

Diverse doelgroepen in België en de beleving van jeugdwerk



DE AMBRASSADE
bureau voor jonge zaken

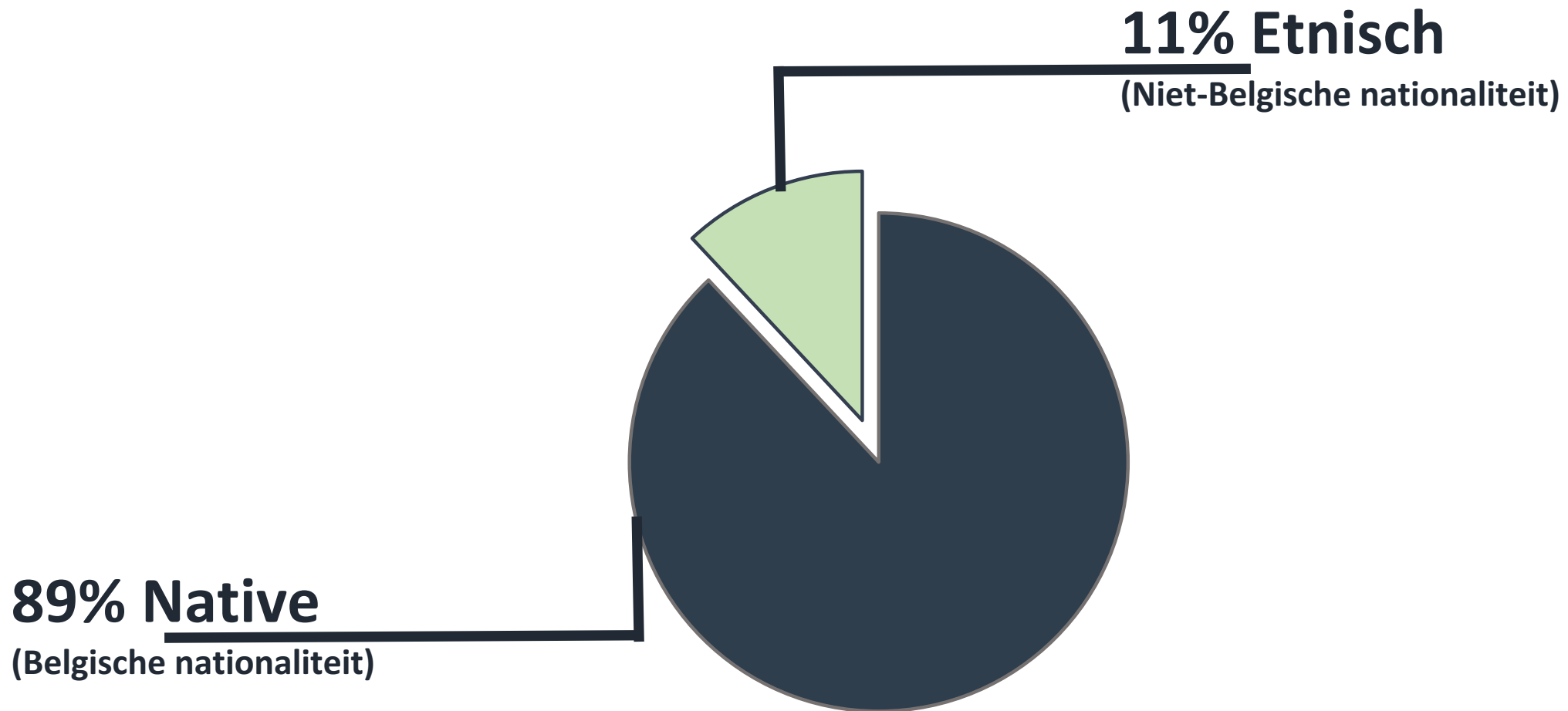
T I Q A H

10.10.2019



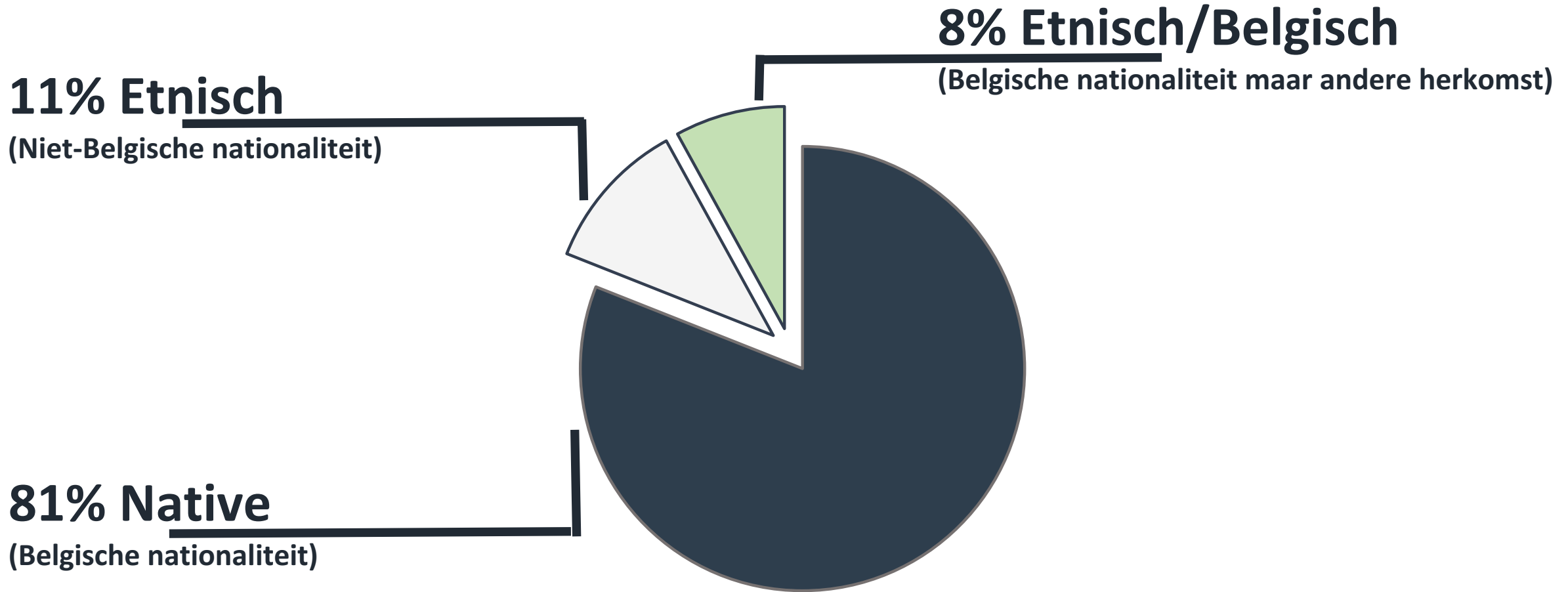


Culturele samenstelling van België

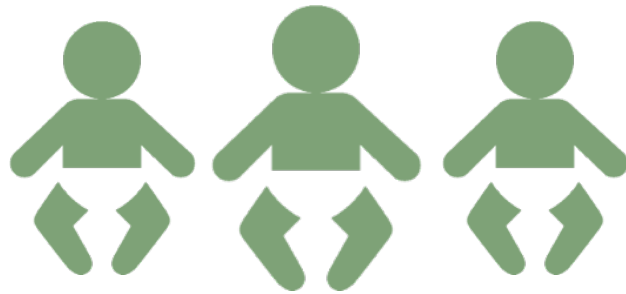




Reële culturele samenstelling van België



- ◆ Een hoger geboortecijfer aan de basis van de groei van diversiteit.



Hoger geboortecijfer:

Native mama 1,5

Etnische mama 3,1



◆ Concentratie in de grootsteden.



Source: TIQAH Research

Connecting brands with new consumers

◆ Meest voorkomende culturele achtergronden

De **Belgische etnische community** is onder te verdelen in **2 grote groepen**:

- **Moslims**
 - Waarvan 75% Marokkanen (46%) en Turken (29%)
 - Resterende 25%: Algerijnen, Tunesiërs, Aziaten, Senegalezen,.. maar ook een deel bekeerlingen (niet-moslims die moslim geworden zijn)
- **Niet-moslims**
 - Congo, Kameroen en andere Afrikaanse landen
 - Oost-Europa
 - Christelijke Turken, Egyptenaren, Syriërs,..

Binnen de Belgische populatie heeft 10% van de bevolking een moslimachtergrond. Deze groep heeft verschillende culturele achtergronden maar wordt binnen vaak als een grote community waarbij de moslimcultuur de gemeenschappelijke deler is.



Muslim population in Belgium:

