

KINDERARMOEDEFONDS

LEARNINGS UIT TIEN CORONAPROJECTEN 'OUTREACHEND BEREIKEN VAN GEZINNEN IN ARMOEDE'

© FRANK TOUSSAINT

Colofon



OUTREACHEND BEREIKEN VAN GEZINNEN IN ARMOEDE

Een uitgave van het Kinderarmoedefonds beheerd door de Koning Boudewijnstichting
Brederodestraat 21
1000 Brussel

Auteurs

Marieke Carpentier
Yolène Sempels
Ella Desmedt

Eindredactie

Tine Swaenepoel

Coördinatie voor de Koning Boudewijnstichting

Gerrit Rauws, directeur
Saïda Sakali, senior projectcoördinator
Zyrine Llanes, project & knowledge manager

Stuurgroep

Magda De Meyer, ere-volksvertegenwoordiger, voorzitter, nederlandstalige vrouwenraad
Carine De Wilde, beleidsmedewerker afdeling beleidsontwikkeling – Departement WVG
Marijke Enghien, afdelingshoofd Vlaamse Overheid – Departement Welzijn, Volksgezondheid en Gezin
Saïda Sakali, senior projectcoördinator, Koning Boudewijnstichting
Nicolas Van Praet, netwerkcoördinator, Netwerk tegen Armoede

Grafisch concept en vormgeving

Billie Bonkers

Wettelijk depot: D/2893/2022/19

Referentienummer: 3869

Oktober 2022

Deze uitgave kan (gratis) online besteld of gedownload worden van onze website www.kbs-frb.be

Inhoudsopgave

01	Learnings uit TIEN coronaprojecten	
	'outreachend bereiken van gezinnen in armoede'	7
	1.1. Achtergrond van de projectoproep	8
	1.2. Werkwijze	9
	1.3. Structuur van het rapport	11
02	VOORSTELLING VAN DE TIEN ORGANISATIES & PROJECTEN	13
	2.1. Betonne Jeugd	15
	2.2. D'Broej	16
	2.3. De Wereld van Indra	16
	2.4. Home-Start Domo Hasselt vzw	18
	2.5. Jong Gent in Actie	19
	2.6. LEONhuis	20
	2.7. MamaStart	21
	2.8. Sportpret	22
	2.9. VZW Homie	23
	2.10. Vzw Storzo	24
03	RESULTATEN	27
	3.1. Bereik doelgroep	27
	3.2. Veranderingen bij de doelgroep	31
	3.3. Verhouding projecten en reguliere dienstverlening en onderwijs	50
04	LEARNINGS: SUCCESFACTOREN EN DREMPELS	55
	4.1. Uitgangspunten van goede outreach	55
	4.2. Uitdagingen voor organisaties om outreachend te werken	61
05	AANBEVELINGEN	69
	5.1. Versterk en verspreid de outreachpraktijk	70
	5.2. Dicht de digitale kloof	73
	5.3. Creëer een institutionele context die het bereiken van de meest kwetsbare gezinnen en jongeren vergemakkelijkt	76



Het Kinderarmoedefonds, beheerd door de Koning Boudewijnstichting, wil kansarme kinderen al van bij de start van hun leven meer kansen op een goede ontwikkeling bieden, ouders ondersteunen en de uitsluiting van deze gezinnen tegengaan. Want armoede heeft een impact op alle facetten van het leven van jonge kinderen: van voeding tot hun emotionele, intellectuele, culturele en sociale ontwikkeling. Kwetsbare gezinnen bereiken blijft bovendien een uitdaging, zeker in tijden van COVID-19.

Inzetten op preventie is op termijn vijf tot negen keer goedkoper dan curatief ingrijpen. Of, om het met de woorden van James Heckman (Nobelprijswinnaar Economie in 2000) te zeggen: "Hoe eerder men investeert in kinderen, hoe hoger de return voor de samenleving".

Het Kinderarmoedefonds steunt daarom innovatieve projecten om kinderarmoede te bestrijden. De projecten worden zorgvuldig geselecteerd en wetenschappelijk opgevolgd. Zo krijgen we een goede kijk op wat het beste werkt in de strijd tegen kinderarmoede, op wat echt effectief is. De resultaten brengen we dan naar zowel lokale als hogere overheden. De strijd tegen kinderarmoede is niet alleen een zaak van sociaal beleid en welzijn: er zijn ook financieel-economische aspecten.

Op vraag van de Vlaamse Minister van Armoedebestrijding werden een aantal projecten die met een outreachende aanpak gezinnen, kinderen en jongeren willen bereiken, geanalyseerd. Wat leren we van deze projecten? Hoe kan je het zorgverleningsaanbod versterken om de doelgroep beter te bereiken en daardoor ook kinderarmoede terug te dringen? Wat werkt en wat doe je beter niet?

In dit rapport bundelen we de learnings uit onderzoek en focusgroepen die ons in staat stellen om inzicht te krijgen in de goede praktijken die een zo goed mogelijk antwoord bieden op de noden van jonge gezinnen in armoede. Zo willen we overheden, partnerorganisaties en de vele mensen die op het lokale niveau actief zijn, inspireren.

Noël Slangen
Voorzitter Kinderarmoedefonds







01

LEARNINGS UIT TIEN CORONAPROJECTEN 'OUTREACHEND BEREIKEN VAN GEZINNEN IN ARMOEDE'

In dit rapport bundelen we bevindingen van een analyse van tien projecten die door outreachend te werken gezinnen, kinderen en jongeren in kwetsbare situaties wilden bereiken tijdens de coronapandemie. De projecten werden gefinancierd in het kader van een bredere projectoproep van de Vlaamse minister van Welzijn, Volksgezondheid, Gezin en Armoedebestrijding. De tien projecten werden geselecteerd door het bestuurscomité van het Kinderarmoedefonds.

In lijn met onderstaande definitie van outreach, bestaat de doelgroep van de geanalyseerde projecten – en in het algemeen van de werking van de gefinancierde organisaties – uit gezinnen, kinderen en/of jongeren die niet of ontoereikend bereikt worden door het huidige hulp-, dienst-, of zorgverleningsaanbod en die bovendien over geen of een zeer beperkt netwerk beschikken. Kenmerkend is dat de doelgroep(en) op diverse hindernissen botsen die het moeilijk maken aansluiting te vinden in de maatschappij.

“Outreachend werken is een werkwijze die uitgaat van een actieve benadering en gericht is op het bevorderen van welzijn. De werker vertrekt vanuit de participatieve basishouding en richt zich op personen in maatschappelijk kwetsbare situaties, die niet of ontoereikend bereikt worden door het huidige dienst-, hulp- en zorgverleningsaanbod. Dit door zich te begeven in hun leefwereld met erkenning van de daar geldende waarden en normen. Met outreachend werken streeft men naar een wederzijdse afstemming tussen de doelgroep, haar netwerk, het maatschappelijk aanbod en de ruimere samenleving”

De Mayer e.a., 2012, p. 38
(geciteerd in: Beelen et al. 2014)

IDEA Consult analyseerde in opdracht van het Kinderarmoedefonds van de Koning Boudewijnstichting tien projecten, om zicht te krijgen op hun werking:

- **Hoe kan de doelgroep goed bereikt worden?**
- **Welke acties helpen mensen om terug de stap te zetten naar reguliere dienstverlening, school en vrije tijd?**
- **Op welke manier kunnen mensen ondersteund worden om hun sociaal netwerk succesvol (terug) op te bouwen?**

Behalve de learnings bespreken we ook de gerealiseerde outcomes bij de beoogde doelgroepen:

- **het bereik van de projecten**
- **de veranderingen in activiteiten, gedrag, attitudes en relaties bij de doelgroep.**

Het finale doel is geen evaluatie, maar het formuleren van lessen voor praktijk en beleid op basis van de tien geselecteerde projecten.

1.1. Achtergrond van de projectoproep

Armoede is meer dan een gebrek aan geld; het leidt tot sociale uitsluiting, financiële stress, negatieve psychologische effecten en tal van andere negatieve uitkomsten op vlak van gezondheid, werk, scholing en algemeen welbevinden.¹ De coronapandemie maakte deze uitdagingen nog groter voor mensen in armoede. Door de lockdown en het onderbreken van hulp- en dienstverlening kwamen hun vaak al beperkte sociale netwerken² nog meer onder druk te staan. Dit deed de vraag naar noodhulp toenemen en had een negatieve impact op het mentaal welzijn. In deze context lanceerde de Vlaamse overheid de projectoproep 'outreaching bereiken van gezinnen in armoede' om initiatieven te ondersteunen die inspelen op deze noden, en mensen in armoede proactief en outreachend willen bereiken. Voor de 75 geselecteerde³ projecten werd een budget voorzien van 3,2 miljoen euro.

De projecten zetten in op de volgende thema's:

- De digitale kloof wegwerken: een digitaal aanbod uitbouwen, het materiaal leren gebruiken en de juiste informatie leren opzoeken;
- Contact houden: inzetten op innovatieve vormen van groeps-activiteiten rekening houdend met met de geldende coronamaatregelen, en inzetten op stoepgesprekken of wandelingen met individuele personen;
- Buddywerking op- of verderzetten online, telefonisch of in beperkte mate fysiek, met het oog op een luisterend oor en toeleiden naar hulp- en dienstverlening, motiveren en opvolgen;
- Kwaliteit van het noodhulpaanbod verhogen;
- Toeleiden naar hulp- en dienstverlening (OCMW, CAW, VDAB ...) of naar het begeleidingsaanbod voor persoonlijke en psychische problemen.

¹ Van Lancker, W. (9 oktober 2020). Armoede en coronabeleid in vlaanderen, presentatie voor de commissie voor de evaluatie en verdere uitvoering van het Vlaamse Coronabeleid

² https://armoede.vlaanderen.be/sites/default/files/media/Netwerkversterking-eindrapport-finaal_0.pdf

³ http://armoede.vlaanderen.be/sites/default/files/media/Overzicht_geselecteerde_projecten_website.xlsx; de helft van het totale budget voor de projecten werd gefinancierd via het actieplan Zorgen voor Morgen en de andere helft via het reguliere armoedebelief



1.2. Werkwijze

We kozen bewust voor een lerende insteek, om openheid te creëren om een optimale inkijk te krijgen in de loop van de projecten en zoveel mogelijk te leren uit de opgedane ervaringen. In lijn met deze insteek, zijn de quotes in het rapport geanonimiseerd. In dit rapport bespreken we dus niet per project de mate waarin bepaalde doelen bereikt worden. Wel willen we een inzicht geven in hoe outreach naar gezinnen en jongeren in armoede wordt gerealiseerd, wat ermee bereikt wordt, en welke drempels en succesfactoren hierbij komen kijken.

We startten de analyse met een beknopte desk-analyse van de projectvoorstellen. Vervolgens voerden we gesprekken met de projectcoördinatoren. Om het begrip van de projecten ook met de 'outside-in' blik aan te vullen, voerden we gesprekken met partners en doelgroepen. Hiervoor schakelden we de hulp in van de projectcoördinatoren, rekening houdend met hun beschikbare tijd. De gesproken partnerorganisaties zijn divers (OCMW, Huis van Het Kind, scholen, CLB ...).

Aangezien we zoveel mogelijk rekening hielden met de mogelijkheden en de tijd van de projectcoördinatoren, vonden de bevestigingen van partners en doelgroep flexibel plaats in verschillende formats. Voor sommige gesprekken konden we fysiek samenkomen op een moment specifiek voorzien voor deze studie, waarin uitgebreid de tijd was om door te vragen. Andere gesprekken liepen telefonisch. Bij sommige

projecten werd (kort) ingepikt op een reeds geplande samenkomst. Een aantal mama's werden bevestigd tijdens huisbezoeken. Eén bevestiging liep aan de hand van een online vragenlijst. Twee gesprekken met de doelgroep hebben helaas niet kunnen plaatsvinden: één wegens tijdgebrek bij de projectuitvoerder en één wegens principiële bezwaren intern. Ook één gesprek met partner(s) heeft niet plaatsgevonden. De diversiteit aan gespreksmethodieken verklaart mee waarom van sommige organisaties meer informatie en geanonimiseerde quotes in het rapport staan. Dit impliceert geen waardeoordeel.

Bij de bevestigingen, en dus ook bij het beschrijven van de resultaten en lessen, was het moeilijk een helder onderscheid te maken tussen de projecten en de standaardwerking van de organisaties. Om lessen te trekken over de outreach is dit niet problematisch. Het kan zelfs als sterkte beschouwd worden wanneer een project goed ingebed wordt in de bredere werking van een organisatie. Dit kan bijvoorbeeld de continuïteit ten goede komen (en de directe toepasbaarheid van de geleerde lessen), ook na stopzetting van de specifieke projectfinanciering.

Doorheen het rapport illustreren we de bevindingen met quotes en goede praktijken.

Tabel 1: Overzicht werkwijze gesprekken

	Coördinator/ uitvoerder(s)	Partner(s)	Doelgroep
Betonne Jeugd	Ter plaatse	Aangesloten bij denktank	Tijdens de werking
D'Broej	Ter plaatse	Individueel telefonisch	/
De Wereld van Indra	Ter plaatse	Online overleg	Individueel telefonisch
Home-Start Domo Hasselt vzw	Ter plaatse	Online overleg	Fysiek groepsge- sprek
Jong Gent in Actie	Ter plaatse	/	Fysiek individueel gesprek
LEONhuis	Ter plaatse	Fysiek groepsge- sprek	Fysiek groepsge- sprek, individueel
MamaStart	Ter plaatse	Online overleg	/
Sportpret	Ter plaatse	Online bevraging via enquête	Individueel telefonisch
VZW Homie	Ter plaatse	Online overleg Aangesloten bij buurtvergadering	Aangesloten bij buurtvergadering Aangesloten bij gesprek met coör- dinator
Vzw Storzio	Ter plaatse	Online overleg	Individuele huisbezoeken

Tot slot organiseerden we een workshop met de projecten en actoren uit het veld om de resultaten te valoriseren en te brainstormen over mogelijke aanbevelingen. Volgende thema's kwamen aan bod: digitalisering, een participatieve basishouding binnen sociale voorzieningen, inspelen op en vermindern van de geïdentificeerde uitdagingen. Vertegenwoordigers van vijf organisaties waren aanwezig (Home-Start Domo Hasselt vzw, D'Broej, Sportpret, De Wereld van Indra en LEONhuis). Daarnaast sloten

ook beleidsactoren aan (Digibanken, VVSG, Zorgzame Buurten) en relevante experts (Netwerk tegen armoede, Onderzoekster Artevelde Hogeschool en SAM vzw).

De opdracht werd opgevolgd door een stuurgroep bestaande uit vertegenwoordigers van de Koning Boudewijnstichting, Netwerk tegen Armoede, het Kinderarmoedefonds, VVSG en Vlaamse overheid met name departement Welzijn, Volksgezondheid en Gezin.



1.3. Structuur van het rapport

In hoofdstuk 2 van dit rapport beschrijven we de tien organisaties en projecten. Hoofdstuk 3 gaat in op de resultaten: wat is het bereik, welke gerealiseerde inspanningen en veranderingen worden vermeld door doelgroep, partners en uitvoerders, en hoe verhoudt de werking van de organisaties zich tot de reguliere

dienstverlening? Hoofdstuk 4 behandelt de learnings: we bespreken uitgangspunten van een goede outreachende werking en beschrijven de daaraan gelinkte uitdagingen. In hoofdstuk 5 formuleren we concrete aanbevelingen over outreachen naar gezinnen en jongeren in armoede.







02 VOORSTELLING VAN DE TIEN ORGANISATIES & PROJECTEN

In dit deel beschrijven we beknopt de tien betrokken organisaties en hun project. Eerst geven we in Tabel 2 een overzicht van de verschillende uitvoerders, projecttitels en de verkregen steun. Tabel 3 biedt een inzicht in het type projecten. Drie projecten zetten de financiële steun in voor een uitbreiding van hun bestaande werking, acht hebben een nieuw project opgezet. Ook zien we verschillen in de doelgroepen (vijf richten zich op gezinnen, zeven richten zich op kinderen en jongeren) en het centrale thema (digitalisering, dakloosheid, werking aan huis, vrije tijd/activiteiten).

De projecten zelf liepen gedurende verschillende pieken in de coronapandemie, waarbij er ook maatregelen golden voor samenkomsten. Hierdoor moesten de projecten steeds flexibel bijsturen. Men ging dan anders tewerk dan ze initieel voorzien hadden of bepaalde activiteiten gingen later of in mindere mate van start.

Tabel 2. De tien organisaties en projecten

Uitvoerder	Project	Steun
Betonne Jeugd	Straatsurfers	€49.000
D'Broej	Digitale kloof, meer dan een kwestie van materiaal	€75.000
De Wereld van Indra	Bruggen bouwen naar kwetsbare jongeren en hun toekomst	€47.653,59
Home-Start Domo Hasselt vzw	Buddywerking vriend aan huis & activiteiten uitbreiden	€60.000
Jong Gent in Actie	Gorilla-project	€50.000
LEONhuis	Flying Leon	€93.172,5
MamaStart	Café-connect & kwaliteitsverhoging noodhulp	€33.356
Sportpret	Sportpretconsulent	€45.900
VZW Homie	Burgerinitiatief voor dak- en thuisloze jongeren	€100.000
Vzw Storzo	Hand in hand tegen armoede op het platteland	€100.000

Tabel 3. Opdeling van de projecten

	Werking		Doelgroep		Thema project			
	Uitbreiding huidige werking	Nieuw luik werking	Kwetsbare gezinnen	Kwetsbare kinderen en jongeren	Digitalisering	Dakloosheid	Werking aan huis	Vrije tijd/ activiteiten
Betonne Jeugd								
D'Broej								
De Wereld van Indra								
Home-Start Domo Hasselt vzw								
Jong Gent in Actie								
LEONhuis								
MamaStart								
Sportpret								
VZW Homie								
Vzw Storzio								



2.1. Betonne Jeugd

Betonne Jeugd is een organisatie in Antwerpen specifiek voor kwetsbare jongeren en volwassenen die de weg niet vinden naar het reguliere (jeugdwerk) aanbod. Zij kunnen bij Betonne Jeugd terecht in een comfortabele, huiselijke sfeer. Verder is er ook juridische en psychologische bijstand, en steunen en helpen de jongeren elkaar. De werking gaat door op woensdag (13-20 u.), vrijdag (16-22 u.) en zaterdag (13-20 u.). De jongeren kunnen er ook terecht voor een warme maaltijd, een douche, of om hun was te doen. Verder wordt er acht keer per jaar een weekend georganiseerd en in juli een meerdaags kamp. Wekelijks komen er een vijftigtal individuele bezoekers over de vloer.

De werking is gebaseerd op vier basisprincipes.

1. Groepsgericht vrijetijdsaanbod
2. Welzijnsfunctie: hulp bieden fysiek en mentaal welzijn doelgroep
3. Brugfunctie: band versterken jongeren – samenleving
4. Belangenbehartiging en signaalfunctie: aankaarten structurele drempels, noden en problemen die doelgroep ervaren

Betonne Jeugd straatsurfers

Het outreachproject 'Betonne Jeugd straatsurfers' is gericht op een specifieke doelgroep, namelijk maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren (0-30 jaar) en hun ouders of familie, die al dan niet omwille van de coronamaatregelen niet meer naar de werking kunnen komen.

Meer bepaald betreft het:

- Dak- en thuisloze jongeren van 12 t.e.m. 30 jaar,
- Jongeren die in instellingen of leefgroepen verblijven,
- Mensen in armoede en sociaal isolement,
- De gezinnen en/of mensen uit de omgeving van deze jongeren.

Voor dit project werd een extra voltijdse medewerker aangeworven die actief op zoek gaat naar dak- en thuisloze jongeren; op straten en pleinen, in stations en tijdens bezoeken aan Organisaties voor Bijzondere Jeugdhulp, leefgroepen, asielcentra en daklozenopvangcentra. Ook werd een dag medewerking voorzien in het, mede door Betonne Jeugd, opgezette inloophuis 'Den Jump'. Daarbovenop werd 'Radio Beton' opgezet, met wekelijks een radio-uitzending voor en door de jongeren. Ten slotte was er door dit project ook ruimte voor huisbezoeken.

De doelstellingen van het project zijn onder andere contact houden met de jongeren tijdens corona, maar ook de kloof tussen de jongeren en de buurtbewoners in Sint-Andries verkleinen, door open over armoede en dak- en thuisloosheid te spreken. Daarnaast is nog het bereiken van de moeilijkere doelgroep, dak- en thuisloze jongeren, een doelstelling van dit project.

2.2. D'Broej

D'Broej is 'De Brusselse Organisatie voor de Emancipatie van Jongeren'. Er zijn acht deelwerkingen die vaak al een lange geschiedenis hebben en verspreid zijn over (en verankerd in) de armste en maatschappelijk kwetsbare wijken van Brussel. D'Broej biedt vrijetijdsbesteding aan kinderen en jongeren (6 - 25 jaar) en in mindere mate ook ondersteuning voor de ouders. De activiteiten focussen op het ontwikkelen van talenten en competenties. Het meestal laagdrempelig aanbod vertrekt vanuit de interesses en vragen van de doelgroep zelf, en omvat onder andere verschillende sporten, creatieve ateliers, time-out in de natuur, muziek, fietsherstellingen, projecten in het buitenland, filmfestival, fotografie, op kamp gaan. D'Broej combineert deze activiteiten geregeld met huiswerkbegeleiding. Alles vertrekt vanuit een pedagogisch kader; de activiteiten zijn geen doel op zich, maar een middel om jongeren te betrekken, te motiveren, structuur te geven en hen een succeservaring te laten beleven. De thema's van de vrijetijdsbesteding worden aangebracht door de jongeren zelf. Jongeren stromen door en worden regelmatig zelf vrijwilliger. De instroom gebeurt op basis van mond-tot-mondreclame en scholen die doorverwijzen naar de werking. Als een jongere lid is van D'Broej, is deelname aan alle activiteiten gratis. Zo vallen alle financiële drempels weg. Er worden zo'n 2500 (kans)arme Brusselse kinderen en jongeren bereikt. D'Broej verwijst zelf ook jongeren door naar andere organisaties, en dit met (fysieke) begeleiding.

