een goede mix tussen permanente en tijdelijke omruilvoordelen is hierbij belangrijk. Sommige pashouders sparen hun punten altijd om voor hetzelfde omruilvoordeel, zoals 1 gratis zwembeurt voor 10 punten. Anderen ruilen hun

punten liever in voor een exclusief voordeel voor meer dan 15 punten, zoals een rondleiding achter de schermen, een VIP-arrangement, ...

Aangepaste voordelen op maat van je trouwe publiek zijn hierbij een must. Bereik je vooral mannen van boven de 50 en bied je een ticket aan voor pakweg een workshop zwangerschapsyoga? De kans dat het dan wordt omgeruild door je trouwe publiek lijkt plots bijzonder klein.

Voordelen strategisch inzetten

Het is uiteraard niet de bedoeling dat je inkomsten dalen door in het wilde weg voordelen aan te bieden. Voordelen zijn pas relevant als ze in een strategie passen en zo voor meer return (meer inkomsten, meer/andere bezoekers, meer zichtbaarheid, ...) zorgen.

Zo is het vaste voordeel van **Cultuurcentrum De Werf in Aalst** dat je je eerste ticket gratis krijgt en een 2e ticket voor de helft van de prijs. Dat voordeel geldt echter niet bij alle voorstellingen. Bij het kiezen van de voorstellingen waarop dit voordeel van toepassing is, zorgt het cultuurcentrum ervoor dat het voorstellingen kiest waarvoor de capaciteit van de zaal vaak niet ten volle wordt benut. Het voordeel wordt duidelijk gecommuniceerd als een *teaser*, het verlaagt drempels voor een publiek dat voor een eerste keer kennis maakt met een bepaald genre of een minder bekend gezelschap.



Dit soort aanbiedingen zijn niet enkel weggelegd voor grote spelers. Een goed voorbeeld hiervan is de circus actie van de **Gezinsbond van Lede**. Deze vereniging

organiseerde een vorming circustechnieken, maar de inschrijvingen liepen niet goed. Alle bestaande kanalen werden aangesproken (gemeentelijk infoblad, affiche, flyer, persoonlijke mails, ...), maar de mensen die vaak naar activiteiten van de Gezinsbond komen, gaven verstek.

De Gezinsbondafdeling van Lede opteerde toen voor een omruilactie met UiTPAS. Voor 10 punten kon je een zakje plooi-ballonnen krijgen om thuis verder te oefenen. Dit aanbod werd verstuurd naar alle pashouders via mail en gecommuniceerd via het gemeentelijke infoblad, wat resulteerde in 16 extra inschrijvingen.

16 inschrijvingen van mensen die nooit voorheen een activiteit van de Gezinsbond hadden bijgewoond. Nieuwe bezoekers – en dus ook nieuwe kansen om leden te werven.

Wat is een goede ‘prijs’ voor een omruilvoordeel?

De ‘prijs’ van een voordeel in punten is gebaseerd op gepercipieerde belevingswaarde.

- Bij **minder dan 10 punten** worden vooral de gratis tastbare dingen (cd, dvd, boeken op een boekenverkoop bij de bib, gadgets) en de kortingen op een beleving omgeruild. Een beleving kan van alles zijn: van sportkamp en zwembeurt over lezing tot theaterticket. Deze twee dingen (gratis tastbaar en korting op beleving) doen het merkbaar beter wanneer ze minder dan 10 punten kosten.
- Bij een voordeel van **10 punten** wordt vooral de gratis beleving omgeruild. Dit zijn typisch gratis tickets (tentoonstelling, voorstelling, ...)
- Voor speciale, exclusieve omruilvoordelen kan je rond de **15 punten** vragen. Boven de 15 punten beperk je de groep pashouders die daar wil en kan op ingaan heel sterk.
Bijvoorbeeld: een blik achter de schermen, een boottocht, een Kubbspel, ...
- **Vaste voordelen** zijn heel succesvol. 3 voorbeelden:
 - 10 punten geeft een korting van €2,5 op alle gemeentelijke activiteiten
 - voor 10 punten gratis gaan zwemmen
 - voor 5 punten gaan zwemmen aan €1
 - voor 5 punten een gratis drankje

2. Segmentatiemails

Met de segmentatietool van publiq hebben UiTPAS-regio's- en organisatoren een krachtig communicatie-instrument in handen. De tool maakt het mogelijk om gerichte mailcampagnes naar een zelfgekozen doelgroep te sturen, op basis van participatie- en ruilgedrag van pashouders. Dit is uiteraard volledig GDPR-proof.

Je kan er enerzijds een bestaand publiek mee belonen, maar ook onbekenden motiveren om nieuwe bezoekers van je organisatie te worden.

Tips en handleidingen voor een geslaagde segmentatiemail en praktijkvoorbeelden vind je terug op www.uitpaspartner.be.

4.2 Sociale duurzaamheid

“Voor ons, de armoedeverenigingen, is UiTPAS een belangrijk instrument om mensen in armoede meer toegang te geven tot cultuur en vrije tijd. Cultuur en vrije tijd zijn een basisrecht, het geeft ons momenten van ontspanning, een sociaal leven, laat ons deelnemen aan de maatschappij, stimuleert onze creativiteit en zorgt voor onze ontplooiing als mens. Bij mensen in armoede is dat niet anders. UiTPAS maakt een verschil, en zorgt voor een dynamiek die aanzet tot samenwerken rond toegankelijkheid voor mensen in armoede. UiTPAS zorgt voor kansen...”

Thérèse

Getuigenis van Welzijnsschakel Ommekeer, vereniging waar armen het woord nemen

1. Toeleiding en armoedewerking

Inzet van mankracht op brede adoptie van de kansenwerking van UiTPAS loont

publiq adviseert bij voorkeur een halftijdse VTE om initiatieven en administratieve processen rond kansenwerking op te volgen en te coördineren.