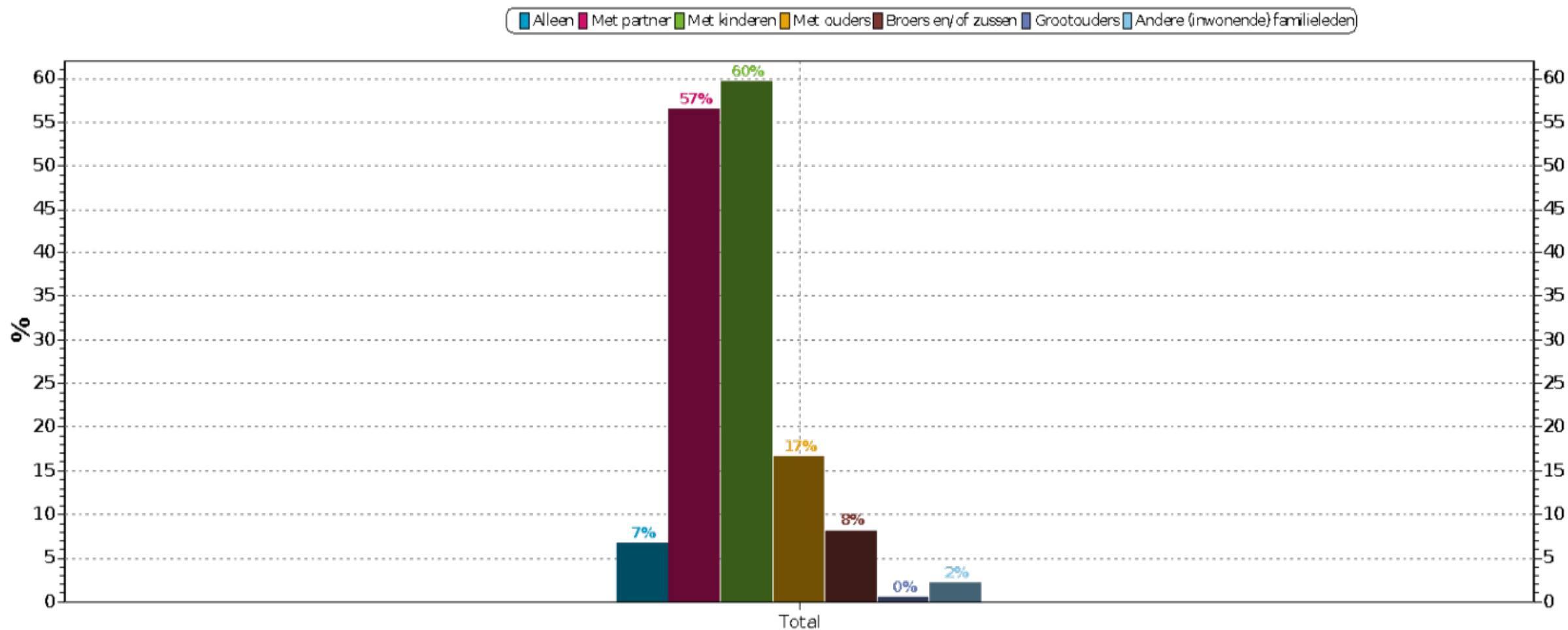
870.000

Bron: PEW Research



Gezins situatie – *De meerderheid woont samen met partner en / of kinderen*

N=414

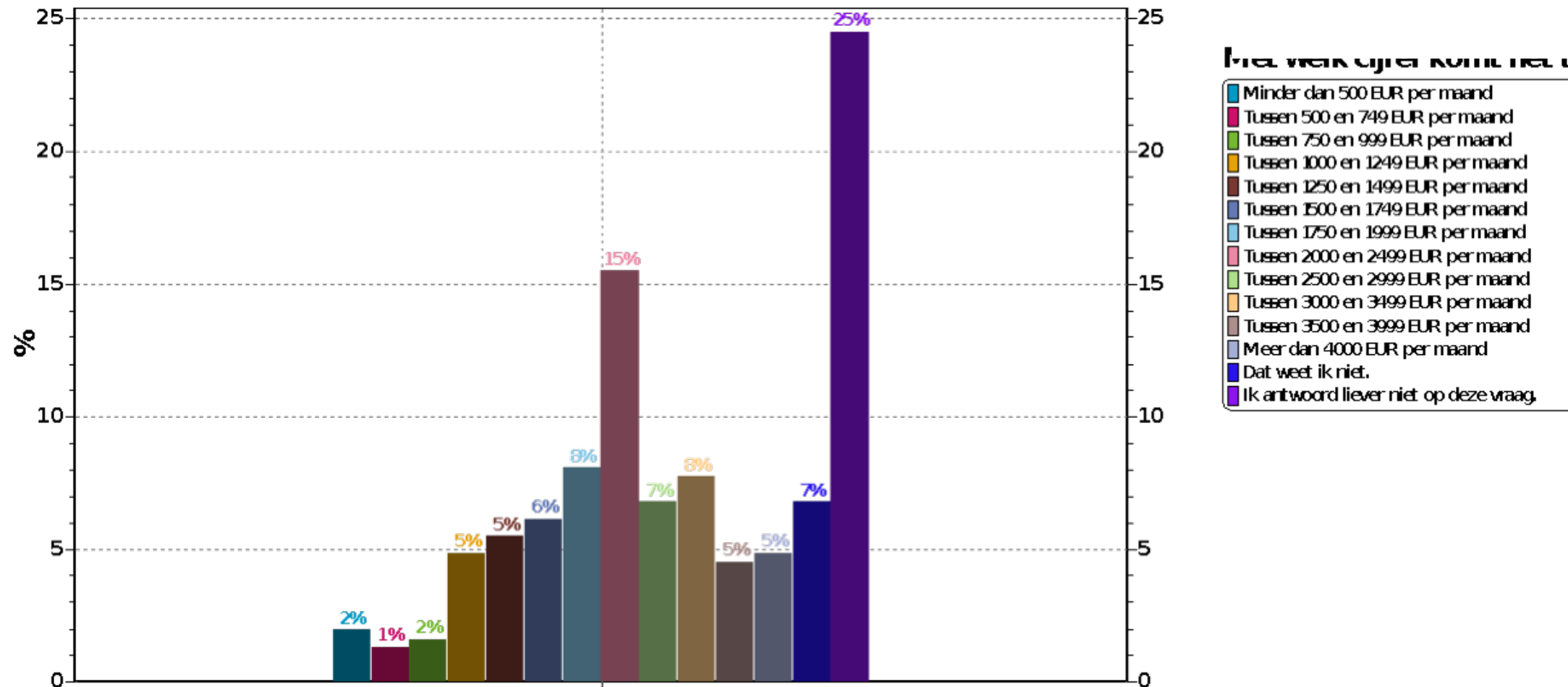


Bron: Tiqah, 2019

Connecting brands with new consumers

Gemiddelde inkomen – De meerderheid heeft een totaal maandelijks inkomen van € 2.000 - € 2.499