Digitale kloof, meer dan een kwestie van materiaal

De lockdown tijdens de coronapandemie was problematisch. Doordat gezinnen over geen of te weinig laptops beschikten, verloren kinderen en jongeren contact met de school en konden jeugdwerkers hen niet meer bereiken.

Met het outreachproject wil D'Broej de digitale kloof verkleinen en het contact behouden met de doelgroep. Tegelijk is het project een eerste fase in het verankeren van een digitale werking binnen D'Broej. Het luik waarbinnen de digitale vaardigheden van de vrijwilligers worden ontwikkeld, zorgt voor een verbreed wereldbeeld en de mogelijkheid om verantwoordelijkheid te krijgen binnen het jeugdhuis. De vrijwilligers bestaan namelijk grotendeels uit jongeren die zelf doorstroomden vanuit de werking. Deze laagdrempelige opleiding zorgt voor verhoogde kansen later in het leven.

Met crowdfunding werd een eerste lading laptops aangekocht en verdeeld; binnen dit project kocht D'Broej nog extra hardware aan om uit te lenen. Hierbij werd specifiek ingespeeld op de noden van de doelgroep (bv. universiteitsstudent architectuur vs. lager onderwijs). Er wordt steeds opgevolgd welke gezinnen de laptops hebben, en wanneer de nood verdwijnt worden deze teruggebracht. D'Broej wil dit project verankeren in de vaste werking op lange termijn en legde daarom een eerste contact met een ICT-expert om mee de technische basis daarvoor op te zetten. Het was ook de bedoeling te investeren in de digitale vaardigheden van de 300 vrijwilligers die zich dagelijks inzetten voor de organisatie. Zij zouden



op termijn lessen ICT geven aan de doelgroep. Door corona is de uitrol uitgesteld. De mate waarin de vervolgstappen, na het aankopen en distribueren van

de laptops, zijn doorlopen, hebben we niet kunnen nagaan in deze analyse.

2.3. De Wereld van Indra

De Wereld van Indra is gestart als time-outproject voor het onderwijs. De werking richt zich op kinderen en jongeren van 6 tot 18 jaar die uitvallen of dreigen uit te vallen in de klas omwille van sociaal-emotionele en/of gedragsproblematiek. De werking is provincie-overschrijdend, binnen een straal van 25 à 30 kilometer rond Opwijk. De aanmelding van deze jongeren gebeurt via partners zoals scholen en CLB's in de regio. De eerste detectie gebeurt met andere woorden vaak door de leerkrachten of de ouders. Het uitgangspunt van de Wereld van Indra is een-op-eenbegeleiding voor elke jongere. Er zijn ook zestien plaatsen voor individuele trajecten met jongeren. Hierbij staan drie methodieken centraal: (1) zorg op maat, of ook rekening houden met de individuele krachten en talenten van de jongere, (2) een positief zelfbeeld ontwikkelen door onder andere het interesseveld uit te breiden, de eigen talenten te ontdekken, en succeservaringen op te doen, (3) een brug te bouwen naar de wereld en de school door de relatie met de school en de maatschappij te herstellen. De jongere komt een dag per week naar de werking. Stagiairs of vrijwilligers zorgen voor de een-op-eenbegeleiding, ondersteund door de vaste medewerkers. Tijdens de werking wordt op zoek gegaan naar rust en harmonie in de natuur en het verzorgen van planten en dieren. De jongeren en hun begeleiders maken de voeding klaar, richten de stal opnieuw in, verzorgen de dieren, maken

meubels uit hout ... Zo ontstaat er een krachtgericht ontwikkelingstraject van twaalf weken, met drie evaluatiemomenten. De uiteindelijke doelstelling is om de jongere terug op school te krijgen.

Bruggen bouwen naar kwetsbare jongeren en hun toekomst

Het outreachproject 'Bruggen bouwen naar kwetsbare jongeren en hun toekomst' van de Wereld van Indra heeft drie delen, elk met een andere doelgroep.

Een eerste luik is het begeleiden van jongeren die niet meer in beweging zijn (zo noemt men jongeren die thuis zijn omwille van medische of persoonlijke redenen) en die moeilijk ergens naartoe kunnen worden gebracht. Er wordt actief getracht om deze jongeren te mobiliseren. Zonder het outreachend project stopte het traject wanneer de jongere niet op de werking geraakte, dankzij het traject wordt nu ook begeleiding thuis gegeven.

Een tweede luik is de uitbreiding van de werking naar ouders van de kinderen en jongeren die een individueel traject volgen. Ook voor hen is er nu een aanbod in ondersteuning van de relatie met de school en opvoeding. De vraag hiervoor werd duidelijk tijdens corona, toen de werking wegviel en er telefonisch contact werd gehouden met de gezinnen.

Een derde luik is een groepsaanbod tijdens vakanties voor kinderen en jongeren die op de wachtlijst staan om een individueel traject te starten en/of die nood hebben aan zo een groepsaanbod. De inhoud hiervan is breder dan de problematieken op school

(bv. hoe structureer ik mijn weekend, hygiëne ...) en wil de ouders ontlasten. In dit vakantieaanbod is een plek voor iedereen, zodat de jongeren geen twaalf weken moeten wachten op een vrije plaats (= de reguliere wachtlijst).

2.4. Home-Start Domo Hasselt vzw

Domo staat voor 'Door Ondersteuning Mee Opvoeden', of ook door ondersteuning mensen de kracht geven om vaardigheden die zij hebben terug naar boven te halen. Home-Start Domo Hasselt vzw is aangesloten bij Home-Start Vlaanderen. Home-Start Domo Hasselt vzw kiest er uitdrukkelijk voor een zelfstandige werking te blijven met een eigen bestuur en is geen afdeling van Domo vzw.

Home-Start Domo Hasselt vzw wil haar werking lokaal verankeren en lokale bekendheid verwerven omdat uitsluiting tegengaan niet alleen een opdracht van het beleid is maar ook inzet van de lokale gemeenschap vraagt. De lokale aanpak leidt tot bekendheid: donaties van lokale weldoeners/organisaties vinden relatief vlot hun weg naar deze kleine organisatie. Het opnemen van een signaalfunctie naar het beleid en andere dienstverlenende organisaties ziet Home-Start Domo Hasselt vzw als een essentieel onderdeel van haar outreachende werking, vanuit de vaststelling dat deze gezinnen enkel aansluiting kunnen vinden als ook beleid en organisaties veranderen en meer rekening gaan houden met de noden en beperkte materiële mogelijkheden van deze gezinnen.

Kwetsbare, kansarme gezinnen, vanaf de zwangerschap tot dat de kinderen 12 jaar zijn, vormen de doelgroep. In de praktijk loopt de werking ook na het bereiken van deze leeftijd door. Home-Start Domo Hasselt vzw bereikt vooral alleenstaande mama's en vluchtelingengezinnen. De toeleiding verloopt hoofdzakelijk via doorverwijzers, zoals scholen, Kind en Gezin, sociale dienst van het ziekenhuis, buurtwerk ... Het zijn doorgaans nuldlijnsdiensten die het eerst in contact met het gezin komen. Daarop volgt een huisbezoek bij het gezin met de doorverwijzer en een Domo-coach. Het gezin wordt dan gekoppeld aan een vrijwilliger. Vanaf dan is er geen informatiedoorstroom meer naar de doorverwijzer. De methodiek is die van ook 'vriend aan huis'. De werking gebeurt bottom-up; de noden van de doelgroep worden vertaald in de werking. Gemiddeld duurt het een jaar vooral de gezinssituatie in zekere zin verbeterd is en de begeleiding eindigt.



Kleine Druppels op een hete plaat – Domo maakt toch het verschil

Met dit project wil Home-Start Domo Hasselt vzw meerdere doelgroepen bereiken. In de eerste plaats is het de bedoeling meer gezinnen te bereiken in de huidige doelgroep, namelijk kwetsbare Hasseltse gezinnen, en daarnaast de werking uit te breiden naar kwetsbare gezinnen in de regio Haspengouw, waar veel verdoken armoede is en vaak zware dossiers.

Binnen het outreachproject heeft Home-Start Domo Hasselt vzw meerdere initiatieven opgezet. Voor de geografische uitbreiding naar de zone Haspengouw werd een extra halftijds personeelslid aangeworven. Ten tweede werd de werking van Hasselt inhoudelijk uitgebreid en werd er een halve dag per week voorzien om de infobalie van het Huis van het Kind te bemanen. Daarbij werd ingezet op het vergemakkelijken van de toegang tot sport, spel en jeugdbeweging voor kwetsbare gezinnen. Ten derde werd er ook een

(zomer)werking opgezet tijdens de coronaperiode, er werden knutselpakketten worden voorzien, de tuin van het Domo-huis werd opengesteld voor spel, en in de zomervakantie waren er dagelijks activiteiten. Een vierde verwezenlijking was het doorlichten en actualiseren van de theoretische basiswerken en methodieken. Ten slotte ging er aandacht naar de digitalisering van de vrijwilligers en de kwetsbare gezinnen. Voor de kwetsbare gezinnen kwam er een digipunt, en de vrijwilligers konden hun digitale vaardigheden oefenen (bv. leren inloggen op een online vergadering).

Door de extra aanwerving van nog een halftijdse medewerker kon Home-Start Domo Hasselt vzw de capaciteit opschalen en aan netwerking doen. De hoofddoelstelling van het project was namelijk om meer gezinnen te bereiken én ervoor te zorgen dat de gezinnen door de coronapandemie niet in isolement terechtkwamen.

2.5. Jong Gent in Actie

Jong Gent in Actie is de jongerenwerking ontstaan uit de drie Gentse Verenigingen waar Armen het Woord nemen. Kwetsbare jongeren komen er samen om hun ervaringen over armoede en uitsluiting te delen en proberen het beleid te beïnvloeden. De werking bestaat verder uit workshops en groepsactiviteiten voor de jongeren, zoals bijvoorbeeld sollicitatietraining. Ook is er een laagdrempelig vrijetijdsaanbod

met elke donderdag een instuif, allerlei workshops, bijvoorbeeld rond tools om te solliciteren, T-shirts zeefdrukken, of leren met computers werken. Alle activiteiten zijn wereldverbredend. Verder worden er individuele trajecten doorlopen met de trajectbegeleider. Het aanbod is niet voor, maar mét de jongeren.



Gorillaproject

Het Gorillaproject richt zich op kwetsbare jongeren die vaak te vinden zijn op straat of op pleintjes in enkele specifieke wijken. De meesten zijn jongens van 14 tot 26 jaar met een migratieachtergrond, al worden op de pleintjes soms ook jongere kinderen bereikt en volwassenen. Deze jongeren zijn een moeilijk te bereiken groep voor andere voorzieningen en instanties.

Op straat gaan en actief proberen kinderen en jongeren te bereiken is een nieuw luik in de werking van Jong Gent in Actie. Dit project wil via outreach een politiserend traject afleggen met jongeren. Twee outreachers gaan naar pleintjes en wijken waar

kwetsbare jongeren samenkomen, en proberen een vertrouwensband met deze jongeren op te bouwen door aanwezig te zijn. Op basis van deze vertrouwensband wordt samen met de jongere gezocht naar de geschikte hulpverleningskanalen.

Het doel van het project is ruimte voor ontmoeting en een veilige context te creëren. Daarnaast wil het project ervoor zorgen dat de stem van deze kwetsbare jongeren gehoord wordt. Ook wil Jong Gent in Actie met dit project een brugfunctie vervullen naar de reguliere hulpverlening. Het politiserende luik heeft als doel om drempels te detecteren waar deze jongeren tegenaan lopen en op basis hiervan beleidsaanbevelingen te doen.

2.6. LEONhuis

Het LEONhuis wil de brug maken tussen onderwijs en welzijn, zodat elk kind gelijke (onderwijs)kansen krijgt. De doelgroep bestaat uit kansarme gezinnen uit de regio Hasselt. De werking omvat de dagelijkse naschoolse activiteiten, onder andere leerbegeleiding, vrijetijdsactiviteiten, en taalverrijking. Daarnaast worden ook laagdrempelige taallessen voorzien voor ouders om zo de ouderbetrokkenheid te verhogen en hen het belang van vrijetijdsbesteding voor kinderen te doen inzien. Het LEONhuis zorgt voor begeleiding op maat, en waar nodig wordt ook warm toegeleid. Dit vertrekt allemaal vanuit de noden van de doelgroep zelf. Meestal komen gezinnen terecht bij het LEONhuis na slecht nieuws van de school. De werking wordt gedragen door vijf deeltijdse medewerkers, ondersteund door vrijwilligers en stagiairs. Dagelijks komen er een 50-tal kinderen naar de werking, met een totaal bereik van ongeveer

150 kinderen. Naast de dagelijkse werking neemt het LEONhuis ook een signaalfunctie op tegenover het beleid (o.a. Stad Hasselt en scholen).

Flying LEON

De doelgroep bestaat uit kansarme kinderen van 0 tot 15 jaar, hun oudere broers en/of zussen, en hun ouders. De focus ligt op de gezinnen die tot nu toe onder de radar bleven.

Toen de scholen moesten sluiten omwille van COVID-19, heeft men de gezinnen bevraagd over hun noden i.v.m. computers, digitale vaardigheden etc. en wat zij graag zouden leren. Voor individuele noden en vragen werd een-op-eenbegeleiding voorzien (bv. over Word of Smartschool). Voor deze begeleiding



kreeg elk gezin een buddy. Rond terugkomende vragen werden workshops in groep aangeboden (bv. computerles na de huiswerkbegeleiding, computerles op school van het kind). Verder werden ook computerlessen gegeven in een vluchtelingenhuis in Hasselt, waarmee recent een nauwe samenwerking is opgestart. LEONhuis heeft zelf ook laptops en tablets verzameld, nagekeken en gebruiksklaar gemaakt (mits de nodige ondersteuning, bijvoorbeeld via sponsoring door de plaatselijke Rotaryclub) om ter beschikking te stellen in een lokaal of te gebruiken bij de outreachende werking (bij gezinnen thuis, in scholen, in het opvangcentrum voor vluchtelingen,

in huiswerkgroepen...). LEONhuis biedt niet enkel de toestellen aan, maar ook de nodige ondersteuning en instructie zodat de gezinnen er ook effectief mee kunnen werken.

De hoofddoelstelling van 'Flying LEON' is het dichten van de digitale kloof. Een ander doel van het project is om meer kansarme gezinnen op het spoor te komen. De focus ligt daarom ook deels op het uitbreiden van de werking buiten de muren van de huidige werkplaats (o.a. in het vluchtelingenhuis, aan huis bij de doelgroep).

2.7. MamaStart

Onder de naam MamaStart zet de Brugse vzw BISZ zich in voor gezinnen met kinderen tot 12 jaar en bereikt ze jaarlijks 250 à 300 kwetsbare gezinnen. Ze kunnen er terecht voor materiaal vanaf de zwangerschap tot alles wat kinderen tot 12 jaar nodig hebben. De gezinnen worden doorverwezen door OCMW's, Kind en Gezin, CAW en scholen. Het werkingsgebied beperkt zich niet tot regio Brugge, ook gezinnen uit Oostende, Blankenberge, Knokke en Roeselare komen bij MamaStart terecht. Met een doorverwijzing heeft een gezin recht op een jaar hulp; dit kan verlengd worden met een nieuwe doorverwijzing. Op het project werkt één vaste medewerker, de oprichtster, en daarnaast ondersteunen een vijftiental vrijwilligers de werking. Naast materiële hulp voorziet MamaStart ook individuele begeleiding op maat van de gezinnen. Uit interne gegevens blijkt dat ongeveer 60 procent van de gezinnen een migratieachtergrond hebben en in België geen sociaal netwerk hebben en ook geen kennis van de Belgische cultuur. Ze hebben nood aan een plaats

om(in)formele vragen op een laagdrempelige manier te stellen. Er wordt ook ingezet op laagdrempelige communicatiekanalen zoals WhatsApp.

Café-Connect

De doelgroep van 'Café-Connect' zijn dezelfde kwetsbare gezinnen die met de vaste werking worden bereikt, al ligt de focus op gezinnen met een migratieachtergrond omdat die vaak geen of een klein sociaal netwerk hebben.

Tijdens de speelnamiddagen op woensdag komen mama's, die vaak in isolement zitten, in contact met andere jonge gezinnen en bouwen ze een sociaal netwerk uit. Er is ruimte om te praten en er wordt op een laagdrempelige manier geluisterd naar hun vragen. Doordat de gezinnen al langskomen voor materiaal, is de drempel om ook naar de aansluitende activiteit te

komen lager. Voor de kinderen is animatie voorzien, zodat de mama's in gesprek kunnen gaan met elkaar. Tijdens de werking is er ook af en toe iemand aanwezig van het Huis van het Kind, zodat de gezinnen kennis kunnen maken met de reguliere hulpverlening.

Dit project wil de gezinnen samenbrengen om sociaal isolement tegen te gaan en het sociale netwerk te versterken. De spelnamiddagen tonen ook aan de gezinnen hoe belangrijk het is voor kinderen om te spelen.

2.8. Sportpret

De doelstelling van Sportpret is door sport en ontspanning de levenskwaliteit en sociale ontwikkeling van kansarme kinderen van 3 t.e.m. 12 jaar te bevorderen zonder winstoogmerk. Sportpret laat de kinderen gratis en laagdrempelig kennismaken met sport en spel. De inschrijving voor deze sportinitiatie verloopt via partners, o.a. Moeders voor Moeders, OCMW's, Domo-Vlaanderen, CAW Antwerpen. Deze organisaties bereiken allemaal kinderen die opgroeien in armoede. Zij steunen de werking door communicatie, aanbevelingen en actieve doorverwijzing. Sportpret is actief in Antwerpen, Turnhout, Sint-Niklaas, Genk, Leuven, Brussel en Arendonk. In Antwerpen heeft de werking al meer dan 730 kinderen bereikt.

Sportpretconsulent

Het outreachproject breidde de werking van Sportpret uit met een derde pijler, namelijk sportpretconsulenten die kwetsbare kinderen toeleiden naar het reguliere spel- en sportaanbod in Antwerpen en Turnhout. Het doel is om dit reguliere aanbod toegankelijker te maken voor kwetsbare gezinnen.

De doelgroep van de sportpretconsulenten is dezelfde als de reguliere werking. Kinderen en hun gezinnen die interesse tonen in een bepaalde activiteit of sport worden gecontacteerd met de vraag of ze de stap willen zetten naar het reguliere sport- en vrijetijdaanbod.

Via huisbezoeken, telefoon en WhatsApp werken de sportpretconsulenten aan een vertrouwensband met het gezin. De eerste kennismaking gebeurt via de reguliere werking op de sportpretdagen. Hierna gaan ze in gesprek met de gezinnen om te kijken wat de wensen van zowel het kind als de ouder zijn en welke stappen haalbaar zijn voor het gezin met aandacht voor de mogelijke drempels (bv. financieel, logistiek, cultureel, digitaal). Daarna nemen de consulenten de inschrijving en alle administratie op. De sportpretconsulenten gaan ook in gesprek met sportclubs, academies en jeugdbewegingen om afspraken te maken over bv. kortingstarieven en afbetalingsplannen. Ook doorheen het jaar volgen ze het gezin verder op. Het traject loopt af eens de ouder het kind zelfstandig heeft heringeschreven. Sportpret voorziet ook financiële ondersteuning voor de meest kwetsbare gezinnen.



2.9. VZW Homie

VZW Homie is een burgerinitiatief voor dak- en thuisloze jongeren (18 - 25 jaar) uit de regio Limburg, met een focus op Hasselt. Specifiek richt de vzw zich op jongeren die hulpverleningsmoe zijn en kampen met een multiproblematiek. Deze jongeren hebben vaak geen of een beperkt sociaal netwerk een verleden in een voorziening van de jeugdhulpverlening. De werking omvat twee luiken: opvang in caravans in woonwijken waar buurtbewoners ondersteuning bieden, en opvang bij burgergezinnen thuis voor een korte periode in eigen huis. Een traject loopt ongeveer zes maanden. De eerste drie maanden ligt de focus op het vinden van een veilige woonsituatie, de laatste drie maanden wordt nazorg voorzien. VZW Homie volgt de 'Missing Link'-methodiek die werd ontwikkeld door HIVA, KU Leuven, Wonen en Werken vzw en Arktos vzw. Hierbij heeft de jongere zelf de regie over het eigen traject. Twee vaste medewerkers dragen de werking, samen met een pool van vrijwilligers (buurtbewoners, lokale handelaars, psychologen ...).

VZW Homie, burgerinitiatief voor dak- en thuisloze jongeren

Het project richt zich op dezelfde doelgroep als de basiswerking van VZW Homie: dak- en thuisloze jongeren (18 - 25 jaar).

Het project bestaat voornamelijk uit een uitbreiding van het aanbod en een structurele verankering van de werking. De capaciteit kon uitgebreid worden met twee vaste halftijdse medewerkers. Voordien werd het project volledig gedragen door vrijwilligers. Ook werd een extra caravan aangekocht, zodat meer jongeren kunnen worden opgevangen. Ten derde werd het projectgeld gebruikt om een vrijetijdsaanbod op te zetten voor de jongeren, zodat die nieuwe hobby's kunnen ontwikkelen en tot rust kunnen komen.

De hoofddoelstelling is voorkomen dat een jongere tegen de eigen wil een nacht op straat moet doorbrengen. De focus ligt dus sterk op Housing First.

