



TRENDY MAROC MAGAZINE

Landelijke campagne voor een zakelijke mentaliteit 'Trendy Maroc Star in NL'

Met een Marokkaanse en Nederlandse achtergrond heb je een fantastische meerwaarde in huis: je horizon is wijder, je blikveld is breder, je perspectieven zijn groter. Wat neem je uit beide werelden mee? En wat deel je daarvan met de Nederlandse maatschappij? Kortom: Op welke wijze kun je jouw dubbele achtergrond bewust inzetten om succes in je leven af te dwingen?

Een positieve verandering die leidt tot vrijheid, succes en geluk voor de Marokkaanse Nederlanders, met name voor de jongeren. Vanuit die gedachte ging op 11 september 2006 de landelijke campagne 'Trendy Maroc Star in NL' van start. Het ontwikkelen van een nieuwe identiteit staat daarbij voorop. Marokkaanse Nederlanders, die (weer) durven te geloven in de maatschappij en op deze manier het succes in hun leven weten af te dwingen.

Succesmethodiek

Meer zelfreflectie, meer vertrouwen en onafhankelijkheid en meer evenwicht en harmonie in de Marokkaans Nederlandse gemeenschap. Dat is het doel van deze succesaanpak. Met uiteindelijk resultaat dat mensen hun eigen positie maatschappelijk en economisch versterken. Sinds de start van de campagne zijn er diverse activiteiten georganiseerd om de ideeën achter de campagne uit te dragen.

Zes invalshoeken

Om zoveel mogelijk mensen te bereiken wordt de boodschap via zes verschillende invalshoeken benaderd:

1. De inzet van Trendsetters.

Vooranstaande Marokkanen en professionals uit de politiek, media, onderwijs, bedrijfsleven, cultuur/kunst, sport en maatschappelijke organisaties nemen de rol van Trendsetter op zich om de boodschap voor mentaliteitsverandering over te dragen.

2. Internet als communicatiemedium.

De website www.trendy-maroc-star.nl vormt een interactief en dynamisch geheel van voorlichting, dia-

loog en informatie over de basisbeginselen van de campagne, de succesformule en de kernwaarden.

3. Presentatie DVD.

Er is een DVD gemaakt waarop Trendy-Marokkanen (waaronder Najib Amhali) vertellen over de vijf kernwaarden van de campagne en hun eigen succes als cabaretier, stadsdeelvoorzitter of zelfstandig ondernemer.

4. Succeshandboek.

'Het geheim van de Trendy Maroc Star in NL'. Onder deze nieuwe titel verscheen een tweede herdruk van het succeshandboek.

5. Etnomarketing.

De informatieoverdracht binnen de Marokkaanse gemeenschap verloopt vaak via informele kanalen. Jongeren vergaren informatie via contacten op school, hangplekken en internet (MSN/chatten).

6. Organiseren van trainingen.

Trendsetters (professionals en Marokkaanse jongeren/scholieren) worden getraind in de basisprincipes van de succesfilosofie.



Presentatie DVD



Internet als communicatiemedium



Etnomarketing

Abkader Chrifi vormt het brein achter de campagne. In 2004 publiceerde Chrifi zijn ideeën over de wijze waarop de Marokkaanse gemeenschap zich zal herstellen: *Het succes ligt op straat*, een succeshandboek voor de Europese Marokkanen.

De campagne **Trendy Maroc Star** is mogelijk gemaakt door het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid.



TRENDY MAROC MAGAZINE



Succesmethodiek scoort goed bij allochtone sollicitanten politiekorps

“Echte dienders” eruit halen en klaarstomen voor het “echte assessment”. Dat is het doel van de training aan allochtone sollicitanten bij het Politiekorps Hollands Midden. Sinds februari van dit jaar wordt de succesmethodiek van Trendy Maroc Star ingezet om hen goed voor te bereiden op het assessment.

Veel allochtone aspirant politieagenten komen niet door het assessment heen. Ze hebben moeite met de praktijktesten en het aanwezige talent wordt niet ‘gezien’. ‘Met behulp van de succesmethodiek willen we cursisten op de testen voorbereiden en motiveren om echt voor het politievak te gaan’, vertelt trainer en psycholoog Hafid Toukoki. ‘Ook willen wij hen goed informeren over de toekomstige baan waar zij op solliciteren.’

Handelen vanuit eigen kracht

Waar moet een potentiële “echte diender” dan aan voldoen? ‘Vooral communicatieve vaardigheden zijn belangrijk, maar ook overwicht, empathisch vermogen, flexibiliteit, integriteit en tolerantie’, antwoordt Toukoki. ‘Daarnaast zijn taalvaardigheid, en het gewenste denkniveau op minimaal mbo-niveau noodzakelijk om bij de politie te kunnen instromen. In een traject van negen weken laten wij de aspirant politieagenten ervaring opdoen met vaardigheidstesten. Via de succesmethodiek willen wij hen inzicht verschaffen in de eigen persoonlijkheid en hen leren handelen vanuit eigen kracht. Verder doen zij ervaring op in rollenspelen en worden ze zich bewust van hun eigen emoties en gedrag.’