N=310

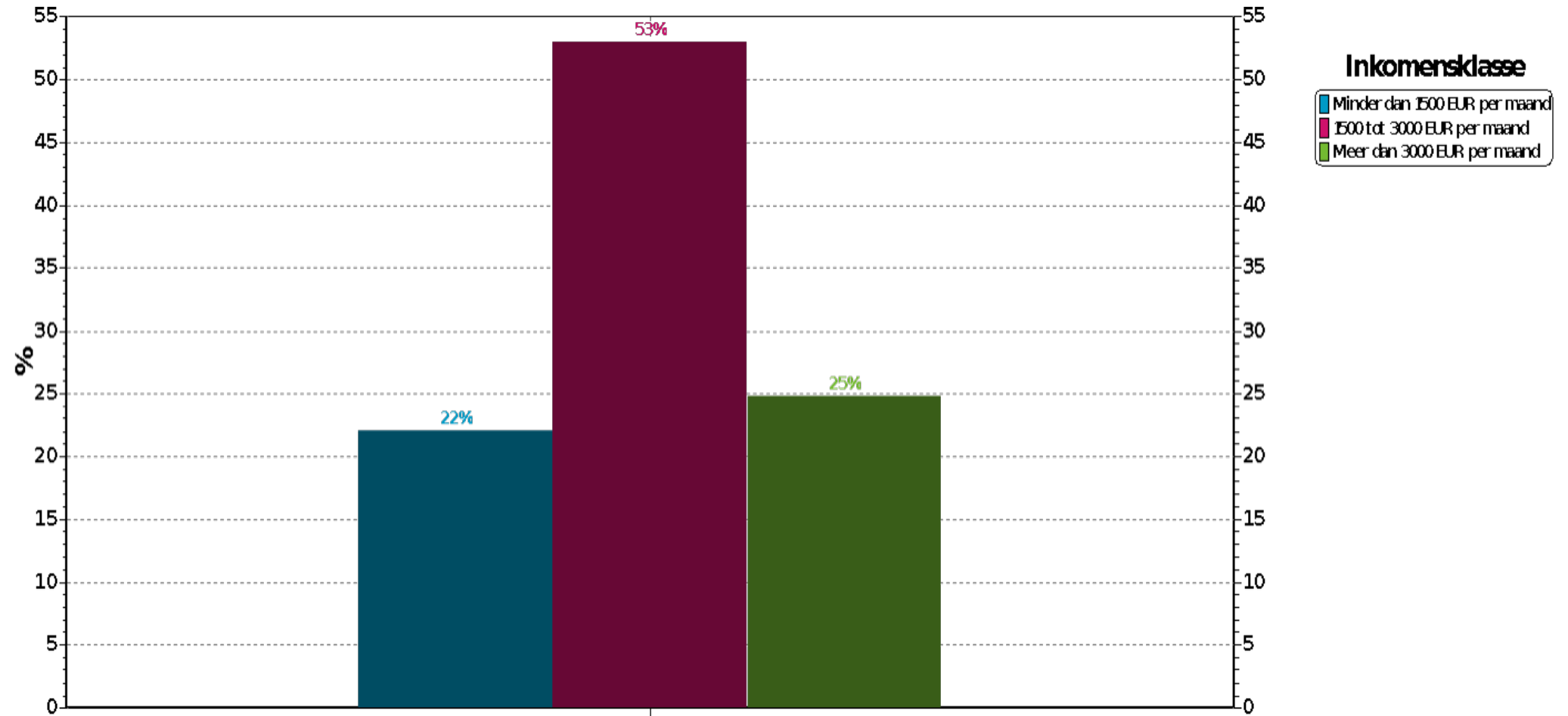


Bron: Tiqah, 2019

Connecting brands with new consumers

Gemiddelde inkomen – 53% van de families heeft een totaal maandelijks inkomen van € 2.500 - € 3.000

N=213



Bron: Tiqah, 2019

Connecting brands with new consumers

A photograph of two women wearing hijabs sitting at a wooden table in a restaurant. The woman on the left is laughing heartily with her hands clasped near her face. The woman on the right is also laughing and looking towards her friend. The table is set with plates of food, glasses, and a newspaper. In the background, there is a white brick wall and a wooden shelf filled with bottles. A semi-transparent green banner is overlaid across the middle of the image.

Media gebruik



Het belang van TV

N = 391



- 64% kijkt dagelijks naar Belgische TV
- 21% kijkt dagelijks naar Arabische TV, 62% doet dat nooit of zelden
- 84% kijkt nooit naar Turkse tv, slechts 8% doet dit dagelijks
(houd er rekening mee dat slechts 9% van onze steekproef Turkse roots heeft)





Het belang van Radio

N = 362



- 36% luistert dagelijks naar de Belgische radio, 43% doet dat zelden of nooit
- Slechts 4% luistert dagelijks naar de Arabische radio 93% luistert nooit naar Turkse radio





Het belang van traditionele geschreven media

N = 358



- Traditionele advertenties worden nog steeds zeer gewaardeerd door de 2e generatie
- 42% leest de Belgische krant dagelijks en 37% doet dit zelden of nooit
- 93% leest zelden of nooit Arabische kranten
- 98% leest zelden of nooit Turkse kranten





Het belang van social media kanalen

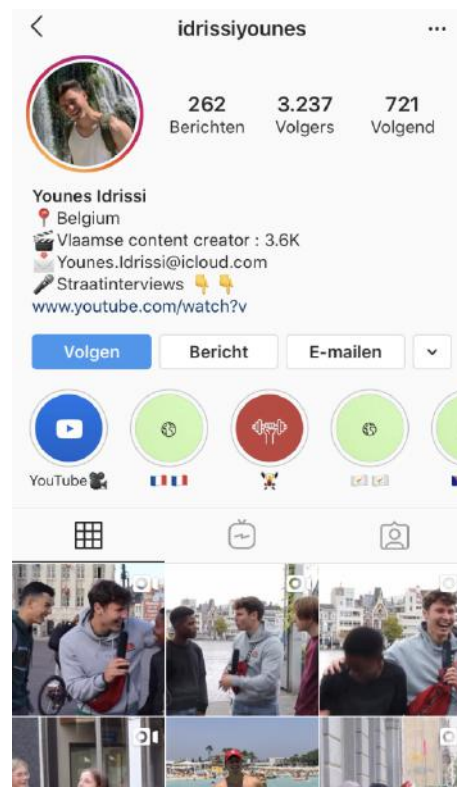
N = 374



- 86% is dagelijks actief op sociale media
- Slechts 12% geeft aan zelden of nooit Facebook te gebruiken
- 94% gebruikt Whatsapp dagelijks, een zeer sterk medium
- 44% zegt dagelijks Instagram te gebruiken
- 24% gebruikt Messenger zelden of nooit en 51% gebruikt Messenger dagelijks
- 50% gebruikt Snapchat zelden of nooit, 39% gebruikt Snapchat dagelijks
- Slechts 5% gebruikt Twitter dagelijks



Populaire kanalen bij jongeren jonger dan 13 jaar gaat de voorkeur naar humor en DIY



A close-up photograph of an elderly woman wearing a brown hijab and a dark blue garment. She is smiling broadly, showing her teeth, and looking slightly to the left. Her hands are clasped in front of her. The background is softly blurred, showing a window with brown curtains on the left and a light-colored wall on the right.