Aanvullend kunnen taken binnen bestaande takenpakketten worden opgenomen van bijvoorbeeld maatschappelijk werkers, vrijwilligers en beroepskrachten in welzijnsverenigingen. Daarbij moeten ook duidelijke engagementen gevraagd worden van de diensten vrije tijd en communicatie. Zo kan een wisselwerking ontstaan met mensen in armoede rond passende voordelen en communicatie.

UiTPAS laat toe om drempelverlagende toeleidingsmethodieken vorm te geven en te evalueren

Om UiTPAS optimaal te laten aansluiten op de noden en behoeften van mensen in armoede is er meer nodig dan alleen een 'kortingskaart'. Je kan als gemeente, stad of regio inzetten op veel verschillende manieren om ook de meest geïsoleerde mensen via UiTPAS te laten deelnemen. We brachten ze onder in 5 categorieën:

- **Creëren en vergroten van gedragenheid van het kansenverhaal bij organisatoren**

- Een **stellingenspel** rond het kansverhaal met alle betrokkenen laat toe om te evalueren in welke regio's de gedragenheid om succesvol met de UitPAS aan de slag te gaan het grootst is en helpt om van gedachten te wisselen over de krijtlijnen waarbinnen de UitPAS tegen kansentarieef kan werken (tarieven, toeleidingskader, kostendeling, voorwaarden en beperkingen, bovenlokaal aanbod,...). Er wordt gewerkt via 12 stellingen waarover iedereen zijn mening kan geven door de stellingen te beoordelen met 0 (akkoord) tot 100 (niet akkoord).
- Door organisatoren van vrijetijdsactiviteiten een **vorming** aan te bieden krijgen ze een beter inzicht in de leefwereld van mensen in armoede, hun participatiedrempels en wat ze daaraan concreet kunnen doen. Deze vormingen kunnen op lokaal niveau (lokale armoedeverenigingen, lokale organisatoren) of op Vlaams niveau (Netwerk tegen Armoede & Demos vzw) plaatsvinden.
- De **expo "Er op Uit"** gaat over drempels die mensen in armoede ervaren wanneer zij willen deelnemen aan cultuur en vrije tijd. Een groep van 10 jongeren, zowel met als zonder armoede-ervaring, ging op stap met een fototoestel. Aan de hand van hun foto's en getuigenissen worden 17 drempels belicht. En vaak zijn deze verrassend makkelijk weg te werken...
De expo, die vertrekt vanuit en wordt gedragen door mensen in armoede, doet voorstellen naar het beleid, reikt drempelverlagende initiatieven aan in een engagementsformulier voor organisatoren.
Meer info op www.publiq.be/nl/projecten/kenniswerking/begeleidingen-op-maat/er-op-uit.



- Heel wat socio-culturele verenigingen, sociale diensten en welzijnsverenigingen zijn niet altijd even vertrouwd met het concrete aanbod, de tarieven, de mogelijkheden, de werking en de voorwaarden van UiTPAS. **Extra infomomenten ten behoeve van verenigingen** kunnen helpen om een breder toeleidingsnetwerk samen te stellen. Er wordt steeds gezocht naar actieve samenwerkingen door de opname van UiTPAS in de communicatie, verspreiding van het UiTPAS-aanbod, discrete doorverwijzingen, tips voor laagdrempelig werken en vormingen en informatie over de werking van de UiTPAS aan kansentarief.
- UiTPAS is een handig en concreet instrument om rond te werken op **school**. Vrije tijd is regelmatig een themaweek in het basisonderwijs, maar kan ook een aangrijpingspunt zijn in het secundair onderwijs om een project rond uit te werken waarin ook het kansenverhaal sterk mee verwerkt zit.
- **Werken aan zichtbare (praktische) en onzichtbare (psycho-sociale) drempels**
 - Met UiTPAS ligt de focus op de financiële drempel, maar mensen in armoede ondervinden nog tal van andere drempels bij het participeren aan vrije tijd. Inspiratie en voorbeelden hoe UiTPAS in samenwerking met andere partners kan bijdragen aan het wegwerken van deze drempels vind je op www.publiq.be/uitpas.
- **Werken aan communicatie over werking van UiTPAS**

- Je kan **UiTPAS-feesten** in de armoedeverenigingen organiseren. Daarbij communiceer je mondeling over UiTPAS of via de infofolder, seizoensfolder, UiTPAS-gids, UiTPAS-magazine,...
- Het **individueel aanspreken en informeren** van mensen over activiteiten en omruilvoordelen is een belangrijk communicatiekanaal. Mensen in armoede zijn zelf immers de beste ambassadeurs naar andere mensen in de doelgroep. Het is belangrijk tijd vrij te maken om hen te informeren en te enthousiasmeren.
- In veel verenigingen vinden **groeps- of ontmoetingsmomenten** plaats. Een infosessie over UiTPAS is een belangrijke manier om de mond-aan-mondreclame tussen mensen in armoede te stimuleren.
- UiTPAS is een goed startonderwerp voor een **huisbezoek**. In veel armoedeverenigingen worden vrijwilligers en beroepskrachten ingezet om de meest geïsoleerde mensen te bereiken. De directe confrontatie met de armoedesituatie wordt als bedreigend ervaren. Een flyer met info over UiTPAS is best concreet, sober en prikkelend.
- Om UiTPAS zo kenbaar mogelijk te maken, kan je gebruik maken van **infopanelen**. Hierop plaats je gegevens over UiTPAS, het kansentarium en de mogelijkheden ervan.
- Met een **UiTPAS-filmpje** kan je de werking van UiTPAS concreet maken, met getuigenissen en eenvoudige informatie.

Meer praktijkvoorbeelden zijn te vinden op www.publiq.be/uitpas.