De training geeft geen baan of selectiegarantie. De aspirant agenten moeten echt over de juiste competenties en motivatie beschikken om door te mogen gaan.

Aan het einde van de cursus krijgt elke deelnemer een individueel advies. Sommige deelnemers kunnen daarna meteen doorstromen naar het “echte assessment”. Anderen krijgen nog extra coaching aangeboden voordat ze met het traject verder gaan. Natuurlijk zijn

er altijd kandidaten bij die bij nader inzicht zelf afhaken of het advies ontvangen voor een andere carrière te kiezen.

Goed gevoel

‘Ook als ze het gewenste niveau niet halen, zorgen we ervoor dat ze toch met een goed gevoel weggaan’, zegt Toukoki. ‘De training is ook voor andere situaties waardevol. Wij zien jongeren in korte tijd enorm groeien. Hun zelfvertrouwen neemt flink toe. Ze leren van elkaar. En door de saamhorigheid en de veiligheid die de groep hen biedt, staan ze ook meer open voor feedback. Het sterke van de succesmethodiek vind ik dat jongeren in korte tijd meer bewust worden van zichzelf en voldoende rolmodellen krijgen aangereikt om zich mee te kunnen identificeren. Abkader’s eigen levensverhaal, die als kansloze drop-out toch carrière wist te maken, leent zich hier natuurlijk fantastisch voor.’

Hugo Passchier is chef personeelsvoorziening Politiekorps Hollands Midden. Met deze training wil het korps zich beter profileren op de arbeidsmarkt, vertelt hij. ‘Ons doel is om de komende twee jaar 40 allochtone agenten voor ons korps te werven. Op een personeelsbestand van 1000 medewerkers, beschikken wij nu slechts over 12 medewerkers met een andere culturele achtergrond. Wij willen ook wat doen aan de eenzijdige beeldvorming over de politie, die onder grote groepen jongeren leeft. We willen meer contacten met allochtone jongeren leggen en laten zien dat er ook heel goed met de politie samen te werken valt. Daarnaast is deze training bedoeld om de mentale weerbaarheid van deze aspirant agenten te vergroten zodat ze zich effectiever in onze organisatie kunnen bewegen.’



TRENDY MAROC MAGAZINE



Campagne 'Trendy Maroc Star' gaat over van AGENS naar Le-Succès

Sinds 1 april 2007 zet Abkader Chrifi de campagne 'Trendy Maroc Star in NL' voort via zijn eigen onderneming Le-Succès. 'Onze campagne kent een brede maatschappelijke insteek. Het gaat daarbij niet alleen om re-integratie maar ook om thema's als welzijn, onderwijs, jeugd, zelforganisaties en politie. Vandaar dat ik besloten heb om de campagne van het re-integratiebedrijf AGENS los te maken en via een eigen visielijn voort te zetten', verklaart Chrifi. Hij werkte van april 2005 tot maart 2007 als projectleider minderheden bij AGENS Nederland.

Trend

'Eén van de doelstellingen van de campagne is om maatschappelijke organisaties te inspireren deze succesaanpak in te zetten. Wij verwachten dat de komende tijd meer organisaties zich hierbij zullen aansluiten. Er is dus zeker sprake van een trend', aldus Chrifi. Le-Succès zet voor deze trainingen een twaalfstal trainers van allochtone en autochtone afkomst in.

De volgende organisaties hanteren de succesaanpak:

AGENS Nederland: 350 allochtone klanten (Re-integratie/inburgering) en 230 werkadvisers (deze taak is gerealiseerd)

Uitzendbranche: 500 intercedenten, 100 managers en 100 allochtone stagiairs

Albeda College: 220 allochtone mbo-scholieren en 30 docenten (in Rotterdam)

Politie: 100 politieagenten en 60 jongeren

Arbo Unie: 500 bedrijfsartsen, psychologen en maatschappelijk werkers

Gemeenten: 75 klantmanagers van Sociale Diensten

Jeugdinstellingen: 40 allochtone jongeren in detentie en 30 autochtone teamleiders

Meer informatie: www.le-succes.nl



De weg naar vrijheid, geluk en succes begint bij onszelf

In medialand zijn incidenten waar de Marokkaanse gemeenschap bij betrokken is big business, er is zelfs sprake van leedvermaak. De positieve Marokkaan verkoopt immers niet. Het huidige klimaat zit vol negatieve gevoelens en beelden. Hoe vervelend soms ook: ik zie dit toch vooral als een tijdelijk iets. In de jaren zeventig waren het de Molukkers, in de jaren tachtig de Surinamers, en nu zijn het de Marokkanen, big deal. Over vijf jaar is wellicht een andere gemeenschap weer aan de beurt.