Ouders met een etnische achtergrond

◆ Social-cultural trends: Women as decision maker



Empowered women
Working women



◆ Algemene kennis over de eerste 3 generaties.

1^{ste} generatie

Eerste migrerende werknemers in België of de huwelijksmigranten

Zeer traditioneel, spreken weinig tot geen Nederlands of Frans

2^{de} generatie

Geboren in België, kinderen van gastarbeiders of huwelijksmigranten en mensen die op het moment van migratie minder dan 2 jaar oud waren.

Meervoudige identiteit, groot verantwoordelijkheidsgevoel tegenover de 1^{ste} generatie, voelen de druk om de cultuur levendig te houden en door te geven aan de volgende generatie

3^{de} generatie

Geboren en opgegroeid in België.

Internaliseert beide culturen, houdt tradities levend, hoger opleidingsniveau, empowered vrouwen.



◆ De eerste generatie genoot van een warm welkom, de 2de generatie struikelt over drempels

De **eerste generatie** werd warm en vriendelijk onthaald, omdat zij werden gezien als **‘nodige arbeiders’**:

- Hun **doel**: hard werken, genoeg geld verdienen en **terugkeren naar het thuisland** om daar een ‘beter leven’ te kunnen leiden
- Volledige **integratie** in België behoorde **niet tot hun ‘plan’** aangezien hun intentie was om na een beperkte periode terug te keren
- De **autochtone Belg had respect** voor deze gastarbeiders die zo dankbaar waren

De **tweede en zelfs derde/vierde generatie** kan zich weinig voorstellen bij het warm onthaal: zij hebben de **perceptie gezien te worden als een bedreiging** voor de autochtone Belgen:

- De moslims van vandaag streven naar **hogere studies en belangrijke posities** in de maatschappij – *toekomstige CEO’s, politiekers, artsen, advocaten,..*
- Zij hoeven **niet ‘dankbaar’** te zijn zoals hun ouders/grootouders – *zij werken hard(er) voor hun toekomst en hebben niets zomaar ‘gekregen’*
- **Autochtone Belgen lijken ‘schrik’ te hebben** van deze steeds belangrijker wordende groep omdat ze worden gezien als **‘predikers van de Islam’** – *terwijl hun levensdoelen universeel zijn, namelijk eten op tafel brengen, een warm nestje creëren, vrede en liefde ervaren... Een “waardevol” leven kunnen leiden.*



◆ België is het land waar het huis staat, maar waar men zich niet thuis voelt.

Rationeel welbevinden: het leiden van een **comfortabel leven** en de mogelijkheid om een **bepaalde levensstandaard** na te streven

- Sociale zekerheid
- Onderwijsmogelijkheden voor de kinderen
- Gezondheidszorg
- Degelijk juridisch systeem

Emotioneel welbevinden: er **werkelijk bijhoren is moeilijk** en het **outsider-gevoel** wordt groter en groter

- Afstandelijkheid en defensieve houding van medeburgers
- Stereotiepe beeldvorming in de media
- Negatieve en defensieve reacties op culturele symbolen - *zoals de hoofddoek en/of wijde kledij*
- Beperkte cohesie burens



◆ Leven in België met een culturele achtergrond

Men voelt zich als het ware **gevangen tussen 2 culturen** – *zonder volwaardig deel uit te maken van één of de twee*

- Men is **hier geboren en/of opgegroeid**, naar school geweest, beheerst de Nederlandse/Franse taal, maar ook het Arabisch/Turks/...o.a.
- Een **dubbele identiteit** is ontstaan: Arabisch/Turks/Afrikaans/.... én Belgisch
- Toch ervaart men **meer moeilijkheden** dan de eerste generatie ouders:
 - Zij moeten zich bewijzen tegenover de **veeleisende (Belgische) maatschappij** – *gretig om carrière te maken, maar vaak geconfronteerd met de ‘andere’ identiteit bij bv een sollicitatiegesprek die hen hun “rechtmatigheid” hierop afknot*
 - Tevens moet men zich eveneens bewijzen tegenover **de eigen cultuur**, in alle opzichten – *traditionele gerechten kunnen maken voor familie en gasten, gastvrijheid hoog houden, eigen tradities in leven houden,..*

➡ *Indien men niet slaagt in het behouden van de traditionele vereisten, dan riskeert men uit de ‘collectieve’ boot te vallen en wordt men aanzien als ‘te verwesterd’.*



◆ De betekenis van het hebben van kinderen

Ongeacht cultuur of religie, voor ouders betekenen kinderen vaak “alles waar het leven om draait”. Kinderen brengen namelijk **een heleboel levensvreugde** met zich mee: ze maken het leven van ouders rijker en waardevoller.