- **Werken aan communicatie over aanbod van UiTPAS**

- UiTPAS zou een **vast item** in de papieren boekjes van de armoedepartners moeten worden. Vergelijk met de Uitkalender: in een vast sjabloon kan basisinformatie en een reeks tips meegegeven worden. Ook kan je gebruik maken van eenvoudige affiches om omruilvoordelen te promoten op ontmoetingsmomenten of schakel Facebook in als een extra communicatiekanaal.
- Het **UiTPAS-tipsblaadje** is een selectie van laagdrempelig aanbod uit de Uitdatabank, vormgegeven in een sjabloon. Op uitdatabank.be stel je je zoekopdracht in functie van het soort tipsblaadje dat je wil maken. Nadien selecteer je drie activiteiten die je in de kijker wil zetten. Als je meer activiteiten wil promoten, dan selecteer je een veelvoud van drie activiteiten. Je kan deze tipsblaadjes beschikbaar stellen op plaatsen waar mensen in armoede vaak komen, zoals dienstencentra, sociale restaurants, het

OCMW, buurtwerkingen, armoedeverenigingen, Huis van het Nederlands,...

- De **UiTPAS-gids** geeft een overzicht van alle organisaties die de UiTPAS aanvaarden.
- **Gerichte e-mail- of SMS-acties** met een omruilvoordeel in de kijker kunnen mensen overtuigen om te proeven van het vrijetijdsaanbod (zie ook [4.1 Meer, trouwer en nieuw publiek](#), p.45)

2. UiTPAS als identificator

Om het kansentarifief aan mensen in armoede te kunnen toekennen, toont UiTPAS bij het uitlezen van de kaart duidelijk of iemand in aanmerking komt voor het sociaal kansentaruut. Dit resulteert in verschillende vragen om UiTPAS ook te kunnen gebruiken voor **andere sociale voordelen** zoals:

- *korting in het sociaal restaurant*
- *toegang tot de sociale kruidenier*
- *korting in de kinderopvang*
- *toegang tot de minder mobiele centrale*
- *sociale korting bij handelaars*

Belangrijk hierbij is om te bewaken dat UiTPAS de basisdoelstelling blijft vrijwaren: UiTPAS is een programma ter bevordering van de vrijetijdsparticipatie. Er wordt dus een onderscheid gemaakt in het gebruik van UiTPAS als identificator en UiTPAS als registrator.

Bij UiTPAS als registrator wordt een 'actie' geregistreerd in het systeem. Vandaag zijn er 3 fundamentele registraties via UiTPAS: een 'checkin' waarbij een punt wordt toegekend voor een geregistreeerde deelname aan een vrijetijdsactiviteit, een 'cashin' waarbij een aangeboden voordeel van een vrijetijdsorganisatoren wordt opgenomen, een 'ticketsale' waarbij een korting op de deelnameprijs aan een vrijetijdsactiviteit wordt geregistreerd.

Bij UiTPAS als identificator wordt het profiel dat aan de kaart gelinkt is, enkel uitgelezen om na te gaan wie de persoon is en welke rechten hij daartoe krijgt. De identificatie gebeurt buiten de vrijetijdscontext of in het kader van lidmaatschappen van andere organisaties.

Meer info over UiTPAS als identificator vind je op www.publiq.be/nl/projecten/uitpas/veelgestelde-vragen-over-uitpas.

3. Facturatie

Wat is nodig om een kansentarifief te registreren?

De stelregel is dat elke activiteit die in aanmerking komt voor het kansentarifief, ingevoerd wordt in de UiTdatabank. Belangrijk hierbij is het aanduiden van de

organisator en de prijs. Hierdoor kunnen organisatoren een kansentarieef registreren via balie.uitpas.be.

Hoe wordt een kansentarieef geregistreerd?

- *Dit kan door in te loggen op de balie-applicatie (balie.uitpas.be), de juiste activiteit te selecteren en het kansentarieef te registreren.*
- *Dit kan via een gsm waarbij na het scannen van de UiTPAS het kansentarieef wordt toegekend via de geïnstalleerde balie-applicatie. (zie ook [3.4 Hardware & software](#), p.31)*

Wanneer wordt er afgerekend?

- *Optie 1: de organisator dient zelf zijn onkostennota's in (= minder administratie voor lokale overheid)*

Er kan worden afgesproken dat organisatoren zelf hun onkostennota trekken uit het UiTPAS-programma. Dit betekent dat ze op elk moment (of op afgesproken momenten) een overzicht van alle geregistreerde kansentarieven uit het systeem kunnen halen in de vorm van een onkostennota. Zij kunnen deze onkostennota digitaal of op papier aan de gemeente (degene die de middelen beheert met bijv. een vast e-mailadres uitpas@zwevegem.be) bezorgen. Indien inwoners uit verschillende gemeenten bij hun deelnamen, zullen de organisatoren per gemeente een onkostennota (in excel) aangeboden krijgen die aan elke gemeente apart kan bezorgd worden.

Belangrijk voor de gedragenheid bij organisatoren is dat er een garantie van tijdige betaling is als er wordt gekozen voor een procedure waarbij elke uitbetaling nog langs een comité of college moet passeren.

De onkostennota's zijn standaard geanonimiseerd, indien gewenst kan er per organisator worden ingesteld om de persoonsgegevens van de deelnemer in het rapport te laten toevoegen. De UiTPAS-coördinator kan dit instellen via de KSB-admin (de backoffice).

Elke gemeente kan vanuit de KSB-admin een overzicht opvragen voor zijn gemeente om na te gaan of de ingediende onkostennota's overeenstemmen met de geregistreerde tarieven in het systeem.

- *Optie 2: de lokale overheid verstuurt onkostennota's naar de verenigingen*

Er kan worden gekozen om op afgesproken basis (bijv. maandelijks) af te rekenen. Dit betekent dat maandelijks een overzicht van alle geregistreerde kansentarieven uit het systeem worden gehaald door de UiTPAS-coördinator. De data waarvoor je een rapport wil genereren, zijn vrij instelbaar. Je kan zowel een overzicht opvragen per gemeente als per organisatie.