2.10. Vzw Storzo

Storzo staat voor Scholing, Tewerkstelling en Ontwikkeling van de regio Zuid-Oost Hageland en is een samenwerking van vier gemeenten, Kortenaken, Linter, Geetbets en Zoutleeuw. De vzw speelt in op de lokale noden van de regio. Er werken ongeveer 100 medewerkers. Vzw Storzo heeft drie deelwerkingen: kinderdagverblijf De Kaboutertjes, dienstenchequebedrijf Storzo, en Huis van het Kind (HVHK) Storzo. Deze laatste heeft al een outreachende werking voor mensen in armoede. Jonge kwetsbare gezinnen en kinderen tot 18 jaar uit kwetsbare gezinnen vormen de doelgroep van het HVHK. Vzw Storzo biedt (preventieve) opvoedingsondersteuning aan huis en neemt diverse taken op die volgens henzelf in principe tot de verantwoordelijk behoren van het OCMW en andere instanties. Daarnaast organiseren ze huiswerkbegeleiding bij kwetsbare gezinnen, is er een tweedehandskledingwinkel en hebben ze buurtwerking. In samenwerking met sociale woonorganisatie Cnuz neemt een medewerker de rol op van buurtwerker in verschillende sociale woonwijken. Aangezien de doelgroep vaak kampt met een multiproblematiek, wordt geprobeerd om de hulpvraag/-vragen van de doelgroep breed te bekijken en waar mogelijk/gewenst, mensen te laten doorstromen tussen de deelprojecten (kinderopvang, tewerkstelling, opvoedingsondersteuning, kledingbank). De doelgroep wordt doorverwezen door partners (bv. scholen, OCMW's, Kind en Gezin) of vindt zelf de weg naar vzw Storzo.

Hand in hand tegen armoede op het platteland

Dit project richt zich op de gezinnen die vzw Storzo al bereikt, uitgebreid met gezinnen met een digitale achterstand (via scholen). Er is bijzondere aandacht voor jongeren tot 18 jaar, omdat het een uitdaging is om deze groep te bereiken.

Het outreachend project van vzw Storzo kent verschillende facetten. Ten eerste werd het digitaal aanbod verder uitgewerkt, door laptops en gratis hotspots aan te bieden. Ten tweede werden activiteiten georganiseerd om isolement en vereenzaming tijdens COVID-19 tegen te gaan. Voorbeelden zijn de buurtwerking (conform de geldende maatregelen), stoepbezoeken en een zomerschool. Een derde facet was het toeleiden van jongeren naar andere organisaties en instanties. Omdat jongeren moeilijk te bereiken zijn, probeerde men via sociale media de instroom te verhogen. Hieruit bleek dat er meer nodig is. Ten vierde werd de website gelanceerd. En ten slotte werd ook een opleiding georganiseerd voor de eigen medewerkers en andere actoren met een ervaringsdeskundige van TAO Armoede, een deelwerking van vzw De Link.

Met het project wil vzw Storzo het laagdrempelige aanbod uitbreiden en breder bekend maken bij de doelgroep sociale media en door connectie te zoeken op lokale plaatsen. Een van de doelen is om laagdrempeliger te werken en een beter inzicht te krijgen in het perspectief van de doelgroep.







03 RESULTATEN



In dit deel bespreken we de inspanningen van de tien projecten en wat ze hebben opgeleverd op vlak van bereik en veranderingen bij de doelgroep. We belichten de belangrijkste zaken, zonder daarmee de eigenheid van de organisaties te ontkennen in termen van verschillen in werking, doelgroep, context en focus. Door de verschillen tussen de projecten en organisaties is niet alles wat we hieronder bespreken van toepassing op alle organisaties.

3.1. Bereik doelgroep

In onderstaande tabel geven we de informatie weer die we kregen over het bereik van de projecten. Niet voor elk project was het mogelijk hun (extra) bereik afgebakend aan te geven in cijfers. Dat is dan ook aangegeven in de tabel.

Verschillende uitvoerders gaven aan dat het voor hen geen uitdaging is om kwetsbare gezinnen te 'vinden' of met hen in contact te komen. Een eerste belangrijke bron van toeleiding is doorverwijzing via organisaties (OCMW, onderwijs, sociale huisvestingsmaatschappij ...). Wanneer organisaties meer gekend worden (of dit al waren) bij diverse instanties (bv. via samenwerking), worden gezinnen vlot doorverwezen. Actief en gekend zijn in een netwerk van professionele actoren is dus zeer belangrijk. Ten tweede verwijst de doelgroep ook elkaar door (zeker bij werkingen die al lang bestaan). Ten derde bouwen sommige outreachers contact op met de doelgroep door vaak aanwezig te zijn op

plaatsen waar de doelgroep aanwezig is. Hier zien we verschillen tussen de organisaties: sommige outreachers werken op straat, anderen gaan bij gezinnen thuis, nog anderen organiseren huiswerkbegeleiding in een schoolgebouw ... Tijdens de lockdown, toen de coronamaatregelen de mogelijkheden tot fysiek contact beperkten, werd in de projecten flexibel gezocht naar methodes om de mensen toch te (blijven) bereiken en om in te (blijven) spelen op hun noden (bv. stoepbezoeken, openstellen van tuin, aanleren en gebruik van digitale tools, activiteiten buiten of in beperkte groepjes ...). Voor verschillende projecten lagen deze inspanningen erg in lijn met hun gebruikelijke flexibele ingesteldheid. De projecten rapporteren een toegenomen bereik dankzij de projectfinanciering, omdat die meer mankracht toeliet.

Mensen 'vinden' is dus niet de grote uitdaging voor de organisaties. Wat wel een uitdaging vormt, is het heb-

Tabel 3. Bereik projecten

Organisatie	Gerapporteerd bereik
Betonne Jeugd vzw	Geen cijfers • Wekelijks 1 à 2 dakloze jongeren van straat kunnen halen (naar Betonne Jeugd gebracht of naar andere organisaties)
D'Broej	• 217 laptops uitgedeeld
De Wereld van Indra	• 6-tal gezinnen van dichtbij begeleid • Vakantieaanbod
DOMO Hasselt vzw	• Haspengouw: 0 naar 46 gezinnen op 5-tal maanden • Hasselt: 70 gezinnen, 18 op de wachtlijsten. 7 stagiairs moeten aanwerven om aan vraag te kunnen voldoen
Jong Gent in Actie	• 75 jongeren meer bereikt tijdens corona
LEONhuis	• 136 laptops ter beschikking gesteld • Via samenwerking opvangcentrum voor vluchtelingen: bereik van 30-tal kinderen • Toegenomen aantal gezinnen • Dankzij outreachende werking krijgen ze gezinnen gemakkelijker terug aan boord
MamaStart	Geen cijfers • Uitbreiding naar spelnamiddag • Bereik spelnamiddag is ongeveer 10 à 15 kinderen per namiddag
Sportpret	• Sportpretconsulent Antwerpen: 131 begeleidingstrajecten, 77 kinderen zijn in een sportclub of jeugdbeweging, 16 voor de paasvakantie (door corona omgeboekt), 59 voor zomerkampen, 7 op jeugdkamp, 13 ingeschreven voor academie, 16 staan op de wachtlijst (cijfers voor Antwerpen, oktober tot eind mei) • Opstart in Turnhout (geen cijfers)
VZW Homie	• Van 16 naar 22 jongeren
Vzw Storz	Geen cijfers • Inschatting: 50% meer bereik • Jongeren bereiken wordt als een uitdaging ervaren (expertise gezinnen met jongere kinderen vanuit Huis van het Kind)



ben van voldoende capaciteit en tijd om vertrouwen te creëren bij de doelgroep. Vertrouwen creëren is een basisvoorwaarde om noden en drempels te detecteren en erop in te spelen. Dankzij de projectfinanciering kwam meer ruimte vrij.

Door de complexiteit van de verhalen en trajecten volstaat het bereik in aantallen niet voor de analyse van de werking van de projecten. Ze geven geen inzicht in wat 'het bereiken van de doelgroep' precies inhoudt en dat is net cruciaal voor de projecten. Vertrouwen opbouwen tussen medewerkers (of soms vrijwilligers) en de doelgroep is een centrale component om de doelgroep echt te bereiken. Dat gebeurt in eerste instantie door continue en actieve aanwezigheid.

Bereiken via aanwezigheid

Wie niet of onvoldoende bereikt wordt door reguliere dienst- en hulpverlening, is ook niet geholpen met een kort of oppervlakkig contact. Aanwezigheid, laagdrempelige bereikbaarheid en proactief contact maken, zorgen dat het contact uitgebouwd kan worden (en belangrijk: blijft bestaan) met de doelgroep, en dat de projectmedewerker samen met hen aan de slag kan gaan. Hieronder geven we meer inzicht in hoe die continue aanwezigheid vorm krijgt in een aantal van de projecten/organisaties.

HUIS- EN STOEPBEZOEKEN TIJDENS CORONA

Een aantal organisaties werkten voor corona al met bezoeken aan huis. Door de coronamaatregelen zijn sommige andere organisaties ook (deels) overgegaan op huis- of stoepbezoeken. Dit gaf meer inzicht in de thuissituatie en leefwereld van de doelgroep, en bood ook meer mogelijkheden aan de doelgroep om bepaalde noden aan te kaarten. Met zulke bezoeken is het ook mogelijk om personen die moeilijker zelf naar een organisatie of activiteit toekomen, toch te bereiken. Bovendien leefde er angst onder de bevolking, en durfden sommige mensen niet buiten te komen. Via huis- of stoepbezoeken kon het contact toch behouden worden.

Naar de jongere of het gezin zelf gaan kan de doorstroom vergemakkelijken naar het eigen dienst-, hulp- of zorgaanbod dat van een andere organisatie. De drempel om naar een onbekende plaats te gaan is vaak groot, ook door het gebrek aan zelfvertrouwen dat vaak eigen is aan de doelgroep.

“Ik denk ook over het stukje outreachend werken:

bij jongeren geldt onbekend is onbemind.

Ze zeggen niet snel ja op iets dat ze niet kennen.

Naar de jongere toe gaan als het nodig is, vind ik echt een meerwaarde.

Soms lukt het ons niet om de jongere te overtuigen van een aanbod als ze het niet kennen en niet weten hoe het in elkaar zit.

Dan helpt als ze naar de jongere gaan.”

(partner)

ACTIEF OUTREACHEN OP STRAAT

Enkele projecten gaan actief de straat op, op zoek naar de doelgroep. Specifiek gaat het om dat deel van de doelgroep dat ze niet bereiken met de dagelijkse werking, dat vaak niet op de hoogte is van het reguliere hulpverleningsaanbod. Jong Gent in Actie legt door continue aanwezigheid op Gentse pleintjes waar jongeren veel tijd spenderen, contacten met een andere doelgroep dan hun standaardpubliek. In Antwerpen gaat de outreacher van Betonne Jeugd ook op zoek op straat en in opvangcentra naar dak- of thuisloze jongeren. Dit zijn vaak dak- en thuislozen die niet willen gezien worden, en bijgevolg moeilijker te vinden zijn. De outreacher probeert ook contact te hebben met en een vangnet te creëren voor kwetsbare personen die dak- en/of thuisloos dreigen te worden.

VRIJWILLIGERS EN STAGIAIRS INZETTEN

Sommige organisaties werken met vrijwilligers of stagiairs (onder meer Home-Start Domo Hasselt vzw, LEONhuis, vzw Storzo, MamaStart, Betonne Jeugd, Wereld van Indra, VZW Homie). Dit laat meer intensieve persoonlijke contacten toe. Het is namelijk vaak financieel niet haalbaar om een gelijkaardige intensieve werking uit te bouwen op grote schaal enkel met betaalde medewerkers. Er is uiteraard nood aan een goede matching en aan ondersteuning van de vrijwilligers.

BOX 1.

Goede praktijk: Warm wachtbeheer

Kenmerkend voor jeugd- en welzijnszorg zijn de lange wachtlijsten. Ook sommige projecten hebben zelf een wachtlijst. Door warm wachtbeheer kan deze tijd al benut worden om een vertrouwensband op te bouwen. In plaats van te wachten tot er plaats is, wordt zo snel mogelijk contact gelegd om nabijheid

te creëren. Kwetsbare gezinnen denken vaak op korte termijn en als er niet op wordt ingespeeld, is het mogelijk dat de vraag zakt.

“Als een jongere op onze wachtlijst terecht komt, bellen we gewoon eens.

We vragen dan of we nog iets kunnen doen. Zo creëren we direct nabijheid en veiligheid, in plaats van afstand door de wachtlijst.”

(medewerker)

Aanwezigheid vertaalt zich soms in een aanbod op lange termijn. De duur van een begeleiding varieert echter o.b.v. de situatie van de persoon, de complexiteit en hoeveelheid van de noden, de afstand tot reguliere dienstverlening (door weerstand, wantrouwen ...). Dit hangt ook samen met de doelstelling van de organisatie/het project. Een project zet specifiek in op het toeleiden van kinderen naar het vrijetijdsaanbod, met een intensieve benadering en een opvolging na inschrijving. Wanneer een kind zelfstandig heringeschreven is, wordt het traject als afgerond beschouwd. Door de afgebakende scope is de begeleiding ook afgebakend. De meeste andere organisaties hebben echter niet één specifieke focus, hun begeleidingen zijn meer onderwerp-overstijgend. Daardoor zijn hun trajecten vaak langer. Wat deze korte en lange trajecten teweeg kunnen brengen, bespreken we in het volgende deel.



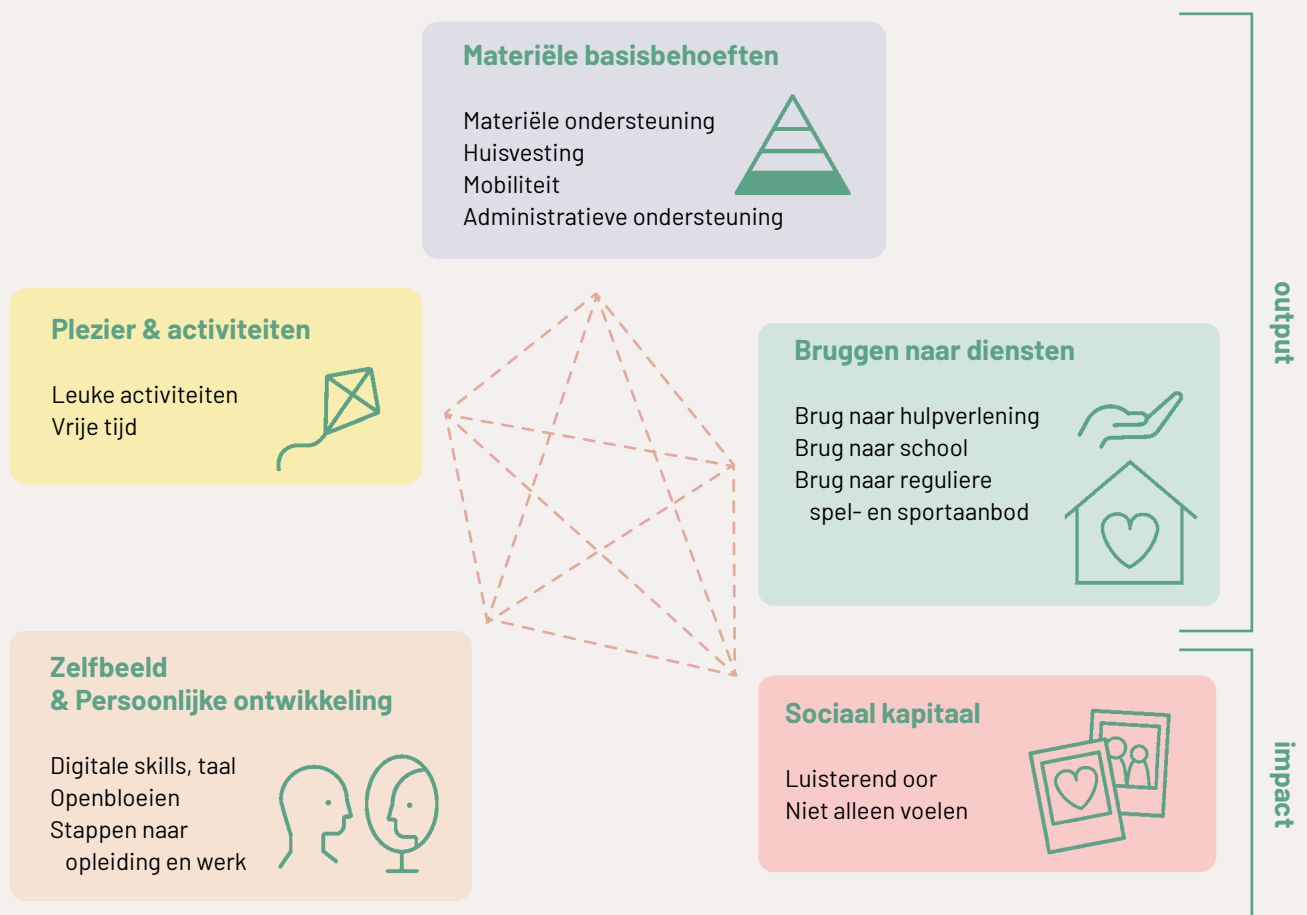
3.2. Veranderingen bij de doelgroep

In dit deel bespreken we de inspanningen van de projecten en de gerealiseerde veranderingen bij de doelgroep die naar voren kwamen in de gesprekken met projectcoördinatoren, partners en de doelgroep. We hebben ze thematisch gegroepeerd (zie Figuur 1).

Een eerste groep van drie thema's omvat het voorzien en/of ondersteunen in de veelal materiële basisbehoeften, de bruggen naar diensten, en het organiseren van plezierige activiteiten. Ze bevinden zich op het outputniveau omdat ze gaan over de geleverde inspanningen van de projecten/organisaties en de directe gerealiseerde veranderingen bij de doelgroep.

Dit doet niets af aan het belang ervan, zowel voor de doelgroep als binnen het bredere proces van ondersteuning en begeleiding van de doelgroep. Een tweede cluster omvat de impact op zelfbeeld en persoonlijke ontwikkeling en veranderingen in sociaal kapitaal. Deze twee thema's bevinden zich eerder op *impactniveau*. Het hier over *dieperliggende veranderingen* bij de doelgroep. De stippellijntjes in onderstaande figuur geven aan dat deze opdeling in realiteit niet strak af te bakenen is. Alle inspanningen en veranderingen hangen samen en er is een onderlinge wisselwerking.

Figuur 1. Inspanningen & veranderingen





3.2.1 Materiële basisbehoeften

MATERIËLE ONDERSTEUNING

De meeste projecten verstrekken materiële ondersteuning wanneer ze merken dat er dringende noden zijn. In sommige projecten neemt dit een centrale plaats in. Ook als dit niet de focus is van het project of de werking van de organisatie, houden de projectmedewerkers toch vaak de ogen open voor mogelijke materiële ondersteuning voor de mensen (bv. via donaties, uitleenbibliotheken ...).

Een aantal projecten biedt specifiek laptops aan. Hier gaan we eerst op in. Vervolgens bespreken we ook andere vormen van materiële ondersteuning binnen de projecten.

Digitale tools

Door het afstandsleren en -werken tijdens de coronalockdown was er een enorme nood aan computers, laptops of tablets, ook bij kwetsbare gezinnen. Verschillende projecten (o.a. D'Broej, Home-Start Domo Hasselt vzw, LEONhuis, vzw Storzo) zetten dan ook in op het inzamelen van toestellen, het in kaart brengen van de noden, en de verdeling (uitlenen) van de toestellen onder kwetsbare gezinnen.

“De mensen hebben geen goede computer, dus om dat wat op te vangen hebben we ook tweedehands computers ingezameld. We hebben er ook een aantal zelf aangekocht.”
(medewerker)

Dit was belangrijk voor de gezinnen, die zo het contact konden onderhouden met de school (les volgen, oudercontact ...) alsook het contact met andere instanties (zie ook paragraaf 3.2.2 Bruggen naar allerlei diensten).

“Ik heb ook een laptop gekregen voor het huiswerk van mijn dochter. [...]. En ik had ook online les tijdens corona, Nederlandse les. Ik heb dat nodig.”

(mama)

In sommige gezinnen gebruikten de kinderen de smartphone van de ouders. Een bijkomende laptop zorgde ervoor dat de ouders hun gsm terug konden gebruiken.

BOX 2.

Goede praktijk:

De opportuniteiten van digitalisering

Digitalisering biedt ook mogelijkheden om gemakkelijker contact te onderhouden met de doelgroep. WhatsApp is een belangrijke tool. Verschillende projecten communiceren met de doelgroep via deze applicatie omdat de doelgroep die als laagdrempeliger ervaart dan bijvoorbeeld telefonisch contact, ook door de gratis wifi op publieke plaatsen.

D'Broej beoogde een aanbod van laptops op maat. Een student architectuur heeft bijvoorbeeld andere noden dan een leerling lager onderwijs. Maar ook andere organisaties trachtten hun aanbod af te stemmen op de effectieve noden van de doelgroep.

Naast het bezorgen van toestellen moeten ook de randvoorwaarden in orde gebracht worden, in de eerste plaats een degelijke internetverbinding. Ook dat probeerden een aantal projecten te realiseren, met behulp van telecombedrijven. Een medewerker illustreert:



“Telenet en Proximus hadden een nieuwe actie, een goedkoop abonnement, specifiek voor kansarme gezinnen. We hebben ons als organisatie ook aangemeld om die mee te verdelen onder de juiste mensen. Daar letten we wel op: als we die dingen vinden zorgen we ervoor dat ze terecht komen bij de mensen die het nodig hebben.”

(medewerker)

Niet alleen internet is een randvoorwaarde, ook software moet geïnstalleerd worden en mensen moeten de nodige skills en zelfvertrouwen opdoen om met de IT-infrastructuur aan de slag te gaan (lees hoe hierop werd ingespeeld in paragraaf 3.2.4 Zelfbeeld en persoonlijke ontwikkeling).