Typisch voor de moslimcultuur, is dat kinderen ook ‘gezegend’ zijn en **hoog aangeschreven staan in de Islamitsche leer**:

- “Als ouders hun kind met liefde aankijken, is dat een vorm van aanbidding van Allah.” – *Profeet Mohamed*
- “Kus je kinderen. Want elke keer als jij je kind kust, dan zal Allah jouw positie in de hemel verhogen.” *Profeet Mohamed*
- “Houden van kinderen is de beste handeling, omdat het doel van hun schepping de aanbidding van Allah is en een getuigenis van de eenheid van Allah. Als kinderen in hun kindertijd sterven, gaan ze rechtstreeks naar de hemel.” *Overlevering van Mozes*

Het feit dat kinderen een vorm van aanbidding vormen, maakt de **kinderwens** in deze culturen **een ‘evidentie’ en een bewust kinderloos bestaan, een uitzondering**.





De betekenis van het hebben van kinderen – Het is de taak van de moeder om de culturele fakkel door te geven

Het is de **verantwoordelijkheid van de moeder** om te zorgen voor een **‘transfer’ van religieuze waarden** en cultureel erfgoed.

Ze doet dit door:

- **Respecteren** van de beide roots: Etnisch & Belgisch en bij uitbreiding, respect voor de eigen gevormde identiteit
- Het **‘future proof’ opvoeden** zodat de kinderen gevormd worden tot **‘evenwichtige individuen’** die hun beide identiteiten met trots omarmen en het beste van de 2 werelden beleven om aldus goed te kunnen functioneren in de multiculturele samenleving.

Concreet neemt de moeder haar verantwoordelijkheid op door het **respecteren van volgende tradities**:

- **Religieuze feesten**: feestvieren, nieuwe outfits voor het hele gezin, cadeaus voor de kinderen (compensatie van Sinterklaas en Kerstmis indien deze niet gevierd worden).
- **Familiebezoeken en gastvrijheid**: om de familiebanden te onderhouden, gezien het belang van familie in deze culturen
- **Traditionele huwelijksfeesten**: het ‘officialiseren’ van de fusie van twee families. Het feest bestaat uit vele tradities, zoals henna, traditionele kleding, traditionele voeding, en veel zoet.





Leven in België als etnische ouder – Vastberaden om de toekomst van hun kinderen te harmoniseren.

In de opvoeding zijn er **drie belangrijke factoren** die de koers bepalen:

1. Het dagelijks **leven** staat volledig **in functie van de kinderen** - *hoewel de aanwezigheid van een sterke discrepantie bij de tweede en derde generatie, men streeft zichzelf als het ware voorbij*
 - Het **jong leven** verdient **alle zorg en aandacht**.
2. De ouders hebben het gevoel dat **hun leven is 'geleefd'** en doen er alles aan om hun eigen **'gemis' en 'honger' naar erkenning te vermijden** bij hun kinderen – *in hun tijd werd hun leven teveel bepaald door cultuur, door angst en door onwetendheid:*
 - De **traditionele cultuur** overheerste thuis: voeding, drank, TV, gesproken taal met ouders, religie.
 - **Extern** werd men teveel herinnerd aan de **'vreemde' identiteit**: racisme, vooroordelen, onvriendelijke blikken.
 - **Vriendschappen**: men had vroeger weinig tot geen autochtone vrienden, de eigen familiale leeftijdsgenoten waren de vrienden.
3. De **ouders van vandaag** zijn vastberaden om **komaf** te maken **met al de vooroordelen** waar ze mee te maken hebben door:
 - Hun kinderen op te voeden op een **'future proof' manier**: implementatie van competenties die van hun kinderen zelfzekere wezens maken die vol vertrouwen hun weg kunnen banen in België – *het belang van hogere studies wordt al van kleinsaf meegegeven.*



◆ **Leven in België als etnische ouder** – Hogere studies behalen is een noodzakelijke voorwaarde voor een verzegelde toekomst

Zoals eerder gezien, hebben **de mama's van vandaag** het gevoel dat **hun leven 'werd geleefd' door de cultuur** vroeger:

- **Vroeg trouwen**, zelfs jonger dan 18 – *een dochter hebben was vroeger een last op de schouders van de ouders en men ontdeed zich er zo snel mogelijk van*
- **Studeren** was niet voor de meisjes – *tenzij naailessen, want dat was het enige dat aanvaard werd*
- **Vrienden/vriendinnen** hebben en op stap gaan was **niet toegestaan** – *de angst dat het meisje iets "verkeerd" zou doen en dat de reputatie van de familie kon schaden, was beklijvend*
- Alles stond **in teken van de 'gemeenschap'**: men moest ten alle tijden vermijden dat de gemeenschap zou roddelen over een familie - *dat zou potentiële huwelijkspartners weghouden*

Mama's vandaag zien in hun kinderen de mogelijkheid om **hun on vervulde dromen waar te maken** en tonen het omgekeerd gedrag:

- Hun kinderen krijgen **alle kansen om te studeren**, ook de meisjes
- De mama's staan hun kinderen bij tijdens het studeren en zijn soms heel **'fanatiek'** hierin
- De **lat** wordt **hoog** gelegd, zeker voor **meisjes** – *als moeder is het onbegrijpelijk als de dochter niet inziet wat een luxe het is om te mogen/kunnen studeren*



◆ De fundamente[n] van de identiteitsvorming – *Gevormd tijdens de kinder – en jeugd[ja]ren van de moeder*

De fundamente[n] van de identiteitsvorming worden eigenlijk al **gelegd tijdens de kinder- en jeugd[ja]ren van de moeder.**