Hoe gebeurt de afrekening dan?

Het overzicht van de geregistreerde kansentarieven wordt opgevraagd in de KSB-admin onder 'financieel rapport'.

- *Download het overzicht voor overheden:*

Geef de datum in van het overzicht dat je wil, klik op 'downloaden', pak de zipfolder uit in een vast mapje op je computer: bv. kansentarieven/februari.

Zo kan elke financieel verantwoordelijke van de gemeente nagaan of de ingediende onkostennota's overeenstemmen met zijn versie. Eventuele opsplitsingen per gemeente: jeugd, sport, scholen,... moet je zelf maken. Daarna wordt het overzicht voor organisatoren gedownload en verstuurd ter controle en met de vraag een onkostennota in te dienen.

- *Download het overzicht voor organisatoren:*

Geef de datum in van het overzicht dat je wil, klik op 'downloaden', pak de zipfolder uit in een vast mapje op je computer: bv. kansentarieven/februari.

Bezorg elke organisatie zijn overzicht via een standaard conceptmail met onkostennotaformulier en e-mailadressen van de contactpersonen voor elke vereniging (bijv. het aangemeld UITID op de UITPAS-balie). Deze overzichten zijn anoniem.

Noot: in dit overzicht staan alle participaties bij de organisator bij elkaar. Voor een vlotte uitbetaling splitsen de organisatoren deze excel best op per gemeente en versturen dit dan ook per gemeente. Dit is vaak een drempel voor organisatoren.

Er kan een automatische mail worden ingesteld die de organisatie eraan herinnert om de onkostennota na te kijken voor terugbetaling.

4.3 Regionale uitbreiding

Door intergemeentelijke samenwerking kan je veel meer mensen bereiken, creëer je een werkingsgebied met een ruimer en meer uitgebreid vrijetijdsaanbod en stimuleer je participatie over de grenzen van de gemeenten heen.

1. Voorbereidend intergemeentelijk overleg

Bekijk met welke steden en gemeenten je kan samenwerken binnen de regio. Je kan je hiervoor baseren op bestaande werkingsstructuren (intergemeentelijke samenwerkingsverbanden rond zwembaden, lokale netwerken, erfgoed, cultuur, jeugd, sport, bibliotheek, toerisme, ...) of de vrijetijdsmobiliteit binnen de regio (zone 30, bezoekerscijfers cultuurcentra, ...). [OP/TIL](#) kan je hierin adviseren.

Plan een intergemeentelijk overleg in waarbij de geïnteresseerden kunnen kennismaken met de bestaande werking en voorwaarden. Speel open kaart en gebruik cijfermateriaal en praktijkvoorbeelden om je uitleg te staven. Het is belangrijk dat de geïnteresseerde gemeenten goed weten waaraan ze zich kunnen verwachten.

2. Formele stappen voor aansluiting

Wanneer een gemeente beslist om aan te sluiten, dienen er enkele formele stappen te gebeuren.

Gemeente beslist om aan te sluiten bij bestaande UiTPAS-regio

- *Het schepencollege verklaart zich akkoord (collegebesluit)*
- *Het besluit wordt bekrachtigd door gemeenteraad (gemeenteraadsbeslissing)*

Gemeente stuurt brief met formele vraag om aansluiting naar de bestaande UiTPAS-regio

- *Elementen die aan bod kunnen komen in de brief zijn: motivering, verwijzing naar collegebesluit en gemeenteraadsbeslissing, opname UiTPAS in het meerjarenplan, UiTPAS ter vervanging van bestaande kortingssystemen, ...*

UiTPAS-regio keurt toetreding goed

Afhankelijk van de samenstelling van de regio zijn er verschillende scenario's mogelijk:

- *UiTPAS-regio is een eigen rechtspersoon*

De stuurgroep of Raad van Bestuur keurt de toetreding goed. Afhankelijk van regio tot regio wordt er ook bekrachtiging op de gemeenteraad gevraagd. Dit is afhankelijk van welk mandaat de rechtspersoonlijkheid heeft gekregen van de deelnemende gemeenten.

- *UiTPAS-regio is geen rechtspersoon*

De betrokken gemeenten van regio keuren de toetreding goed op de gemeenteraad.

Intergemeentelijke samenwerkingsovereenkomst

Er zijn verschillende scenario's mogelijk:

- Er wordt een intergemeentelijke samenwerkingsovereenkomst opgesteld tussen de huidige en de nieuwe gemeenten, die door alle betrokkenen wordt ondertekend.
- Indien de actieve UiTPAS-regio al een onderlinge samenwerkingsovereenkomst heeft, dan wordt deze aangepast met toevoeging van de nieuwe gemeente en opnieuw ondertekend door alle betrokken gemeenten, én door de nieuwe UiTPAS-gemeente.

- Er wordt een addendum opgesteld horend bij de bestaande regionale samenwerkingsovereenkomst tussen de UiTPAS-gemeenten, die de toetreding van de nieuwe gemeente formeel bevestigt, en deze wordt ondertekend door alle betrokken gemeenten.

UiTPASovereenkomst met publiq vzw

Er zijn verschillende scenario's mogelijk:

- De bestaande UiTPAS-overeenkomst tussen de UiTPAS-regio en publiq wordt aangepast met toevoeging van de nieuwe gemeente en opnieuw ondertekend door alle betrokken gemeenten en publiq.
- Er wordt een addendum opgesteld horend bij de bestaande UiTPAS-overeenkomst tussen de UiTPAS-regio en publiq, die de toetreding van de nieuwe gemeente formeel bevestigt, en deze wordt ondertekend door alle betrokken gemeenten en publiq.

