

# Merkpaspoort

## Autisme Vlaanderen

### Een nieuwe naam en een nieuwe positionering en een geactualiseerde missie

Na meer dan veertig jaar engagement, groei, crisis en herbronning, is er nu een uitdrukkelijke wil om met heldere stem en vernieuwde identiteit naar buiten te treden. Vlaamse Vereniging Autisme staat op een kantelpunt te evolueren van 'vereniging' tot beweging gedreven door samenwerking.

Bij een herpositionering van sterk merk als Vlaamse Vereniging Autisme doe je geen gewone make-over. Het is een maatschappelijk statement. Daarom kwam deze nieuwe positionering ook co-creatief tot stand met een beperkte maar diverse groep van stakeholders: vrijwilligers, medewerkers, bestuurders, mensen met autisme en naasten, medewerkers, lang bij de organisatie, nieuw bloed. En daarom streven we naar een visuele en inhoudelijke positionering die complexiteit durft te erkennen, maar ook vertaalt naar verbinding, helderheid en onmiskenbare impact.

De herwerking van onze missie en visie markeert de inhoudelijke en strategische evolutie van de organisatie. Waar de vroegere formuleringen vooral vertrokken vanuit een zorg- en ondersteuningskader, vertrekken de nieuwe teksten vanuit gelijkwaardigheid, ervaringsdeskundigheid en partnerschap. De toon verschuift van **ondersteunen en informeren** naar **verbinden, versterken en vertegenwoordigen** — van **zorglogica** naar **gelijkwaardigheid en partnerschap**.

We blijven informeren, sensibiliseren en belangen behartigen, maar nu formuleren we het vanuit de kracht en stem van mensen met autisme zelf. Uiteraard deden we dit al maar het was niet herkenbaar in de woorden die we gebruikten.

De nieuwe missie en visie zijn modern, inclusief, participatief en volledig **conform volgens UNCRDP (United Nations Convention of the Rights of Disabled People)**, en geven richting aan een organisatie die evolueert van vereniging tot **maatschappelijke beweging**.

### Autisme Vlaanderen

De nieuwe merknaam Autisme Vlaanderen is een meer inclusieve drager voor deze missie dan Vlaamse Vereniging Autisme. Waar de oude naam vooral verwees naar de structuur en oorsprong van de organisatie, spreekt de nieuwe naam tot iedereen in Vlaanderen die met autisme leeft, ermee werkt of zich ermee verbonden voelt. Hij verbindt zonder te vernauwen, en straalt meer openheid, actualiteit en maatschappelijke relevantie uit.

# 1. Merkkern

## Missie (Waarom bestaan wij?)

**Autisme Vlaanderen is er voor en door mensen met autisme en hun familie en vrienden.** We verbinden, versterken en vertegenwoordigen mensen, zodat autisme gezien en gewaardeerd wordt als een vanzelfsprekend onderdeel van menselijke diversiteit, en iedereen zichzelf kan zijn en de ruimte krijgt om te leven op een manier die bij hem of haar past.

## Visie (Wat willen we bereiken?)

Autisme Vlaanderen streeft naar een samenleving waarin mensen met autisme vanzelfsprekend deel uitmaken van de menselijke diversiteit. Een samenleving waar mensen met autisme zichzelf kunnen zijn, met ruimte voor ieders mogelijkheden én ondersteuningsnoden waar nodig, ongeacht leeftijd, herkomst, huidskleur, seksuele oriëntatie, genderidentiteit, levensbeschouwing, intellectuele mogelijkheden, sociaal-economische situatie of andere kenmerken.

Mensen met autisme en hun naasten zijn daarin volwaardige partners. Zij zijn geen loutere toeschouwers, maar kunnen – elk op hun eigen manier – mee vorm geven aan een inclusieve samenleving. Door hun ervaringen, talenten en inzichten creëren we samen meer begrip voor de uniekheid van elke persoon en in alle levensdomeinen: werk, onderwijs, relaties, vrije tijd, zorg, administratie, ondersteunende besluitvorming en meer. Daarbij staan gelijke rechten, welzijn, autonomie en levenskwaliteit voorop.

We bouwen aan een maatschappelijke beweging van waaruit we bewustzijn, verbinding en verandering realiseren en we brengen mensen, organisaties en beleid samen.

**Samen vormen we een netwerk van kracht en solidariteit: niemand hoeft er alleen voor te staan.**

*nvdr: Deze visietekst wordt herschreven voor website en wordt herwerkt in een eenvoudige animatiefilm of strip zodat het echt voor iedereen toegankelijk is.*

## Kernwaarden (Waar geloven we in?)

- **Menselijk** – We vertrekken vanuit gelijkwaardigheid, empathie en nabijheid.
- **Verhelderend** – We maken complexe thema's begrijpelijk en toegankelijk.
- **Verbindend** – We slaan bruggen tussen mensen, organisaties en het beleid.
- **Impactvol** – We streven naar tastbare verandering voor mensen met autisme en hun omgeving.
- **Erkenning** – We erkennen zowel het potentieel als de uitdagingen van autisme én de inspanningen van de samenleving richting inclusie.