Andere materiële ondersteuning: meubels, kleren, speelgoed ...

Kwetsbare gezinnen hebben vaak ook andere materiële tekorten, naast digitale tools. Een aantal projecten zetten hierop in door tweedehands spullen in te zamelen (zelf of via andere partijen) en te verdelen. MamaStart voorziet bijvoorbeeld in hun basiswerking bedeling van spullen vanaf de zwangerschap tot kinderen van 12 jaar. Andere organisaties lanceren een oproep voor materiële hulp, wanneer ze specifieke noden detecteren (bv. via Welzijnsschakels, lokale netwerken ...). Uit de verhalen van een aantal organisaties blijkt dat mensen uit de buurt de werking kennen en helpen waar het kan door spullen te doneren. Volgend citaat illustreert dit.

“We krijgen ook wel veel hé. We hebben een Facebook- en een WhatsApp-groep. De bevolking van onze gemeente weet dat. Er komen twee keer per week spullen binnen.”

(medewerker)

In plaats van donaties kiest men soms voor een leensysteem. Organisaties leiden de gezinnen dan toe naar de bibliotheek, fietsbibliotheek of de speelgoedbibliotheek. Sommige organisaties hebben zelf een (speelgoed)bibliotheek.

“Een vrijwilliger is met mij en de kindjes naar een speelgoedbib gegaan, waar de kindjes speelgoed kunnen lenen. En hij heeft ook de fiets van mijn kindje in orde gemaakt”

(mama)

Door materiële hulp aan huis te brengen, zoals MamaStart vaak doet, kunnen andere noden en vragen ook opgepikt worden.

“Dat is niet puur een transportdienst, maar biedt echt een meerwaarde omdat ze bepaalde dingen opmerkt, bijvoorbeeld als ze sommige spullen niet heeft. Er is ook ruimte om te luisteren naar vragen en die door te geven.”

(partner)

HUISVESTING

Een aantal projecten (o.a. Betonne Jeugd, VZW Homie) wil ook de nood aan huisvesting invullen. Ze voorzien bijvoorbeeld zelf tijdelijk onderdak, regelen een gastgezin, of zoeken mee naar een huurappartement.

Het is belangrijk voor de doelgroep om een veilige en rustige woonomgeving te hebben. Als deze behoefte niet is voldaan, is het moeilijk om verder stappen te zetten in het individueel traject.

“Je moet de doelgroep echt zoeken en naar een veilige omgeving leiden met hulpverlening. Voor jonge daklozen is het beeld van shelters heel confronterend, met middelengebruik als gevolg. Het is belangrijk dat ze hun toekomstdromen niet opgeven.

We helpen concreet een woonst zoeken en zetten hen terug in hun kracht.”

(medewerker)

“Ik heb nu een dak boven mijn hoofd. En ook wel innerlijke rust. Voor ik hier was zat ik met heel veel vragen. Waar ga ik over een jaar staan? Waar ga ik verder in de toekomst staan? Een heel groot vraagteken. Nu is het ook wel toekomstgericht, deels ook door werk, en woonst he.”

(jongere)

MOBILITEIT

Een gebrek aan mobiliteit is een van de drempels die kwetsbare gezinnen vaak ervaren. Soms zorgt dit voor heel lastige situaties, zeker voor grotere gezinnen. Een aantal projecten verkleint deze drempel voor de doelgroep. Zo ondersteunen medewerkers of vrijwilligers mensen bij het uitzoeken van hoe men op bepaalde locaties kan geraken. Ze leggen bijvoorbeeld het traject met het openbaar vervoer stap voor stap uit, of gaan een keer mee.

“Je krijgt heel veel hulp om ergens te geraken ook. Als je niet weet welke bus je moet nemen en hoe je dat kan opzoeken dan kunnen zij je ook helpen.”

(mama)

“Ik merk dat ze mee op de kar willen springen om aanklampend te werken. Als het om jongeren gaat die bijvoorbeeld geen vervoer hebben, pikken ze hen op om samen het

traject af te leggen. Samen oefenen en de drempel verlagen. Ze zorgen ervoor dat ze er echt geraken, zodat dat geen argument is om begeleiding niet op te starten. Daar stuitten wij vaak op bij gezinnen in kansarmoede.”

(partner)



Daarnaast zoeken de projecten bijvoorbeeld ook naar fietsen (zie materiële ondersteuning) of geven ze fietslessen.

“Als het gezin bijvoorbeeld moeite heeft om zich te verplaatsen, dan zoekt ze mee naar een fietskar zodat dat gezin de verplaatsing kan maken.”

(partner)

“Ze hebben ons leren fietsen. Nu gaan we naar school met de fiets, vroeger altijd te voet. Ik heb het echt moeilijk gehad.”

(mama)

Soms brengen medewerkers/vrijwilligers de kwetsbare gezinnen zelf met de auto naar hun bestemming. Dit is geen duurzame oplossing voor een mobiliteitsprobleem, maar het geeft de mensen het gevoel er niet alleen voor te staan (zie ook paragraaf 3.2.5) en helpt in noodsituaties.

“Ik was en beetje in een zware periode. En de vrijwilligers zijn altijd komen helpen. Ze brachten me altijd naar het ziekenhuis en kwamen met de kinderen op bezoek. Altijd als ik belde om te vragen of ze de kinderen naar de opvang konden brengen, lukte dat.”

(mama)

“Omdat ik alleenstaande mama ben, komt ze soms mijn kinderen ophalen om ze dan zelf te brengen. Dat helpt mij enorm.”

(mama)

ADMINISTRATIEVE ONDERSTEUNING

De organisaties helpen de gezinnen of jongeren met hun administratie. Ouders of jongeren in kwetsbare situaties hebben vaak een beperkt begrip van of zicht op rechten en plichten, of op welke ondersteuning er juist bestaat. Bovendien hebben ze vaak niet de mentale ruimte om die zaken uit te zoeken en aan te pakken. Dit uit zich frequent in moeilijkheden met het begrijpen en in orde brengen van administratie (formulieren voor school, OCMW ...). Als concrete uitkomst van de outreachende werking, is de administratie in orde (en dat draagt bij aan het leggen van de brug naar allerlei diensten, zie paragraaf 3.2.2).

“Rekeningen of papieren van het OCMW of de vakbond ofzo met allemaal geleerde woorden, dat versta ik niet altijd 100 procent. En daar helpen ze me wel goed mee op weg. Want ik besef nu ook dat als je dingen laat aanslepen, je ook wel met de gebakken peren zit. Dat heb ik ook wel ondervonden.”

(jongere)

“Lukt het niet, kom dan bellen we samen. Een brief van de mutualiteit bijvoorbeeld, die begrijpen ze vaak niet.”

(medewerker)

“Gewoon al aantonen dat je recht hebt op een kortingstarief is een heel gedoe met allemaal paperassen om in te vullen. Ik ben er zeker van dat als ik dat niet had gedaan voor die ouders, de kinderen niet ingeschreven zouden zijn.”

(medewerker)



3.2.2 Plezier & activiteiten

Dankzij de projecten konden gezinnen, kinderen of jongeren deelnemen aan leuke activiteiten, waar men anders geen middelen of ruimte voor heeft. Dit kunnen kleinschalige activiteiten zijn, bv. een (online) bezoekje van de Sint, of georganiseerde uitstappen waar de gezinnen of jongeren niet (of weinig) voor moet betalen. De projectcoördinatoren hechten veel belang aan deze activiteiten, maar ook de doelgroep waardeert ze.

Deelnemen aan activiteiten is fijn en ontspannend, maar zorgt ook voor ontmoeting, is leerrijk en helpt om de leefwereld te verbreden. Verder laten zulke activiteiten toe om vertrouwen op te bouwen, zodat mensen gemakkelijker hun noden kenbaar maken aan de medewerkers of vrijwilligers van de organisaties.

“Het is bijvoorbeeld drie jaar geleden dat zij naar de zoo zijn kunnen gaan en ze zijn daar nog altijd over bezig. Dat is iets waar ze over kunnen praten. Die kindjes hebben toen ook voor de eerste keer de trein genomen.”

(mama)

“Mijn dochter was acht jaar en ze bracht een boekje mee. Nu weet ik wat ik ga vertellen als ik terug naar school ga. Welke dieren ik heb gezien bijvoorbeeld. Dat was iets echt belangrijk voor die kinderen zelf, vertellen wat ze hebben gedaan in de zomer.”

(mama)

“Het cadeautje met Sinterklaas, de kinderen zijn daar nog over bezig.”

(mama)

“Een tijdje geleden zijn we mee naar het krokusfestival geweest. Ik wist er helemaal niets van, maar ze hadden ons gevraagd. Dus ik ben naar daar gegaan en dat was de eerste keer voor mij en mijn kinderen in een reuzenrad. Ze waren daar nog dagen over aan het praten, over hoe leuk het was. Zelfs op school hebben ze erover verteld. Dat was echt heel bijzonder. Als niet voorgesteld was dan zou ik dat nooit te weten gekomen zijn. Dus dat is wel fijn dat je soms andere dingen kan meemaken. Dat is echt leuk, vooral voor de kindjes.”

(mama)



“We halen hen uit hun context, en bieden kansen en versterking aan gezinnen. Zo kunnen gezinnen zelf zien dat het niet veel moet kosten om aan cultuur deel te nemen”

(partner)

Ook bij projecten met doelgroepjongeren, worden leuke activiteiten op maat van de doelgroep georganiseerd. Enerzijds zorgt dit voor ontspanning of ‘ambiance’ wanneer er verder weinig gebeurt in de wijk. Anderzijds vertrekt men soms ook vanuit de insteek dat het accent niet altijd moet liggen op het wat er móet (bv. administratie in orde krijgen), maar dat er ook ruimte nodig is voor ontspanning.

“Elke vrijdag is er de vrijetijdsactiviteit van de jongeren. Vaak wordt er alleen gekeken naar de problemen en hoe ze uit die situatie kunnen geraken. Eigenlijk wordt de vrije tijd vaak vergeten dus daar hebben we heel veel aandacht voor.”

(medewerker)

Een aantal projecten hebben ook ingezet op het opzetten van een vakantiewerking, in de vorm van activiteiten, kampjes of zomerscholen. Enerzijds heeft dit tot gevolg dat kwetsbare kinderen tijdens de zomermaanden niet zonder structuur komen te zitten. Daarnaast is het ook bevorderlijk voor de taal- en sociale vaardigheden van kinderen. Wanneer er activiteiten voor kinderen georganiseerd worden, geeft dit bovendien ook een moment van rust voor ouders die vaak weinig (betaalbare) opvangmogelijkheden hebben.

“In gezinnen met alleenstaande ouders zijn de mama en papa vaak naar het werk. Ook in weekends en vakanties zijn kinderen alleen thuis. Voor die gezinnen in kansarmoede zijn niet alle soorten opvang mogelijk. We hebben dus al hun vakantieaanbod gebruikt om betaalbare opvang te voorzien”

(partner)

“Een vakantieaanbod kan nuttig zijn omdat kansarmoede ook soms gepaard gaat met een pedagogisch zwakke situatie.

Ouders zijn vaak niet in staat om structuur aan te bieden, ze willen wel voor kinderen zorgen maar lukt niet altijd. Hun vakantieaanbod biedt voldoende structuur en warmte en ze werken rond sociale vaardigheden.”

(partner)

“Ik denk dat daar veel doelstellingen bereikt worden: weg zijn uit de thuissituatie, sociaal contact hebben met andere kinderen. Zeker voor kinderen die buiten de school geen of weinig hobby's hebben.

Ook het pedagogische is belangrijk dat die kinderen in de vakantie bezig zijn met lezen, schrijven en rekenen.”

(partner)

“Er is geen aanbod voor gezinnen die niet op vakantie vertrekken. Dus is er samen met de vrijwilligers een aantal activiteiten georganiseerd: poppenkast, storytelling ... voor de kinderen die thuisbleven. Voor de mama's was dat een moment om stoom af te laten. Ook voor hen werden activiteiten voorzien.”

(partner)

Zeker in tijden van corona was er nood aan ruimte om te spelen. Veel gezinnen hebben geen tuin. Domo-Hasselt stelde daarom hun tuin open voor gezinnen met kinderen om te komen spelen. Dit was voor henzelf, voor de partners en voor de doelgroep een zeer positieve ervaring.

“Ik heb ervaren dat de gezinnen die geweest zijn in de zomer dat geweldig vonden. Ze hadden de tuin om in te spelen, maar kwamen ook uit hun kot en hadden contact. Zowel de kinderen als de mama’s. Voor ons was dat echt een meerwaarde.”
(partner)

Verder zette een aantal projecten ook in op het introduceren van speelgoed en de ontwikkeling van creativiteit, aangezien dat bij gezinnen in kwetsbare situaties soms geen plaats heeft, terwijl het de ontwikkeling en het welzijn van de kinderen, maar ook van de ouders ten goede komt. Tijdens corona werden er in dit kader ook pakketjes rondgebracht naar de mensen thuis.

“Anderstalige gezinnen hebben vaak geen voeling met speelgoed. Hier in België wordt dat vaak als stimulerend gezien, er wordt al heel wat verwacht van de kinderen ook in de kleuterklas. En dat is iets waar je wel een verschil kan maken, omdat kinderen die niet naar de crèche zijn gegaan, ook die stimuli niet gehad hebben van dat speelgoed en die boekjes. Samen spelen vind ik wel een goede manier, want als je speelgoed meegeeft dan belandt het misschien ergens in een hoek. Of ze weigeren het aan te nemen. Ze weten gewoon niet wat dat is, spelen.”
(partner)

“Ze spelen zelden gezelschapsspelletjes met hun kinderen. De eerste keer dat je samen met de kinderen een spelletje speelt, zegt de mama ‘doe maar, ik heb daar geen tijd voor’. Maar vaak sluiten ze uiteindelijk toch aan omdat er zo wordt gelachen. Dus zo model staan is voor de vrijwilligers wel belangrijk”.

(medewerker)

“Voor veel van onze ouders is dat ook niet belangrijk. Ze moeten studeren, studeren, studeren. Want ze zijn naar hier gekomen om hun kinderen een goede toekomst te geven. Je moet goed studeren zodat je goed werkt krijgt later. Dat speelse en dat creatieve negeren ze of dat is voor hen niet belangrijk.”

(medewerker)

Uit al deze voorbeelden blijkt dat samen activiteiten doen helpt om vertrouwen op te bouwen en te onderhouden. Activiteiten bieden kansen om naar bepaalde problemen te polsen. Door mee te doen aan bv. sportactiviteiten in de leefwereld van de jongeren, komen jongeren zelfs spontaan naar de outreacher toe als ze problemen hebben. Dit is een werk van lange adem.





3.2.3 Bruggen naar allerlei diensten

BRUG NAAR HULPVERLENING

Een volgende belangrijke uitkomst van de projecten is dat ouders, jongeren of kinderen de weg vinden naar gespecialiseerde dienst-, hulp-, of zorgverlening. Dat gaat van een afspraak maken met een dokter, tot het aanvragen van de gepaste psychologische begeleiding, juridische hulp, thuisbegeleiding, sociale huurwoning enz. De medewerkers leggen uit waar verschillende bestaande organisaties voor dienen en geven zo een zicht op of helpen bij het aanvragen van bepaalde ondersteuningsmogelijkheden (bv. telefonisch afspraak regelen, plaats op wachtlijst krijgen).

Een jongen vertelt dat hij in aanraking is gekomen met de politie. Hij heeft toen de outreacher gecontacteerd, die hem heeft meegenomen naar de maatschappelijk werkster van hun organisatie. Zij heeft samen met de jongen een advocaat gezocht.

We hebben geholpen hulp te zoeken voor een zoontje met autisme, ook om een diagnose te krijgen. Nu helpen we aanmelden voor de wachtlijst voor thuisbegeleiding.
(intensieve thuisbegeleiding)

“Ze hebben me ook geholpen bij mijn positieve heroriëntering Columbus. Dat is om partijen te verzoenen na een echtscheiding. We hebben een ongelofelijke vechtscheiding achter de rug. Ook voor onze zoon is herstel in het gezin belangrijk.”
(mama)

“De begeleider heeft veel gebeld, om mee uit te zoeken wat mogelijk is. Zelf denk je niet altijd aan alle mogelijkheden.”
(mama)

“Ik heb de mama ook toegeleid naar mentale zorg. Ze was een beetje zichzelf kwijt, dat was de constante in haar verhaal. En dan vroeg ik of ze het niet zag zitten om deel te nemen aan een soort workshops rond zelfzorg.”

(medewerker)

Een voorbeeld zijn mama's die vertellen dat de organisaties hun hebben geholpen om de kindjes in te schrijven in de opvang of crèche.

“Zelf heb ik geen verstand van papieren.”

(mama)

BOX 3.

Goede praktijk

Toeleiding: andere initiatieven in huis halen

Sommige projecten halen andere initiatieven in huis, zodat de doelgroep er op een laagdrempelige manier mee in contact kan komen en vertrouwd mee kan raken. Bij MamaStart is er af en toe een medewerker van het Huis van het Kind Brugge aanwezig. Daaraan kunnen mama's vragen stellen over bijvoorbeeld kinderopvang. Bij VZW Homie komen er twee psychologen aan huis, wat de stap om psychische hulp te zoeken verkleint. Bij het LEONhuis geeft de muziekacademie ter plaatse muziekles.

Ook de omgekeerde weg is mogelijk, waarbij bijvoorbeeld iemand van de werking een (halve) dag bij het reguliere aanbod werkt. Bij Domo-Hasselt bemant een medewerker zo een halve dag de balie van het Huis van het Kind Hasselt. Bij Betonne Jeugd wordt er een dag meegewerkt in een inloophuis voor dakloze jongeren. Zulke initiatieven zorgen voor meer bekendheid van elkaars werking, en ook voor een beter bereik van kwetsbare gezinnen en jongeren.

BRUG NAAR SCHOOL

Sommige projecten of organisaties helpen kinderen, jongeren of ouders in hun contacten met scholen of met schoolwerk.

Een eerste drempel is de taal- en/of communicatiebarrière. Een deel van de kwetsbare gezinnen is anderstalig en heeft moeite met de communicatie met de school toe. De organisaties helpen om te begrijpen wat er verwacht wordt en/of ondersteunen om zelf met de school te communiceren. Tijdens de coronapandemie was er extra nood aan deze vertaalslag, omdat ouders en kinderen soms helemaal geen zicht hadden op de verwachtingen (bv. een moeder die niet begreep dat haar dochter wel nog les moest volgen tijdens de lockdown).

“Ik versta die brieven niet volledig. Dus ze hebben geholpen die papieren in orde te brengen. Informatie in de school is soms onduidelijk, zeker met corona: de ene dag wel komen en de andere niet. De brieven van de school zijn moeilijk.”

(mama)

“Iemand is meegekomen naar het oudercontact om uit te leggen wat ze doen om de kinderen te helpen. Ik doe mijn best, ik breng mijn kinderen naar waar leerkrachten zijn en waar mijn kinderen aan hun huiswerk kunnen werken.”

(mama)

Soms ontstaan er conflictsituaties in de school waarbij zowel de ouders als de school moeite hebben om op een positieve manier te communiceren met elkaar. Meegaan en mee het gesprek voeren, laat toe opnieuw met een positieve blik naar het kind of de jongere te kijken.

“Maar afgelopen vrijdag was er terug een gesprek met alle partijen, waarin een begeleider het gesprek is gestart. De vorige keren vertrokken de gesprekken het vanuit het standpunt van de school. Nu benoemden ze eerst wat goed is aan het gedrag van mijn zoon. Dit bracht een positieve sfeer in het gesprek. Het maakte dat de school niet direct negatief kon starten. Als mama was het fijn om dat te horen, en al helemaal in de context van de school.”

(mama)

Dat legt de brug naar de school en in samenspraak kunnen afspraken gemaakt worden in het kader van de positieve ontwikkeling van het kind of de jongere.

“We hebben mee de brug gevormd naar de school, door mee naar het zorgoverleg te gaan en te kijken wat wij nog kunnen bieden en door aan de school uit te leggen wat de mama bedoelt en te tonen wat ze doet. Want soms doen ouders wel veel maar zien scholen dat niet altijd.”

(medewerker)

“Samen aan de tafel zitten biedt meerwaarde, met ouders, met andere partners, met de jongere. Je ziet dat je nog kan zoeken. En daar komen soms veranderingen naar boven.



Specifiek naar de jongeren is dat dan heel individueel gericht op van het zoeken van oplossingen. Lessenroosters bijvoorbeeld of een andere aanpak, wat kan jongeren helpen zodat er meer rust kan komen.”

(partner)

In sommige gevallen is het contact tussen de ouders en de school grotendeels of compleet weggefallen, zeker tijdens de coronapandemie. Organisaties slagen er toch in om de brug te vormen. Door hun aanklappende aanpak krijgen ze zicht op wat er juist leeft binnen het gezin (op diverse vlakken) en daarmee gaan ze aan de slag.

“De medewerkers waren onze steun en toeverlaat in moeilijk contact met de ouders, zeker in coronatijd. Eigenlijk waren zij het die het contact moesten warm houden door stoepbezoeken, iets waar wij niet in slaagden.”

(partner)

“Heel veel gezinnen weten niet hoe ze op de platformen van de school kunnen gaan. Wij wilden daar iets aan doen en een paar scholen zijn daarop ingegaan en dat hielp hen ook echt. Veel scholen gaan ervan uit dat dat allemaal wel lukt. Door het hier met kinderen te doen worden ze geconfronteerd met de drempels die gezinnen digitaal ervaren. Van daaruit konden we concrete voorstellen doen naar scholen. Elke school heeft ook andere platformen. We zijn naar scholen gegaan en om te vragen wat de moeilijkheden zijn die de mensen ondervinden. Op basis daarvan proberen we een aanbod te voorzien voor ouders die de school niet goed bereikt.”