3. Samenwerkingsvormen

Afhankelijk van het doel en de historiek van de regionale samenwerking, worden er afspraken gemaakt maken over de visie, de overlegstructuur (zie [3.1 werkgroepenstructuur](#), p.16), de taakverdeling en de kosten. Zorg hierbij voor een duidelijk mandaat.

Er zijn verschillende regionale samenwerkingsvormen mogelijk. We lijsten hieronder de 3 meest voorkomende scenario's op:

Scenario 1 (vaak informele samenwerking)	Scenario 2 (informele of formele samenwerking)	Scenario 3 (vaak formele samenwerking)
Openstellen aanbod voor alle inwoners van de regio	= scenario 1	= scenario 2
Openstellen voordelen voor de regio	+	+
Solidaire kostendeling: 20 - 40 - 40	gezamenlijke communicatie	volwaardige regiocoördinator (coördinatie en/of uitvoerend)
Afbakening doelgroep mensen in armoede	groepsaankopen (afstemming) toeleiding de regionale samenwerking beperkt zich tot UiTPAS	subsidies van Vlaanderen de samenwerking is ingebed in een regionale

		vrijtijdsvisie (waarvan UiTPAS een onderdeel is)
--	--	--

Meer informatie over regionale aansluiting vind je op www.uitpaspartner.be.

5. Bijlagen

5.1 Aanvraagdossier

Waarvoor dient dit formulier?

Met dit formulier dient u een aanvraag in voor de implementatie van UiTPAS in uw stad of gemeente. Bij goedkeuring ontvangt u gratis ondersteuning door publiek tijdens de ontwikkelings- en lanceringsfase en bij de operationele werking. Dit houdt in: advies omtrent alle aspecten van een lokale implementatie van het UiTPAS-programma (marketing, communicatie, partnerwerk, IT...), begeleiding tijdens de voorbereidende werk- en stuurgroepen, een opleiding over de soft- en hardware van het UiTPAS-programma, een train-the-trainersessie rond de balieapplicatie en ondersteuning bij de installatie van de soft- en hardware.

Wie vult dit formulier in?

Het formulier kan ingevuld worden door een betrokken ambtenaar – waarschijnlijk zal dit ook het UiTPAS-aanspreekpunt of de UiTPAS-coördinator zijn. Het wordt door de bevoegde leden van het schepencollege of de Raad van Bestuur van de projectvereniging die de implementatie zal trekken, ondertekend. U kan alle stakeholders en toekomstige partners aandragen als medeondertekenaar van dit formulier.

Wanneer moet u dit formulier uiterlijk terugbezorgen?

Het aanvraagformulier moet ons uiterlijk op woensdag 15 april 2020 bereiken.

Hoe wordt dit dossier beoordeeld?

De Vlaamse Regering heeft een aantal specifieke voorwaarden opgesteld. Als u als lokaal bestuur voldoet aan een aantal voorwaarden, met name

1. solidaire kostendeling 20-40-40;
2. doelgroepcriteria gebaseerd op het statuut verhoogde tegemoetkoming en collectieve schuldenregeling;
3. aanwezigheid van een lokaal netwerk (afsprakennota vrijetijdsparticipatie van mensen in armoede);

4. voldoende aanbod en een regionale intentie en visie.

dan zal uw aanvraag tot de implementatie van UitPAS worden goedgekeurd en kunt u versneld starten.

Afwijkingen zijn in beperkte mate mogelijk, maar moeten gemotiveerd worden. Hierover krijgt u feedback van de beoordelingscommissie.

Bij het invullen van het dossier kunt u zich beperken tot korte omschrijvingen, oplijstingen, e.d. Indien mogelijk mag u verwijzen naar bestaande dossiers voor gedetailleerde informatie. Deze kunt u toevoegen als bijlage.

PARTNERS

Voor informatie/ondersteuning over:

lokale netwerken vrijetijdsparticipatie en geïntegreerd participatiebeleid: www.demos.be

intergemeentelijke samenwerking en regiovorming: www.cultuurbovenlokaal.be

lokaal sportbeleid: www.lokaalsportbeleid.be

lokaal jeugdbeleid: www.bataljong.be

1. CONTACTGEGEVENS

1 Vul hieronder de gegevens in van de deelnemende gemeent(en) en/of regio.

Deelnemende
overheid

.....

2 Vul hieronder de gegevens in van de contactpersoon die het aanvraagdossier behandelt.

naam

.....

functie

.....

dienst of organisatie

.....

telefoonnummer

.....

e-mailadres

.....

- 3 **Vul hieronder de gegevens in van de politiek gemandateerde trekker. Deze persoon kan gecontacteerd worden voor meer info betreffende het dossier.**

naam

functie

stad of gemeente

telefoonnummer

e-mailadres

2. GEÏNTEGREERD VRIJETIJDSELEID

Dit veronderstelt dat de verschillende vrijetijdsdiensten van het lokaal bestuur optimaal hun beleid en acties op elkaar afstemmen. Ook de communicatie over UiTPAS dient op een geïntegreerde manier aangepakt te worden.

2.1 STRATEGISCHE EN OPERATIONELE AFSTEMMING

1. **Licht toe hoe het vrijetijdsbeleid over de verschillende beleidsdomeinen heen aangepakt wordt.**

U kunt hiervoor verwijzen naar de Beleids- en Beheerscyclus (BBC), aantonen met voorbeelden, aangeven welke partners hierbij betrokken zijn en ze aanduiden op het organigram (max. 2.000 tekens).

2. **Licht toe hoe private actoren zoals verenigingen en commerciële aanbieders ondersteund zullen worden.**

Bv. opleidingen, subsidiereglementen, communicatieproducten, FAQ, aparte aanbiederspagina op gemeentelijke website, etc. (max. 2.000 tekens).