*(Zie bijlage 1 voor meer detail)*

## Servicewaarden (Hoe gedragen we ons als vertegenwoordigers?)

- **Integriteit** - we bouwen aan vertrouwen door anderen op een eerlijke en integere wijze te benaderen op basis van de eigen authenticiteit en het nakomen van afspraken
- **Gelijkwaardigheid** - We behandelen de andere zoals je zelf ook graag behandeld wil worden. Mensen met een andere mening, neurodiversiteit, culturele achtergrond, etniciteit, geslacht, leeftijd, ... respecteren en op een gepaste manier met deze verschillen omgaan
- **Impactvol handelen** - we zetten onze eigen kennis, vaardigheden en middelen doelgericht, bewust en consistent in om—binnen de waarden, afspraken en beschikbare resources van de organisatie—een aantoonbare, positieve en duurzame verandering teweeg te brengen voor de beoogde doelgroep, het team en de bredere samenleving.
- **Zelfontwikkeling/Open leerhouding** - we zijn bereid om continu bij te leren en hierin te investeren.

## 2. Merkpositionering

**Doelgroepen** (Voor wie doen we wat we doen?) (nvdr. Doelgroepen kunnen overlappen)

<b>Primaire doelgroep</b>	<b>Omschrijving</b>	<b>Rol binnen Autisme Vlaanderen</b>
<b>Mensen met autisme</b>	Personen met diagnose of zelfidentificatie, alle leeftijden en profielen binnen het spectrum (cfr. Visie)	<b>Kern van onze werking.</b> Alles vertrekt vanuit hun ervaringen, noden en talenten. Ze zijn niet enkel doelgroep, maar medevormgevers van onze beweging.
<b>Naasten</b>	Ouders, broers/zussen, partners, kinderen, vrienden,...	<b>Co-creators en ervaringsdragers.</b> Ze brengen unieke inzichten en zorgen mee voor draagkracht, het signaleren van maatschappelijke noden en verbinding.
<b>Vrijwilligers</b>	Vaak ervaringsdeskundigen die actief bijdragen in groepen, events, adviesraden,...	<b>Operationele co-creators.</b> Ze bouwen actief mee aan beleid, inhoud en werking. Brugfiguren tussen mensen en organisatie.
<b>Leden</b>	Personen die zich aansluiten uit betrokkenheid, zonder actieve rol.	<b>Verbonden achterban.</b> Ze tonen steun, nemen deel aan activiteiten en versterken het maatschappelijk draagvlak, maar nemen geen actieve rol op.
<b>Schenkers</b>	Personen die financieel bijdragen (eenmalig of structureel).	<b>Financiële mogelijk-makers.</b> Ze geloven in onze missie en helpen groei en projecten waarmaken via materiële ondersteuning.
<b>Sympathisanten</b>	Volgen de organisatie, delen inhoud, zonder lidmaatschap of schenking.	<b>Morele supporters.</b> Ze verspreiden de boodschap en dragen bij aan maatschappelijke bewustwording en beeldvorming.
<b>Partnerorganisaties</b>	Andere autisme-initiatieven, zorgorganisaties, scholen, inclusie-actoren,...	<b>Netwerkpartners.</b> Belangrijk voor schaalvergroting, kennisdeling, samenwerking en geloofwaardigheid.

Secundaire doelgroep	Omschrijving	Rol binnen Autisme Vlaanderen
<b>Beleidsmakers &amp; overheid</b>	Lokale en Vlaamse overheden, kabinetten, agentschappen, parlementsleden,...	<b>Structurele beïnvloeders.</b> Essentieel voor duurzame verandering, regelgeving en middelen. We beïnvloeden hen via kennis, praktijk en ervaringsverhalen.
<b>Breder publiek</b>	Leerkrachten, werkgevers, collega's, burens, studenten, media,...	<b>Maatschappelijke schakels.</b> Cruciaal voor mentaliteitswijziging. Via hen veranderen we beeldvorming en bevorderen we inclusie.

### Marktpositionering (Wat is onze plek in het speelveld?)

Vlaanderen telt veel zorg- en belangenorganisaties rond autisme, vaak met een medische of therapeutische insteek. Er is bijzonder veel versnippering. Autisme Vlaanderen onderscheidt zich door vanuit de gemeenschap zélf te spreken: het is een stem van binnenuit, die actief bruggen slaat naar beleid, kennisdeling én publieke opinie. Door te evolueren naar een netwerkorganisatie, willen we een ecosysteem bouwen waarin samenwerking centraal staat.