(medewerker)

Sommige organisaties ondersteunen de kinderen om beter mee te zijn met de leerstof. Ouders in kwetsbare posities zijn om diverse redenen niet steeds in staat de juiste ondersteuning te bieden. Organisaties geven huiswerkbegeleiding of regelen specifieke bijles. Ook de juiste materiële ondersteuning helpt kinderen en jongeren om beter deel te nemen aan lessen en huiswerk te maken (schoolgerief, voorzien van ruimte om te werken ...). Tijdens corona kwamen daar nog zaken bij, zoals werkbundels printen voor gezinnen zonder printers, laptops voorzien.

“Tot het derde leerjaar kon ik mijn dochter helpen met huiswerk, maar daarna moeilijker omdat ik het Nederlands niet helemaal kan volgen. Mijn dochter heeft het moeilijk met de taal en zij kunnen haar helpen.”

(mama)

“Dan zijn er een aantal gezinnen waar dat online schoolwerk moeilijk liep, omdat er geen structuur in huis was. Dan hebben we de bundeltjes aan huis gebracht. En we hebben geprobeerd zoveel mogelijk kwetsbare gezinnen toe te leiden naar de noodopvang, omdat wij dat er thuis geen aandacht besteed werd aan het schoolse. We wilden niet dat die kinderen zo een achterstand zouden krijgen.”

(medewerker)

BRUG NAAR REGULIERE SPEL- EN SPORTAANBOD (RECHT OP VRIJE TIJD)

Sommige projecten/organisaties zorgen dat de doelgroep de weg vindt naar het reguliere spel- en sportaanbod. Dit gebeurt op verschillende manieren: actief stimuleren en een-op-eenbegeleiding bij de inschrijving (bv. huis-aan-huis langsgaan of vast moment per week in Huis van het Kind), organisaties sensibiliseren en oplossingen zoeken om bepaalde drempels te overbruggen (mobiliteit, kledij), proactieve en laagdrempelige ondersteuning bij het verkrijgen van een kansentarief, de eigen werking linken aan een vrijetijdsaanbod om de drempel te verlagen (bv. jeugdbeweging activiteit laten organiseren op buurtpleintjes, in lokalen van huiswerkbegeleiding ook muzikles door de academie laten organiseren). In sommige organisaties werden hier al met andere middelen projecten rond opgezet.

“Ze heeft ze heel fijn geholpen met de eerste stap naar de Chiro. Ze is meegegaan om mijn kinderen direct een veilig gevoel te geven.

Ze zijn heel blij met de medewerker en vinden haar ook heel grappig.”

(mama)

“Het is zelf iemand die wel weet heeft van verschillende diensten. Naar sport en andere zaken kennen heel weinig mensen de weg, of ze vinden het te duur en durven de stap niet te zetten”

(mama)

“Wij motiveren de vraag om deel te nemen in het reguliere aanbod, en bij hen is het op de vraag van de cliënt. Dus dat werkt heel anders.

En een kwetsbare doelgroep vraagt een specifieke aanpak.”

(medewerker)

“De ouders gaan dat niet snel doen hé, zeggen dat iets een drempel is om te gaan en in te schrijven. Een mama weet dat de kleren bij een sportclub 35 euro per kind kosten. Dat is een drempel op zich. Maar ze zal dat niet aankaarten bij de club. Pas als ik het ter sprake breng, zegt ze dat ze niet weet hoe ze die kleren kan betalen.”

(medewerker)

“We proberen ook zo veel mogelijk naar jeugdbewegingen door te verwijzen en we zien dat die daar ook meer voor open beginnen staan.”

(medewerker)

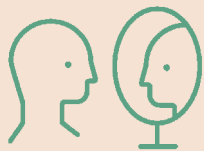
“Ik vind het heel belangrijk dat ze kunnen helpen met dingen zoals de UitPas.”

(mama)

“Ze heeft de tijd genomen om eerst met ons in gesprek te gaan over wat de doelgroep juist inhoudt, ze heeft voor de kinderen kwamen ook kort verteld over hen en over hoe we hen best kunnen aanspreken. We kunnen nu beter reageren op bepaalde situaties en begrijpen ze ook meer.”

(partner)





3.2.4 Zelfbeeld en persoonlijke ontwikkeling

DIGITALE SKILLS

Om de digitale kloof te dichten zijn laptops en betaalbaar internet belangrijke elementen; toch is het ook nodig een stap verder te gaan en te kijken waar de doelgroep ondersteuning nodig heeft bij het gebruik van de computer. Deze ondersteuning kan geboden worden via heel laagdrempelige uitleg en ondersteuning op maat, specifiek met de toepassingen waarvoor de mensen de computer willen gebruiken. Veel kwetsbare ouders, jongeren en kinderen hebben niet de juiste vaardigheden om te werken met een computer. Ze hebben hulp nodig bij basishandelingen zoals het toestel aanzetten of specifieke software of websites gebruiken (bv. SmartSchool, Google Meet, Word ...). Projecten zetten hier op verschillende manieren en in verschillende mate op in. LEONhuis werkte bijvoorbeeld op verschillende manieren aan het versterken van digitale skills: met individuele hulp en uitleg en groepslessen.

“Ik heb twee weken of een maand computer gehad om te leren voor mijn theoretisch rijbewijs. En een stagiair heeft me met die computer leren werken.”

(mama)

“We bieden lessen aan en individuele begeleiding over smartschool of andere tools om met de school te communiceren. We hebben ook eens moeten uitleggen dat een kind ook al was de school dicht, toch voor school moest werken.”

(medewerker)

Dat de communicatie met de school digitaal moest verlopen, zorgde voor meerdere struikelblokken. Een aantal leerlingen werd niet meer bereikt door de scholen. De ondersteuning vanuit sommige projecten kon hier helpen om deze brug te maken. Gezinnen werden ook geholpen met de oudercontacten, die allemaal online verliepen. Waar nodig doet een medewerker/vrijwilliger het oudercontact mee (zie ook paragraaf 3.2.2).

“Er zijn dertig computers die de vrijwilligers kunnen gebruiken. Ik begeleid een Turks gezin waarvan beide ouders absoluut geen Nederlands spreken. Ik heb contact opgenomen met de leerkracht van het kind, en ook tijdens corona hebben ze veel digitaal contact. Bij een oudercontact neem ik een computer mee en dan doen we het oudercontact digitaal.”

(vrijwilliger)

Voor heel wat mensen was het niet eenvoudig om de CovidSafe-app te installeren. Om uitsluiting uit de samenleving en isolement te voorkomen, werd hier ook door verschillende projecten op ingezet.

“We hebben ook met een organisatie samengewerkt om de corona-app te installeren, omdat we zien dat veel gezinnen die niet hebben en daardoor niet kunnen deelnemen aan activiteiten. Dat deden we dan bij HVHK.”

(partner)

Naast ondersteuning bij het gebruik van digitale hulpmiddelen, hadden sommige ouders ook nood aan advies bij de aankoop. Sommige ouders hebben wel het geld om een computer aan te kopen, maar hebben advies en hulp nodig bij de keuze van het toestel. D'Broej organiseerde hierover bijvoorbeeld een infosessie voor ouders.

ANDERE SKILLS

Samen met de medewerkers van de organisaties ontwikkelen personen uit de doelgroep soms direct, soms indirect diverse andere vaardigheden. Medewerkers en doelgroep vermelden vaak de taalvaardigheden van ouders en kinderen. Ook andere vaardigheden worden ontwikkeld (bv. opvoeding). Ondersteuning met schoolwerk draagt bovendien bij aan het oefenen en uitbouwen van bepaalde kennis en competenties (zie 'Brug naar school', paragraaf 3.2.2 Bruggen naar allerlei diensten).

OPENBLOEIEN: VERTROUWEN IN ZICHZELF EN ANDEREN

Doordat de projecten/organisaties zorgen voor een veilige thuishaven, bloeit de doelgroep soms open. Positieve gevolgen van een gevoel van psychologische veiligheid zijn bijvoorbeeld gemakkelijker interageren met anderen, toegenomen pro-activiteit, een opleiding volgen, werk vinden ...

“Jij bent ook enorm gegroeid als ik jou hier zie zitten.”

(medewerker)

“Ik zie hij dat hij zich meer openstelt voor ons. Doordat hij daar sociaal contact heeft, zijn die donkere gedachten minder aanwezig. Dat speelt grote rol op psychologisch vlak. Hij wordt opener en durft dingen doen en dat is mooi om te zien. Een grote impact dus.”

(partner)



“De medewerker zorgt ook voor integratie in de groep. Men accepteert hoe ik ben als persoon. Ik heb veel advies gekregen, andere en betere gewoontes aangeleerd, persoonlijke ontwikkeling, en mijn agressieproblemen aangepakt en nu ben ik een rustiger persoon met zelfcontrole, en een opener persoon. Ik ben op zoek naar stabiliteit nu, een eigen huis, een vaste relatie, een goede job. Ik wil nu het verschil maken, meer zelfvertrouwen, emancipatie. Ik neem een soort vaderrol op in de groep. Ik beseft dat ik zware dingen heb meegemaakt en ik wil anderen helpen.”
(jongere)

“Door die kleine dingen eerst te gaan doen, zie je ook de motivatie groeien. Ze geloven dat ze wel iets kunnen leren en dat het zal lukken. Het is niet omdat het een andere taal en land is dat ze niks meer kunnen. Als we dan vormingen voorstellen, zien we dat mensen die zich eerst nooit zouden inschrijven, dat plots wel doen. En dat maakt het grote verschil, een zaadje dat geplant wordt en dat kan uitgroeien.”
(parnter)

Door ondersteuning te bieden, slagen organisaties er soms ook in om rust te creëren bij personen die zich in woelig vaarwater bevinden.

“Alleen al dat de organisatie bestaat en dat je er met vragen terecht kan, geeft mij rust. Ik wil mijn kinderen bijvoorbeeld inschrijven voor een hobby, maar de medewerker van de stad is moeilijk te bereiken. Dan kan ik het aan iemand van de organisatie vragen die daar veel ervaring mee heeft.”
(mama)

“Ik ben ook veel rustiger, omdat ik weet dat die mensen er voor mij zijn en als ik een probleem heb kan ik altijd bij hen terecht.”

(mama)

“Je merkt heel hard bij de jongere zelf dat die een rustplek heeft gevonden en na het traject een verse start kan maken. Bij het gezin heeft dat rust gebracht, die ene dag dat er ‘s avonds en ‘s ochtends geen stress en gevecht was thuis. Ouders en broers en zussen kregen ook rust zonder aan een traject te beginnen.”

(parnter)

Naast vertrouwen in zichzelf, wordt er ook gebouwd aan vertrouwen in ‘de ander’. Dat is vaak geschaad door negatieve ervaringen in het verleden. Bij de projecten wordt op een positieve manier stap voor stap terug vertrouwen opgebouwd.

“Ik had niet echt vrienden of familie waar ik raad aan kon vragen. Ik wist ook soms niet hoe ik iets moest aanpakken zoals huiswerk, en ik had het zelf ook moeilijk. En sinds ik de organisatie ken is het beter geworden.

Ik voel het vooruitgaan, mijn zoon ook. Die kijkt ernaar uit als ze komt. Wat je ook vraagt, je krijgt hulp. Ik ben een gesloten persoon, en door dikwijls ziek te zijn sluit ik mij af. En ik voel nu dat ik toch buiten aan het komen ben, onder de mensen. Gisteren hebben wij samen soep gemaakt en ik vond dat heel leuk, om terug zo wat contact te hebben. Ik voel ook dat je de mensen kunt vertrouwen. Daar heb ik zelf ook moeite mee, om mensen te vertrouwen. Mijn zoontje ook, die krijgt veel ondersteuning van een vrijwilliger. Zij komt ook aan huis, en gewoon kunnen babbelen met haar en weten

dat ze er is, dat doet heel veel. En soms is het een moeilijke om mijn zoon mee te krijgen, maar als de vrijwilliger het vraagt krijgt ze hem toch mee.”

(mama)

“We kunnen zeggen dat het project nu mee wordt gedragen door de jongeren. Dat heeft mee voor openheid gezorgd. Als er nu iemand binnenkomt is er veel meer respect en een warmer welkom dan ervoor.”

(medewerker)

STAPPEN NAAR OPLEIDING & WERK

De projecten zetten in op vertrouwen in het eigen kennen en kunnen. Door de doelgroep te motiveren en te ondersteunen, bijvoorbeeld in de zoektocht naar werk en mee naar afspraken te gaan, willen ze de weg effenen naar de juiste studiekeuze of naar een job. Deze ondersteuning vormt een aanvulling op bestaande hulp- en dienstverlening, doordat de project-medewerkers veel meer aanklappend werken.

“Ik ben samen met hem naar een fruitboer gegaan. Na een tijdje heb ik dan bij de fruitboer en bij het gezin gecheckt hoe alles loopt.”

(medewerker)

“Het ACV, daar bel ik elke week naar.”

(medewerker)

“Ja jullie hebben mij echt veel gemotiveerd,



en ook met mijn werk veel geholpen.
En mee gezocht naar een opleiding
toen ik twijfelde.”

(mama)

“Ik denk dat de werking van de organisatie
mooi aansluit op onze trajecten vanuit het
CLB. Er is bijvoorbeeld een leerling in begelei-
ding bij de organisatie, waarmee ik vanuit het
CLB ook een traject ga lopen rond studiekeuze
voor volgend jaar. Die leerling is schoolmoe,
niet meer gemotiveerd. De organisatie
kan heel mooi talenten en sterktes in kaart
brengen. Dat is een waardevolle aanvulling op
het CLB-traject en bruikbare informatie.”

(partner)

Sommige kwetsbare personen gaan ook als vrij-
williger aan de slag bij de organisatie. Zo doen ze
ervaring en zelfvertrouwen op, en kan de stap worden
gemaakt naar een studie of een betaalde job. Dit
komt ook de werking van organisaties ten goede:
ervaringsdeskundigen brengen specifieke expertise
binnen in verband met ervaren drempels. Ook kan
het contact met iemand met gelijkaardige ervaringen
laagdrempelig zijn, en zelfs empowerend werken naar
de doelgroep. Verder laat het sommige organisaties
ook toe een netwerk (of zoals sommigen zeggen:
een “tweede familie”) rond de bereikte doelgroep
en tussen de vrijwilligers uit te bouwen (zie ook
volgende paragraaf).

“Mijn leven is echt veranderd. Ze vroegen
waarom ik niet studeerde, waarom ik enkel
vrijwilligerswerk deed. Door te studeren
zou ik een aan job geraken. Maar ik durfde niet.
Dankzij de steun van een medewerker zette ik
de stap naar het volwassenenonderwijs.
Ik haalde een diploma en heb intussen werk.
En nu verwijst ik zelf mensen door.
Je moet hard werken, maar het is haalbaar.
Intussen ben ik op zoek naar meer uren bij
andere organisaties.”

(mama en vrijwilliger)

“Door vrijwilliger te worden om de gezinnen
door te verwijzen en te helpen, leerde ik beter
Nederlands. Ik ging met een medewerker naar
PXL, en leerde daar een programma kennen.
Daarna heb ik hier aan zes gezinnen uitleg
gegeven over dat programma en hoe ze moeten
studeren om het certificaat te halen.”

(mama en vrijwilliger)

“Een mama is bij haar gestart
met vrijwilligerswerk en heeft intussen
betalend vrijwilligerswerk gevonden heeft.
We hopen dat we dat stapsgewijs kunnen
opbouwen naar een deeltijdse job als de
kinderen wat ouder zijn.”

(partner)



3.2.5 Sociaal kapitaal

Kwetsbare individuen en gezinnen hebben vaak het gevoel er alleen voor te staan, door het ontbreken van een (stabiel) sociaal netwerk. Uit gesprekken blijkt dat verschillende projecten erin slagen bij een aantal mensen dit gevoel te verminderen. Dit wordt gerealiseerd dankzij een niet veroordelende aanpak, een continue aanwezigheid, en de inzet van de medewerkers en vrijwilligers. Ook dat iemand eenvoudigweg luistert naar de problemen, wordt gewaardeerd door de doelgroep.

“Wij hadden niemand, geen vrienden en geen familie. De organisatie is voor ons een grote familie. Als je ze belt komen ze direct helpen.”

(Mama)

“Toen ik in België aankwam, was ik bang. Ik kende hier niemand en wist niet wat ik moest doen met mijn dochter. De organisatie leren kennen, gaf me een veilig gevoel. Nu voel ik dat zij mijn familie zijn en dat mijn leven hier is.”

(Mama)

“Die mama had een huis gekocht, haar man had haar verlaten en ze zat met een baby en vier kinderen. Ze werd depressief. En ze kon nergens haar problemen kwijt eigenlijk. Dus gewoon al het feit dat je een luisterend oor biedt, doet al heel veel voor die mensen.”

(Vrijwilliger)

Interviewer:

“Ik zie veel knikkende gezichten.”

(Vrijwilliger)

“Ook met de psychische kant hebben ze mij veel geholpen. Als ik hen nodig heb om te praten waren ze er altijd, dat vind ik echt lief. Danku is niet genoeg.

De kindjes komen ook echt heel graag. Ook toen ik begon te werken en niet meer kon komen, bleven ze bellen en contact nemen. Dat is echt lief. Ik heb hier ook familie maar die heeft niet hetzelfde voor mij gedaan als zij.”

(Mama)

“Ik zit constant tussen vier muren, zo heb ik iemand waar ik mee kan praten.”

(Mama)

“Ze komen langs, ik kan mijn gal uitkotsen.”

(Mama)

“Daarnet had ik de medewerker nog aan de lijn ... Vorige week ben ik namelijk op staande voet ontslagen, en ik moet beginnen solliciteren. Ik heb dat vorige week laten weten omdat het dan moeilijker wordt om mijn zoon te brengen, midden in de werkdag. Ze zoeken mee naar oplossingen en willen zelfs iemand sturen om hem op te halen. Ze trekken het zich enorm aan ...”

(Mama)

“De mensen die ze bij ons leren kennen, worden voor jongeren op termijn soms hun familie. Ik heb de indruk dat er tegenwoordig veel jongeren zijn met genderproblemen. Die zijn soms niet meer welkom thuis.”

(Medewerker)

Een aantal projecten wil ook het sociale netwerk van de kwetsbare doelgroep versterken. Ze organiseren activiteiten waarin men laagdrempelig contact kan leggen met andere gezinnen, jongeren en kinderen. Zo zien mensen dat ze niet alleen zijn in hun situatie, en soms wordt zo ook een netwerk opgebouwd. Vaak zitten de jongeren en gezinnen in andere stadia van de hulpverlening. Ze helpen elkaar omdat ze tegen dezelfde struikelblokken aanlopen. Anderstalige gezinnen die al langer in België zijn helpen hun taalgenoten door bijvoorbeeld te tolken. Deze netwerking gebeurt niet zomaar vanzelf; de projecten zetten in op ontmoeting door laagdrempelige activiteiten voor ouders, kinderen of jongeren.

“Ook zijn de ouders wat meer zelfzeker nu.
Blij dat ze meekunnen, elkaar motiveren,
helpen en ondersteunen. Ze voelen zich thuis
bij elkaar en ze kennen elkaars noden.
Er ontstaan vriendschappen tussen de ouders.”
(Medewerker)

“Ik geloof in ontmoeting. In anderstalige
gezinnen wordt er van de mama verwacht dat
ze het huishouden en de kinderen voor haar
rekening neemt. Daardoor zijn ze vaak heel
geïsoleerd. Ik denk dat het voor hen versterkend
werkt te weten dat ze ergens terecht kunnen
met hun verhaal, waar ze andere mama's
kunnen ontmoeten en waar hun kinderen
kunnen spelen. Dat betekent niet
dat ze hun hele leven moeten delen.”
(Partner)

“Bij ons hebben vooral jongeren weinig sociaal
contact en vrijetijdsactiviteiten. De organi-
satie biedt de mogelijkheid om met andere
jongeren kennis te maken die dezelfde dingen
meemaken. Zo voelen ze zich gehoord.”
(Partner)

“We helpen elkaar ...
we zijn een grote zelfhulpgroep geworden.”
(Medewerker)

Maar ook aansluiting vinden bij mensen buiten de
doelgroep is een belangrijk punt. Deze sociale con-
tacten kunnen een gevoel van aanvaarding in de
maatschappij genereren en voor anderstaligen kan
het een rol spelen in hun taalvaardigheid.

Op school hebben ze niet echt veel contact met
Belgische kinderen. Hier wel.
Ze zijn dan echt trots op hun Belgische vriend.
Hier vinden ze hun taal niet vreemd. Ze worden
opgenomen en horen erbij.”
(Mama)

BOX 4.

Goede praktijk: Buurtbewoners betrekken

Sommige organisaties betrekken mensen uit de
buurt, om zo het stigma rond armoede en dak- en
thuisloosheid te doorbreken. Betonne Jeugd orga-
niseerde lokaal 'Radio Beton', waar verhalen van
daklozen verteld werden, en verschillende meningen
een plaats kregen. Ook VZW Homie betrok de buurt.
Ze plaatsten de caravan bewust in een wijk die vol-
gens een bewoner soms 'een probleemwijk was'. Door
buurtbewoners bij het project te betrekken, ontstond
er wederzijds respect en vertrouwen.

“We maken het tegelijk zichtbaar en toegan-
kelijk. Mensen schrikken als je vertelt over
dakloosheid bij jongeren, maar als je er dan een
voor hun neus zet en hen samen dingen laat
doen, wordt dat iets anders. Ze zien dat het ook
gewoon mensen zijn op zoek naar hulp.”
(Partner)

3.3. Verhouding projecten en reguliere dienstverlening en onderwijs

In dit deel bespreken we de verhouding tussen de organisaties die de projecten uitvoeren enerzijds en de reguliere dienstverlening en onderwijs anderzijds. Op basis van onze gesprekken, observeren we dat deze verhouding grofweg drie vormen aanneemt:

- De organisaties als toeleider naar dienst-, hulp- en zorgaanbod, vrije tijd & onderwijs
- De organisaties als partner van dienst-, hulp- en zorgaanbod, vrije tijd & onderwijs
- De organisaties als aankaarter van knelpunten

Een belangrijke kanttekening is dat er zeker niet altijd een (positieve) samenwerking is. Dit komt verder aan bod bij 4.2 Uitdagingen. De rollen hieronder geven voornamelijk inzicht in situaties waar wel samenwerking of uitwisseling is.