3. **Voorziet de lokale overheid in technische ondersteuning van gemeentelijke en niet-gemeentelijke UiTPAS-aanbieders?**

Hiermee wordt bedoeld: installatie software, organiseren helpdesk, uitleendienst voor hardware, etc.

ja

nee

2.2 COMMUNICATIE OVER UiTPAS

1. **De lokale overheid engageert zich om UiTPAS-communicatie te integreren in haar vrijetijdscommunicatie**

(minimaal opname in het infoblad, website, nieuwsbrieven, UiTPAS-icoon in de agenda en social media kanalen)

ja

nee

2. **De lokale overheid engageert zich om drempelverlagende communicatie naar mensen in armoede te voeren.**

Hieronder wordt verstaan: het opnemen van communicatie naar mensen in armoede binnen het algemene communicatieplan en binnen elk vrijetijd domein (het beschrijven van het kansentariaf bij elke activiteit, communicatie via intermediaire organisaties, het organiseren van een vrijetijdsbeurs met een extra focus naar mensen in armoede,...).

ja

nee

3. BREED VRIJETIJDSAANBOD

Pashouders moeten toegang kunnen krijgen tot een divers en breed aantal vrijetijdsactiviteiten, met aanbod van zowel gemeentelijke actoren als privé-initiatieven en/of commerciële organisaties. Daarnaast moeten ook de verschillende domeinen, cultuur, jeugd, sport, vertegenwoordigd zijn.

De lokale overheid engageert zich om minimaal te starten met het gemeentelijk cultuur-, jeugd-, en sportaanbod.

ja

nee

indien 'nee', motiveer...

Geef hieronder je inschatting wanneer welke organisatoren en/of diensten met UiTPAS zullen starten.

type organisatie	verwachte start	voorbeelden + extra verduidelijking (optioneel)
Eigen gemeentelijk aanbod (cultuur-, jeugd- en sportaanbod)		
Verenigingen (socio-cultureel, sport-, jeugd-, ...)		
Gesubsidieerde kunst- en vrijetijdsinstellingen vanuit Vlaanderen		
Publiek-private samenwerkingen (bv. zwembad)		
Deeltijds Kunstonderwijs (DKO)		
Privé actoren (bv. filmhuis)		

andere:

4. GEÏNTEGREERD PARTICIPATIEBELEID

Hiermee wordt bedoeld: aandacht voor toeleiding naar vrijetijdsaanbod, voor iedereen, maar in het bijzonder voor mensen in armoede. Onder toeleiding verstaan wij 'elke actie die gericht is op het wegwerken van de psychologische, culturele en sociale barrières. Dit betekent een aanpak op maat die vertrekt vanuit de leefwereld van de persoon in armoede en zorgt voor een toegankelijke omkadering, directe toeleiding naar het aanbod tot het afstemmen van het aanbod op de vraag van de doelgroep'.

1. **Is er een lokaal netwerk voor de bevordering van de vrijetijdsparticipatie van mensen in armoede (cf. art. 22 Participatiedecreet)?** Indien je met meerdere gemeenten indient, graag specificeren per gemeente.

Ja

Nee. Geef hier eventuele andere overlegorganen op:
(max. 500 tekens)

Vul onderstaande vragen in, indien u niet beschikt over een lokaal netwerk vrijetijdsparticipatie.

1. **Zullen mensen in armoede actief bevraagd worden (voor en/of na lancering) en zal er rekening gehouden worden met deze kwalitatieve feedback?**

ja

Met welke intermediaire partners? ...

nee

Motiveer: ...

2. **Welke toeleidingsacties (zullen) worden ondernomen in functie van toeleiding naar mensen in armoede.**

Hoe plant u om te gaan met de nieuwe bereikte doelgroep op vlak van informeren, opvang, doorverwijzen, drempels verlagen, groepsparticipatie, aanbod bruikbaar maken, enz. Indien actieve toeleiding nog niet gebeurt, hoe denkt u dit in de toekomst aan te pakken? (max. 3.000 tekens)

5. SOLIDAIRE KOSTENDELING

Binnen de filosofie van het UiTPAS-programma is het belangrijk dat elke partij (persoon in armoede, organisator en lokale overheid) een financiële bijdrage levert voor de betaling van de toegangsprijs. De bijdrage toont het sociaal engagement, maar ook de verantwoordelijkheid van elke betrokkene en dient zo fair mogelijk gedeeld te worden.

1. **De lokale overheid verklaart zich akkoord met het standaardmodel voor kostendeling: 20% - 40% - 40%**

Met 20% van de ticketprijs voor mensen in armoede, 40% voor de organisator en 40% voor de lokale overheid als standaardmodel voor de kostendeling.

ja

Nee

Indien 'nee' omschrijf en motiveer de gekozen solidaire kostendeling...

Minimumvereiste is dat mensen in armoede niet meer dan 25% bijdragen voor een UiTPAS-activiteit in de UiTPAS-regio, een organisator moet minstens 10% eigen bijdrage leveren. Dit is een verplicht engagement.

2. **Beperkingen en uitzonderingen op het algemeen geldende tariefsysteem worden steeds overlegd en beargumenteerd.** *De lokale overheid waakt er via de lokale UiTPAS-stuurgroep over dat elke UiTPAS-aanbieder al zijn aanbod openstelt (hoeft niet onbeperkt per deelnemer). Uitzonderingen dienen steeds per geval gemotiveerd worden, waarbij in overleg tussen de aanbieder en de lokale overheid naar een oplossing kan gezocht worden.*

Ja. Omschrijf kort plan van aanpak: (max. 1.200 tekens)...