### Positioneringsdoelstellingen (Wat willen we bereiken met deze positionering?)

- Een sterkere positionering als netwerkorganisatie én maatschappelijke beweging
- Zichtbaarheid en herkenning van de nieuwe naam vergroten
- Vertrouwen en betrokkenheid vergroten bij mensen met autisme, hun naasten én partners
- Een herkenbare, warme stem worden in het maatschappelijk debat over autisme

### 3. Merkpersoonlijkheid (hoe komen we over?)

#### De bondgenoot (primair archetype)

Wij zijn er naast mensen met autisme. Niet boven, niet tegenover. Dit betekent: luisteren zonder te oordelen, communiceren op gelijk niveau, verhalen delen van binnenuit, communicatie die zegt “wij” in plaats van “zij”. Onze tone of voice is zacht maar krachtig. In campagnes tonen we echte mensen, geen stereotype modellen.

#### De leider/kwetsbare held

We nemen verantwoordelijkheid in de sector. Niet als betweter, maar als organisatie die kracht uit kwetsbaarheid haalt. We tonen dat we geleerd hebben uit crisissen. We durven te spreken waar nodig, maar met nuance. We zeggen wat moet gezegd worden, ook als het ongemakkelijk is.

#### De wijze

We zijn inhoudelijk sterk en kennisgedreven. We delen die kennis op een begrijpelijke en toegankelijke manier. Geen jargon. We helpen mensen met autisme, ouders, en professionals navigeren door complexe informatie. Dit zie je in formats zoals infobrochures, folders, de website, cursussen,...

Archetype	Kenmerken	Toepassing communicatie	Toon
De bondgenoot	Gelijkwaardigheid, nabijheid, empathie, steun	Gebruik van inclusieve taal Wij ipv zij	Warm, betrokken, luisterend, uitnodigend
De leider/held	Durft verantwoordelijkheid nemen, toont kwetsbaarheid, spreekt met lef	Duidelijke standpunten innemen in maatschappelijke debatten, crisissen niet ontwijken	Zelfverzekerd maar nederig, transparant, eerlijk
De wijze	Kennisgedreven, duidelijk, toegankelijk	Infographics, heldere uitleg, educatieve formats zoals cursussen en lezingen	Inzichtelijk, helder, zonder jargon, respectvol en ondersteunend

## Bijlage 1: Verduidelijking kernwaarden

Waarde	Wat betekent dit?	Hoe gedragen we ons?	Voorbeelden van toepassing
<b>Menselijk</b>	We vertrekken altijd vanuit de mens, niet de diagnose. Empathie, nabijheid en gelijkwaardigheid staan centraal.	We luisteren actief, spreken inclusief, en erkennen emoties. We tonen betrokkenheid, ook als we geen pasklaar antwoord hebben.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebruik van echte verhalen in communicatie</li> <li>• Informatie op maat (voor jong, oud, ouders, professionals)</li> <li>• Beeldvorming met échte mensen, geen stockfoto's</li> <li>• ...</li> </ul>
<b>Verhelderend</b>	We maken autisme inzichtelijk, zonder te simplificeren. We vertalen complexiteit op een toegankelijke manier.	We communiceren helder, zonder jargon. We zoeken balans tussen nuance en begrijpbaarheid.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infographics, illustraties en laagdrempelige content</li> <li>• Podcasts of video's met duidelijke uitleg</li> <li>• FAQ's en ervaringsverhalen naast wetenschap</li> <li>• ...</li> </ul>
<b>Verbindend</b>	We brengen mensen samen: met elkaar én met de samenleving. We bouwen bruggen tussen verschillen.	We creëren ruimte voor dialoog. We bevorderen samenwerking tussen mensen, organisaties en beleid.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Platformen voor ervaringsuitwisseling</li> <li>• Netwerkmomenten tussen partners</li> <li>• Campagnes die diversiteit tonen binnen het spectrum</li> <li>• ...</li> </ul>
<b>Impactvol</b>	Wat we doen moet voelbaar verschil maken. Niet om goed bezig te zijn, maar om echt te helpen.	We stellen doelen, meten resultaten, en sturen bij waar nodig. We focussen op concrete verbetering voor onze doelgroep.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beleidsaanbevelingen op basis van realiteit</li> <li>• Tools of trainingen met meetbare effecten</li> <li>• Verhalen van verandering delen op events</li> <li>• ...</li> </ul>
<b>Erkenning</b>	We erkennen het volledige spectrum: talenten én moeilijkheden. Ook de samenleving die haar best doet, verdient erkenning.	We waarderen inspanningen, maar aanvaarden zonder oordeel wanneer iets niet kan. Iedereen moet zichzelf kunnen zijn. We benoemen het ongemakkelijke én vieren het waardevolle.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campagnes die moeilijkheden bespreekbaar maken</li> <li>• Testimonials van ook ouders én hulpverleners</li> <li>• Aandacht voor successen, groot of klein</li> <li>• ...</li> </ul>