DE ORGANISATIES ALS TOELEIDER

De organisaties/projecten leiden gezinnen of jongeren in kwetsbare situaties toe naar dienst-, hulp- en zorgaanbod, vrije tijd en onderwijs. Projecten bouwen eerst vertrouwen op via laagdrempelig en regelmatig contact. Dit laat toe om samen met de doelgroep te identificeren welke noden er leven en welke mogelijke oplossingen er zijn. Als de personen dit ook zelf willen, worden ze toegeleid, meestal door warme overdracht, tot de juiste diensten. Warme overdracht is bijvoorbeeld de doelgroep informeren over bestaande ondersteuningsmogelijkheden, (samen) bepaalde ondersteuning aanvragen, maar

ook actief meegaan op consulten/oudercontacten, de vraag van de doelgroep 'vertalen' naar de organisaties en juiste contextinformatie voorzien, of de informatie van de organisaties 'vertalen' voor de doelgroep. Zo kunnen mensen (terug) contact leggen met instanties.

DE ORGANISATIES ALS PARTNER



We zien ook dat organisaties optreden als partner van reguliere dienstverlening, vrije tijd en onderwijs. Er is een breed spectrum aan mogelijke samenwerkingsvormen, van ad hoc een beroep doen op elkaars expertise, personen doorverwijzen naar de organisaties/projecten tot intens samenwerken, overleggen en gemeenschappelijke projecten opzetten.

Reguliere dienstverlening en onderwijs verwijzen soms gezinnen met bepaalde indicaties door naar de organisaties voor (meer uitgebreide) ondersteuning. Dat zijn vaak mensen die niet of ontoereikend de weg vinden naar het bestaande dienst-, hulp- en zorgverleningsaanbod. Organisaties kunnen vaak niet adequaat reageren op de problemen, bv. door gebrek aan middelen, expertise, een meer afgebakende manier van werken, of door conflicterende rollen. Dienstverleners die ook een controlerende of sanctionerende rol hebben (bv. OCMW), kunnen moeilijker het vertrouwen van de doelgroep winnen dan medewerkers en vrijwilligers van de vzw's die uitsluitend ondersteunen en niet oordelen. Ook de aanklappende aanpak van de medewerkers van de organisaties en hun nabijheid, maakt dat zij meestal laagdrempeliger benaderbaar zijn dan reguliere dienstverlening.



“Als je als aanmelder moet doorverwijzen ben je dikwijls de boodschapper van het slechte nieuws, en dan waren we het vertrouwen van die ouders soms ook kwijt.”

(Partner)

“Mij valt op dat de hulpverlening veel verwacht van de ouders. Ofwel is de vraag niet helder genoeg van de ouder, ofwel is er een problematiek die zij niet kunnen aanpakken.

En dan is het de hete patat doorgeven.

Kinderen lijden daar dan onder en op den duur moet je een gemandateerde voorziening inschakelen, altijd een pijnlijke stap. En daar vind ik die organisaties een verademing.

Door hen voelen ouders zich echt gesteund.”

(Partner)

Er is ook overleg met de organisaties om informatie en kennis uit te wisselen. Dit toont aan dat reguliere dienstverlening de specifieke expertise van de organisaties en hun plaats in het aanbod voor kwetsbare doelgroepen erkent. De expertise laat de organisaties toe beter of sneller in te spelen op noden van de doelgroep.

“Soms zijn er gezinnen die net 50 euro boven een inkomensgrens zitten, of die even een duwtje nodig hebben of krap zitten door een onverwachte kost. Die kunnen dan bij hen terecht, die kunnen we dan naar hen doorverwijzen.”

(Partner)

“Het is een wisselwerking, maar meestal contacteren wij hen, als we voelen dat een gezin extra ondersteuning nodig heeft.”

(Partner)

“Buurtbabbels, ja dat is echt een ondersteuning voor ons omdat wij daar niet voldoende tijd voor hebben. Zij wel en ze geven signalen door die wij dan kunnen aanpakken. We kunnen op hun hulp en feedback rekenen. Ook als wij vragen hebben, kunnen we bij hen terecht. Over sommige dingen weten zij echt veel.”

(Partner)

“Ik heb een goed contact met de maatschappelijk werkers van het OCMW. We koppelen veel naar elkaar terug. Als een gezin bij hen geweest is bijvoorbeeld, laten ze me soms weten dat de mensen de uitleg misschien niet goed begrepen hebben.”

(Medewerker)

“Ik doe zelf ook pedagogische adviesgesprekken met gezinnen en wanneer wij merken dat er meer ondersteuning nodig is of iemand aan huis, dan is de organisatie de eerste partner waarnaar wij toeleiden. Werken ook samen over gezinnen.”

(Partner)

“Met de knowhow en visie van die organisatie zijn we snel van start kunnen gaan, we moesten het warm water niet opnieuw uitvinden. Ze wezen ons op kleine dingen, bijvoorbeeld dat de ouders sommige dingen niet begrijpen, dat we eens in de boekentas moeten kijken. Daar denken we zelf niet altijd aan. Soms merken zij dingen op die wij over het hoofd zouden zien. Zo zijn er twee meisjes waarvan we tijdens de sessie merkten dat het wat trager ging. Intussen is het CLB ingeschakeld en gaan ze naar het bijzonder onderwijs.”

(Partner)



In een aantal projecten wordt actief samengewerkt met onderwijs, dienstverlening ... om drempels weg te werken:

- Actieve outreach deur-aan-deur i.s.m. vrijetijdsdiensten van het lokaal bestuur
- Een medewerker van de organisatie is elke week een halve dag aanwezig in het Huis van het Kind om kinderen in te schrijven voor vrijetijdsactiviteiten
- Opleidingen op school rond online leerplatformen
- Inrichten van zomerscholen
- Liaison aangesteld door het OCMW (zie Box 5)

Box 5. Goede praktijk: Nauwe samenwerking reguliere dienstverlening door contactpersoon. Nice to have of noodzakelijke voorwaarde?

Werken met een liaison (met de juiste doelstellingen en rol) maakt de samenwerking tussen de reguliere dienstverlening en de organisaties met een outreachende werking effectiever en leidt tot successen (bv. binnen het OCMW). Zo'n liaison bouwt een netwerk uit van organisaties die werken rond mensen in kwetsbare posities en kan door de grotere autonomie een brug zijn tussen de flexibele werking van deze organisaties en de vaak meer rigide dienstverlening.

Een voorbeeld is de samenwerking tussen Stad Hasselt en LEONhuis. De aanstelling van een liaison zorgde voor een constructievere samenwerking en geeft het gevoel dat de expertise van LEONhuis beter benut kan worden. Bovendien kan er nu korter op de bal gespeeld worden; laptops konden bijvoorbeeld vlot aangevraagd worden via de sociale dienst.

DE ORGANISATIES ALS AANKAARTER

Doordat de organisaties zo dicht bij de doelgroep staan, krijgen ze gemakkelijk zicht op specifieke (soms onzichtbare/systemische) hindernissen bij dienstverlening, scholen, vrije tijd en beleid. De organisaties nemen dan ook regelmatig een signaalfunctie op en kaarten deze hindernissen aan. Soms (maar niet altijd) leidt dit tot de gewenste veranderingen.

“... daar is [organisatie] eigenlijk een hele goede partner in om signalen te geven aan de stad. Ik denk dat dat wel heel belangrijk is.”

(Partner)

Een aantal zaken die vanuit deze signaalfunctie aangekaart werden:

- Digitalisering
 - *Gebrek aan laptops en digitale skills bij de doelgroep in het kader van de digitalisering die versneld werd door de coronalockdown.*
 - *Nood aan inzetten op digitale skills van vrijwilligers.*
- Overheidscommunicatie
 - *Moeilijke communicatie door organisaties en overheid, zowel taalgebruik als gebruik van media die de doelgroep niet voldoende bereiken (enkel online communicatie, enkel standaard Vlaamse mediakanalen).*
- Niet corona gerelateerde structurele drempels (enkele ter illustratie):
 - *Gebrek aan openbaar vervoer (bv. geen bussen of slechts aan zeer lage frequentie).*
 - *Kansentarief UitPas: mensen krijgen een gewone UitPas omdat niet standaard gevraagd wordt of iemand recht heeft op het kansentarief.*
 - *Kostprijs van uniform vrije tijd.*



Organisaties kaarten niet alleen specifieke drempels aan, ze sensibiliseren en adviseren ook overheden, instanties en onderwijs. Want door gebrek aan kennis van de leefwereld van mensen in armoede of kwetsbare situaties, escaleren soms situaties en verliest men contact. De organisaties treden op als brugfiguur of zetten in op bewustmaking (bv. bij scholen). Uit onderstaande quotes blijkt dat dit soms veranderingen teweegbrengt. Sommige projecten schakelen ook stagiairs in (bv. lerarenopleiding, maatschappelijk werkers). Deze studenten leren de drempels kennen vanuit het perspectief van ouder/ kind/jongere, en nemen deze inzichten mee in hun latere carrière.

“Met behulp van een medewerker hebben we ook onze eigen drempels kunnen verlagen. Onze uniformen zijn niet meer verplicht. Enkel een T-shirt en die kost 5 euro.”
(Partner)

“We hebben een vorming ontwikkeld voor jeugdbewegingen en sportclubs, zodat ze zelf hun werking laagdrempeliger kunnen maken, financieel maar ook qua communicatie. Hoe breng je bijvoorbeeld onder de aandacht dat er een tweedehandswinkeltje is, zonder te stigmatiseren? Hoe speel je in op socioculturele drempels? Onze tips zijn heel eenvoudig. We willen clubs doen nadenken over een andere aanpak maar zonder gigantische aanpassingen.”
(Medewerker)

“Dat is de samenwerking met TAO, de armoedeorganisatie in Genk die werkt met ervaringsdeskundigen. We hebben die opleiding gevolgd en ook opengesteld voor alle lokale medewerkers en partners die mensen in armoede willen bereiken. Nu er zijn al een tweetal scholen waar de zorgleerkrachten hebben deelgenomen, die ook al acties hebben ondernomen. Daar staat nu elke ochtend een leerkracht aan de poort om de ouders te onthalen.”
(Medewerker)





04

LEARNINGS: SUCCEFACTOREN EN DREMPELS



In dit deel bespreken we de belangrijkste learnings vanuit de tien projecten en van de betrokken organisaties over outreach naar gezinnen en jongeren in armoede. We gaan in op een aantal uitgangspunten van goede outreach die terugkomen in de verschillende projecten en organisaties. Vervolgens bespreken we een aantal concrete uitdagingen.

4.1. Uitgangspunten van goede outreach

Figuur 2. Uitgangspunten outreach



VERTROUWEN OPBOUWEN EN ONDERHOUDEN:
CONTINUE AANWEZIGHEID



VIA BASISNODEN EN ACTIVITEITEN
MENSEN ACTIEF BEREIKEN



HOLISTISCHE VISIE:
PERSOON CENTRAAL



KENMERKEN VAN EEN GOEDE OUTREACHMEDEWERKER:
NABIJ, VERBINDEND EN FLEXIBEL



NETWERK MET PARTNERS
OPBOUWEN EN ONDERHOUDEN



WARME OVERDRACHT



VERTROUWEN OPBOUWEN EN ONDERHOUDEN: CONTINUE AANWEZIGHEID

Het vertrouwen van de doelgroep winnen en behouden staat centraal in succesvolle outreach naar gezinnen of jongeren in een kwetsbare positie. Om vertrouwen te creëren moet er continuïteit zijn: een of twee vaste contactpersonen, regelmatig proactief contact, aanwezig en laagdrempelig bereikbaar zijn, een snelle respons op gestelde vragen of geuite bezorgdheden. Aanwezigheid in de leefwereld (zowel letterlijk als figuurlijk), tijd maken voor personen en hulp verlenen, laten toe een vertrouwensband op te bouwen. Zo worden dieperliggende noden duidelijk. Naarmate er meer vertrouwen is, staan personen meer open om hulp te vragen en te aanvaarden. Dit kan op termijn zorgen voor meer zelfvertrouwen en emancipatie en vergemakkelijkt een eventuele toeleiding naar andere instanties.

“Aanwezig zijn, erbij blijven ook al heb je niks te zeggen. Dat doet echt al veel.”

(Medewerker)

“Dat gaat over jaren, dat is opbouwen.”

(Medewerker)

“Hun medewerker loopt rond op de pleintjes en is zichtbaar. De drempel om die aan te spreken is veel lager dan om een medewerker van het OCMW in te schakelen. Ze durven via hen veel sneller hulp vragen en zo komen ze toch vlotter bij ons terecht.”

(Partner)

“Je moet de mensen blijven contacteren.

In een eerste gesprek komen hun problemen nog niet naar boven. Je moet aanwezig blijven, ze moeten merken dat je niet oordeelt.

En als ze dan met een probleem komen kan je dat samen bekijken. Het is dan ook belangrijk dat je eerlijk bent als je ergens niet mee kan helpen.” (Medewerker)

“Je creëert natuurlijk ook een bepaalde behoefte bij de doelgroep, je creëert vertrouwensrelaties met de doelgroep, en verwachtingen. Als er dan geen vervolg is op een project, ben je hen kwijt. Dat is het jammere aan projectsubsidies.

Als dat dan enkele keren gebeurt krijgt de organisatie de naam dat die er eerst wel is, maar de mensen later weer laat vallen.”

(Medewerker)





VIA BASISNODEN EN ACTIVITEITEN MENSEN ACTIEF BEREIKEN

Vertrouwen opbouwen vraagt tijd. In eerste instantie worden mensen bereikt door in te spelen op bepaalde basisnoden of door activiteiten aan te bieden. Deze vormen een toegangspoort tot de gezinnen, kinderen of jongeren, en zo kunnen nieuwe noden in kaart worden gebracht. Deze 'instap'noden of -activiteiten zijn divers: huiswerkbegeleiding voor kinderen, een douche aanbieden aan dak- of thuisloze jongeren, kledij voorzien, helpen met administratie, maar ook bijvoorbeeld activiteiten organiseren voor kinderen, jongeren en ouders.

“De eerste vraag waarmee mensen bij ons terechtkomen is vaak redelijk onschuld: de kinderen kunnen niet volgen op school of zijn te druk. Als er dan een vertrouwensband ontstaan is met de vrijwilliger, komen de gevoeligere zaken naar boven. In 2016 hadden we bijvoorbeeld zes gezinnen met een onverwerkt trauma.”

(Medewerker)

“Vaak zijn mensen geïsoleerd en die organisatie is heel laagdrempelig. Op die spelnamiddagen is er wel wat extra tijd om te babbelen en uit te wisselen voorzien waardoor er ook geluisterd wordt naar hun verhaal en hun vragen. En dan is het een goed moment om informatie mee te geven over andere diensten.”

(Partner)

“Als mensen hier bijvoorbeeld kleren komen uitkiezen, stellen wij heel veel vragen. Waar zitten de kindjes op school? Hoe loopt het daar? Dan pik je soms op waar nog dingen nodig zijn. Je kan ook zeggen dat ze altijd mogen passeren als ze iets niet begrijpen.”

(Medewerker)

“Activiteiten zijn heel belangrijk omdat je samen iets doet, je raakt makkelijker aan de praat. Jongeren zeggen dingen die ze anders nooit zouden zeggen.”

(Medewerker)

Een organisatie gaf aan dat ze niet gewend waren om rechtstreeks te vragen of mensen iets nodig hebben, maar dat men dit tijdens de pandemie wel heeft gedaan voor computers. Dat leidde tot meer openheid. Ze vroegen bijvoorbeeld of er een computer nodig was om thuis les te volgen. Dat doen ze normaal niet. Maar het bracht wel een andere dimensie in de gesprekken. Het zorgt ervoor dat de praktisch zaken bespreekbaar worden. Nu vragen mensen uit zichzelf dit soort hulp.”

(Medewerker)



HOLISTISCHE VISIE: PERSOON CENTRAAL

Typend aan de werking van de meeste organisaties die onder de loep genomen werden, is een holistische insteek waarbij de persoon centraal staat. Van daaruit wordt gewerkt aan diverse vragen (hindernissen) van de persoon zelf. Ze focussen dus niet op een of enkele afzonderlijke domeinen, maar spelen waar mogelijk in op diverse zaken (die geen gespecialiseerde hulp vereisen). Flexibiliteit staat hierbij centraal, er is geen afgebakend takenpakket of aanbod. Dat is heel anders dan de reguliere dienstverlening. Sommige van de outreachprojecten focussen op zich wel op één domein of nood (bv. digitalisering), maar kaderen in een bredere werking die wel veel aandacht heeft voor de diverse noden van personen.

“Maar ik denk het voordeel is dat ze geen logge organisatie zijn. Ze zijn heel flexibel en kunnen snel switchen en spelen kort op de bal.

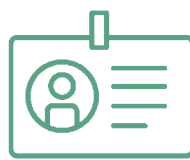
Ook als er eens iets misgaat, wordt dat snel opgelost.”

(Partner)

“Mijn dochter vindt de begeleider heel lief. Als ik een afspraak heb of in het ziekenhuis moet overnachten, is er niemand bij mijn dochter. De begeleider stelt me dan gerust en blijft bij mijn dochter. Dat was heel vriendelijk.

Daarom nu, ik ben rustiger.”

(Mama)



KENMERKEN VAN EEN GOEDE OUTREACH MEDEWERKER: NABIJ, VERBINDEND EN FLEXIBEL

Om als professional mensen in kwetsbare situaties succesvol te bereiken en hun vertrouwen te winnen zijn een aantal kenmerken of competenties wenselijk. Ook bepaalde profielkenmerken kunnen een rol spelen.

- Nabijheid creëren:
 - *Aanwezigheid, interesse, betrokkenheid*
 - *Gemakkelijk en graag praten met mensen*
 - *Actief luisteren*
(frustraties kunnen begrijpen en erover praten, ruimte voor beleving, emoties erkennen, aandacht voor (non)verbale signalen, doorvragen)
 - *Open en direct communiceren*
 - *Niet oordelend zijn, geduldig, en gelijkwaardigheid*
- Verbindend werken:
 - *Verbindingen leggen*
(tussen mensen en organisaties)
 - *Proactief contact opnemen, voorstellen doen*
 - *De sociale kaart kennen*
- Flexibel zijn en oplossingsgericht werken





NETWERK MET PARTNERS OPBOUWEN EN ONDERHOUDEN

Daarnaast kan het gemakkelijker zijn om contact te leggen met een doelgroep voor een outreacher met gelijkaardige profielkenmerken, omdat die de leefwereld beter begrijpt (een jongere medewerker kan bijvoorbeeld makkelijker laagdrempelig met jongeren praten). Werken met ervaringsdeskundigen biedt ook een grote meerwaarde. Zij kennen de uitdagingen en gevoeligheden. De drempel is lager voor de doelgroep.

“Toch fijn dat je er raad kan vragen en erover kan praten. Het is niet de eerste de beste die komt zeggen wat ik moet doen. Neen, ze hebben het zelf meegemaakt en spreken uit ervaring.”

(Jongere)

Opereren binnen een goed netwerk met dichte contacten is een must voor succesvolle outreach. Dit is nodig om goed te kunnen doorverwijzen, maar ook om de doelgroep te bereiken, om ervoor te zorgen dat de doelgroep de weg vindt naar de organisaties/projecten. Ook helpt het de organisatie (materiële, financiële ...) ondersteuning te krijgen en zo de werking te versterken. Daarvoor is een goede kennis van de sociale kaart nodig en de organisatie en haar medewerkers moeten ook gekend zijn bij de partners. Dit gebeurt doorgaans via overleg en regelmatig persoonlijk contact. Ook helpen medewerkers regelmatig in de werking van andere organisaties en organiseren ze samen activiteiten. Dit versterkt de kennis van elkaars werking.

Werken in een netwerk helpt ook om te zorgen dat de verschillende vormen van ondersteuning en dienstverlening elkaar aanvullen en versterken (i.f.v. een samenhangend aanbod). Het uitwisselen van expertise kan bovendien verandering teweegbrengen in hoe organisaties omgaan met de doelgroep (bv. vrije tijd, reguliere dienstverlening, school ...).

“Die medewerker heeft een stap voor op ons, omdat die onderhandelt met immokantoren en relaties uitbouwt. Wat die doet is echt ferm. Wij kunnen dat niet. Een woning vinden is vaak een ramp, nog los van de prijs.”

(Partner)

“Toen is er beslist een inloophuis op te zetten in samenwerking met vijftien partners. Het is drie dagen per week open, op de andere dagen dan onze werking. Daardoor kunnen de jongeren eigenlijk zes dagen per week ergens terecht voor een maaltijd, een douche, hun was.”

(Medewerker)

“Wij hebben altijd snel goede resultaten. Hoe dat komt? Ik gebruik mijn netwerk. Volgens mij doen hulpverleners dat veel minder. Ik zou graag een methodiek vinden rond netwerken, zodat hulpverleners dat ook doen, hun netwerk inzetten voor een cliënt.”

(Medewerker)



WARME OVERDRACHT

Om personen toe te leiden naar andere organisaties of ondersteuning, maken de organisaties gebruik van de zogenaamde 'warme overdracht'. Daarbij stemt de vertrouwenspersoon eerst al goed af met de persoon uit de doelgroep wat diens noden en wensen zijn en of die met de voorgestelde ondersteuning verder wil gaan. Vervolgens wordt indien nodig samen informatie opgezocht (bv. welke dienstverlening het juist is, hoe men er kan geraken ...) en een afspraak gemaakt. Bij onzekerheid of twijfel, gaat men mee naar de afspraak. Ook wordt het vervolgd opgevolgd.