6. DOELGROEPBEPALING VAN MENSEN IN ARMOEDE

Het is de bedoeling dat de doelgroep van rechthebbenden op het kansentarief zo gedefinieerd wordt dat mensen in armoede op de best mogelijke manier toegang krijgen tot het vrijetijdsaanbod. Hierbij zorgt u er bij voorkeur voor dat (a) de administratieve bewijslast om toekenning te verkrijgen zo laag mogelijk is en (b) er zowel rekening gehouden wordt met de objectieve inkomensgrens als met het werkelijk besteedbaar budget van de aanvrager.

Wie zijn de rechthebbenden voor het verminderd tarief?

Ga je als lokale overheid akkoord met volgende minimale afbakening?

Verhoogde tegemoetkoming en collectieve schuldenregeling

ja

Komen er nog andere statuten voor in aanmerking? Vul aan ...

nee:

Omschrijf kort de afbakening van de doelgroep en de toekenningsprocedure. (max. 2.000 tekens).

Geef daarbij aan of de lokale armoedeverenigingen akkoord gaan met de afwijkende criteria. ...

7. INTERGEMEENTELIJKE SAMENWERKING

Het ontwikkelen van een intergemeentelijke samenwerkingsovereenkomst is belangrijk met het oog op stimulansen tot participatie over de grenzen van de gemeenten heen.

- 1 **Maakt u met deze aanvraag een inspanningsverbintenis om (in de toekomst) over te gaan tot intergemeentelijke samenwerking?**

ja.

2. **Omschrijf de samenwerking in de regio**

Hoe gebeurt de samenwerking (op dit moment én in de toekomst in het kader van UiTPAS)? Wat zijn de gemaakte afspraken? Is er een informele of formele samenwerkings- en werkgroepenstructuur? (max. 2.000 tekens)

8. MERKGEBRUIK

Het merkgebruik wordt omschreven in de huisstijlgids van het UiTPAS-programma. De gids werd ontworpen om de uniformiteit en herkenbaarheid van UiTPAS te bewaren en te verhogen in heel Vlaanderen.

1. **De lokale overheid verklaart zich akkoord om de richtlijnen van de huisstijlgids van UiTPAS te volgen.**

Hierin wordt onder andere het logogebruik van UiTPAS en de Vlaamse overheid beschreven.

Ja

9. INTEGRATIE VAN BESTAANDE PASSEN

De Vlaamse overheid wil het gebruik van meerdere passen of vrijetijdskaarten zo veel mogelijk beperken. Door integratie kan het gebruiksgemak van de gebruiker immers sterk verhogen. Voor eventuele technische aanpassingen om verschillende systemen te integreren, kan de gemeente samenwerken met publiek.

1 **Zal de stad of gemeente zich inspannen om bestaande passen in de toekomst te integreren met UiTPAS?**

Om punten te halen op dit niet-verplichte onderdeel wordt minstens een inspanningsverbintenis verwacht.

ja. Ga naar vraag 9.2.

nee.

2. **Welke kaarten wilt u integreren? (enkel invullen indien u 'ja' antwoordde op vraag 9.1)**

Omschrijf kort de te integreren kaarten, plan van aanpak en de gewenste timing om te verankeren binnen het UiTPAS-projectplan. (max. 2.000 tekens)

10. MIDDELEN / LANCERING

1. **De lokale overheid engageert zich om voldoende financiële middelen (retributies mensen in armoede, marketing & communicatie, logistiek) vrij te maken of herbestemmen in functie van UiTPAS.**

Voor een financiële inschatting kan u terecht bij publiq.

ja

2. **De lokale overheid engageert zich om voldoende personele middelen vrij te maken of te herbestemmen in functie van UiTPAS.** *Er dient minstens één aanspreekpunt per sector (cultuur-, jeugd-, sport- en welzijnssector) te zijn. Er dient ook een projectcoördinator aangesteld te worden die, eventueel in de toekomst, ook de regionale aspecten overziet.*

Voor een inschatting van % VTE kan u terecht bij publiq.

ja

3. **Wat is de gewenste timing van lancering ?**

De timing moet realistisch zijn met het oog op het voorgestelde projectplan.

11. ONDERTEKENAARS

Onderstaande bevoegde personen en dus formele ondertekenaars ondertekenen dit dossier:

	voor- en achternaam	functie	handtekening
onderteke naar 1			
onderteke naar 2			
onderteke naar 3			
Etc.			

Onderstaande aanbieders en partnerorganisaties ondertekenen dit dossier:

	voor- en achternaam	naam organisatie	handtekening
onderteke naar 1			
onderteke naar 2			
onderteke naar 3			
Etc.			

1 **Lijst hieronder de bij deze aanvraag gevoegde bijlagen op.**

Maak bij elke bijlage verwijzing naar de rubriek(en) van deze aanvraag waarop de bijlage betrekking heeft.

omschrijving bijlage	bijlage bij rubriek(en)
(bv. organigram)	(bv. 9.2.1)
bijlage 1	
bijlage 2	
bijlage 3	
Etc.	

5.2 Richtlijnen kaartontwerp

Hoe moet een UiTPAS-kaart er uitzien?

UiTPAS NFC kaart

In de tabel hieronder kan je de richtlijnen voor een offerte-aanvraag terugvinden. Je bent vrij om zelf een leverancier te kiezen, mits de kaart voldoet aan onderstaande voorwaarden.