Wij kunnen niet echt vrij zijn als we niet in staat zijn om ons te bevrijden van deze negatieve oordelen en analyses. Net zoals we niet vooruit komen als we niet bereid zijn om ook de hand in eigen boezem te steken. Alleen wij zelf zijn echt in staat om verandering te scheppen. Wij zijn geen slachtoffer van de omstandigheden, maar wij zijn schepper van onze eigen werkelijkheid. Om te kunnen scheppen is zelfkennis een noodzakelijke voorwaarde. Zowel volwassenen als jongeren weten niet echt welke kant ze op willen, en soms kiezen ze dan maar voor het oude en vertrouwde repertoire. De Marokkaanse gemeenschap in Nederland zit op dit moment in een identiteitscrisis en is ver teruggezaakt. Een voordeel is dat we nu alleen maar omhoog kunnen.

In mijn boek 'Het geheim van de Trendy Maroc Star' schrijf ik niet over de oorzaken van onze problemen. Wat heeft dat voor zin? Iedereen kent deze immers. Mijn boek beschrijft zuiver de weg naar vrijheid, geluk en succes. Als reisleader leer ik mensen die weg (die bij henzelf begint) naar hun eindbestemming te vinden. Ik heb een formule ontwikkeld die de Marokkaanse gemeenschap kan helpen haar nieuwe identiteit te vinden. Niet vanuit onzekerheid, angst of frustratie, eerder vanuit kracht, vertrouwen en geloof. Gelukkig zijn er al meer dan 1000 trendsetters (mannen, vrouwen en jongeren) die mij steunen in deze campagne voor innerlijke vrijheid, geluk en succes.

Abkader Chrifi



TRENDY MAROC MAGAZINE



'Succes kun je afdwingen'

Blijde gezichten, jonge enthousiaste mensen, live muziek van Sindibad, wat wil je nog meer? Trendy Maroc Star streek onlangs neer in Amsterdam-Zeeburg voor een presentatie. Reden: de afsluiting van een eerste reeks succesworkshops. Eind 2006 is Abkader Chrifi begonnen met het trainen van jongerenwerkers van Welzijn aan het IJ. De welzijnswerkers begeleiden op hun beurt ruim 40 Marokkaanse jongens en meiden.

Niet opgeven, niet klagen

In het sfeervolle Het Gemaal trakteert dagvoorzitter Max Daniel de gastsprekers op pittige vragen. Zo mag stadsdeelvoorzitter Ahmed Marcouch antwoord geven op de vraag of hij ooit nog zal terugkeren bij de politie. Wethouder jeugd van stadsdeel Zeeburg Fatima Elatik vertelt hoe zij op haar positie terecht is gekomen. Door keihard te knokken en vooral niet te gaan klagen. Neem het beste uit je Marokkaanse

cultuur, bouw op je geloof als inspiratiebron en maak gebruik van je kennis van de Nederlandse samenleving. Dan ligt er een wereld voor je open, aldus de wethouder.

Van geen perspectief tot spraakmakend auteur Dan is de microfoon voor Abkader Chrifi. Hij weet wat het betekent om geen perspectief te hebben. Schoolopleiding niet afgemaakt, geen werk, de straat als tweede thuis. Toen hij 25 was, dacht Abkader: is dit het nu? Hij ging lezen, weer studeren. Inmiddels is hij auteur van een spraakmakend boek, veel gevraagd spreker en zelfstandig ondernemer. Zijn verhaal is niet uniek. Een Dvd-presentatie laat zien hoe Najib Amhali (cabaretier), Ahmed Marcouch (stadsdeelvoorzitter) en Malika Jabouri (ondernemer) succesvol zijn geworden. Boodschap: succes kun je afdwingen.

Succesworkshops en -trainingen vanaf eind 2006

Workshops:

- 12 januari 2007: Buurthuis Ankerroog: workshop aan 100 Marokkaanse vaders
- 19 januari 2007: Buurthuis De Balk: workshop aan 15 Marokkaanse moeders
- 25 januari 2007: Buurthuis de Meevaart: workshop aan 40 mannen, vrouwen en jongeren
- 16 februari 2007: Zaal de Loods: workshop aan 35 Marokkaanse jongeren in de leeftijd van 12 tot 23 jaar
- April 2007: Buurthuis De Balk: workshop aan 50 Marokkaanse vrouwen en jongeren

Trainingen:

- 10-18 december 2006: Groep van 18 jongerenwerkers van Welzijn aan het IJ
- Februari 2007: Groep van 8 Marokkaanse meisjes
- Maart 2007: Groep van 12 Marokkaanse jongens

Het heft in eigen handen

Bij de conferentie komen ook jongeren en jongerenwerkers aan het woord. Jongerenwerker Said Zemmouri was zelf vroeger een lastige jongen. 'Had ik Abkader maar eerder ontmoet. Ik kan op straat prima werken met de succesformule.' Ouders van deelnemende jongeren zijn via workshops ook bij Trendy Maroc Star betrokken. En dat pakt goed uit. 'Marokkanen beginnen nu met elkaar over elkaar te praten. We nemen het heft in eigen handen.'