“Ik merk binnen onze dienst dat die medewerker in het eerste gesprek altijd probeert de brug te maken naar het OCMW en het CAW. Hij probeert altijd bij het eerste gesprek aanwezig te zijn.”

(Partner)



4.2. Uitdagingen voor organisaties om outreachend te werken

Outreachende projecten/organisaties botsen ook op uitdagingen. We onderscheiden drie thematische clusters: uitdagingen in verband met de doelgroep, uitdagingen in verband met de eigen werking en uitdagingen in verband met partners of andere organisaties.

Figuur 3. Uitdagingen



DOELGROEP

- Niet komen tot zelfredzaamheid
- Weerstand en wantrouwen
- Empoweren/politiseren: niet zo eenvoudig
- Digitalisering blijft knellen
- Doelgroepen die niet worden bereikt



EIGEN WERKING

- Grenzen van outreacher
- Te weinig vrijwilligers en studenten
- Ontoereikende digitale expertise organisaties



HET LANDSCHAP: PARTNERS & FINANCIERING

- Kloof reguliere dienst-, hulp-, en zorgverlening en scholen
- Versnipperd landschap
- Te weinig structurele financiering.

4.2.1 Doelgroep

NIET KOMEN TOT ZELFREDZAAMHEID

Sommige begeleidingen worden moeilijk afgerond. Het traject van mensen in kwetsbare posities is vaak complex en met ups en downs, ze blijven op grenzen botsen. Sommige personen of gezinnen hebben geen netwerk. Soms is er geen andere gepaste ondersteuning beschikbaar. Hierdoor blijft de begeleiding doorlopen. De grote uitdaging is dan de jongeren en ouders werkelijk zelfredzaam te maken, en hen een persoonlijk sociaal vangnet te laten opbouwen dat hen kan ondersteunen in de toekomst.

“Een van de opdrachten is het netwerk van mensen verbreden, maar we kunnen hun geen familie geven. We blijven een klein groepje. We hadden ergens een begeleiding afgerond, maar afgesproken om de meisjes nog uit te nodigen voor activiteiten. Zo hoorden we dat ze ziek was, en dikwijls naar het ziekenhuis moest gaan. We hebben dan de begeleiding terug opgestart. Mensen hun leven verloopt in fases, het gaat moeilijk en dan weer beter. Als je netwerk klein is dan heb je rap onvoldoende ondersteuning. Dat hebben we wel met meer gezinnen. Die band blijft, we knippen die niet helemaal door.”

(Medewerker)

“Die begeleider gaat er echt voor. Een jongere moet maar bellen en die gaat erheen, dag en nacht. Door die betrokkenheid krijg je veel gedaan. Maar balans zoeken is ook nodig. Te veel uit handen nemen is een valkuil.

Eigenlijk moet je de jongeren zelfredzaam maken.”

(Partner)

“Loslaten is moeilijk: er is geen gepaste nazorg bij de reguliere hulpverlening. Je hebt niet de zekerheid dat ze geholpen blijven.”

(Medewerker)

De projectcoördinatoren van een organisatie gaven aan dat ze binnen dit project meer tijd en ruimte hebben vrijgemaakt voor nazorg en opvolging in de vorm van reflexieve vragen. Ze vonden dit een succesvolle manier om mensen nog meer te ondersteunen richting zelfredzaamheid. Een ander project werkt in groep en stimuleert onderlinge uitwisseling, zodat de doelgroep elkaar kan ontmoeten en contacten kan leggen om verder op te bouwen in de toekomst. Een andere praktijk is het geleidelijk afbouwen van huisbezoeken door de frequentie aan het einde van een begeleiding te verlagen.

WEERSTAND EN WANTROUWEN BIJ DE DOELGROEP

Weerstand wegwerken en wantrouwen overwinnen is en blijft een belangrijke uitdaging voor de organisaties. Het lukt niet altijd om het vertrouwen te winnen van de doelgroep. Soms spreekt men van onwil om iets te veranderen. Mensen wantrouwen om verschillende redenen de dienst- en hulpverlening. Dat gaat vaak over het aanbod van de reguliere dienstverlening, maar ook over het aanbod van de organisaties zelf. Dan is het moeilijk voor de organisaties om verandering teweeg te brengen (bv. ouders die aangeven dat ze niet de financiële gegevens door willen geven aan het OCMW die nodig zijn om ondersteuning te krijgen).

Iemand uit de doelgroep jongeren gaf ook aan de outreacher regelmatig te testen op betrouwbaarheid, o.a. door leugens te vertellen en daarna te kijken de outreacher die doorvertelde.



“Je moet ook absoluut de ouders mee hebben. We hebben een kind gehad waar een ouder er minder achter stond, die dat verloren tijd vond. Dan merk je dat dat kind op dezelfde manier gaat redeneren. En de winst is dan een stuk verdwenen. Maar de ouders overtuigen is niet altijd gemakkelijk. Dat is soms een beetje een hinderpaal.”

(Partner)

“Ik denk dat de ouders meestal het grootste probleem zijn. Kinderen staan er vaak wel voor open, maar medewerking van de ouders is nodig. Dat is moeilijk, het is een groot werk hen te overtuigen. Ze beschouwen je als een dreiging, ze moeten zich aanpassen en dat is niet altijd simpel.”

(Partner)

POLITISEREN MET EN EMPOWEREN VAN JONGEREN: EEN ZOEKTOCHT

Voor een van de projecten bleek een politiserend traject opstarten met jongeren in specifieke kwetsbare situaties een grote uitdaging te zijn.⁴ Een vertrouwensband opbouwen met de doelgroep en een positie die hen tot politisering kan motiveren/bewegen, heeft meer voeten in de aarde dan initieel verwacht. De jongeren zijn vooral bezig met hun eigen leefwereld, niet met de maatschappij of het systeem te veranderen. Er was wel een opening voor thema's dicht bij hun eigen leefwereld (bv. inrichting van het jeugdhuis).

Andere projecten staan wel ver in het empoweren en politiseren van de doelgroep. Zo laat men bijvoorbeeld jongeren in dialoog gaan met beleids- of veranderingsactoren. Het succes hangt mogelijk af van de te betrekken doelgroep en de groepsdynamieken die spelen. Om een politiserend traject op te zetten, heeft een outreacher bovendien specifieke extra skills nodig, bovenop wat we hierboven bespraken. De outreacher moet het doelpubliek goed kennen, weten wat er juist leeft. Het is belangrijk dat overtuigend aan te kaarten, met de nodige aandacht voor de (poreuze) vertrouwensrelatie. Daarbij moet de outreacher een goede kennis hebben van het 'systeem' dat iemand wil aanklagen, en de juiste vragen stellen. Ten slotte zijn er communicatieskills nodig: een goed format met oog voor het te bereiken doel en doelpubliek.

Ook blijkt dat jongeren uit de doelgroep empoweren of verantwoordelijkheid geven mis kan lopen, wanneer de groep hier niet 'klaar' voor is. In een van de organisaties kregen jongeren een sleutel van het jeugdhuis, maar dat werd gevandaliseerd.

⁴ “Politiserend werken gaat in de meest brede zin over alle interventies en praktijken die bijdragen aan het publieke meningsverschil over hoe we de samenleving inrichten. Het doel van deze praktijken: de samenleving uitdagen om zich te positioneren ten opzichte van bestaande ongelijkheden en streven naar meer gelijkheid, democratie en duurzaamheid.”

<https://socius.be/sociaal-cultureel-werken/politiserend-werken/wat-is-politiserend-werken/>

DIGITALISERING BLIJFT KNELLEN

De digitale kloof bestaat uit diverse componenten, die voor de doelgroepen moeilijk te overwinnen uitdagingen blijven. Een eerste component is het hebben van apparatuur en internet. Een tweede is het ontwikkelen van de nodige skills. Ten derde is (bv. voor calls of het maken van huiswerk) ook de omgeving belangrijk, bijvoorbeeld voor calls of om huiswerk te maken. De doelgroep woont vaak in kleine ruimtes, waar bovendien lawaai is van familieleden. Fysieke contacten en communicatie via papier blijven dus een must. Zeker nu meer en meer diensten volledig online gaan is dat een groot aandachtspunt.

DOELGROEPEN DIE NIET WORDEN BEREIKT

Niet alle doelgroepen werden even goed bereikt door de projecten. Dit hangt samen met de focus van de werking.

Jongeren. Voor een organisatie die gewend is gezinnen met jonge kinderen te bereiken, bleek het een uitdaging om ook echt aan de slag te gaan met jongeren (ook al was dit wel hun objectief). Initiatieven op sociale media brachten reactie, maar echt de werking uitbreiden naar jongeren was moeilijk en men bleef zoekende.

Meisjes. Een ander project dat jongeren wil bereiken op straat (met een mannelijke outreacher), zet niet in op het bereiken van meisjes omdat dit te moeilijk is. De meisjes begeven zich minder op straat, en verdwijnen doorgaans na de kindertijd uit het straatbeeld.

Vaders. Een derde doelgroep die veel minder aan bod kwam zijn vaders. Projecten die werken rond het gezin, richten zich voornamelijk op moeders.

Tijdens de werksessie gaf een expert aan hoe stappen gezet kunnen worden om een (voor een organisatie) nieuwe doelgroep te bereiken: vertrekken vanuit hun leefwereld en de werking daarop afstemmen (bv. andere vindplekken, andere activiteiten of momenten, andere samenstelling van de groep bij samenkomsten ...).



4.2.2 Eigen werking

GRENZEN VAN DE OUTREACHER

Bij outreachend werken is een open, flexibele en geïnteresseerde houding bij de outreachers een must. Dit is nodig om personen in kwetsbare situaties te begrijpen en vertrouwen te winnen. Er is echter ook een keerzijde aan de medaille. Doordat de organisaties niet op één afgebakend domein werken, en doordat de medewerkers zo betrokken zijn, is grenzen stellen een uitdaging. Medewerkers worden geconfronteerd met erg schrijnende situaties. Het is zoeken naar een goede balans tussen bereikbaarheid, hulp en persoonlijke betrokkenheid en toch een zekere professionele afstand houden en de tijdsbesteding niet uit de hand laten lopen.

“Vorig jaar was er een vraag die over onze grens ging. Een jongere wilde niet meer verder leven en zei dat ook. Wat doe je dan? Wat is dan nog je rol?”

(Medewerker)

TEKORT AAN VRIJWILLIGERS EN STUDENTEN

Een aantal van de organisaties werkt met vrijwilligers en/of stagiairs. Voldoende vrijwilligers vinden om de vraag naar ondersteuning op te vangen is een uitdaging. Heel wat gezinnen of jongeren kunnen momenteel niet geholpen worden door een gebrek aan mensen. Corona was voor bepaalde groepen olie op het vuur: sommige organisaties werken met oudere vrijwilligers, die bang waren om besmet te worden. Doordat vrijwilligers vaak gepensioneerd zijn, verwacht men met de verhoogde pensioensleeftijd nog een groter tekort in de toekomst. Organisaties die met jongere vrijwilligers werken, ondervonden net een toename in het aantal vrijwilligers (omdat andere activiteiten wegvielen). Samen met de coronamaatregelen, nam dit weliswaar terug af.

Ook het aantal stagiairs blijkt een knelpunt. Bij stagiairs is bovendien het engagement gelimiteerd in tijd en stopt het onder meer tijdens examenperiodes. Hierdoor kan geen langdurige relatie worden opgebouwd.

Werken met vrijwilligers vergt ook de nodige ondersteuning en matchmaking met de gezinnen (bv. geen te complexe situaties).

“We zien toch een terugval in het aantal vrijwilligers. Als we niet genoeg vrijwilligers hebben, komen er gezinnen op de wachtlijst terecht. Een medewerker heeft gelukkig kunnen samenwerken met stagiairs. De vrijwilligers gaan door corona ook liever niet aan huis. Dat maakt het moeilijk om de toegankelijkheid en de bereikbaarheid waar te maken.”

(Medewerker)

“Vrijwilligers vinden is geen makkelijke taak. Gezinnen staan er ook niet altijd voor open, er moet een klik zijn tussen gezin en vrijwilliger. De problematieken van het gezin mogen ook niet te zwaar zijn als een vrijwilliger hen begeleidt.”

(Medewerker)

DIGITALE EXPERTISE ORGANISATIES

Om contact te onderhouden met de doelgroep via computer en smartphone en hen te ondersteunen met digitalisering moeten de medewerkers en vrijwilligers zelf aan de slag kunnen met deze tools. Tijdens de coronacrisis bleek dat hun digitale skills niet steeds up-to-date zijn en dat ze nood hebben aan opleiding en ondersteuning.

Organisaties hebben tijdens corona een grote hoeveelheid laptops verdeeld onder de doelgroep, vaak in een leensysteem. Hierbij komen echter heel wat zaken kijken, die momenteel nog weinig opgenomen zijn omdat ze specifieke expertise en extra mensen vereisen. Ten eerste organisatorisch: het is nodig om een overzicht te houden over de uitgedeelde pc's, de wachtwoorden, en andere informatie. Ten tweede is het belangrijk om na te denken hoe men reparaties en updates kan organiseren (werkt men met garanties, doet men het zelf, met welke organisaties werkt men samen ...). Ten derde is er niet alleen nood aan het ontwikkelen van vaardigheden om het materiaal te gebruiken, maar ook aan sensibilisatie rond gevaren en veiligheid.

4.2.3 Het landschap: partners en financiering

KLOOF REGULIERE DIENST-, HULP- EN ZORGVERLENING EN SCHOLEN

De tegenstelling tussen de flexibiliteit van de projecten/organisaties en de meer bureaucratische werking van reguliere dienstverlening leidt bij beide partijen tot frustraties en/of onbegrip. Ook van scholen wordt gesteld dat deze nog te weinig voeling en aandacht hebben voor de drempels bij de doelgroep én dat sommige bovendien niet openstaan voor samenwerking of hulp vanuit de organisaties om deze drempels aan te pakken.

VERSNIPPERD LANDSCHAP: NIET ALLE ORGANISATIES STAAN OPEN VOOR SAMENWERKING

Enkele projectcoördinatoren gaven aan dat organisaties die werken met de doelgroep in eerste instantie focussen op de eigen werking. Er is nog ruimte om meer samen te werken en samen ondersteuning aan te bieden aan de doelgroep. De oorzaak ligt in de concurrentie voor projectmiddelen. Ieder wil de continuïteit van de eigen organisatie vrijwaren.

“Samenwerken doen we eigenlijk niet.
We zijn dat ook niet van plan. Iedereen tekent
in op die oproepen en eigenlijk ben je elkaars
concurrent. Dat is jammer.

Moest er gezegd worden dat je samen de
projecten moet opzetten en dat er ook
middelen zijn voor de partners,
dan zouden we het misschien wel doen”

(Medewerker)



TE WEINIG STRUCTURELE FINANCIERING

De werking van de meeste organisaties hangt voor een belangrijk deel af van projectsubsidies. Daardoor moet men deels op tijdelijke middelen werken en steeds rekening houden met een mogelijke terugval in middelen en mensen. Dit komt de continuïteit en de valorisatie van de learnings niet ten goede.

Bovendien situeren projectoproepen zich vaak binnen een specifiek thema. Hierdoor voelen organisaties druk om nieuwigheden te bedenken, terwijl sommige succesvolle werkingen misschien gewoon in de eerste plaats verdergezet moeten worden, zodat er meer ruimte komt voor de bredere uitrol van opgebouwde expertise en meer gezinnen, kinderen en jongeren bereikt worden.



© FRANK TOUSSAINT



05

AANBEVELINGEN



De analyse van de tien coronaprojecten en de werking van de betrokken organisaties laat toe een aantal concrete aanbevelingen te formuleren over outreachen naar gezinnen en jongeren in armoede. We willen daarbij lessen trekken uit de ervaringen van de projecten, de doelgroepen en de partners, niet de projecten of organisaties evalueren. De aanbevelingen vulden we aan op basis van reflecties van de stuurgroep en discussies tijdens de werksessie met projectcoördinatoren, experts en de stuurgroep.

We clusteren de aanbevelingen in drie categorieën:

- 1. Aanbevelingen specifiek rond outreachend werken in de praktijk*
- 2. Aanbevelingen rond de digitalisering ten gevolge van de coronapandemie*
- 3. Aanbevelingen over de institutionele context*

5.1. Versterk en verspreid de outreachpraktijk

Een eerste categorie aanbevelingen focust zich op de outreachpraktijk. We zien verschillende thema's: participatieve basishouding bij maatschappelijke dienstverlening, starten bij basisbehoeften als opstap, inzetten op vrijwilligers, en evaluatie.

5.1.1 Stel de participatieve houding centraal in de werking van maatschappelijke dienstverlening

De organisaties steken veel tijd en energie in het oplossen van communicatieproblemen tussen de doelgroep en dienstverlening, openbare besturen, zorg ... Een meer toegankelijke werking van deze instantie zou outreachers meer tijd geven om zich te focussen op gezinnen en jongeren die het verste af staan van reguliere hulp-, dienst- en zorgverlening, of op de meest kwetsbaren.

Een bredere participatieve basishouding realiseren bij de reguliere maatschappelijke dienstverlening⁵, vraagt dat de uitgangspunten van goede outreach ingebed worden in het denken en doen van medewerkers en organisaties. Tijd en ruimte zijn hierbij randvoorwaarden. Het zijn essentiële ingrediënten om vertrouwen op te bouwen en mensen die nog niet of te weinig hun weg vinden naar het bestaande dienst- en hulpverleningsaanbod toch effectief en op lange termijn te bereiken.

Concrete voorbeelden van een toegankelijke werking zijn vrije consultatiemomenten, lokale kantoren, papieren aanvraagformulieren voorzien, maar dus ook de participatieve basishouding als vertrekpunt. Voor dat laatste is een lagere caseload bij maatschappelijk werkers essentieel, en dus ook

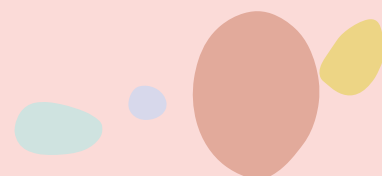
een evaluatie van de reguliere dienstverlening die niet louter gebaseerd is op aantal cases, maar op de gerealiseerde veranderingen bij de doelgroep (zie ook aanbeveling 5.1.4 rond evaluatie en monitoring).

5.1.2 Start bij de basisbehoeften als opstap

Om de kinderen, jongeren en gezinnen te bereiken die beperkt in de maatschappij geïntegreerd zijn en om diverse redenen geen of beperkte toegang hebben tot hulpverlening (wantrouwen, gebrek aan kennis, durf, zelfvertrouwen ...), wordt best eerst ingespeeld op concrete, relatief eenvoudige basisbehoeften. Voorbeelden zijn het aanbieden van babybenodigheden voor jonge ouders (kledij, bedje ...), huiswerkbegeleiding voor kinderen, een warme maaltijd voor dakloze jongeren, vervoer ... Deze zaken zijn een opstap om vertrouwen op te bouwen, andere noden te identificeren en die ook aan te pakken.

Zicht krijgen op de basisbehoeftes kan bijvoorbeeld door een buddywerking, waarbij een buddy het kind of gezin thuis ondersteunt. Heel concrete noden thuis worden opgenomen en al doende krijgt men zicht op de thuis- en leefsituatie waardoor additionele noden zichtbaar worden, en hulpverlening op maat kan worden gevonden.

⁵ Gemeentelijke en OCWM-diensten, mutualiteiten, scholen ...



5.1.3 Zet in op vrijwilligers, maar beschouwen niet als een besparingsmaatregel

Vrijwilligers zijn een belangrijke meerwaarde voor outreachend werken. Ze kunnen individuele ondersteuning bieden en vertrouwensrelaties opbouwen met gezinnen, kinderen en jongeren. Vrijwilligers kunnen de doelgroep vanuit een neutrale positie bijstaan. Ook zorgt werken met vrijwilligers voor inbedding in de buurt wat op vlak van beeldvorming en bewustmaking. Werken met jongeren en stagiaires (bv. leraren in opleiding) biedt als bijkomend voordeel dat ze inzichten over drempels en beeldvorming meenemen in hun verdere loopbaan. Ook de doelgroep zelf inzetten als vrijwilliger is een goede praktijk. Ervaringsdeskundigen brengen kennis mee en kunnen functioneren als rolmodel. Daarbij doen ze bovendien ervaring en zelfvertrouwen op en vergroten ze hun netwerk.

Inzetten op vrijwilligers biedt dus kansen. Maar er zijn ook enkele voorwaarden aan verbonden. Voldoende professionele ondersteuning en omkadering zijn cruciaal. Vrijwilligerswerk mag dus niet als een besparing beschouwd worden. Professionele medewerkers moeten vrijwilligers coachen, hun rol afbakenen, en hun ervaringen en talenten inzetten op de juiste taken.⁶ Complexere cases moeten opgevolgd worden door een professional.

5.1.4 Zorg voor gepaste evaluatie en monitoring van de impact van outreachend werken

De outreachende praktijk evalueren is nodig om te leren en om vinger aan de pols te houden, zowel op niveau van organisaties als op niveau van beleid. De vraag blijft hoe er met dezelfde of zelfs minder middelen meer bereikt kan worden?

Evaluaties vertrekken idealiter steeds vanuit een lerende insteek. Evalueren louter om te verantwoorden, creëert namelijk een defensieve houding bij uitvoerders. De verkregen informatie is dan vertekend en men gaat minder of niet aan de slag met de resultaten.

Belangrijk voor een goede lerende evaluatie is te weten *wie wat wil* meten.