Specificatie	Omschrijving
Formaat	ISO bankkaart: het netto-formaat van de kaart is 85,60 X 54,00 mm. De radius van de ronde hoeken zijn 3,00 mm.
Opdruk	CMYK of PANTONE kleurenschema.
Personalisatie	Het kaartnummer bestaat uit 13 digits. De generatie van de nummers gebeurt door de opdrachtgever. Het kaartnummer wordt zowel in cijfers als in barcode op de kaart geplaatst. De barcode moet volgens codabar thermal printing of via lasergraving op de kaart worden geplaatst en het kaartnummer reflecteren. Het kaartnummer moet volgens zwarte thermal printing of lasergraving op de kaart worden geplaatst. Momenteel wordt code 128 gebruikt voor barcode generatie. Er wordt geen naam op de kaart gedrukt, maar er wordt wel een veld voorzien waar pashouder hun naam kunnen schrijven in onuitwisbare inkt. Duurzame leesbaarheid is belangrijk.
Type kaarten	De UiTPAS NFC kaart is een "Type A" ISO/IEC 14443 identificatiekaart / contactless integrated circuit card / proximity card. Op moment van schrijven zijn twee types cards in omloop: MIFARE Ultralight C en MIFARE DESFire 8k.
Duurzaamheid	De leverancier wordt verwacht een gemiddelde levensduur van de kaart aan te duiden indien de kaart veel wordt gebruikt. Werken met gerecycleerde, ecologisch verantwoorde materialen moet vermeld worden.
Levertermijn	De leverancier wordt gevraagd om aan te duiden wat zijn levertermijn is voor initiële - en voor bijbestellingen.

Functionele noodzakelijkheden

volgende items moeten een plaats krijgen in het ontwerp van de kaart:

- tekstveld voor naam en voornaam (zie personalisatie in de tabel hierboven)
- tekstveld voor UiTPAS-nummer (zie personalisatie in de tabel hierboven)
- vermelding in het klein: "deze kaart is strikt persoonlijk en geeft voordelen in deelnemende steden en gemeenten"
- UiTPAS-logo (neem contact op via contact@uitpas.be voor het bronbestand)



- logo Vlaamse overheid



- barcode: voorzie hiervoor voldoende ruimte zodat de barcode goed kan ingelezen worden
- vermelding: Registreer je kaart op www.uitpas.be.

Buiten deze noodzakelijke onderdelen is de rest van het ontwerp volledig vrij. Daarbij kan je kiezen om het in te bedden in een lokale huisstijl van het UiT-verhaal of gebruik te maken van de centrale huisstijl vanuit Vlaanderen. Neem hiervoor contact op via contact@uitpas.be

Tips voor jouw ontwerp

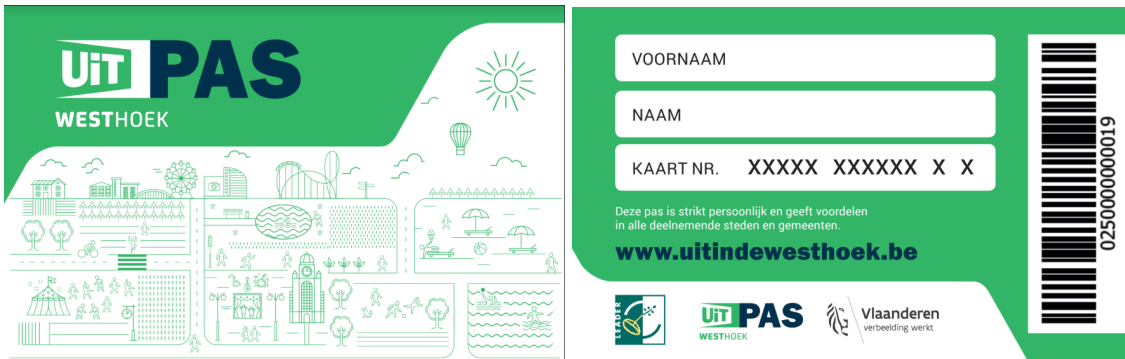
- houd rekening met diversiteit wanneer je personen of iconen afbeeldt
- werk met iconen in plaats van foto's
- zorg voor een goede leesbaarheid
- denk na over de merkenstrategie binnen je gemeente, stad of regio
- houd bij het ontwerp en de naamgeving rekening met regionale uitbreiding
- leg de nadruk op vrijetijdsbesteding in het ontwerp

Voorbeelden van UiTPAS-kaarten

UiTPAS Meetjesland



UiTPAS Westhoek :

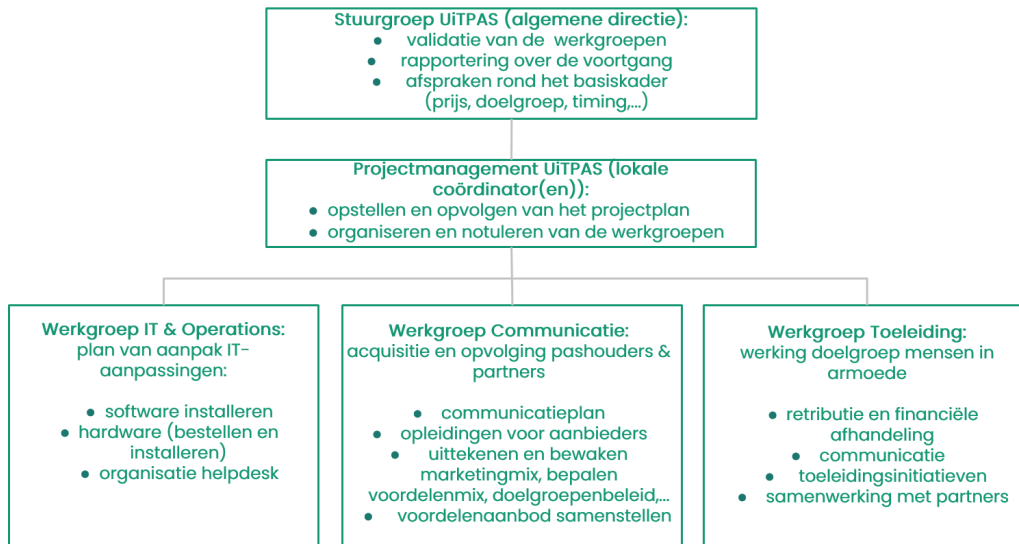


UiTPAS Regio Gent



5.3 Werkgroepenstructuur

Gedetailleerde werkgroepenstructuur lokaal



Gedetailleerde werkgroepenstructuur regionaal