- Haar **identiteit** werd **gevormd door de cultuur** die strikt bewaakt werd door de ouders – *ze was gehoorzaam en kende eigenlijk geen alternatief*
- Op **latere leeftijd** is het **beseft** gekomen **wat ze allemaal “gemist” heeft** en wat er van haar is geworden – *vaak zijn het onzekere moeders, met minderwaardigheidscomplexen*
- Ze hebben een **zekere honger naar zelfstandigheid**, naar een hoger diploma en naar financiële onafhankelijkheid – *maar hebben moeite om vernieuwde kracht op te brengen om dat alsnog waar te maken*
- Die honger wordt gestild via de **opvoeding van de kinderen**

De kinderen moeten **een eigen identiteit ontwikkelen** en moeten zelfzekere wezens worden die zich probleemloos kunnen waarmaken, **zonder verloochening van hun cultuur.**



The image features three people in silhouette, jumping joyfully against a bright, orange-hued sunset sky. The sun is low on the horizon, creating a strong reflection on the water below. The people are positioned in a line, with the person on the left having their arms raised high, the person in the middle holding a small object (possibly a drink) above their head, and the person on the right also with arms raised. A semi-transparent green horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text 'Vrijetijdsbesteding' in a dark blue, sans-serif font.

Vrijetijdsbesteding

◆ De betekenis van vrije momenten

Hier kan een verschil gezien worden tussen de verschillende generaties:

- **De 1^{ste} generatie**
 - Hebben hard gewerkt om hun familie te onderhouden – *zijn in België gekomen als gastarbeiders*
 - Hechten veel belang aan spiritualiteit – *gaan vaak naar de Moskee, verdiepen zich in de religie*
 - Zijn weinig mobiel door stijgende leeftijd
- **De 2^{de} generatie**
 - Werken hard om de familie in België en in het land van herkomst te onderhouden.
 - Hebben een lagere materialistische ingesteldheid – *hechten weinig belang aan kledij, gadgets, dure wagens, ...*
 - Hun grootste zorg en wens is om zekerheid te bieden aan hun kinderen en dichte familieleden
- **De 3^{de} generatie**
 - Werken hard om de dromen van hun ouders waar te maken – *hun dromen najagen en hoge studies.*
 - Voelen een sterke financiële verantwoordelijkheid – *geven werk voorrang op hobby's om de familie te helpen, financiële onafhankelijkheid bereiken op jonge leeftijd.*



◆ De betekenis van vrije momenten

De 2^{de} en 3^{de} generatie zijn het meest actief omdat ze mobieler zijn. Daarnaast is voor beide generaties **sociaal engagement** belangrijk. Enkele voorbeelden zijn:

- Het oprichten van een eigen vzw
- Vrijwilligerswerk verrichten of lid zijn van een vereniging.

Doordat de Belgische identiteit ontplooid wordt op school of op het werk, is hun sociaal engagement in de meeste gevallen gelinkt met de eigen cultuur. Dit uit angst de waarden van hun herkomst te verloochen en niet te kunnen overdragen aan de volgende generatie. Hoofdzakelijk gaat het om het bekendmaken of het versterken van de eigen cultuur door tradities levend te houden binnen de gemeenschap en maatschappij. Door zelf een aanbod te creëren verminderen ze de kans tot het verliezen van evenwicht tussen hun beide identiteiten.



◆ De betekenis van het weekend

De weekends worden gedefinieerd door de cultuur. Onderstaande activiteiten krijgen daarbij voorrang en vormen de hoofdactiviteiten van het weekend.

- **Huishoudelijke taken**
Bijvoorbeeld boodschappen doen. Voor de bereiding van traditionele gerechten zijn bepaalde specifieke ingrediënten nodig die niet in de klassieke supermarkt gevonden kunnen worden. Dat maakt dat de wekelijkse boodschappen meer tijd innemen omdat meerdere winkels bezocht moeten worden. Vaak is het ook een familiale activiteit.
- **Traditionele maaltijden klaarmaken**
Doordeweeks worden Westerse en simpele maaltijden bereid. In het weekend wordt de tijd genomen om meer traditionele maaltijden klaar te maken die tijdrovender zijn.
- **Gasten ontvangen**
Gastvrijheid heeft een grote culturele en spirituele rol. Het waarborgen en onderhouden van familiale banden is belangrijk bij de gemeenschap waardoor gasten ontvangen of zelf op bezoek gaan voorrang krijgt op andere activiteiten.



◆ De betekenis van feesten

De dubbele identiteit beïnvloedt de betekenis en beleving van feesten. Ouders voelen zich verantwoordelijk om hun cultuur en tradities over te dragen op de volgende generatie. Daarom is het belangrijk dat de feesten de dubbele identiteit en dus **beide culturen respecteren**. Dat maakt dat de voorkeur gaat naar feesten die gelinkt zijn met de tradities van het land van herkomst.

- **Familie bezoek:** het behouden van de band tussen alle familieleden is een belangrijk cultureel en religieus gegeven.
- **Traditionele huwelijken en geboortefeesten:** deze levensmomenten worden volgens de tradities van het land van herkomst gevierd.
- **Religieuze feesten zoals Ramadan, suikerfeest, ...:** Ramadan is de Islamitische vastenperiode met de nadruk op het samen zijn en delen. Dit is niet enkel een religieus belangrijke periode maar heeft ook een grote culturele invulling. De belangrijkste Islamitische feestdagen waarbij families en vrienden samen komen. Het is een gelegenheid om zich op te kleden, een feestmaal te serveren en kinderen te verwennen met cadeautjes.