MEET GEREALISEERDE VERANDERINGEN IN DE PLAATS VAN AANTALLEN

Wanneer projecten of inspanningen rond outreach naar gezinnen, kinderen of jongeren geëvalueerd worden, is een focus louter op efficiëntie als in aantal bereikte personen te eng. Die te enge focus heeft geen aandacht voor de typerende complexe problematieken en het wantrouwen bij de doelgroep en kan resulteren in ongewenste effecten. Te veel kijken naar aantallen, kan de groepen die het verste af staan van de dienstverlening uit de boot doen vallen omdat zij het meeste 'investering' vereisen. Dat heeft op lange termijn grote negatieve gevolgen en kosten. De ondersteuning van deze groepen vraagt een intensieve en geïndividualiseerde (niet gestandaardiseerde) aanpak. Aantallen zeggen bovendien weinig over de gerealiseerde veranderingen. Lange-termijnresultaten (bv. tewerkstelling, gezondheidssituatie, welzijn ...) zijn dan weer zeer moeilijk te

⁶ Voor outreach met een brede focus, is lange termijn engagement nodig om de vertrouwensband op te kunnen bouwen en te onderhouden. Hierbij dient er dus aandacht te zijn dat studenten en vrijwilligers die zich slechts korte duur engageren niet als vertrouwenspersoon kunnen functioneren. Wel kunnen ze bv. mee ondersteunen bij het organiseren van activiteiten, praktische zaken ...

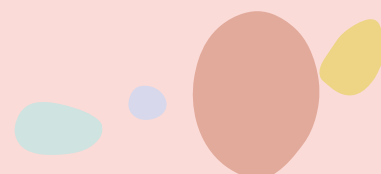
meten en worden beïnvloed door het samenspel van veel verschillende factoren. Om resultaten op te volgen bij de meest kwetsbare gezinnen en jongeren, is het dus relevant ook zicht te krijgen op de kleinere, maar belangrijke successen op korte termijn bij ouders, kinderen en jongeren: het komen tot mentale rust en ruimte, het opbouwen van zelfvertrouwen, persoonlijke ontwikkeling ...

Wat betekent dit voor de praktijk van evaluatie en opvolging? We raden aan dat organisaties een interventielogica uitwerken: hoe en met welke inspanningen wil men impact realiseren? Welke tussenliggende uitkomsten verwacht men en waarom? Een dergelijke theorie is nodig om de werking ook effectief te kunnen evalueren (en bij te sturen waar nodig). Aangezien de volledige meting van interventie tot en met impact op lange termijn te complex is, splitsen we een dergelijke oefening op in twee delen:

- Evaluaties van projecten of werkingen op korte en middellange termijn moeten focussen op het in kaart brengen van de 'kleinere' successen en de impact op de individuen en hun onmiddellijke omgeving.
- Wetenschappelijk onderzoekers moeten ingeschakeld worden om deze uitkomsten te linken aan langetermijneffecten, die mogelijk wel kwantificeerbaar zijn (besparingen, baten). Wat is het effect van mentale rust van een ouder in armoede op de kansen om werk te vinden? Op de kansen om het kind een veilige thuisbasis te geven? Dat soort onderzoek kan dan ook helpen bepalen waarop outreach-activiteiten zich het best toeleggen.

LAAT EVALUATIES UITVOEREN DOOR INTERNE BETROKKENEN EN EXTERNE EVALUATOREN

Bij een goede lerende evaluatie zijn zowel mensen uit de praktijk betrokken als externe evaluatie-experten. Betrokkenheid van internen is belangrijk voor de gedragenheid van de conclusie en om de lerende bril te stimuleren. Voor die analyse moeten middelen en tijd voorzien worden (capaciteit vrijmaken bleek niet steeds eenvoudig). Externe expertise is nodig om objectiviteit en knowhow in te brengen en te kaderen of zelfs te garanderen dat het gaat om leren en niet om beoordelen (defensieve houding reduceren). Verder moet de meerwaarde duidelijk zijn en is het nodig competentieopbouw te faciliteren (bv. interventielogica opstellen, methodes om impact in kaart te brengen, wie er best gehoord wordt, hoe resultaten interpreteren ...).



5.2. Dicht de digitale kloof

De coronalockdowns deden de digitalisering van de maatschappij in een stroomversnelling belanden met onder andere afstandsonderwijs en online oudercontacten. Ook heel wat diensten sloten hun fysieke deuren. De digitale kloof voor kinderen, jongeren en gezinnen in armoede werd des te dieper: wie geen (of moeilijk) toegang had tot het digitale universum, viel uit de boot, met diverse negatieve effecten als gevolg. Ook na de lockdowns blijft een deel van deze digitaliseringsomslag bestendig. Toegang tot het digitale universum is een voorwaarde geworden voor volwaardige maatschappelijke participatie. Om deze digitale kloof te dichten zijn dringend verschillende inspanningen nodig.

5.2.1 Rol de Digibanken Vlaanderen breed uit met aandacht voor de meest kwetsbaren

Ten eerste is er nood aan hardware en software, dienstverlening en nazorg hierbij, en ondersteuning bij het ontwikkelen van de nodige skills. Een veelbelovend initiatief om deze noden op een gestructureerde manier aan te pakken zijn de Digibanken van de Vlaamse overheid. Een regiobrede uitrol en opschaaling van dit initiatief met aandacht voor kwetsbare kinderen, jongeren en gezinnen is cruciaal. Hieronder bespreken we belangrijke aandachtspunten.

Digibanken helpen het risico op digitale uitsluiting bij kwetsbare groepen te verkleinen via 3 doelstellingen:

1. Gelijke toegang tot digitale technologie door laptops, schermen en andere hardware voorwaardelijk beschikbaar te stellen, bijvoorbeeld via een uitleendienst.
2. Via opleiding en kennisdeling digitale vaardigheden versterken, zowel persoonlijke als technische vaardigheden, bijvoorbeeld door IT-materiaal te herstellen.
3. Door begeleiding zorgen voor een verbeterde digitale toegang tot essentiële diensten zoals de digitale dienstverlening vanuit de Vlaamse overheid, Tax-on-web ...

GEEF KWETSBARE DOELGROEPEN TOEGANG TOT HET NODIGE MATERIAAL, RANDMATERIAAL & INTERNET

Laptops uitlenen en ter beschikking stellen is cruciaal, maar het randmateriaal mag niet vergeten worden. Dat zijn accessoires zoals een computer-muis, een printer en een laptoptas. Ook een stabiele internetconnectie is onmisbaar. Een sociaal tarief voor internet met automatische toewijzing zou de doelgroep vooruithelpen.

STEL EEN EENVOUDIGE GEBRUIKERSOVEREENKOMST OP

Om hardware uit te lenen wordt aangeraden om te werken met gebruiksvoorwaarden en een uitleenovereenkomst in eenvoudige taal of met afbeeldingen, zodat mensen de tools durven gebruiken. Soms durft de doelgroep het materiaal niet gebruiken, uit angst voor kosten. Een overeenkomst vormt misschien een drempel, maar de afspraken en verwachtingen zijn voor iedereen duidelijk. Een standaardtemplate zou door alle organisaties gebruikt kunnen worden.

ZORG VOOR HERSTELDIENSTEN EN NAZORG

Centrale hersteldiensten en helpdesks zijn nodig. Maatschappelijk werkers hebben niet de nodige kennis om dit op te nemen. Een gekend punt waar mensen langs kunnen gaan, schept duidelijkheid voor de doelgroep en voor doorverwijzers.

Daarnaast is er nood aan een outreachende werking waarbij helpdeskmedewerkers langsgaan bij gezinnen om na te gaan of alles nog naar behoren werkt of er problemen zijn bij het gebruik. De doelgroep realiseert zich niet altijd dat er bijvoorbeeld herstel nodig is. Ook durven of kunnen ze bepaalde vragen niet stellen.

VOORZIE OPLEIDINGEN VOOR DIGITALE VAARDIGHEDEN

Opleidingen op maat kunnen de digitale vaardigheden van kinderen, jongeren en gezinnen in armoede versterken en bewustzijn creëren over de digitale risico's (bv. privacy, phishing, online gokken ...). Die opleidingen hebben niet alleen als doelgroep kinderen, jongeren en gezinnen in armoede, maar ook welzijnsorganisaties, sociaal werkers en vrijwilligers.

Deze laatste groep moet niet enkel zelf over de digitale vaardigheden beschikken, maar ook over de nodige pedagogische methodieken om deze over te brengen bij de doelgroep. Dit realiseren vraagt naast expertise ook voldoende mensen en tijd om ondersteuning en opleiding aan te bieden.

Verder ligt bij het onderwijs de verantwoordelijkheid om de belangrijkste vaardigheden aan te leren op jonge leeftijd, met aandacht voor het leren begrijpen en werken met overheidswebsites en apps. Deze doelen staan omschreven in de eindterm digitale competentie en mediawijsheid. Bovendien bevat het Digisprong-actieplan initiatieven om digitale skills bij leerkrachten te vergroten. Bewustzijn van de

digitale situatie van de meest kwetsbare leerlingen en gezinnen, zodat leerkrachten er gemakkelijker begrip voor kunnen opbrengen, zou hier een bijkomend aandachtspunt moeten zijn.

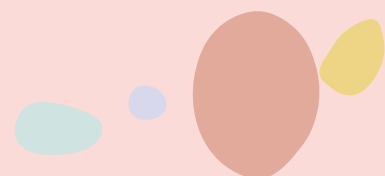
BETREK RELEVANTE ACTOREN DIE VERTROUWD ZIJN MET DE DOELGROEP

Voor nodendetectie, toeleiding, verdeling van materiaal en andere ondersteuning moeten de juiste actoren ingeschakeld worden. Zeker voor scholen en OCMW's is hierin een belangrijke rol weggelegd. Zij zijn goed gepositioneerd om zicht krijgen op de heterogene digitale noden.

Digibanken moeten ook de expertise en ervaring van organisaties die outreachend werken naar kinderen en jongeren benutten en met hen samenwerken. Er is zeker nog meer nood aan wederzijdse uitwisseling en bekendheid.

ONTWIKKEL EEN GERICHTE TOOL OM DE DIGITALE NODEN EN VAARDIGHEDEN TE METEN

Om digitale noden en vaardigheden te inventariseren, zowel bij de doelgroep als bij medewerkers, is een gepaste tool nodig. Het Europese DigComp-referentiekader ('Digital Competences for Citizens') kan als basis dienen. Organisaties, scholen, OCMW's ... kunnen deze tool gebruiken. Oplossingen en opleidingen kunnen een antwoord bieden op de resultaten.



5.2.2 Voorzie voldoende offline aanbod voor wie geen toegang heeft tot het internet

Om maatschappelijke participatie als basisrecht te vrijwaren is een offline aanbod nodig rond maatschappelijke dienstverlening (bv. gemeentehuis, afspraken bij de bank, OCMW, inschrijvingsmomenten voor vrijetijdsbesteding ...). Mensen moeten naar een fysieke plaats kunnen gaan voor informatie en hulp zonder eerst een online afspraak te moeten maken, als informatie en alle informatie moet beschikbaar zijn op papier.

5.2.3 Verhoog de ambitie op vlak van e-inclusie en maak de digitale maatschappelijke dienstverlening en overheid gebruikersgericht

Het online aanbod van publieke diensten moet veel beter toegankelijk zijn. Momenteel zijn veel websites en tools niet gebruiksvriendelijk (logge sites, stroef taalgebruik). Toegankelijkheid en begrijpbaarheid moeten centraal staan bij het (her)ontwikkelen van deze tools. Denk hierbij o.a. ook aan meertaligheid (naast de landstalen). Dit kan aan de hand van een e-inclusie toets.

Om dit te realiseren is de nodige expertise nodig binnen de overheid. Zelfs wanneer de ontwikkeling wordt uitbesteed, zijn markt- en IT-kennis, samen met kennis van mogelijke drempels en van universal design⁷ nodig om tot een inclusief online aanbod te komen.

⁷ Bij universal design wordt rekening gehouden bij elk ontwerp met een grote diversiteit aan gebruikers. Goede ontwerpen creëren mogelijkheden en ondersteunen de gebruiker, slechte ontwerpen belemmeren en sluiten mensen uit. <https://www.inter.vlaanderen/toegankelijkheid-en-universal-design/universal-design/zeven-principes>



5.3. Creëer een institutionele context die het bereiken van de meest kwetsbare gezinnen en jongeren vergemakkelijkt

Om de doelgroep effectief te bereiken, is er ten slotte enerzijds nood aan een professioneel veld dat goed afgestemd is op elkaar, en anderzijds aan een aangepaste financiering.

5.3.1 Organiseer lokale cliëntgerichte samenwerking

Om de doelgroep van gezinnen en jongeren in armoede te ondersteunen moeten welzijnsactoren, onderwijs, zorg ... goed samenwerken. Dat is belangrijk om kennis op te doen over het bestaande aanbod binnen diverse domeinen (i.f.v. doorverwijzing), om beter zicht te krijgen op bestaande noden en om het aanbod beter af te stemmen op de concrete noden van doelgroep. Een goede samenwerking werkt efficiëntie in de hand, doordat organisaties en medewerkers niet het warm water opnieuw moeten uitvinden. Een vlotte doorverwijzing zorgt ervoor dat outreachers sneller tot een 'warme overdracht' komen, en hun inspanningen kunnen focussen op de meest kwetsbare gezinnen, die het verst afstaan van de reguliere hulp- en dienstverlening.

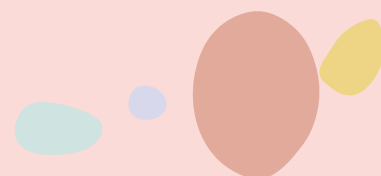
Een aantal principes zijn cruciaal voor een goede samenwerking die outreach ondersteunt. Enkele aanbevelingen:

VERTREK STEEDS VANUIT DE NODEN VAN DE DOELGROEP

Noden van de doelgroep centraal stellen bij het organiseren van een dienstenaanbod klinkt evident, maar in de praktijk is het dat niet. Een shift is nodig van een focus op de eigen organisatie, werking en doelen, naar een holistische visie waarbij het kind of de jongere in armoede centraal staat. Van daaruit moet het aanbod geïntegreerd georganiseerd worden. Initiatieven zoals één gezin één plan zetten hierop in, maar die manier van werken kan veel breder verspreid worden.

HET BELEID MOET INZETTEN OP EEN BEPERKT AANTAL GOED UITGEWERKTE (FLEXIBELE) BELEIDSKADERS VOOR SAMENWERKING

Momenteel zijn er te veel beleidskaders voor samenwerking rond gezinnen en jongeren in armoede (Huis van het kind, Eén gezin één plan, Geïntegreerd breed onthaal, Zorgzame buurten ...). Ze verschillen allemaal in de mate waarin en de manieren waarop ze worden toegepast. Er is geen overzicht, niet bij de actoren in het veld en ook niet bij het beleid. Er is bijgevolg nood aan vereenvoudiging om te komen tot enkele sterke, gekende en toch flexibele beleidskaders.



Ruimte om lokaal concrete doelen en methodes te bepalen en om partners te betrekken is nodig, om flexibel in te spelen op specifieke noden (zie ook hieronder: sterk netwerkmanagement door lokale besturen). Een optimale combinatie tussen zelfstandige, wendbare kleine teams die flexibel een antwoord kunnen formuleren op individuele noden enerzijds en onderlinge afstemming en kennisdeling anderzijds moet worden gezocht. De pilootprojecten binnen het Geïntegreerd Breed Onthaal moeten geëvalueerd worden om een algemeen kader te creëren. Aandachtspunt daarbij is de rol die organisaties, zoals degene die betrokken zijn bij dit onderzoek, vanuit hun expertise en netwerken kunnen spelen in het Geïntegreerd Breed Onthaal.

ROL EEN GEÏNTEGREERD AANBOD UIT IN ALLE GEMEENTEN

Een samenhangend aanbod voor kinderen en jongeren moet onafhankelijk van de locatie gerealiseerd worden. Momenteel zijn er nog te veel regionale verschillen doordat toevallig sterke organisaties of politici met aandacht voor de thema's wel of niet aanwezig zijn. Zo'n gelijkwaardig aanbod vraagt monitoring en actieve bijsturing. In plattelandsregio's is er nood aan sterke intergemeentelijke samenwerkingen.

LOKALE BESTUREN STAAN IN VOOR EEN STERK NETWERKMANAGEMENT

Om een goede samenwerking uit te bouwen is er nood aan een sterk netwerkmanagement: de juiste mensen aan tafel, de nodige voorbereiding en opvolging, efficiënt en snel overgaan naar actie, duidelijke taakafspraken etc. Lokale besturen moeten optreden als sterke regisseur.

5.3.2 Ontwikkel een visie op de financiering die de opschaling van goede outreach ondersteunt

Om het werken volgens de basisprincipes van outreach verder te verspreiden en op te schalen bij sociale voorzieningen en bij gespecialiseerde organisaties, is er nood aan het anders toewijzen van middelen. Hierover moet een sterke visie ontwikkeld worden volgens onderstaande pistes.

MIDDELEN ANDERS INZETTEN OM EEN PARTICIPATIEVE BASISHOUDING IN DE EERSTE LIJN EN OUTREACHEND WERKEN BIJ REGULIERE DIENSTVERLENING TE REALISEREN

De participatieve basishouding realiseren vraagt dat middelen ingezet worden vanuit een visie op het belang ervan. Enkel zo wordt het mogelijk flexibel in te spelen op de noden van de doelgroep van gezinnen en jongeren in armoede.

ONTWIKKEL EEN VISIE OP HET INZETTEN VAN STRUCTURELE EN PROJECTFINANCIERING VOOR OUTREACH

Er is nood aan een visie op de manier waarop structurele en projectfinanciering ingezet worden in het kader van outreachend werken.

Daarbij is het belangrijk te beseffen dat (projectmatige) middelen op korte termijn in veel gevallen niet matchen met wat nodig is voor goede outreach: een sterk netwerk, tijd om vertrouwen op te bouwen en te onderhouden bij de doelgroep (en dus continuïteit in personeel). Dit geldt voor reguliere dienstverlening en voor de organisaties gespecialiseerd in outreach.

Ook moet het statuut van het personeel dat werkt in een outreachende rol versterkt worden. Vandaag worden mensen die werken 'tussen organisaties' vaak met projectmiddelen aangesteld, waardoor hun werksituatie onzeker is. Als het personeel steeds wisselt, ondermijnt dit bovendien het al preciaire vertrouwen van de doelgroep in 'het systeem' en dus de inspanningen die vanuit outreach gedaan worden. Een langdurig engagement voor de doelgroep is belangrijk en dat kan alleen in een gepaste financiële context.

In specifieke situaties kunnen projectmiddelen wenselijk zijn, als ze gericht ingezet worden. Met projectmiddelen worden nu te vaak gekende zaken gefinancierd, die weliswaar nodig zijn om meer of andere mensen te bereiken, maar die niet vernieuwend zijn.

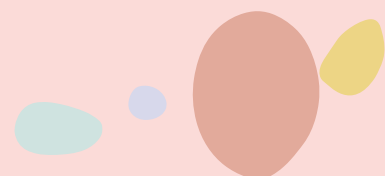
- Projectmiddelen moeten ingezet worden voor experimenten. Het veld identificeert knelpunten, die thema's worden voor projecten met een vernieuwende aanpak. Als die aanpak succesvol blijkt, kan die verankerd worden in de structurele werking.
- Structurele middelen zijn nodig voor gekende activiteiten, methodes die werken en die verankerd en/of breder verspreid worden.

Om deze strategie succesvol toe te passen is zicht nodig op wanneer bestaande methodes ingezet kunnen worden en wanneer er werkelijk behoefte is aan innovatie. Als uit analyse van de knelpunten blijkt dat innovatie nodig is, zijn een goede selectie en opvolging van experimenten cruciaal: wat is succesvol en kan geïntegreerd worden in de structurele werking, en wat werkt niet en moet stopgezet worden?

VOORZIE FINANCIËLE ONDERSTEUNING VOOR CLIËNTGERICHTE SAMENWERKING

Samenwerken en uitwisselen met andere actoren kost tijd en gaat vaak ten koste van de basiswerking. Meer samenwerken vraagt meer middelen (bv. als taak opgenomen in financiering). De criteria voor financiering moeten focussen op wendbare samenwerking in functie van de noden van de cliënt (versus vertrekken vanuit het individuele organisatie-denken). Een mooi voorbeeld is Eén gezin één plan dat middelen voorziet voor samenwerking. Dit zorgt voor een blijvend engagement.

Ook potentiële samenwerkingen verkennen vergt tijd en inspanningen. Toch is het een belangrijke stap om te evalueren of samenwerken zou bijdragen tot een goede oplossing van bestaande. Een mooi voorbeeld hierbij is de oproep voor Digibanken waarbij er in een eerste ronde middelen worden voorzien om mogelijke samenwerkingen te verkennen.









Samenstelling bestuurscomité Kinderarmoedefonds

Voorzitter

Noël Slangen, Algemeen directeur POM Limburg

Leden

- Peter Adriaenssens, Kinder- en jeugdpsychiater
- Hanan Ben Abdeslam, Vroedvrouw, Expertisecentrum Kraamzorg Volle Maan
- Naima Charkaoui, Diensthoofd bij de Beleidsdienst, 11.11.11
- Heidi Degerickx, Algemeen Coördinator, Netwerk tegen Armoede
- Magda De Meyer, Ere-volksvertegenwoordiger, Voorzitter, Nederlandstalige Vrouwenraad
- Gerrit Rauws, Directeur, Koning Boudewijnstichting
- Piet Van Schuylenbergh, Directeur afdeling OCMW's, Vereniging Vlaamse Steden en Gemeenten
- Cindy Van Geldorp, Ervaringsdeskundige armoede, Netwerk tegen Armoede
- Kristel Verbeke, Programmamaakster 'Zorgen voor mama', Generatie K en Kinderkopkes VRT
- Jeroen Windey, Administrateur-generaal, Agentschap Binnenlands Bestuur Vlaanderen