De plaats van jeugdwerk in de opvoeding

◆ Een eigen identiteit ontwikkelen

Ouders willen dat hun kinderen **een eigen identiteit** ontwikkelen die **hen weerbaar en zelfredzaam maakt** in deze multiculturele samenleving.

De ouders zien de **ontwikkeling van die sterke identiteit** als volgt:

- Veel **strakker de teugels** aanhouden op vlak van studies – *zodat hun kinderen nooit worden uitgelachen met ‘lager niveau’*
- Al met **pre-conditie van potentiële minderwaardigheid** opgevoed - *“je moet harder werken dan de Belgen”, leer het nu maar al, en worden daarom gestimuleerd tot hard(er) studeren om zich te kunnen verweren*
- Nood aan **overcompensatie** van de ouders
 - **Extern naar de buitenwereld toe:** strakke regels en strenge opvoeding – *mogelijk kritiek vermijden door “model-kinderen” op te voeden*
 - **Intern en binnen de eigen relatie:** verzachtende verwenning door de permissieve moeder – *als een soort “balsem” voor de algemeen strakke aanpak*
 - Warm nest geven, maar naar buiten toe toch strakkere regels



◆ De invloed van peers

Vanaf de leeftijd van ongeveer 9 jaar worden peers relatief belangrijker. Hierdoor wordt het spanningsveld tussen generaties geactiveerd:

- Het kind wil ***een eigen identiteit*** ontwikkelen, zonder al te veel ‘moeten’ en ‘zo hoort het’.
- Kinderen ***kijken op naar andere leeftijdsgenoten*** –ook autochtonen- en de **drang om erbij te horen**, wordt groot – *dit betekent dat kinderen vanaf deze leeftijd niet langer ‘het kind van de ouders’ willen zijn*
- Het ***permissieve*** van de ***moeder*** komt meer op, en laat af en toe de teugels wat los – *zodat het kind wat ruimte tot verkenning en eigen ontplooiing heeft*

‘Zoals ik aangaf, het is altijd in het weekend en bij veel Marokkaanse ouders gaat de Moskee voor, en soms ook familie bezoeken. Of je hoort van vrienden zoals bij mijn jongens ‘dat is niets voor ons’. En dan stoppen ze er mee.’ - Najima



◆ De betekenis van jeugdwerk

Jeugdwerk/activiteiten die niet aansluiten bij de culturele leefwereld en achtergrond krijgen geen voorrang op de planning van vrije tijd. De inhoud speelt hier een determinerende rol.

- **Hoge drempel:** Men is niet opgegroeid/opgevoed met jeugdwerkingen en activiteiten. Het is nieuw en wordt geïntegreerd in de levensstijl van de dubbele identiteit. Dat maakt dat er van thuis uit weinig kennis is over het aanbod en de meerwaarde ervan. Dit verhoogt de drempel voor deelname.
- **Weinig meerwaarde:** De ouders zijn enorm gefocust op het 'future proof' maken van hun kinderen. Hierdoor gaat de voorkeur naar educatieve activiteiten zoals huiswerkbegeleiding, bijlessen, Arabische lessen, Turkse lessen, ... etc. De meerwaarde van entertainende en actief jeugdwerk wordt aanzien als 'nutteloos'.
- **Aanbod:** De huidige ouders een zeker verantwoordelijkheidsgevoel ervaren met betrekking tot hun kinderen. Hiermee wordt bedoeld dat de ouders de dubbele identiteit van de kinderen maximaal ondersteunen, door beide culturen evenwaardig aan bod te laten komen in de opvoeding. Participatie aan socio-culturele activiteiten die een link hebben met de culturele achtergrond krijgen de voorkeur.



Voorbeelden van actieve jeugdwerk organisaties die een diverse doelgroep bereiken

Intisaar Boom vzw

Wie zijn ze: Wij zijn een meisjes jeugdvereniging uit Boom. Onze prioriteit is plezier maken en girlpower!

Hun aanbod: Huiswerkbegeleiding, creatieve workshops, culinaire activiteiten (bbq, pannenkoekenmiddag,...), ... De leden bepalen het aanbod. Er wordt continu gevraagd naar wat interesse is.

Leden: Meisjesvereniging met als doelgroep 6 - 12 jaar (jonge meisjes) en +13 (de wat volwassenere meisjes)

“Bij de Chiro voelen de kinderen zich ook goed enkel is ons aanbod anders. Wij bevragen onze leden naar waar hun interesse naartoe gaat en we passen ons aanbod dan aan.” – Intisaar Boom vzw



◆ Voorbeelden van actieve jeugdwerk organisaties die een diverse doelgroep bereiken

Al Abrar vzw

Wie zijn ze: Een Gentse vzw opgericht door een aantal jongeren vanuit de Moskee in Gent-Brugge.

Hun aanbod: Geven les aan kinderen en jongeren. Arabische lessen, Islam lessen, huiswerkbegeleiding, ... Daarnaast organiseren ze ook activiteiten zoals sporadische uitstappen, feestjes, barbeques, gezinsdagen, ... Op die manier zorgen ze ook voor ouderparticipatie.

Aantal leden: 70 – 80 leden



◆ Een aangepast aanbod

Educatie

Ouders gaan hier gemakkelijker op in. Ze zien dit als een extra tool om hun kinderen 'future proof' te maken.

&

Recreatie

Kinderen, jongeren blijven gemotiveerd. Ze hebben nood aan ontspanning.



◆ TIQAH contact



Fatima@tiqah.com

Rachid@tiqah.com



+32 486 44 82 48

+32 485 44 20 02



www.tiqah.com

www.tiqah.com



Fatima Llouh

Rachid Lamrabet





SALAAM

• TIQAH